

## بررسی تاثیر ابعاد مدیریت ارزش بر عملکرد سازمانی مبتنی بر استاندارد آموزشی ایزو ۱۰۰۱۵ (مورد مطالعه: دانشگاه فرهنگیان بوشهر)<sup>۱</sup>

ماشاءاله خورشیدی<sup>۲</sup>

### چکیده

هدف از پژوهش حاضر بررسی تأثیر ابعاد مدیریت ارزش بر عملکرد سازمانی مبتنی بر استاندارد آموزشی ایزو ۱۰۰۱۵ در دانشگاه فرهنگیان واحد بوشهر بود. این پژوهش براساس هدف کاربردی که با استفاده از طرح آمیخته اکتشافی انجام شد. در بخش کیفی از روش گلوله برفی و فن دلفی برای اشباع و اجماع تئوری و در بخش کمی از روش توصیفی - همبستگی با تأکید بر معادلات ساختاری انجام شد. در بخش کیفی از روش نمونه گیری هدفمند با در نظر گرفتن قانون اشباع، تعداد ۲۳ نفر اساتید و در بخش کمی با استفاده از روش نمونه گیری خوشه ایی ساده و براساس فرمول کوکران تعداد ۱۲۱ نفر از اساتید و ۷۵ نفر از دانشجوی معلمان به عنوان نمونه آماری انتخاب شدند. ابزار گردآوری داده های پژوهش در بخش کیفی تحلیل محتوای اسناد و مصاحبه و در بخش کمی دو پرسشنامه محقق ساخته مدیریت ارزش ها و بررسی عملکرد سیستم ۱۰۰۱۵ آموزش بودند. روایی و پایایی ابزار در بخش کیفی با معیارهای مقبولیت و قابلیت تأیید و در بخش کمی روایی ابزار با نظر متخصصان و تأیید عملی تأییدی و پایایی آنها با روش آلفای کرونباخ به ترتیب ۰/۹۶ و ۰/۸۸ / به دست آمد. داده های حاصل با استفاده از روش های آماری تی#استیودنت، تحلیل عاملی تأییدی، تحلیل مسیر با استفاده از نرم افزارهای آماری SPSS و LISREL تحلیل شدند. یافته های کلی نشان داد: ابعاد مدیریت ارزش بر بهبود عملکرد دانشگاه فرهنگیان واحد بوشهر تاثیر مثبت و معنی داری دارد.

**واژگان کلیدی:** مدیریت ارزش، عملکرد سازمانی، دانشجو - معلمان، دانشگاه فرهنگیان.

<sup>۱</sup> تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۹/۱۱/۱۱ - تاریخ پذیرش مقاله: ۱۴۰۰/۱/۳۰

<sup>۲</sup> دکتری تخصصی مدیریت آموزشی، مدرس گروه علوم تربیتی دانشگاه فرهنگیان، پردیس علامه طباطبایی،

بوشهر، ایران. mashallahkhorshidi@gmail.com

## مقدمه

هدف از تشکیل موسسات و نهادها پیگیری تحقق اهداف مشخصی است که در فلسفه وجودی تاسیس و آغاز به کار آنها مورد اشاره قرار گرفته است از جمله این اهداف، ارائه خدمات و خلق ارزش برای مشتریان و ذینفعان سازمان است (حیاتی وهمکاران، ۱۳۹۷). امروزه بیش از هر زمان دیگری ضرورت دارد تا سازمان های آموزشی نظیر دانشگاه ها از طریق مدیریت ارزش ها بتوانند خود را متمایز کنند. مدیران هر ساله ممکن است به منظور حفظ مزیت رقابتی پایدار هفته و ماه ها زمان خود را صرف تدوین سیاست ها و استراتژی های سازمانی نمایند تا بدانند که چه فعالیت ها و اقداماتی باید انجام دهند که سازمان شان حرفه ای و سرآمد باشد. چطور می توانند اقدامات و عملکرد سازمان شان را بهبود و تسری بخشند که به بهسازی، توانمند سازی ظرفیت ها و قابلیت های سطوح بلوغ و توسعه یافتگی فرآیندی حوزه مدیریتی عملکردشان نایل آیند. از مقوله های مهم در عصر ارتباطات و اطلاعات، اقتصاد دانایی محور مقوله ارزش ها، توسعه آنان و بطورکل مدیریت ارزش می باشد. این ارزش ها به استقرار و حفظ استانداردهایی کمک می کنند که می تواند بر هدایت افراد به سوی اقداماتی که برای سازمان مطلوب است تاثیر بگذارد و زمانی که استانداردها یا ارزش های سازمانی بطور گسترده میان اعضاء رایج شود کارائی، بهره وری و موفقیت سازمانی افزایش می یابد (خدایاری زرنق و همکاران، ۱۳۹۲). در عصر حاضر مدیریت ارزش ها به نوعی بعنوان دهه سوم مدیریت دانایی بمنزله پل حد واسطی جهت پیوند مبانی دانایی های جدید با فرهنگ ارزشی، عامل جهت-دهی، حرکت و تحکیم تکامل، تعالی دانشگران، کشورها و نهادها به شمار می آید که در قالب و ساختار مدل های دو وجهی، مبانی روابط خطی با غیرخطی، سرمایه های ملموس را ناملموس، انسان مجازی با انسان معنوی و رهبری با مدیریت را تلفیق می نماید (کارایانیس<sup>۱</sup>، ۲۰۱۲: ۱۴۶). بر این اساس تصمیم و اقدامات سرمایه گذاری مدیران شرکت ها با توجه به سبک مدیریت ارزش بهبود خواهد یافت (بلانچارد<sup>۲</sup>، ۲۰۰۶: ۶). مدیریت ارزش با سه گام موثر آن باید به الزامات مدیریت توانمند نیز دسترسی داشته باشد<sup>۳</sup> (بیک و بریتزلمایر، ۲۰۰۱؛ هوپنر<sup>۳</sup>، ۲۰۰۳) #سازمان های موفق دنیا از سال ۲۰۰۱ به بعد به دنبال درک مفهوم «مدیریت

1- Carayannis

2- Balachandran

3- Beck &amp; Britzelmaier; Höpner

ارزش» و تسلط بر ادبیات آن بوده و پس از آن از طریق نظامهایی چون مدیریت تغییر، مدیریت دانایی، مدیریت سرمایه های انسانی، مدیریت توسعه و مدیریت فناوریهای اطلاعاتی سازگار در مورد عملیاتی و نهادینه کردن مدیریت ارزش اقدام نموده اند. به رغم ۷۰ سال قدمت در اجرای مدیریت ارزش، در ایران در برنامه سوم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی مدیریت ارزش را مطرح کرده است. با نگاهی اجمالی به برخی عوامل تاثیرگذار برای اجرای سبک مدیریت ارزش نظیر رسالت و استراتژی هدفمند و جامع سازمانی امکان توسعه نظام سازمانی مورد نیاز(منوربان، ۱۳۸۱)، تلفیق مناسبی از رهبری، ایجاد انگیزش، ارتقای مهارتهای مدیریتی و فرهنگ مشارکت و یادگیری(تور، ۱۹۹۱)، مهندسی مجدد و یادگیری سازمانی، ارزش آفرینی، ارتقای بهره وری، افزایش سرعت، ارتقای کیفیت، بهبود خدمات و کاهش هزینه ها (پورکریمی و دیگران، ۱۳۹۷)، مسئولیت پذیری حرفه ای، کیفیت و مشتری مداری (فراهانی، ۱۳۸۵)، ریسک پذیری، انگیزش، کارگروهی و تیمی و کنترل (رجایی پور و لافتی، ۱۳۸۹) نقش مدیریت ارزش را در بهبود و بهسازی عملکرد سازمانی بیش از پیش پررنگ تر می کند.

در اوایل دهه ۱۹۹۰ میلادی بلانچارد و مایکل اوکانر دو نفر از اندیشمندان جدید علم مدیریت برای اولین بار تصمیم گرفتند ۵۰۰ شرکت برتر دنیا را براساس انتخاب مجله معتبر (فورچون)<sup>۱</sup> طبق معیارهای جدیدی چون کیفیت خدمات برای مشتریان و کیفیت زندگی برای کارکنان یعنی رفتار سازمان ارزش مدار، بعنوان ضرورتی برای بقا بجای معیارهایی چون اندازه، درآمد و غیره شناسایی و طبقه بندی کنند. اولین گام برای تحقق این مساله ارائه تصویر روشنی از رسالت و ارزش های سازمانی و طراحی سیستمی برای حل و فصل ناسازگاری بین ارزش های فردی، گروهی و سازمانی بود. سال ۱۹۹۲ بنیاد شرکت های برتر (FCF) جهت ارائه خدمات مشاوره ای به شرکت های علاقمند به رویکرد مدیریت بوسیله ارزش ها، تاسیس شد و به شرکتهای بسیاری کمک نمود که نظام مدیریت تغییر و تحول آنان براساس (MBV) یا مدیریت ارزش ها شکل گرفته و سازمان را از نو بیافرینند.

<sup>۱</sup> Fortune



شکل شماره ۱: گام های مدیریت ارزش (به نقل از بلانچارد و اوکانر، ۱۳۸۴)

مدیریت مبتنی بر ارزش یک چارچوب عمومی و کلی را فراهم می کند که از طریق آن مدیران می توانند استراتژی ارزش گذاری را در داخل سازمان ها تعریف، پیاده سازی و اعمال کنند و با فراهم کردن صاحبان اطلاعاتی با ابزارهایی برای نظارت و هماهنگ کردن اقدامات مدیریتی عمل کنند و باید بیان کرد که ویژگی کلیدی مدیریت ارزش، شاخص های مبتنی بر ارزش است (کاپلند<sup>۱</sup>، ۲۰۰۲). اندیشمندان مدیریت چنین مطرح می نمایند که سیر تکاملی مدیریت ارزش از سال ۱۹۶۸ تاکنون حاصل بوجود آمدن چهار روند سازمانی در دهه های اخیر بوده است، که این روندها سازمان ها را ملزم کرده اند تا به منظور حفظ و نگهداشت قابلیت های رقابتی در بسترهای محیطی اجتماعی و غیرقابل پیش بینی امروزی خود را با شرایط جدید سازگار نمایند که این روندها عبارتند از: ضرورت بهبود کیفیت و مشتری مداری، ضرورت - تخصص گرایی، استقلال عمل و پاسخگویی در میان کارکنان، ضرورت تبدیل «رئیسان» به- رهبران و تسهیل کنندگان، ضرورت ایجاد ساختار های سازمانی تخت تر و چالاک تر (قدمی، ۱۳۹۳). خصوصیات برجسته مدیریت بر مبنای ارزش عبارتند از اینکه: این رویکرد مدیریتی فقط برنامه نبوده، بلکه دیدگاهی متفاوت در خصوص روش و شیوه زیستن در سازمان ها به شمار می آید، به دنبال مسأله یابی می آید و نه حل مسأله، این رویکرد مدیریتی در طی -

<sup>2-</sup> Copeland

شفاف سازی و مشخص کردن اولویت های حاکم در سازمان ها اقدام می نماید و به کار بستن مداوم بیانیه ارزش ها حتی در اقدامات و فعالیت های روزانه سازمانی را نصب العین خود قرار می دهد و دارای سه گام مشخص، که این گام ها عبارتند از: شفاف سازی رسالت، اهداف و ارزش های سازمانی، همگانی کردن رسالت و ارزش های سازمانی، همسوسازی رفتار سازمانی با رسالت و ارزش های سازمانی و اصول و مبانی اخلاقی می باشد (فراهانی، ۱۳۷۹). امروزه ارزش ها در رویکردهای مدیریتی از نقش بی بدیل برخوردار هستند. اثر عملکرد مدیریت ارزش در عمل و آکادمی مورد بحث قرار گرفته شده است (سباستین فیرک<sup>۱</sup>، سباستین اسپرچاب و مایکل، ۲۰۱۶). مدیریت ارزش یک رویکرد جامع مدیریت است که با هدف ایجاد فعالیت ارزشمند مشارکتی در خلق و ایجاد ارزش در ارتباط است از این رویکی از روش های مناسب جهت بهبود عملکرد بحث مفهومی روی ارزش است (اینتر، لیکر<sup>۲</sup> و رونالد، ۲۰۰۳؛ مالمی و ایکامو ۲۰۰۳). همچنین یافته های تحقیقات متعدد نظیر (بیکر و همکاران<sup>۳</sup>، ۲۰۱۲؛ شيفر، ۲۰۱۰) نشان می دهد که جهت گیری های رویکرد مدیریت ارزش و ارتباط آن با عملکرد شرکت ها و ادارات به طور مثبتی با هم در ارتباط هستند و باعث افزایش عملکرد سیستم های مورد تحقیق بوده اند. دیگر اینکه در مدیریت ارزش باید راهبردها، فرایندها و سیستم های شرکت، تصمیم گیری، اندازه گیری عملکرد و ذهنیت را در ایجاد ارزش هماهنگ ساخت. تا بتوان این نوع سبک مدیریتی را اجرا و پیاده سازی نمود بنابراین ضرورت ارزش ها از این جهت اهمیت دارد که بر پایه ارزش ها همه منابع انسانی دارای جایگاه مطلوب در پیشبرد اهداف سازمان محسوب می شوند، مدیریت ارزش ها اساس ارزشی دارد. مدیریت و رهبری حقیقی در ژرف ترین معنا، گفتمان پیرامون ارزش هاست. آینده هر سازمانی بر پایه تبیین ارزش ها، استعاره ها، نمادها و مفاهیمی که عملکرد روزانه ارزش ها را شکل می بخشد و همچنین توسط منابع انسانی در همه سطوح و بخش های عملیاتی سازمان ها شکل و توسعه می یابد. موسسه ارزش مدیریت انگلستان<sup>۴</sup> (۲۰۰۸) مدیریت ارزش را به عنوان یک شیوه مدیریت خاص به منظور ایجاد انگیزه، مهارت و ارتقاء هم افزایی و نوآوری، با هدف به

<sup>1-</sup> Sebastian Firk, Sebastian Schrappe & Michael Wolff

<sup>2-</sup> itner & Larcker & Randall, Malmi & Ikaheimo

<sup>3-</sup> Baker et al, ueg, R., Schäffer,

<sup>4</sup> American Institute of Certified Publ

حداکثر رساندن عملکرد کلی سازمان تعریف می کند. توماس اسپیچی<sup>۱</sup> و ولینسکی (۲۰۱۹) در تحقیقات خود مدیریت ارزش را هسته اصلی فرصت توسعه و پایداری جامعه بشری کنونی می داند. بنابراین به طور کل باید بیان کرد که مدیریت ارزش دارای سه گام اساسی به استناد محققان مدیریت بلانچارد و اوکانر (۱۹۹۲) و دارای شش ابعاد کلی ارزش مد نظر آلپورت و همکارانش در سال (۱۹۶۰) می باشد که آنان نیز شش نوع ارزش که مبتنی بر سنخ بندی آدمیان بنا به نظر ادوارد اشپرانگر فیلسوف آلمانی بوده است را تالیف نمودند که آن شش بعد کلی عبارت بودند: از ارزش های اخلاقی، اجتماعی، اقتصادی، سیاسی، مذهبی و زیبایی (براهنی، ۸۶). ارائه تعریف جامع برای ارزش نه تنها دشوار بلکه به راحتی مقدور نیست، زیرا بیشتر فلاسفه از دوران تمدن یونان باستان به آن توجه داشته اند. در تعریفی جامع بر اساس یافته های محققان ارزش ها، مجموعه ای از باورها، اعتقادات و اصول کلی یکپارچه، منسجم، هدف دار و ثابت است که در ابعاد ساختاری، رفتاری، معنایی، محیطی و فرهنگی می کوشد تا به تقویت سرمایه اجتماعی، آحاد مردم و در نهایت جامعه را به تعالی سوق دهد (دهکردی و ربانی، ۹۱). در اینجا به نقل از (براهنی، ۱۳۸۶). خلاصه هر یک از شش عوامل ارزشی تعریف می گردد:

تعریف مفهومی ارزش اخلاقی: گرایش اصلی این سنخ از جنس حقیقت جویی است. چنین فردی یک نگرش و دیدگاه شناختی دارد و در جستجوی همانندی ها و تفاوت هاست و به جای آنکه به زیبایی یا فایده عملی اشیاء توجه کند، فقط به مشاهده و استدلال عنایت دارد. علائق این افراد جنبه تجربی، انتقادی و فردگرایی دارند و ناچار فردی است اهل اندیشه و چه بسا که یک فیلسوف است. دانش و معرفت و سازمان دادن به آنها تنها هدف این سنخ است. ارزش های اخلاقی بعنوان ارزش های پایه زیر بنای مدیریت ارزش هستند ولی باید به صورت متعارف در کنار سایر ارزش های کسب و کار به کار گرفته شوند. تعریف عملیاتی ارزش اخلاقی از ابعاد کلی مدیریت ارزش شامل شاخص ها یا مولفه های فرعی آن می باشد که مولفه های عامل ارزش اخلاقی اثرگذار مدیریت ارزش دانشگاه فرهنگیان با توجه به (روش کیفی پژوهش) بدست آمده اند.

<sup>5</sup>- TomaszS,Peggy Z.wolinskia

تعریف مفهومی ارزش اجتماعی: گرایش اصلی این سنخ از جنس عشق به آدمها بالاترین ارزش برای این سنخ است. ارزش اجتماعی برای آدم ها به خاطر این که انسانند ارزش قائل است و به همین دلیل نیز فردی است مهربان، اهل گذشت و صمیمی. چنین فردی ممکن است ارزش های نظری، اقتصادی و زیبایی گرایی را چیزی بی روح و غیر انسانی بداند. تعریف عملیاتی ارزش اجتماعی از ابعاد کلی مدیریت ارزش شامل شاخص ها یا مولفه های فرعی آن می باشد که مولفه های عامل ارزش اجتماعی اثرگذار مدیریت ارزش دانشگاه فرهنگیان با توجه به (به روش کیفی تحقیق) بدست آمده اند.

تعریف مفهومی ارزش اقتصادی: گرایش اصلی این سنخ از جنس منافع مادی است و به طور عمده به سودمندی اشیاء توجه دارد. چنین علاقه ای که در اصل از نیازمندی های بدنی (صیانت ذات) سرچشمه می گیرد. تعریف عملیاتی ارزش اقتصادی از ابعاد کلی مدیریت ارزش شامل شاخص ها یا مولفه های فرعی آن می باشد که مولفه های عامل ارزش اقتصادی اثرگذار مدیریت ارزش دانشگاه فرهنگیان با توجه به (به روش کیفی تحقیق) بدست آمده اند.

تعریف مفهومی ارزش سیاسی: گرایش اصلی این سنخ از جنس قدرت است. فعالیت های چنین فردی محدود به حوزه سیاست به معنای اخص این کلمه نیست، بلکه در هر شغل و حرفه ایی باشد به دنبال قدرت و سلطه است. تعریف عملیاتی ارزش سیاسی از ابعاد کلی مدیریت ارزش شامل شاخص ها یا مولفه های فرعی آن می باشد که مولفه های عامل ارزش سیاسی اثرگذار مدیریت ارزش دانشگاه فرهنگیان با توجه به (به روش کیفی تحقیق) بدست آمده اند.

تعریف مفهومی ارزش مذهبی: گرایش اصلی این سنخ از جنس وحدت جویی است. این سنخ گرایش عرفانی دارد و می کوشد هستی را در کل آن ادراک کند و خود را به کلیت فراگیر آن ارتباط دهد. تعریف عملیاتی ارزش مذهبی از ابعاد کلی مدیریت ارزش شامل شاخص ها یا مولفه های فرعی آن می باشد که مولفه های عامل ارزش مذهبی اثرگذار مدیریت ارزش دانشگاه فرهنگیان با توجه به (روش کیفی تحقیق) بدست آمده اند.

تعریف مفهومی ارزش زیبایی: گرایش اصلی این سنخ از جنس توازن و تعادل بین صورت و هماهنگی است که بالاترین ارزش برای این سنخ به شمار می آید. تعریف عملیاتی ارزش زیبایی از ابعاد کلی مدیریت ارزش شامل شاخص ها یا مولفه های فرعی آن می باشد که مولفه های عامل ارزش زیبایی اثرگذار مدیریت ارزش دانشگاه فرهنگیان با توجه به (به روش کیفی تحقیق) بدست آمده اند.

از طرفی عملکرد سازمانی به عنوان متغیر مهم اندازه گیری بهره وری و اثربخشی یک سازمان شناخته می شود (گادوت،<sup>۱</sup> ۲۰۰۶: ۶۶۱). روندهای رو به رشد رقابت در سازمان ها به ویژه در سازمان های آموزشی سبب شده تا دستیابی به مزیت رقابتی پیچیده تر گشته و ارتقای عملکرد سازمانی به عنوان یکی از دغدغه های اصلی مدیران عالی سازمان های آموزشی مطرح شود. عملکرد سازمانی، مهمترین مساله برای سازمان های انتفاعی و غیر انتفاعی است و اطلاع از عوامل تاثیرگذار بر عملکرد سازمانی برای مدیران بسیار حیاتی است (پورکریمی و دیگران، ۱۳۹۷). بیشتر تحقیقات گذشته در زمینه عملکرد سازمانی بر مبنای عملکرد مالی بوده اند، ولی امروزه تنها شاخص های مالی نمی توانند در شرایط حاد رقابتی مزیت برای سازمان ها ایجاد کنند تا اینکه در سال ۱۹۹۴ مؤسسه معتبر چاپ آمریکا (ای . آی . سی . پی . ای<sup>۲</sup>) پیشنهاد کرد که شاخص های عملکردی، باید شامل اطلاعات غیرمالی نیز منعکس کننده سرمایه فکری و پاسخگویی اجتماعی باشد (لیتر<sup>۳</sup> و همکاران، ۲۰۱۱). جهت شناخت و آگاهی کامل جنبه های گوناگون اندازه گیری عملکرد سازمانی، محققانی چون (هارپر، کاپلان<sup>۴</sup> و نورتون، ۱۹۹۷؛ ویراکن، ۱۹۹۶؛ ویوکل، ۲۰۰۸) به تحلیل شیوه های مختلف عملکرد پرداختند (عزیزی نژاد، ۱۳۹۷).

در تحقیق حاضر مدل استاندارد ایزو ۱۰۰۱۵ آموزش به منظور ارزیابی عملکرد دانشگاه فرهنگیان واحد بوشهر مورد استفاده قرار گرفته است. با این الگوی استاندارد، عملکرد دانشگاه فرهنگیان بوشهر مورد بررسی موشکافانه و دقیق از منظر اساتید از یک طرف و دانشجو معلمان از طرف دیگر قرار می گیرد و این شاخص های عملکردی (نیازسنجی، طراحی

<sup>1-</sup> Gadot

<sup>2-</sup> American Institute of Certified Publ

<sup>3-</sup> Leiter et al

<sup>4-</sup> Harper ,Kaplan; Norton & Yuki



آموزشی، اجرای آموزشی و ارزشیابی آموزشی) را در بر می گیرد. این استاندارد بر نقش کمک رسانی آموزش در بهبود مداوم تاکید دارد و هدف آن این است که به سازمان ها یاری رساند تا آموزش در آن سرمایه گذاری، اثر بخش تر و کارآمدتر باشد. الگوی ایزو ۱۰۰۱۵ برخلاف سایر نظام های مدیریت کیفیت باعث می شود، تا آموزش را به اهداف عملکرد مرتبط سازد و ارزیابی را نیز به این اهداف ربط دهد. این الگوی آموزش، در زمینه سرمایه گذاری، برصلاحت و شایستگی های نیروی انسانی، به طور دائم به مدیران بازخورد می دهد. لازم است که برای تعیین نتیجه اجرای یک فرایند آموزشی هر یک از بخش های فرایند آموزش چهار مرحله فوق ارزیابی شود تا خطاهای احتمالی انحراف از برنامه کشف و تصحیح گردد. در این زمینه بازخورد می تواند کمک موثری در این راستا فراهم سازد (صبغیان و اکبری، ۱۳۹۴). با توجه به اینکه مدیریت ارزش ها تاثیری مستقیم بر همه زیرساخت های مدیریتی مانند فرهنگ سازمانی، سبک های مدیریتی و رهبری، تحول و تغییر در سازمان و یا ارتباطات - دارد. در این تحقیق محقق سعی می نماید که با تاثیر مولفه های مدل مدیریتی ارزش بر عملکرد سازمانی مبتنی بر استاندارد ایزو ۱۰۰۱۵ مفاهیم مدیریت را از رویکردی ارزشی بررسی نماید، که بتواند به وضعیت های آشفته محیطی پاسخی مطلوب ارائه نماید در حال حاضر سوالی که ذهن محقق تحقیق را به خود مشغول کرده است به شرح زیر می باشد:

۱- مؤلفه های تاثیرگذار مدیریت ارزش بر شاخص عملکرد ایزو ۱۰۰۱۵ آموزش پردیس های استان بوشهر (دانشگاه فرهنگیان) کدامند؟

۲- شناسایی و اولویت بندی آن عوامل جهت تسهیل در پیاده سازی و اجرای برتر الگوی ۱۰۰۱۵ آموزش در دانشگاه فرهنگیان به چه صورت است؟

طبق اسناد و مدارک موجود در دانشگاه فرهنگیان واحد بوشهر و سازمان های آموزشی- فرهنگی کشور تاکنون تحقیقی با چنین محوریتی انجام نشده است و محقق ادعا می نماید که این تحقیق برای اولین بار با چنین موضوعی به صورت گسترده در دانشگاه فرهنگیان پرداخته شده است. محققان با شناسایی عوامل موثر مدیریت ارزش بردانشگاه فرهنگیان به دنبال اثرگذاری برتر بر ایزو ۱۰۰۱۵ آموزش جهت ارزیابی مستمر عملکرد سیستم های آموزشی می باشند از دلایل انتخاب این موضوع، شواهد موجود دال بر دغدغه و علاقه مدیران دانشگاه

فرهنگیان بوشهر در ارتباط با پیاده سازی شاخص های عملکردی ۱۰۰۱۵ آموزش در دانشگاه می باشد که این تحقیق گسترده با بررسی، شناسایی، اولویت گذاری و تاثیرگذاری ارزش های شش گانه اثرگذار در الگوی ۱۰۰۱۵ آموزش نتایج علمی ارائه دهد که مدیران ارشد دانشگاه بتوانند با سهولت شاخص های عملکردی ۱۰۰۱۵ آموزش را جهت ارزیابی و بهبود عملکرد دانشگاه اجرا و پیاده سازی نمایند. با بررسی پیشینه نظری و مطالعات گسترده از سال ۱۹۶۰ میلادی تا ۲۰۲۰ میلادی مرتبط با مفهوم مدیریت ارزش در ادبیات سازمان نشان می دهد که نوعی آشفتگی و عدم تناسب نیز در میان مطالعات نیز تا حدی وجود دارد و همین امر سبب شده محققان مدیریت، در صدد ارائه انواع گونه شناسی ها و راهکارهای جدید برای طبقه بندی مولفه های اثرگذار مدیریت ارزش در نهادها و سازمان های اجرا کننده این سبک مدیریت وجود داشته باشد. چنانچه هر اندیشمندی سعی کرده به بخشی از گام های سه گانه مدیریت ارزش اشاره نماید و نتوانسته مدلی واحد و منسجم ارائه کند. از این رو یکی از مهمترین مباحث مطرح شده در دهه های اخیر در مدیریت دولتی در سازمان ها، استقرار مدیریت ارزش با گام ها و شاخص های اثرگذار آن است. از سوی دیگر درسالهای اخیر تحقیقات متعدد بسیاری با موضوع مدیریت ارزش و یا ارزیابی عملکرد سازمان های آموزشی - بر اساس ایزو ۱۰۰۱۵ آموزش انجام داده اند ولی عمده آنها به طور جداگانه به بررسی متغیرهای - آن پرداخته اند و تاکنون به شناسایی، اولویت گذاری، تاثیرگذاری ارزش ها و تاثیر آن با این - چهار شاخص عملکردی ایزو ۱۰۰۱۵ آموزش در دستگاه های آموزشی فرهنگی جامعه ایرانی - اسلامی ارائه نداده اند و در واقع می توان نوعی شکاف تئوریک و کاربردی در ارتباط با این موضوع تحقیق مشاهده کرد و نیاز به پژوهشی جامع، ساختارگرایانه و عملکردگرایانه در خصوص تاثیر ابعاد مدیریت ارزش و ارتباط معنادار با اولویت ابعاد ارزشی در شاخص های ۱۰۰۱۵ آموزش وجود دارد و این رابطه به درستی فهم و تبیین نشده و از نوع جعبه سیاه است. با این تحقیق این روابط نیز شفاف می گردد. نظیر تحقیق پژوهشگران ذیل که تنها به شناسایی مولفه های ارزشی پرداخته اند. نظیر: صداقت، محرمانه بودن، مشارکت و کارگروهي، بهبودی مستمر و باز بودن تغییر (دیزیراچ.ون<sup>۱</sup>، جیف هیکس، کلستی و ویلدرن، ۲۰۱۷)؛ اعتبار، شهرت و کیفیت ارتباطات شرکت ها، وفاداری و مشتری مداری (

<sup>1</sup> Desiree H.van Dun, Jeff .N. Hicks, Celeste P.M. Wilderom

ماجا آرسلانگیک<sup>۱</sup>، کالاجزیک و وسنا زابکر (۲۰۱۷)؛ قدرت، خودگردانی، تحقق پذیری، تحریک، جهانی سازی، خیرخواهی، انطباق پذیری، سنت و امنیت (شوارتز<sup>۲</sup>، ۲۰۰۹)؛ بهبود مستمر فرایندها و عملکردهای شرکت های فناوری (روبین رسجک و سگنیکا سن<sup>۳</sup>، ۲۰۱۳)؛ عملکرد نوآوری، حمایت برای تغییر، انعطاف پذیری، مزیت رقابتی (فخارشهزاد<sup>۴</sup>، گیوزاکیو و محمد شهباز، ۲۰۱۷)؛ کاهش هزینه های جراحی ستون فقرات و اختلالات نخاعی و در نتیجه با ارزش گذاری مراقبت های بهداشتی در سطح بالا و ارتقاء سطح کیفیت زندگی (آلیسون تلیس<sup>۵</sup>، اورلاندوریجسو، مارجا کارولین، جیلوو، زوهره گاوالا، آسدروبال فالاوینگنا، ۲۰۱۵)؛ داده های روشن و شفاف برای خلق ارزش، جهت مزیت رقابتی شرکتها (ریچاردوینگن<sup>۶</sup>، صحراو، دیوید وگرن، ۲۰۱۷)؛ ارزش بهبودی مستمر جریان کار، ارزش های کار تیمی و توانمندسازی کارکنان، مشارکت کردن در کار، مشتری گرایی، تعاملات و احترام متقابل، اشتراک اطلاعات، تعهد مدیریت، خلاقیت (چن دالگارد<sup>۷</sup>، پارک جانگ و دالگارد لاکشمن، ۲۰۰۶، لیکر و دوئن ۱۹۹۴، ایمیلیانی و ایمیلیانی ۲۰۱۳، هیلستن و کونویس ۲۰۱۲، سوسیک و دوننی ۱۹۹۷ والدمن ۱۹۹۹ بییر ۲۰۰۳، هیلستن ۱۹۹۴ بوئن و دینن ۱۹۹۷)؛ محیط طبیعی، منظره ها، سبک زندگی، چشم انداز، معیارها و شاخص های ارزش ها در ساحل کینگستون استرالیا، انطباق پذیری، سازگاری، برنامه ریزی در مورد تاثیرات فیزیکی، شیوه های زندگی و سلامتی (ثیموثی دیوید راما<sup>۸</sup>، سونیا گراهام، کریستوفر جان وایت، ۲۰۱۸)؛ اولویت بندی ارزش ها برای قدردانی از چندگانگی واقعیت های اجتماعی، جهانی سازی، مصرف چندگانگی (یوری سی<sup>۹</sup>، هونگژی، ۲۰۱۵)؛ عملکردگرایی، آینده نگری، قاطعیت، فاصله قدرت، نوع دوستی، جمع گرایی درون گروهی، جمع گرایی بین گروهی، اجتناب

2- Maja Arslanagic, Kalajdzic, Vesna Zabkar

3- Schwartz

4- Robyn L. Raschke, Sagnika Sen

5- Fakhar Shahzad, Guo Yi Xiu, Muhammad Shahbaz

6- Alisson R. Teles, Orlando Righesso, Maria Carolina R. Gullo, Zoher hogawala, Asdrubal Falavigna

7- Richard Vidgen, Sarah Shaw, David B. Grant

8- Chen, Dahlgaard-Park, Jang, and Dahlgaard, L akshman, Liker and Bowen, Emiliani & Emiliani, Hellsten & Convis, Sosik & Dionne, Waldman et al.; Emiliani Deanand

9- Timothy David Ramm Sonia Graham, Christopher John White

10- Yuri Seo, Hongzhi Gao

از عدم اطمینان و برابری جنسیتی (هاووس<sup>۱</sup>، ۲۰۰۳)؛ مشارکت، کار تیمی، نوآوری و خلاقیت، خلاقیت، پاسخگویی، شفاف و روشن بودن نقش ها، اهداف، چشم انداز، ماموریت ها و استراتژی ها، تمایل به تغییر، یادگیری در موفقیت ها و شکست ها، مدیریت ریسک، تعهد به عالی بودن (وریک<sup>۲</sup>، مالمی و فرگوسن، ۲۰۱۶)؛ مهارتهای فن آوری اطلاعات (گی و گرتسل<sup>۳</sup>، گرتسل<sup>۳</sup>، ۲۰۱۸)، اهمیت ارتباطات (فردی، اجتماعی و به اشکال متفاوت) بعنوان عنصری زمینه ایی برای شکل گیری هم آفرینی ارزش های سازمانی مدیریت ارزش (مرز و دیگران<sup>۴</sup>، ۲۰۱۸، میلسپا و کنت، ۲۰۱۸، اهلن و دیگران، ۲۰۱۷، پین و دیگران، ۲۰۰۸، اسکارزاسکایت، ۲۰۱۳، آریکا استنروس و جاوکولا، ۲۰۱۲؛ مطالعات راماسوامی و چوپرا، ۲۰۱۸، و ویلیامز، ۲۰۱۳؛ پین، استورباکا و فرو، ۲۰۰۸ و توماس استیک و پیگی زولینسکی، ۲۰۱۸، برند سازی و مشتری مداری و رضایت ذینفعان) بحرینی زاده و توسلی، ۱۳۹۲ به نقل از آهنگری حسین زاده، ۱۳۹۷). برکرت مایکل و راینرلگ<sup>۵</sup> (۲۰۱۳) در تحقیقی با عنوان " تفاوت ها در پیچیدگی مدیریت ارزش و نقش مدیران ارشد" با استفاده از مصاحبه های نیمه ساختار یافته و پرسشنامه و روش های آماری رگرسیون به این نتیجه رسیدند که یک سبک شناختی کسب و کار محور و دوره های کوتاه مدت از مدیران ارشد مالی به طور مثبت با پیچیدگی مدیریت مبتنی بر ارزش ارتباط دارد. مدیریت ارزش ممکن است با یک عملکرد نوآوری همراه باشد. نتایج آنان همچنین نشان داد که پیچیدگی مدیریت ارزش با افزایش عدم اطمینان محیطی کاهش می یابد. بهرام پور (۱۳۸۶) در تحقیقی با عنوان "رابطه بین ارزش های پرسنلی و فرهنگ سازمانی" با استفاده از ابزار پرسشنامه و تحلیل آماری به این نتیجه دست یافت که بین ارزش های پرسنلی (دستیابی به اهداف، توجه به سایرین، درستکاری) و فرهنگ (انطباق پذیری، رسالتی، مشارکتی، سازگاری) سازمانی رابطه معنی داری وجود دارد. در پژوهش دیگر داریاپور (۱۳۸۳) با عنوان بررسی ساختار ارزشی و اولویت ارزشی شهروندان تهرانی که روی زنان و مردان ۱۸ سال به بالا بر پایه ساختار ارزشی شوارتز با استفاده از ابزار پرسشنامه و به روش میدانی انجام داده بودند، مشاهده کردند که ارزش های محیط زیست،

11- House

12- Warrick, Milliman, & Ferguson

13- Ge and Gretzel

1- Merz, Zarantonell and Grappi; Millspaugh And Kent.; Ehlen, Klink, Stoffers And Boshuizen.; Payne, Storbacka And Frow. , Skažžaukkatté.; Aakkika-Stenroos And Jaakkola

2- Michael Burkert, Rainer Lueg

امنیت برای خانواده، احترام به والدین و بزرگترها، استقلال و آرامش درونی پنج ارزشی بودند که از نظر پاسخگویان اولویت بالایی داشتند. نوربالا و همکاران (۱۳۸۶) تحقیقی انجام دادند که در آن سلسله مراتب ارزش های دانشجویان ورود در سال های ۱۳۷۷ تا ۱۳۸۰ دانشگاه شاهد بررسی و سلسله مراتب ارزش های دانشجویان برآورد شد. نتایج نشان داد که ارزش های دینی و اجتماعی در تمام مراحل تحقیق اولویت های اول و دوم به شمار می روند و ارزش هنری آخرین سنخ ارزشی دانشجویان است. خراسانی و همکاران (۱۳۹۵) در تحقیقی با عنوان «اعتبار یابی مدل تعالی آموزش و توسعه منابع انسانی ایران» به این نتیجه دست یافتند که به منظور ارزیابی عملکرد با ایزو ۱۰۰۱۵ آموزش بین متغیرهای طراحی و برنامه ریزی آموزش با مدیریت اجرای آموزش، ارزشیابی فرایند آموزش و نیازسنجی آموزش و توسعه ارتباط معنادار وجود دارد. از دیدگاه گروسگر و همکاران (۲۰۰۵) تعیین ارزش ها، موجب می شوند که هویت سازمان شناخته شده و به عنوان راهنمای عمل برای یک آینده موفق به کار روند هدف بسیاری از سازمان ها، حفظ و به کارگیری ارزش ها در عمل و آشکار شدن آنها در درون و بیرون سازمان است. محققانی نظیر: (آلیجر تننبام<sup>۱</sup>، ۱۹۹۷، بننتی تراور و شوآتلند، ۱۹۹۷، کولونیت و همکاران، ۲۰۰۰، سیتزمن و الی، ۲۰۱۱) در خصوص نقد و ارزیابی بهبود کیفیت شاخص ها و مولفه های برگزاری دوره های آموزشی، از دونالد کریک پاتریک<sup>۲</sup> بیان می کنند که سخنرانی خود را به انجمن توسعه و آموزش آمریکا در سال ۱۹۵۹ ارائه کرد که او چهار سطوح از رویکرد ارزیابی آموزش از جمله (سطح واکنشی، یادگیری، تغییر رفتار و ارزشیابی نتایج آموزش) را برشمرد. کرایجر و فورد و بتی<sup>۳</sup> (۲۰۰۴) سطوح ارزیابی ارائه شده را بعنوان راه حل عملی در مورد چگونگی ارزیابی اثربخش آموزش و ارائه سهم ارزشمند ارزیابی متمرکز برای اندازه گیری نتایج متعدد و اطمینان از اینکه می تواند به کسب و کار کمی بنماید در نظر می گیرند.

محقق پژوهش انتظار دارد با انجام این تحقیق به لحاظ نظری بتواند گامی ارزشمند در جهت گسترش ادبیات موجود (گسترش مرزهای دانش) پیرامون شناسایی ابعاد و مؤلفه های پدیده مورد مطالعه (مدیریت ارزش) و چگونگی ارتقاء و بهبود شاخص های عملکردی ۱۰۰۱۵ آموزش

<sup>3-</sup> Alliger, Tannenbaum, Bennett & Traver & Shot land; Colquitt et al, Sitzmann & Ely.

<sup>4-</sup> Donald Kirkpatrick

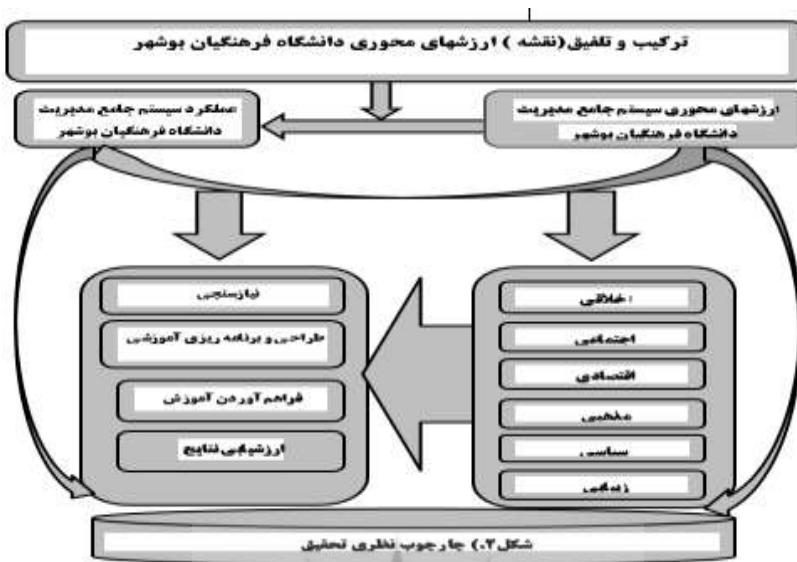
<sup>3-</sup> Kraiger, Ford & Bates

در دانشگاه فرهنگیان و به لحاظ عملی موجبات بهبود سیاست ها، استراتژی های آموزشی بر مبنای (درک نیازها و انتظارات همسو با ذینفعان داخلی و خارجی آموزش، محیط بیرونی و مبتنی بر درک قابلیت ها و عملکردهای بیرونی، تصمیمات راهبردی و کلان مدیران پیرامون فعالیت های ارزیابی آموزشی با شاخص های فوق، ارتقاء تحول نظام اداری و تسریع بهنگام در بهبود ارزیابی شاخص های عملکرد ایزو ۱۰۰۱۵ آموزش در دانشگاه فرهنگیان باشند. و می تواند دانشگاه را به سمت اهداف و چشم انداز کلان توسعه در سال ۱۴۰۴، نقشه جامع علمی کشور و سند تحول بنیادین آموزش و پرورش که همان سازمان یادگیرنده با مولفه هایی نظیر (آموزش مداوم، یادگیری سازمانی، رضایت ذینفعان، مشتری مداری) است رهنمون کند. از این رو تحقیق حاضر با هدف کلی بررسی تاثیر ابعاد و مؤلفه های مدیریت ارزش بر شاخص های عملکردی استاندارد ایزو ۱۰۰۱۵ در دانشگاه فرهنگیان انجام شده و مدل مفهومی متغیرهای تحقیق در زیر قابل ارائه است:

#### مدل مفهومی پژوهش

با توجه به ادبیات نظری و پژوهشی مدل مفهومی تحقیق در شکل ۲ ترسیم شده است. همانطور که در شکل ۲ ملاحظه می شود عوامل اخلاقی، اجتماعی، سیاسی، اقتصادی، مذهبی و زیبایی متغیرهای مستقل، عملکرد سازمانی با الگوی ایزو ۱۰۰۱۵ آموزش متغیر وابسته در نظر گرفته شده است.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی  
پرتال جامع علوم انسانی



شکل شماره ۲: مدل مفهومی پژوهش

بنابراین سؤالات پژوهش حاضر به صورت زیر است :

- ۱- تأثیر ارزش های اخلاقی ( ابعاد مدیریت ارزش) بر شاخص های عملکرد ۱۰۰۱۵ آموزش دانشگاه فرهنگیان بوشهر تا چه میزان است ؟
- ۲- تأثیر ارزش های اجتماعی ( ابعاد مدیریت ارزش) بر شاخص های عملکرد ۱۰۰۱۵ آموزش دانشگاه فرهنگیان بوشهر تا چه میزان است ؟
- ۳- تأثیر ارزش های سیاسی ( ابعاد مدیریت ارزش) بر شاخص های عملکرد ۱۰۰۱۵ آموزش دانشگاه فرهنگیان بوشهر تا چه میزان است ؟
- ۴- تأثیر ارزش های اقتصادی (ابعاد مدیریت ارزش) بر شاخص های عملکرد ۱۰۰۱۵ آموزش دانشگاه فرهنگیان بوشهر تا چه میزان است ؟
- ۵- تأثیر ارزش های مذهبی ( ابعاد مدیریت ارزش) بر شاخص های عملکرد ۱۰۰۱۵ آموزش دانشگاه فرهنگیان بوشهر تا چه میزان است ؟
- ۶- تأثیر ارزش های زیبایی (ابعاد مدیریت ارزش) بر شاخص های عملکرد ۱۰۰۱۵ آموزش دانشگاه فرهنگیان بوشهر تا چه میزان است ؟

## روش‌شناسی پژوهش

این پژوهش از لحاظ هدف، یک تحقیق کاربردی و از لحاظ روش گردآوری داده‌ها، توصیفی-همبستگی است. که در قسمت تجزیه و تحلیل داده‌ها به طور جامع از چهارنرم افزار نظیر اسپاس، لیزر، اسمارت پی‌ال‌اس و لینگو برای بررسی همه جانبه گویه‌های پرسشنامه تحقیق، بهره گرفته شده است. از نظر شیوه اجرا آمیخته (کیفی و کمی) از نوع اکتشافی بوده، به طوری که در روش کیفی (مصاحبه، تحلیل محتوای اسناد) و در رویکرد کمی از روش توصیفی از نوع همبستگی استفاده شد. در رویکرد کیفی مبانی نظری و پژوهشی مرتبط با تحقیق بررسی، تحلیل و با رویکرد سیستمی تنظیم و تدوین شدند. همچنین در این تحقیق از تکنیک دلفی برای مشخص کردن ۱۶ ارزش محوری از زیر مجموعه ۶ دسته ارزش کلی مؤلفه‌های مدیریت ارزش استفاده شده است. و چون اساس و پایه تکنیک دلفی بر این است که نظر متخصصان هر حوزه علمی صائب‌ترین نظر است، بنابراین بر خلاف روشهای تحقیق پیمایشی اعتبار روش دلفی نه به تعداد شرکت‌کنندگان در تحقیق که به اعتبار علمی متخصصان شرکت‌کننده در تحقیق بستگی دارد و شرکت‌کنندگان در تکنیک دلفی ۲۳ نفر از اساتید و خبرگان دانشگاهی بودند که در سه دور در حد اشباع نظری ۱۶ دسته ارزش محوری زیر مجموعه را برای ۶ دسته ارزش کلی مدیریت ارزش با فنون متعدد آماری تثبیت نمودند که بر اساس آنان در بخش کمی برای مدیریت ارزش‌ها پرسشنامه طراحی و تنظیم شد. روش نمونه‌گیری در بخش کیفی تحقیق به صورت هدفمند و از نوع گلوله برفی بوده است. در این تحقیق نیز در بخش کیفی با انجام ۲۳ مصاحبه با ۲۳ نفر از اساتید و خبرگان دانشگاهی انجام شد. ابزار گردآوری داده‌ها، یادداشت برداری توسط پژوهشگر و استفاده از امکان دستگاه صوتی سخنرانی مشارکت‌کنندگان بود تا امکان بررسی دقیق توسط محقق و انجام تحلیل محتوا توسط او فراهم شود. جامعه آماری پژوهش در بخش کمی از دو گروه تشکیل شده است طیفی شامل ۱۲۱ نفر از اساتید و طیف دیگر شامل دانشجو-معلمان دانشگاه که در سال تحصیلی ۹۹-۹۸ مشغول به تحصیل بودند را تشکیل می‌دهند که آمار آنان نیز به روش نمونه‌گیری تصادفی ساده بر اساس فرمول نمونه‌گیری کوکران با سطح ۰/۵ برابر با ۷۵ نفر دانشجو بعنوان نمونه انتخاب و پرسشنامه ویژه اساتید شماره یک و پرسشنامه مخصوص فراگیران شماره ۲ بین آنان توزیع و جمع‌آوری گردیدند و در بخش کیفی برای جمع



آوری اطلاعات از روش کتابخانه‌ای، تحلیل محتوای اسناد، مصاحبه‌ها، تکنیک دلفی با خبرگان آموزش و دانشگاهی استفاده شد و در بخش کمی از دو پرسشنامه محقق ساخته مدیریت ارزش و کیفیت عملکرد آموزش با الگوی ایزو ۱۰۰۱۵ استفاده شد.

## ابزار جمع‌آوری اطلاعات

پرسشنامه محقق ساخته مدیریت ارزش: این پرسشنامه مدیریت ارزشها با شش عامل ارزشهای اخلاقی، اجتماعی، اقتصادی، سیاسی، مذهبی و زیبایی که مبتنی بر سنخ بندی آدمیان بنا به نظر ادوارد اشپرانگر فیلسوف آلمانی است که، آلپورت و همکارانش در سال (۱۹۶۰) آزمون بررسی ارزشها تالیف و آن را استاندارد کرده بودند در این پرسشنامه استفاده گردید، که دارای ۶۹ گویه و ۶ بعد، ارزش اخلاقی (۱۲) گویه، ارزش اجتماعی (۱۲) گویه، ارزش اقتصادی (۱۲) گویه ارزش سیاسی (۸)، مذهبی (۸) گویه و زیبایی (۱۲) گویه و ۵ گویه اول جمعیت شناسی را در بر می‌گرفت، که با استفاده از روش لیکرت که یک مقیاس پنج گزینه ای به صورت خیلی زیاد (۵)، زیاد (۴)، متوسط (۳)، کم (۲) و خیلی کم (۱) تنظیم شده است. نمره ابزار و ابعاد با میانگین نمره گویه های پرسشنامه یا ابعاد محاسبه و نمره بالاتر به معنای طراحی مدیریت ارزش می‌باشند. روایی صوری و محتوایی پرسشنامه توسط خبرگان دانشگاهی وروایی - همگرای آنها تأیید شد. همچنین، جهت بررسی روایی سازه و میزان انسجام درونی پرسشنامه مدیریت ارزش با خرده مقیاس آنها، ضرائب همبستگی بین خرده مقیاس ها و نمره کلی نشان دهنده این بود که تمامی خرده مقیاس ها با نمره کلی مدیریت ارزش رابطه معناداری دارند به منظور بررسی روایی عاملی تأییدی، نتایج تحلیل عاملی تأییدی، شاخص نیکویی برازش، شاخص نیکویی برازش تعدیل شده بین ۰/۸۵ تا ۰/۹۰ نشان داد که بیانگر برازش مدل است و از سویی در روایی همگرا معیار میانگین واریانس استخراج شده بود که حداقل مقدار ملاک برای سطح قبوای میانگین آن ۰/۵ می‌باشد که مقدار این در تحقیق برای هر دو بالای ۰/۵ بود، لذا روایی همگرا نیز تأیید شد و همچنین بارهای عاملی مورد تأیید گویه ها ۰/۴ می‌باشد که بار عاملی درهمه گویه ها بالای ۰/۴ بود و لذا موثر بودن همه گویه ها تأیید شد. همچنین پایایی پرسشنامه محقق ساخته ابعاد مدیریت ارزش با روش آلفای کرونباخ ۰/۷۳، ۰/۸۳، ۰/۸۲، ۰/۶۸،

۰/۷۶، ۰/۷۵ محاسبه شد. داده های تکمیل شده با روش تحلیل عاملی اکتشافی و تأییدی و تحلیل مسیر در اولین پرسشنامه مدیریت ارزش وارد نرم افزار (Smart PLS-2) تحلیل شدند.

**پرسشنامه محقق ساخته # کیفیت عملکرد دانشگاه فرهنگیان بالگوی ایزو ۱۰۰۱۵: این- پرسشنامه دارای ۵۷ گویه است و ۴ بعد نیازسنجی آموزشی (۱۲) گویه، طراحی و برنامه ریزی آموزشی (۱۷) گویه، فراهم آوردن آموزش (۱۱) گویه و ارزشیابی آموزش (۱۲) گویه و ۵ گویه اول جمعیت شناسی را دربرمی گرفت، که با استفاده از مقیاس پنج درجه ای لیکرت از یک تا پنج (۱=خیلی کم تا ۵=خیلی زیاد) نمره گذاری می شود.**

روایی صوری و محتوایی پرسشنامه توسط خبرگان دانشگاهی و روایی همگرای آنها تأیید شد. بدین طریق که در روایی محتوایی این مقیاس، توسط پنج نفر از اساتید و متخصصین گروه علوم تربیتی مورد تأیید قرار گرفت و همچنین، جهت بررسی روایی سازه و میزان انسجام درونی پرسشنامه عملکرد سازمانی ۱۰۰۱۵ آموزش، ضرائب همبستگی بین خرده مقیاس ها و نمره کلی نشان دهنده این بود که تمامی خرده مقیاس ها با نمره کلی آن رابطه معناداری دارند به منظور بررسی روایی عاملی تأییدی، نتایج تحلیل عاملی تأییدی، شاخص نیکویی برازش شاخص نیکویی برازش تعدیل شده بین ۰/۸۵ تا ۰/۹۰ نشان داد که بیانگر برازش مدل است و از سویی در روایی همگرا معیار میانگین واریانس استخراج شده بود که حداقل مقدار ملاک برای سطح قبوای میانگین آن ۰/۵ می باشد که مقدار این در تحقیق برای هر دو بالای ۰/۵ بود، لذا روایی همگرا نیز تأیید شد و همچنین بارهای عاملی مورد تأیید گویه ها ۰/۴ می باشد که - بار عاملی در همه گویه ها بالای ۰/۴ بود و لذا موثر بودن همه گویه ها تأیید شد. همچنین پایایی پرسشنامه محقق ساخته کیفیت عملکرد آموزش الگوی ۱۰۰۱۵ در دانشگاه فرهنگیان یعنی نیازسنجی، طراحی و برنامه ریزی، اجرای آموزش و ارزیابی آموزش به ترتیب با روش آلفای کرونباخ ۰/۸۴، ۰/۸۱، ۰/۷۶، ۰/۸۳ محاسبه شد. داده های تکمیل شده با روش تحلیل عاملی اکتشافی و تأییدی و تحلیل مسیر در نرم افزار لیزرل بررسی شد.

## روش تجزیه و تحلیل داده ها

قبل از تجزیه و تحلیل داده ها، نرمال بودن باآزمون کولموگروف اسمیرنوف مورد بررسی قرار گرفت که نتایج آن در جدول (۱) ارائه شده است .

جدول شماره ۱: آزمون کولموگروف - اسمیرنوف

متغیر	تعداد	میانگین	انحراف معیار	کولموگروف اسمیرنوف	سطح معنی داری	نرمال یا غیر نرمال
ارزشهای اخلاقی	۱۲۱	۳/۸۹۶۰	۰/۳۴۱	۰/۹۹۹	۰/۲۷۱	نرمال
ارزشهای اجتماعی	۱۲۱	۴/۰۳۱	۰/۳۸۳	۱/۵۰۵	۰/۲۲۱	نرمال
ارزشهای اقتصادی	۱۲۱	۴/۰۲۶	۰/۳۶۱	۱/۱۶۲	۰/۱۳۴	نرمال
ارزشهای مذهبی	۱۲۱	۴/۰۱۷	۰/۳۴۲	۱/۴۵۷	۰/۱۱۹	نرمال
ارزشهای سیاسی	۱۲۱	۳/۹۳۷	۰/۳۵۸	۱/۰۶۳	۰/۲۰۹	نرمال
ارزشهای زیبایی	۱۲۱	۴/۰۰۹	۰/۳۲۴	۰/۹۳۹	۰/۳۴۱	نرمال
نیازسنجی	۲۷۵	۳/۹۹	۰/۴۰۳	۱/۶۳۲	۰/۱۱۰	نرمال
طراحی و برنامه ریزی	۲۷۵	۴/۰۵۵	۰/۳۲۶	۱/۱۴۱	۰/۱۰۵	نرمال
اجرای آموزش	۲۷۵	۴/۰۹۹	۰/۳۲۷	۱/۹۶۷	۰/۱۲۱	نرمال
ارزشیابی	۲۷۵	۴/۰۲۶	۰/۳۶۴	۱/۰۳۹	۰/۱۴۶	نرمال

جدول شماره ۱ معناداری آزمون کولموگروف - اسمیرنوف آورده شده است، ملاحظه می شود که تمامی متغیرهای پژوهش دارای سطح معنی داری بالاتر از ۰/۰۵ می باشند. بنابراین می توان گفت متغیرهای پژوهش نرمال بوده اند.

## یافته ها

داده‌های کمی حاصل از انجام این تحقیق، با استفاده از آماره‌های توصیفی مثل فراوانی، میانگین و انحراف استاندارد توصیف و در سطح استنباطی نیز از آزمون t دو نمونه مستقل واز تحلیل عاملی تائیدی از فن مدل سازی معادلات ساختاری و تحلیل مسیر با رویکرد روش حداقل مربعات جزئی و با استفاده از نرم افزار smart-PLS2، لیزرل برای بررسی همه جانبه و کامل مدل مفهومی پژوهش بهره وافر گرفته شده است.

## جدول شماره ۲: اطلاعات توصیفی مربوط به متغیرهای پژوهش

متغیر	تعداد سوالات	حداقل	حداکثر	میانگین	انحراف معیار
ارزش اخلاقی	۱۲ سوال	۲/۹۲	۴/۵۰	۳/۸۹	۰/۳۴
ارزش اجتماعی	۱۲ سوال	۳/۰۰	۴/۹۲	۴/۰۳	۰/۳۸
ارزش اقتصادی	۱۲ سوال	۳/۰۰	۴/۷۵	۴/۰۲	۰/۳۶
ارزش سیاسی	۸ سوال	۳/۰۰	۴/۶۳	۳/۹۳	۰/۳۵
ارزش مذهبی	۸ سوال	۳/۱۳	۴/۶۳	۴/۰۱	۰/۳۴
ارزش زیبایی	۱۲ سوال	۳/۲۵	۵/۰۰	۴/۰۰	۰/۳۲
نیازسنجی	۱۲ سوال	۲/۷۵	۴/۷۵	۳/۹۹	۰/۴۰
طراحی و برنامه ریزی	۱۷ سوال	۳/۰۰	۴/۷۱	۴/۰۵	۰/۳۲
فراهم آوردن آموزش	۱۱ سوال	۳/۰۹	۴/۹۱	۴/۰۹	۰/۳۲
ارزشیابی نتایج	۱۲ سوال	۳/۱۷	۴/۸۳	۴/۰۲	۰/۳۶

## بررسی #سوالات تحقیق

برای بررسی سوالات تحقیق ابتدا ضرایب مسیر و معناداری آنان با نرم افزار لیزرل محاسبه گردیده است که شرح آنان در ذیل ارائه می گردد:

۱- تأثیر ارزش های اخلاقی (ابعاد مدیریت ارزش) بر شاخص های عملکرد ۱۰۰۱۵ آموزش (نیازسنجی آموزش، طراحی و برنامه ریزی آموزشی، اجرای آموزش و ارزشیابی نتایج آموزش) دانشگاه فرهنگیان به چه میزان است؟

جدول شماره ۳: تاثیر ارزش های اخلاقی بر شاخص های ایزو ۱۰۰۱۵ آموزش در دانشگاه فرهنگیان

متغیر مستقل	متغیر وابسته	ضریب مسیر	t-value	نتیجه سوال
ارزش اخلاقی	نیازسنجی	۰/۹۳	۹/۲۴	تاثیر مثبت دارد
ارزش اخلاقی	طراحی و برنامه ریزی	۰/۴۸	۲/۵۲	تاثیر مثبت دارد
ارزش اخلاقی	اجرای آموزش	۰/۳۲	۲/۰۷	تاثیر مثبت دارد
ارزش اخلاقی	ارزشیابی آموزش	۰/۵۲	۳/۵۹	تاثیر مثبت دارد

بر اساس یافته های جدول شماره ۳، اثر مستقیم مؤلفه های متغیر ارزش اخلاقی بر نیازسنجی با ضریب محاسبه شده ۰/۹۳، بر طراحی و برنامه ریزی آموزشی در دانشگاه فرهنگیان ۰/۴۸، بر اجرای آموزش در دانشگاه ۰/۳۲ و بر ارزشیابی نتایج عملکرد در دانشگاه ۰/۵۲ است. که مثبت

و در سطح ۰/۰۵ معنی دار است. بدین معنا که با افزایش ارزش اخلاقی از ابعاد مدیریت ارزش به اندازه یک واحد ۰/۹۳، واحد افزایش در نیازسنجی، ۰/۴۸ واحد در طراحی ۰/۳۲، واحد در اجرای آموزشی و ۰/۵۲ واحد در ارزشیابی نتایج عملکرد دانشگاه فرهنگیان واحد بوشهر روی می دهد. ضریب معنی داری این رابطه یا آماره t آزمون در نیازسنجی ۹/۲۴، در طراحی ۲/۵۲ در اجرای آموزش ۲/۰۷ و در ارزشیابی ۳/۵۹ به دست آمده است که همگی آنان بزرگتر از مقدار بحرانی t در سطح خطای ۰/۰۵ یعنی ۱/۹۶ بوده و نشان می دهد همبستگی مشاهده شده معنادار است. بنابراین بر اساس یافته های این پژوهش در ارتباط با سؤال اول تحقیق، می توان گفت: متغیر اخلاقی از ابعاد مدیریت ارزش بر عملکرد آموزشی دانشگاه فرهنگیان واحد بوشهر تأثیر مثبت و معناداری دارد.

۲- تأثیر ارزش های اجتماعی (ابعاد مدیریت ارزش) بر شاخص های عملکرد ۱۰۰۱۵ آموزش (نیازسنجی آموزش، طراحی و برنامه ریزی آموزشی، فراهم آوردن آموزش و ارزشیابی نتایج آموزش) دانشگاه فرهنگیان تا چه میزان است؟

جدول شماره ۴: تاثیر ارزش های اجتماعی بر شاخص های ایزو ۱۰۰۱۵ آموزش در دانشگاه فرهنگیان

متغیر مستقل	متغیر وابسته	ضریب مسیر	t-value	نتیجه سوال
ارزش اجتماعی	نیازسنجی	۰/۷۰	۴/۲۸	تاثیر مثبت دارد
ارزش اجتماعی	طراحی و برنامه ریزی	۰/۹۹	۴/۸۳	تاثیر مثبت دارد
ارزش اجتماعی	اجرای آموزش	۰/۵۹	۳/۵۵	تاثیر مثبت دارد
ارزش اجتماعی	ارزشیابی آموزش	۰/۳۶	۲/۸۶	تاثیر مثبت دارد

بر اساس یافته های جدول شماره ۴، اثر مستقیم مؤلفه های متغیر ارزش اجتماعی بر نیازسنجی با ضریب محاسبه شده ۰/۷۰، بر طراحی و برنامه ریزی آموزشی در دانشگاه فرهنگیان ۰/۹۹، بر اجرای آموزش در دانشگاه ۰/۵۹ و بر ارزشیابی نتایج عملکرد در دانشگاه ۰/۳۶ است. که مثبت و در سطح ۰/۰۵ معنی دار است. بدین معنا که با افزایش ارزش اجتماعی از ابعاد مدیریت ارزش به اندازه یک واحد، ۰/۷۰ واحد افزایش در نیازسنجی، ۰/۹۹ واحد در طراحی، ۰/۵۹ واحد در اجرای آموزشی و ۰/۳۶ واحد در ارزشیابی نتایج عملکرد دانشگاه فرهنگیان واحد بوشهر روی می دهد. ضریب معنی داری این رابطه یا آماره t آزمون در نیازسنجی ۴/۲۸، در طراحی ۴/۸۳، در اجرای آموزش ۳/۵۵ و در ارزشیابی ۲/۸۶ به دست

آمده است که همگی آنان بزرگتر از مقدار بحرانی  $t$  در سطح خطای ۵/۰ یعنی ۱/۹۶ بوده و نشان می‌دهد همبستگی مشاهده شده معنادار است. بنابراین براساس یافته‌های این پژوهش درارتباط با سؤال دوم تحقیق، می‌توان گفت: متغیراجتماعی از ابعاد مدیریت ارزش بر عملکرد آموزشی دانشگاه فرهنگیان واحد بوشهر تأثیر مثبت و معناداری دارد.

۳- تأثیر ارزش های اقتصادی (ابعاد مدیریت ارزش) بر شاخص های عملکرد ۱۰۰۱۵ آموزش (نیازسنجی آموزش، طراحی و برنامه ریزی، فراهم آوردن آموزش و ارزشیابی نتایج آموزش) دانشگاه فرهنگیان تا چه میزان است؟

جدول شماره ۵: تاثیر ارزش های اقتصادی بر شاخص های ایزو ۱۰۰۱۵ آموزش در دانشگاه فرهنگیان

متغیر مستقل	متغیر وابسته	ضریب مسیر	t-value	نتیجه سوال
ارزش اقتصادی	نیازسنجی	۰/۳۲	۲/۶۹	تأثیر مثبت دارد
ارزش اقتصادی	طراحی و برنامه‌ریزی	۰/۹۳	۴/۰۳	تأثیر مثبت دارد
ارزش اقتصادی	اجرای آموزش	۰/۶۳	۳/۹۶	تأثیر مثبت دارد
ارزش اقتصادی	ارزشیابی آموزش	۰/۳۸	۲/۵۹	تأثیر مثبت دارد

براساس یافته های جدول شماره ۵، اثرمستقیم مؤلفه های متغیرارزش اقتصادی بر نیازسنجی با ضریب محاسبه شده ۰/۳۲، برطراحی و برنامه ریزی آموزشی در دانشگاه فرهنگیان ۰/۹۳، بر اجرای آموزش در دانشگاه ۰/۶۳ و برارزشیابی نتایج عملکرد در دانشگاه ۰/۳۸ است. که مثبت و در سطح ۰/۰۵ معنی دار است. بدین معنا که با افزایش ارزش اقتصادی از ابعاد مدیریت ارزش به اندازه یک واحد ۰/۳۲ واحد افزایش در نیازسنجی، ۰/۹۳ واحد درطراحی، ۰/۶۳ واحد در اجرای آموزشی و ۰/۳۸ واحد در ارزشیابی نتایج عملکرد دانشگاه فرهنگیان واحد بوشهر روی می‌دهد. ضریب معنی داری این رابطه یا آماره  $t$  آزمون در نیازسنجی ۲/۶۹، در طراحی ۴/۰۳، در اجرای آموزش ۳/۹۶ و در ارزشیابی ۲/۵۹ به دست آمده است که همگی آنان بزرگتر از مقدار بحرانی  $t$  در سطح خطای ۵/۰ یعنی ۱/۹۶ بوده و نشان می‌دهد همبستگی مشاهده شده معنادار است. بنابراین براساس یافته‌های این پژوهش درارتباط با سؤال سوم تحقیق، می‌توان گفت: متغیراقتصادی از ابعاد مدیریت ارزش بر عملکرد آموزشی دانشگاه فرهنگیان واحد بوشهر تأثیر مثبت و معناداری دارد.

۴- تأثیر ارزش های سیاسی (ابعاد مدیریت ارزش) بر شاخصهای عملکرد ۱۰۰۱۵ آموزش (نیازسنجی آموزش، طراحی و برنامه ریزی آموزشی، فراهم آوردن آموزش و ارزشیابی نتایج آموزش) دانشگاه فرهنگیان تا چه میزان است؟

جدول شماره ۶: تاثیر ارزش های سیاسی بر شاخص های ایزو ۱۰۰۱۵ آموزش در دانشگاه فرهنگیان

متغیر مستقل	متغیر وابسته	ضریب مسیر	t-value	نتیجه سوال
ارزش سیاسی	نیازسنجی	۰/۳۵	۲/۵۱	تاثیر مثبت دارد
ارزش سیاسی	طراحی و برنامه ریزی	۰/۹۸	۳/۳۲	تاثیر مثبت دارد
ارزش سیاسی	اجرای آموزش	۰/۸۰	۲/۶۹	تاثیر مثبت دارد
ارزش سیاسی	ارزشیابی آموزش	۰/۴۵	۲/۷۱	تاثیر مثبت دارد

براساس یافته های جدول شماره ۶، اثر مستقیم مؤلفه های متغیر ارزش سیاسی بر نیازسنجی با ضریب محاسبه شده ۰/۳۵، بر طراحی و برنامه ریزی آموزشی در دانشگاه فرهنگیان ۰/۹۸، بر اجرای آموزش در دانشگاه ۰/۸۰ و بر ارزشیابی نتایج عملکرد در دانشگاه ۰/۴۵ است. که مثبت و در سطح ۰/۰۵ معنی دار است. بدین معنا که با افزایش ارزش سیاسی از ابعاد مدیریت ارزش به اندازه یک واحد، ۰/۳۵ واحد افزایش در نیازسنجی، ۰/۹۸ واحد در طراحی، ۰/۸۰ واحد در اجرای آموزشی و ۰/۴۵ واحد در ارزشیابی نتایج عملکرد دانشگاه فرهنگیان واحد بوشهر روی می دهد. ضریب معنی داری این رابطه یا آماره t آزمون در نیازسنجی ۲/۵۱، در طراحی ۳/۳۲، در اجرای آموزش ۲/۶۹ و در ارزشیابی ۲/۷۱ به دست آمده است که همگی آنان بزرگتر از مقدار بحرانی t در سطح خطای ۰/۰۵ یعنی ۱/۹۶ بوده و نشان می دهد همبستگی مشاهده شده معنادار است. بنابراین براساس یافته های این پژوهش در ارتباط با سؤال چهارم تحقیق، می توان گفت: متغیر سیاسی از ابعاد مدیریت ارزش بر عملکرد آموزشی دانشگاه فرهنگیان واحد بوشهر تأثیر مثبت و معناداری دارد.

۵- تأثیر ارزش های مذهبی از ابعاد مدیریت ارزش بر شاخص های عملکرد ۱۰۰۱۵ آموزش (نیازسنجی آموزش، طراحی و برنامه ریزی آموزشی، فراهم آوردن آموزش و ارزشیابی نتایج آموزش) دانشگاه فرهنگیان تا چه میزان است؟

جدول شماره ۷: تاثیر ارزشهای مذهبی بر شاخص های ایزو ۱۰۰۱۵ آموزش در دانشگاه فرهنگیان

متغیر مستقل	متغیر وابسته	ضریب مسیر	t-value	نتیجه سوال
ارزش مذهبی	نیازسنجی	۰/۴۹	۲/۶۱	تاثیر مثبت دارد
ارزش مذهبی	طراحی و برنامه ریزی	۰/۹۶	۳/۶۵	تاثیر مثبت دارد
ارزش مذهبی	اجرای آموزش	۰/۶۲	۲/۷۴	تاثیر مثبت دارد
ارزش مذهبی	ارزیابی آموزش	۰/۴۸	۳/۱۷	تاثیر مثبت دارد

بر اساس یافته های جدول شماره ۷، اثر مستقیم مؤلفه های متغیر ارزش مذهبی بر نیازسنجی با ضریب محاسبه شده ۰/۴۹، بر طراحی و برنامه ریزی آموزشی در دانشگاه فرهنگیان ۰/۹۶، بر اجرای آموزش در دانشگاه ۰/۶۲ و بر ارزشیابی نتایج عملکرد در دانشگاه ۰/۴۸ است. که مثبت و در سطح ۰/۰۵ معنی دار است. بدین معنا که با افزایش ارزش مذهبی از ابعاد مدیریت ارزش به اندازه یک واحد ۰/۴۹ واحد افزایش در نیازسنجی، ۰/۹۶ واحد در طراحی، ۰/۶۲ واحد در اجرای آموزشی و ۰/۴۸ واحد در ارزشیابی نتایج عملکرد دانشگاه فرهنگیان واحد بوشهر روی می دهد. ضریب معنی داری این رابطه یا آماره t آزمون در نیازسنجی ۲/۶۱، در طراحی ۳/۶۵، در اجرای آموزش ۲/۷۴ و در ارزشیابی ۳/۱۷ به دست آمده است که همگی آنان بزرگتر از مقدار بحرانی t در سطح خطای ۰/۰۵ یعنی ۱/۹۶ بوده و نشان می دهد همبستگی مشاهده شده معنادار است. بنابراین بر اساس یافته های این پژوهش در ارتباط با سؤال پنجم تحقیق، می توان گفت: متغیر مذهبی از ابعاد مدیریت ارزش بر عملکرد آموزشی دانشگاه فرهنگیان واحد بوشهر تأثیر مثبت و معناداری دارد.

۶- تأثیر ارزش های زیبایی (ابعاد مدیریت ارزش) بر شاخص های عملکرد ۱۰۰۱۵ آموزش (نیازسنجی آموزش، طراحی و برنامه ریزی، فراهم آوردن آموزش و ارزشیابی نتایج آموزش) دانشگاه فرهنگیان تا چه میزان است؟



جدول شماره ۸: تاثیر ارزش های زیبایی بر شاخص های ایزو ۱۰۰۱۵ آموزش در دانشگاه فرهنگیان

متغیر مستقل	متغیر وابسته	ضریب مسیر	t-value	نتیجه سوال
ارزش زیبایی	نیازسنجی	۰/۳۱	۳/۱۱	تاثیر مثبت دارد
ارزش زیبایی	طراحی و برنامه ریزی	۰/۴۶	۳/۱۱	تاثیر مثبت دارد
ارزش زیبایی	اجرای آموزش	۰/۶۰	۴/۳۱	تاثیر مثبت دارد
ارزش زیبایی	ارزیابی آموزش	۰/۵۳	۳/۴۸	تاثیر مثبت دارد

بر اساس یافته های جدول شماره ۸، اثر مستقیم مؤلفه های متغیر ارزش زیبایی بر نیازسنجی با ضریب محاسبه شده ۰/۳۱، بر طراحی و برنامه ریزی آموزشی در دانشگاه فرهنگیان ۰/۴۶، بر اجرای آموزش در دانشگاه ۰/۶۰ و بر ارزشیابی نتایج عملکرد در دانشگاه ۰/۵۳ است. که مثبت و در سطح ۰/۰۵ معنی دار است. بدین معنا که با افزایش ارزش زیبایی از ابعاد مدیریت ارزش به اندازه یک واحد، ۰/۳۱ واحد افزایش در نیازسنجی، ۰/۴۶ واحد در طراحی، ۰/۶۰ واحد در اجرای آموزشی و ۰/۵۳ واحد در ارزشیابی نتایج عملکرد دانشگاه فرهنگیان واحد بوشهر روی می دهد. ضریب معنی داری این رابطه یا آماره t آزمون در نیازسنجی ۳/۱۱، در طراحی ۳/۱۱، در اجرای آموزش ۴/۳۱ و در ارزشیابی ۳/۴۸ به دست آمده است که همگی آنان بزرگتر از مقدار بحرانی t در سطح خطای ۰/۰۵ یعنی ۱/۹۶ بوده و نشان می دهد همبستگی مشاهده شده معنادار است. بنابراین بر اساس یافته های این پژوهش در ارتباط با سؤال ششم تحقیق، می توان گفت: متغیر زیبایی از ابعاد مدیریت ارزش بر عملکرد آموزشی دانشگاه فرهنگیان واحد بوشهر تأثیر مثبت و معناداری دارد.

### بحث و نتیجه گیری

پژوهش حاضر با هدف بررسی تاثیر ابعاد و مولفه های مدیریت ارزش بر عملکرد سازمانی مبتنی بر استاندارد ایزو ۱۰۰۱۵ انجام شد. نظریه مدیریت ارزش، رابطه مثبت و معنی داری را با عملکرد سازمانی مبتنی بر استاندارد ایزو ۱۰۰۱۵ نشان می دهد.

**نتایج حاصل از اولین سوال تحقیق حاضر نشان می دهد** که ارزش های اخلاقی بر شاخص های ایزو ۱۰۰۱۵ آموزش در دانشگاه فرهنگیان تاثیر مثبت و معنادار دارد با توجه به نتایج تحقیق، متغیر ارزشهای اخلاقی از ۳ مولفه اساسی با عناوین ۱-حاکمیت شایسته‌گزینی و شایسته‌سالاری در دانشگاه ۲- بازمهندسی و بهبود مستمر فرایندهای کسب و کار ۳- مراعات منشور اخلاقی دانشگاه استفاده شده است. شاخص ارزش اخلاقی "حاکمیت شایسته‌سالاری و شایسته‌گزینی در سازمان و آموزش و توانمندسازی کارکنان" با میانگین ۴/۹۰ و انحراف معیار ۰/۶۷ از اهمیت بیشتری نسبت به سایر زیر شاخص های ارزش های اخلاقی برخوردار می باشد. به طور کلی از نظر (خبرگان) طبق نتایج بدست آمده ارزش اخلاقی در نیازسنجی با ضریب تاثیر ۰/۹۳ در رتبه اول و در اجرای آموزش با ضریب تاثیر ۰/۳۲ رتبه آخر قرار دارد. نتیجه این سوال از تحقیق نشان می دهد: ۱- وقتی سازمانی ارزش های اخلاقی نظیر حاکمیت شایسته‌سالاری و شایسته‌گزینی در سازمان و امر آموزش کارکنان جهت توانمندسازی و بهسازی آنان را وجهه همت خود قرار دهد و تصویری واضح از رسالت و ارزش هایش داشته باشد، دارای اساس محکمی برای تعالی بخشیدن به مدیریت خود و قرین ساختن آن با رسالت و ارزش های واقعی است (بلانچارد و اوکانر، ۸۲). ۲- نتایج حاضر چنین استنباط می گردد که ارزش های اخلاقی با سه زیرشاخص فرعی آن می تواند منجر به بهبود عملکرد ایزو ۱۰۰۱۵ آموزش در دانشگاه فرهنگیان شود. ۳) چنانچه هرسازمانی بخواهد شاخص های ۱۰۰۱۵ آموزش را در سازمان و یا اداره تحت سرپرستی خود اجرا و پیاده سازی نماید باید به ارزش های اخلاقی و شاخص های زیر مجموعه آن توجه و بصورت دوره‌ایی نسبت به پالایش، بازآفرینی، روزآمدی و کارآیی آن ارزشها متناسب با فلسفه و ماهیت وجودی آن سازمان اقدام نماید و با تمرکز بر آن ارزش ها آن چهار شاخص را برای نتایج مطلوب اجرا و پیاده سازی نماید. ۴- بنابراین ارزش های اخلاقی بعنوان ارزش های پایه زیر بنای مدیریت مبتنی بر ارزش هستند ولی باید به صورت متعارف در کنار سایر ارزش های کسب و کار به کار گرفته شوند. ۵- اینکه ارزش های اخلاقی مسیر دستیابی به اهداف را ترسیم می کنند، بنابراین هم در زمینه اتخاذ تصمیمات وهم دگرگونی و نیل به اهداف بویژه اهداف استراتژیک نقش بنیادی دارند. همچنین نتایج این سوال از تحقیق با این عنوان که ارزش اخلاقی بالاترین رتبه در نیازسنجی به دست آمده باشد یافت نشد. ولی با تحقیق مشابهی که توسط شریفیان و مصلی نژاد (۱۳۹۴) با عنوان ارزیابی سلسله مراتب ارزش ها و منابع تاثیر گذار بر باورهای داوطلبان

ورود به رشته تربیت بدنی انجام داده بودند همسو می باشد که به این نتیجه دست یافتند از بین شش ارزش مورد بررسی در این تحقیق، ارزش اخلاقی دارای بالاترین رتبه و ارزش سیاسی دارای پایین ترین رتبه بود و ارزش های اجتماعی، معنوی، اقتصادی و هنری به ترتیب در رتبه های دوم تا پنجم قرار گرفتند. نتایج این تحقیق با نتایج تحقیق روبین-ال-رسچک و سیگنیکا سین، دالگارد-پارک، چن، جانگ و دالگارد (۲۰۱۳)، دین و بوئن (۱۹۹۴) ایمیلیانی (۲۰۰۳) ایمیلیانی و ایمیلیانی (۲۰۱۳)، هلستن کلیفس (۲۰۰۰); لاکشم (۲۰۰۶)، لیکروکنویس (۲۰۱۲)، ساسیکودییونی (۱۹۹۷) والدمن و همکاران (۱۹۹۸)، دیزایراچ. وندان و همکاران (۲۰۱۷) نیز به طریقی مشابه و همسو است.

**نتایج حاصل از دومین سوال تحقیق حاضر نشان می دهد که ارزش های اجتماعی بر شاخص های ایزو ۱۰۰۱۵ آموزش در دانشگاه فرهنگیان تاثیر مثبت و معنادار دارد با توجه به نتایج تحقیق برای متغیر ارزش های اجتماعی از ۳ مولفه فرعی) ۱- جدیت در انجام وظایف با تاکید بر جذابیت شغلی، تیم سازی و توجه مهارت های فردی، گروهی و سازمانی ۲- مدیریت اثر بخش تغییر (سازگاری و انطباق پذیری) ۳- برقراری روابط و مناسبات انسانی توأم با احترام متقابل و برخوردار از حمایت اجتماعی استفاده شده است. از نظر (خبرگان) در مولفه ارزش های اجتماعی با سه زیر شاخص عنوان شده، شاخص ارزش اجتماعی " برقراری روابط و مناسبات انسانی توأم با احترام متقابل و برخوردار از حمایت اجتماعی" با میانگین ۴/۱۹ و انحراف معیار ۰/۶۶ از اهمیت بیشتری نسبت به سایر زیر شاخص های ارزش های اجتماعی - برخورداری باشد. به طور کلی از نظر خبرگان) در مولفه ارزش های اجتماعی طبق نتایج بدست آمده از شاخص طراحی و برنامه ریزی آموزش با ضریب تاثیر ۰/۹۹ بالاترین رتبه و در شاخص ارزشیابی آموزش با ضریب تاثیر ۰/۳۶ پائین ترین رتبه یا آخرین رتبه قرار دارد. از نتایج تحقیق - چنین استنباط می گردد: چنانچه دانشگاه بخواهد در طراحی و برنامه ریزی دوره های آموزشی که یکی از شاخص های ۱۰۰۱۵ آموزش می باشد گام بردارد باید اول در بهره گیری از شیوه های نوین و مؤثر آموزشی از قبیل آموزش های کارگاهی، آموزش های تعاملی و گروهی و همچنین استفاده از نرم افزارهای چند رسانه ای برای تسهیل در انتقال مطالب به فراگیران و اضافه بر آن در برنامه ریزی، سیاستگذاری خرد و کلان آموزشی و... تلاش کند. ۲- برای رفع نقاط ضعف نظام آموزش دانشجویان و اساتید در دانشگاه و تدوین برنامه آموزشی جامع برای ارائه انواع**

آموزش‌های دانشی، بینشی و مهارتی ویژه مدیران و کارکنان برای پست‌های مختلف به ارزش‌های اجتماعی به خصوص شاخص‌های فرعی تأیید شده از زیرمجموعه آن برقراری روابط مفید و سازنده توأم با احترام متقابل و برخوردار از حمایت اجتماعی توجه ویژه نماید. بنابراین در شروع هزاره سوم، مهمترین ساز و کارهای دستیابی به ارزش‌های جدید، در تعاملات و مراودات محیطی و در نقاط مرزی سازمان هاست (یعنی ارزش‌های اجتماعی). سازمان‌هایی که به عنوان یک جامعه یا خانواده وابسته به یکدیگر عمل می‌نمایند (کردی، قدمی و آفتاب‌آذری، ۹۲). نتایج این سوال از تحقیق با تحقیقات داریاپور (۱۳۸۳) که بر ارزش‌های محیط زیست، امنیت برای خانواده، احترام به والدین و بزرگترها، استقلال و آرامش درونی پنج ارزش اجتماعی بودند که از نظر پاسخگویان اولویت بالایی داشتند. اولویت ارزشی جامعه مورد بررسی: سنت، امنیت، خیرخواهی، جهان‌گرایی، همنوایی، استقلال، موفقیت، قدرت، انگیزش و لذت نیز که بر ارزش‌های اجتماعی مدیریت ارزش می‌باشد مطابقت دارد. با تحقیقات دیزایراچ، وندان و همکاران (۲۰۱۷) نیز که نشان دادند رفتارهای رابطه‌گرای مثبت، احترام متقابل از ارزش‌های اجتماعی در کار برای رهبران ضعیف موثر اساسی و ضروری است همخوانی دارد که به شناسایی مؤلفه‌های ارزش‌های اجتماعی تأکید کرده بودند مطابقت و همسو می‌باشد.

**نتایج حاصل از سومین سوال تحقیق حاضر نشان می‌دهد:** ارزش‌های اقتصادی بر شاخص‌های ایزو ۱۰۰۱۵ آموزش در دانشگاه فرهنگیان تأثیر مثبت و معنادار دارد. با توجه به نتایج تحقیق برای متغیر ارزش‌های اقتصادی از ۳ متغیر آشکار (مؤلفه فرعی) با عبارات ۱- توسعه مزیت‌های رقابتی (سودآوری، کارآفرینی) ۲- تأکید بر تحقیق، پژوهش و تولید علم ۳- دسترسی فراگیر اطلاعاتی به دانش جدید و شبکه‌ای اقتصادی نوآوری استفاده شده است. از نظر (خبرگان) در مؤلفه ارزش‌های اقتصادی با سه زیر شاخص عنوان شده شاخص ارزش اقتصادی "تأکید بر تحقیق، پژوهش و تولید علم (دانایی محوری، اقتصاد مبتنی بر دانش)" با میانگین ۴/۳۳ و انحراف معیار ۰/۶۳ از اهمیت بیشتری نسبت به سایر زیر شاخص‌های ارزش‌های اقتصادی برخوردار می‌باشد. طبق نتایج بدست آمده به طور کلی ارزش اقتصادی - در شاخص طراحی و برنامه‌ریزی آموزشی با ضریب تأثیر ۰/۹۳ بالاترین رتبه و در شاخص - نیازسنجی با ضریب تأثیر ۰/۳۲ پایین‌ترین و یا آخرین رتبه قرار دارد. نتیجه این تحقیق نشان

می‌دهد: چنانچه دانشگاه بخواهد در طراحی و برنامه‌ریزی دوره های آموزشی که یکی از شاخص های ۱۰۰۱۵ آموزش می‌باشد گام بردارد. (۱)- باید در برنامه‌ریزی جامع به ملاحظات مالی؛ به منظور افزایش سرانه آموزشی اساتید، دانشجویان و مدیران متناسب با سرانه آموزشی سازمان های موفق داخلی و خارجی، در راستای شاخص های فرعی تأیید شده ارزش های اقتصادی (تحقیق و پژوهش، اقتصاد دانایی محور برای اجرای برتر طراحی و برنامه ریزی و سایر شاخص های ۱۰۰۱۵ آموزش در دانشگاه فرهنگیان توجه وافر نماید. نتایج حاصل از این سوال از تحقیق با تحقیقات برزوفرهی بوزنجانی، محمد ابراهیم سنجقی، محمد بازرگانی و محمد رضا سلطانی (۱۳۹۲) مطابقت دارد، که معتقدند هرسازمان در بعد فرهنگ تحول گرا بردانایی محوری تاکید دارند. همچنین نتایج حاصل از این سوال از تحقیق با تحقیق مایکل پورتر (۱۹۹۸) نیز که بر دسترسی فراگیر اطلاعاتی به دانش جدید از زیر مجموعه ارزش های اقتصادی است، همسو می باشد.

**نتایج حاصل از چهارمین سوال تحقیق حاضر نشان می دهد:** ارزش های سیاسی بر شاخص های ایزو ۱۰۰۱۵ آموزش در دانشگاه فرهنگیان تاثیر مثبت و معنادار دارد. با توجه به نتایج تحقیق برای متغیر ارزش های سیاسی از ۲ مؤلفه فرعی با عبارات ۱- توسعه مسیر پیشرفت و امنیت شغلی ۲- دارا بودن نفوذ، قدرت و شهرت در شغل استفاده شده است. به طور کلی از نظر (خبرگان) در مؤلفه ارزش های سیاسی با دو زیر شاخص عنوان شده، شاخص - ارزش سیاسی "دارا بودن نفوذ، قدرت و کسب شهرت در شغل"، با میانگین ۴/۱۸ و انحراف معیار ۰/۶۱ و واریانس ۰/۳۸ از اهمیت بیشتری نسبت به سایر زیرشاخص های ارزش های - سیاسی برخوردار می‌باشد. در تبیین نتایج این سؤال از تحقیق باید گفت دانشگاه فرهنگیان جهت مزیت رقابتی برتر با سایر دانشگاه های کشور باید به مؤلفه های ارزش سیاسی در امر طراحی و برنامه ریزی آموزشی نیز توجه داشته باشد و با نفوذ و قدرت برتر در ارائه خدمات فرهنگی با کیفیت درامیادگیری، تدریس و پژوهش گام بردارد و از مشارکت آحاد اندیشمندان استفاده نماید طبق نتایج بدست آمده بطور کلی ارزش سیاسی در شاخص طراحی و برنامه‌ریزی آموزشی با ضریب تاثیر ۰/۹۸ بالاترین رتبه و در شاخص نیازسنجی با ضریب تاثیر ۰/۳۵ پائین ترین یا آخرین رتبه قرار دارد. نتایج حاصل از این نوع سوال از تحقیق با تحقیقات ماجآرس لانجیک، کالادزیکووسنا زابکر (۲۰۱۷) که بر ارزش های ادراک شده از جمله اعتبار، شهرت و کیفیت ارتباطات شرکت ها و نتایج آن بر رضایتمندی و وفاداری مشتریان از ارزش

های سیاسی می باشد مطابقت دارد. نتایج این تحقیق با تحقیقات شواتز (۲۰۰۹) که بر قدرت، خود گردانی، تحقق پذیری، تحریک، جهانی سازی، خیرخواهی، انطباق پذیری، سنت و امنیت و غیره از ارزش های سیاسی تاکید دارد مطابقت می نماید. نتایج این تحقیق با تحقیقات هاوس و همکاران (۲۰۰۳) که بر ارزش هایی سیاسی عملکردگرایی، آینده نگری، قاطعیت، فاصله قدرت، توجه به انسان (نوع دوستی)، جمع گرایی درون گروهی، جمع گرایی بین گروهی، اجتناب از عدم اطمینان و برابری جنسیتی می باشد مطابقت دارد.

**نتایج حاصل از پنجمین سوال تحقیق حاضر نشان می دهد:** ارزش های مذهبی بر شاخص های ایزو ۱۰۰۱۵ آموزش در دانشگاه فرهنگیان تاثیر مثبت و معنادار دارد. با توجه به نتایج تحقیق برای متغیر ارزش های مذهبی از ۲ متغیر آشکار (گویه) ۱- نیل به اهداف و کمال گرایی ۲- امید آفرینی و نشاط انگیز بودن امور سازمانی استفاده شده است. به طور کلی از نظر (خبرگان) در مولفه ارزش های مذهبی با دو زیرشاخص عنوان شده، شاخص ارزش- مذهبی "امیدآفرینی و نشاط برانگیز بودن امور سازمانی"، بامیانگین ۴/۱۲۰ و انحراف معیار ۰/۶۲ از اهمیت بیشتری نسبت به سایر زیر شاخص های ارزش های مذهبی برخوردار می باشد. - بطور کلی ارزش مذهبی در شاخص طراحی و برنامه ریزی آموزشی با ضریب تاثیر ۰/۹۶ بالاترین رتبه و در شاخص نیازسنجی ۰/۴۸ پایین ترین یا آخرین ترین رتبه قرار دارد. نتیجه این سوال از تحقیق نشان می دهد چنانچه سازمانی بخواهد در طراحی و برنامه ریزی دوره های آموزشی که یکی از شاخص های ۱۰۰۱۵ آموزش می باشد گام بردارد باید در محدودیت ها و الزامات ها (قوانین، خط مشی ها، زمان بندی برنامه، قابلیت دسترسی، انگیزش توانایی افراد به آموزش، پیمانکاران معتبر آموزش، روش های آموزش بالقوه جهت تأمین نیازهای آموزشی، دوره ها و کارگاه ها در داخل و بیرون دانشگاه؛ کارآموزی ها؛ تربیت و مشاوره در حین کار؛ خودآموزی) به ارزش های مذهبی و شاخص های زیر مجموعه آن (امیدآفرینی و نشاط برانگیز بودن امور سازمانی توجه وافر نشان دهد و سیاستگذاری و برنامه ریزی با توجه به ارزش های مذهبی و مکتبی بودن را سرلوحه کار خود قرار دهد. نتایج این سؤال از تحقیق با تحقیق مدل فرهنگی ساشکین (۱۹۹۳) نیز که بر تعالی گرایی و امیدآفرینی تاکید دارند، مطابقت دارد. تحقیق نوربالا و همکاران (۱۳۸۶) تحقیقی انجام دادند نیز مطابقت دارد که نتایج نشان داد ارزش های دینی و اجتماعی در تمام مراحل تحقیق اولویت های اول و دوم به شمار می روند و ارزش هنری یا زیبایی آخرین سنخ ارزشی دانشجویان است. مقایسه ارزش های دانشجویان نشان داد که با

وجود کاهش ارزش های مذهبی، نظری و اغلب ارزش سیاسی در سال دوم مطالعات، همواره ارزش مذهبی بعنوان ارزش برتر دانشجویان است.

**نتایج حاصل از ششمین سؤال تحقیق حاضر نشان می دهد:** ارزش های زیبایی بر شاخص های ایزو ۱۰۰۱۵ آموزش در دانشگاه فرهنگیان تاثیر مثبت و معنادار دارد. با توجه به نتایج تحقیق برای متغیر ارزش های زیبایی از ۳ متغیر آشکار (مؤلفه) با عبارات ۱- روابط منطقی و هدفمند بین مشاغل، (استانداردهای رسمی) ۲- توانمندی فرهنگی در هماهنگی ارزش ها و باورها ۳- برخورداری از شبکه اطلاعاتی هوشمند و دقیق در کنترل و نظارت در انجام کار استفاده شده است. به طور کلی از نظر (خبرگان) در مؤلفه ارزش های زیبایی با سه زیر شاخص عنوان شده، شاخص ارزش زیبایی " برخورداری از شبکه اطلاعاتی هوشمند و دقیق در کنترل و نظارت در انجام کار"، با میانگین ۴/۳۹۰ و انحراف معیار ۰/۶۳۸ از اهمیت بیشتری نسبت به سایر زیر شاخص های ارزش های زیبایی برخوردار می باشد. طبق نتایج بدست آمده بطور کلی ارزش زیبایی در شاخص فراهم آوردن آموزش یا اجرای آموزش با ضریب تاثیر ۰/۶۰ بالاترین رتبه و در شاخص نیازسنجی با ضریب تاثیر ۰/۳۱ پایین ترین یا آخرین تاثیر رتبه قرار دارد. نتیجه این سوال از تحقیق نشان می دهد چنانچه دانشگاه بخواهد در شاخص فراهم آوردن آموزش و مؤلفه های زیر مجموعه آن که یکی از شاخص های ۱۰۰۱۵ آموزش می باشد، گام بردارد باید در اطلاع رسانی و ارائه تبلیغات برای ایجاد نگرش های مثبت، تغییر در عملکرد حرفه ای اساتید، دانشجویان و کارکنان از طریق برگزاری دوره ها به طور مؤثر، تغییر در بازده و محصول براساس نتایج دوره ها و به طور کلی به پشتیبانی قبل از آموزش (توجیه پیمانکار آموزشی از طریق ارائه اطلاعات مناسب؛ توجیه یادگیرنده در مورد ماهیت آموزش و مواردی از فاصله ها که هدف در جهت رفع آنهاست و ایجاد ارتباط بین مدرس و یادگیرنده اقدام مؤثر نماید.

از نگاهی دیگر: ابعاد ارزشی اثرگذار بر مؤلفه نیازسنجی: اول ارزش اخلاقی، دوم ارزش اجتماعی، سوم ارزش مذهبی، چهارم ارزش سیاسی، پنجم ارزش اقتصادی و ششم ارزش زیبایی قرار دارند. در ابعاد ارزشی اثرگذار بر مؤلفه طراحی و برنامه ریزی آموزشی: اولویت ابعاد ارزشی: اول ارزش اجتماعی، دوم ارزش سیاسی، سوم ارزش مذهبی، چهارم ارزش اقتصادی، پنجم ارزش اخلاقی و ششم ارزش زیبایی قرار دارند. در ابعاد ارزشی اثرگذار بر مؤلفه اجرای آموزشی: اولویت ابعاد ارزشی: اول ارزش سیاسی، دوم ارزش اقتصادی، سوم

ارزش مذهبی، چهارم ارزش زیبایی، پنجم ارزش اجتماعی و ششم ارزش اخلاقی قرار دارند. در ابعاد ارزشی اثرگذار بر مؤلفه ارزیابی آموزشی: اولویت ابعاد ارزشی: اول ارزش زیبایی، دوم ارزش اخلاقی، سوم ارزش مذهبی، چهارم ارزش سیاسی، پنجم ارزش اقتصادی و ششم ارزش اجتماعی قرار دارند. بنابراین در مؤلفه نیازسنجی شاخص ارزش اخلاقی، در مؤلفه طراحی و برنامه ریزی آموزشی، شاخص ارزش اجتماعی، در مؤلفه فراهم آوردن آموزش شاخص ارزش سیاسی، در مؤلفه ارزشیابی نتایج آموزش شاخص ارزش زیبایی به ترتیب چهار شاخص ارزشی برتر در مدل طراحی شده قرار گرفتند. در پایان انتظار می رود با تحقیق آمیخته - اکتشافی طراحی الگوی مدیریت برپایه ارزش‌ها که یک روش ترکیبی با رویکرد زمینه‌ای به ویژه مناسب برای تئوری سازی می باشد. تدریجاً این الگوبه شکل چارچوبی کلان برای بازآفرینی دوباره و مستمر فرهنگ سازمانی در دانشگاه فرهنگیان درآید و به وسیله این فرهنگ نو، تعهد جمعی برای نوآوری علمی و کاربردی را برای همه سازمان های آموزشی کشور به وجود آورد. لذا شناسایی ابعاد و مولفه های ارزشی مدیریت ارزش و تاثیر آن بر شاخص های استاندارد ۱۰۰۱۵ و اجرای آن در گام های دوم و سوم پس از انجام این پژوهش گسترده با کاربردهای فراوان مدیریتی در دانشگاه فرهنگیان بسیار حیاتی و مهم است.

### پیشنهادات تحقیق

۱- در تدوین و تالیف شاخص های ارزش ها به عنوان یک نمونه دیگر در سازمان های آموزشی فرهنگی اقدام و استفاده شود. ۲- پیشنهاد می شود برای طراحی و پیاده سازی ارزش های محوری دانشگاه ها در فعالیت ها و برنامه های دوره ای سالانه میزان دقت و توجه دانشگاه، کارکنان و مدیران در تنظیم اهداف، برنامه ها و تحقق بیانیه های ارزش های دانشگاه فرهنگیان مورد بررسی قرار گیرد. ۳- جهت آشنایی کامل کارکنان دانشگاه با روش شناسی صحیح مدیریت ارزش به ویژه افرادی که بناست در فرایند مدیریت ارزش نقش ایفاء نمایند پیشنهاد می گردد که با دعوت از اساتید خبره و کارآموده در این حوزه و برگزاری کلاس ها و کارگاه های- آموزشی، بستر آشنایی حرفه ایی با مقوله مدیریت ارزش را فراهم نمایند.



## منابع و ماخذ

- استیسی، رالف دی (۱۳۸۲). مدیریت برناشناخته ها، ترجمه محسن قدمی و مسعود نیازمند، تهران: انتشارات موسسه آموزش عالی پژوهش و برنامه ریزی.
- استراوس، انسلم و کوربین جولیت (۱۳۹۰). اصول روش تحقیق کیفی. ترجمه بیوک محمدی، تهران پژوهشگاه علوم انسانی مطالعات فرهنگی
- الوانی، سید مهدی و حسن دانایی فرد (۱۳۹۱). گفتارهایی در فلسفه تئوری های سازمان دولتی، تهران، اشراقی صفار.
- بلانچارد، کن و اوکانر، مایکل (۱۳۸۱). مدیریت / ز راه ارزش ها، ترجمه حمیدرضا فرتوک زاده، تهران: انتشارات فرا
- پورکریمی، جواد، هماینی دمیرچی، امین، قارلقی، سجاد، کرمی، محمد رضا (۱۳۹۷). اثر میانجی یادگیری سازمانی بر رابطه بین مهندسی مجدد و عملکرد سازمانی (مورد: کارکنان دانشگاه تهران). فصلنامه علمی-پژوهشی رهیافتی نو در مدیریت آموزشی، سال نهم، شماره ۴، زمستان ۹۷، پیاپی ۳۶، صفحه ۲۶۳-۲۸۵
- حیدری، مریم و سیدحامد فیض جوادیان (۱۳۹۵). نقش مدیریت ارزش در سازمانهای آموزشی، کنفرانس جامع علوم مدیریت و حسابداری، تهران، دبیرخانه کنفرانس جامع علوم مدیریت و حسابداری،
- حاجی پور، بهمن، خصاف مفرد، حسین، حسینی کشکوئیه، سید محمود و خورشیدی، غلامحسین (۱۳۹۸). چارچوبی برای راهبرد نظامند نوآوری: مطالعه موردی: گیاهان دارویی و معطر در ایران. فصلنامه علوم مدیریت ایران، سال سیزدهم، شماره ۵۱، پائیز ۹۷، صفحه ۱-۳۰
- حسین زاده، وحید صداقت آهنگری، حسینی سید حمید خداداد، اسدالله، کرد نائیج، لولا آور منصوره (۱۳۹۷). طراحی و تبیین مدل وفاداری مشتریان در محیط چند فرهنگی. فصلنامه علوم مدیریت ایران، سال سیزدهم، شماره ۵۱، پائیز ۹۷، صفحه ۵۰-۳۱
- حیاتی، منوچهر، اصغرمشبکی، عباس خورشیدی و مهدی مرتضوی (۱۳۹۷). تعامل با ذینفعان راهبردی از طریق مدل تعاملی. مجله مدیریت توسعه و تحول ۳۳
- حق شناس گرگابی، محمد، حیدری، علی حسینی، محمد علی شاه (۱۳۹۶). شناسایی ابعاد مدل های ذهنی تصمیم گیران استراتژیک در نهادهای حاکمیتی، مورد مطالعه نمایندگان شورای اسلامی، فصلنامه علوم مدیریت ایران، سال دوازدهم، شماره ۴۸، زمستان ۹۶، صفحه ۱۱۳-۱۴۱

- خدایاری زرنق، رحیم؛ عباسی، محمود؛ عربلو، جلال؛ نبصری، خورشید؛ تورانی، سوگند و اسماعیلی انور (۱۳۹۲). بررسی وضعیت ارزش‌های اخلاقی در بیمارستان: یک مطالعه پیمایشی در بیمارستان‌های آموزشی - درمانی شهر تهران. فصلنامه اخلاق زیستی، سال سوم، شماره دهم، زمستان ۹۲. صص ۸۷-۱۰۷
- دانایی فرد، حسن و عزیزاده ثانی، محسن (۱۳۸۹). مدیریت دولتی نوین (پژوهش انتقادی). تهران: موسسه کتاب مهربان
- دهکردی، علی مبینی و آرزو ربانی (۱۳۹۱). مدیریت راهبردی مبتنی بر ارزش در سطح سازمان. فصلنامه مجلس و راهبرد، سال نوزدهم، شماره هفتاد، تابستان ۱۳۹۱/ص ۴-۶.
- داریاپور (۱۳۸۲). بررسی ساختار ارزشی و اولویت ارزشی شهروندان. پایان نامه کارشناسی ارشد، تهران: دانشگاه تهران.
- شاه طهماسبی، اسماعیل، حاجی زاده، سپیده (۱۳۹۶). تاثیر ویژگی‌های شخصیتی و سرمایه‌های اجتماعی مدیران عامل کارگزاری‌های بورس، بر عملکرد بنگاهها. فصلنامه علوم مدیریت ایران، سال دوازدهم، شماره ۴۶، تابستان ۱۳۹۶، صفحه ۱۵۳-۱۳۷
- شریفیان، اسماعیل مصلی نژاد محمد علی (۱۳۹۴). ارزیابی سلسله مراتب ارزشها و منابع تاثیر گذار بر باورهای داوطلبان ورود به رشته تربیت بدنی. مدیریت ورزشی دوره هفتم، شماره ۵ ص ۶۵۵-۶۳۷.
- صباغیان، زهرا و سهیلا اکبری (۱۳۹۴). آموزش جامع سازمانی، سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاهها (سمت)، مرکز تحقیق و توسعه علوم انسانی، تهران.
- عزیزی نژاد، بهاره (۱۳۹۷). بررسی تاثیر رهبری همنوا بر عملکرد سازمانی از طریق نقش توانمند سازی تیمی در بین مدیران و کارکنان دانشگاه پیام نور، فصلنامه علمی - پژوهشی رهیافتی نو در مدیریت آموزشی، سال نهم، شماره ۴، زمستان ۹۷، پیاپی ۳۶، صفحه ۴۶-۲۷
- فرهی بوزنجانی، برزو، سنجقی، محمد ابراهیم، بازرگانی، محمد، سلطانی محمد رضا. طراحی و تبیین مدل شناخت، سنجش و مدیریت فرهنگ سازمانی مورد مطالعه: (۱۳۹۲) یکی از نهادهای انقلاب اسلامی. فصلنامه راهبرد فرهنگ، بهار ۹۲، دوره ۶، شماره ۲۱، صفحه ۱۳۸-۱۱۳
- قدمی، محسن، حسین مظفر و عیسی کشاورز (۱۳۹۱). طراحی الگوی مدیریت پوشش از نظر مدیریت ارزش. مجله مدیریت فرهنگی، سال ششم، شماره هجدهم، زمستان ۱۳۹۱، صفحه ۲۰-۱
- کارئیابیس، الیاس. جی، مانلیو دلگی و دایس و ماریاپروتا (۲۰۱۲). مدیریت دانایی میان -

فرهنگی، مترجم محسن قدمی و مسعود نیازمند، انتشارات موسسه آموزش عالی پژوهش و برنامه ریزی 1 تهران .

منوریان، عباس (۱۳۸۳) مدیریت ارزش دولتی . سایت جهاد دانشگاهی

- Allport, G. W., Vernon, P. E. and Lindzey, G. (1970). *Study of Value*. Boston; Houghton Mifflin. [p:202-206].
- Blanchard, Ken and Michael O'Connor (2003). *Managing Values, translated by Hamid Reza Faratokzadeh*, Tehran, Faraz Publishing.
- Baker, I., Peterson, A., Brown, G., McAlpine, C., (2012). *Local government response to the impacts of climate change: an evaluation of local climate adaptation plans*. *Landsc. Urban Plan.* 107, 127-136.
- Chen, K.C.W., Chen, Z., Wei, K.C.J., (2011). *Agency costs of free cash flow and the effect of shareholder rights on the implied cost of equity capital*. *J. Financial Quant Anal.* 46, 171-207
- Desiree H., van Dun, Jeff N. Hicks & Celeste P.M. Wilderom (2017). *Values and behaviors of effective lean managers: Mixed-method exploratory research*. *European Management Journal* 35, 174-186. journal homepage: [www.elsevier.com/locate/emj](http://www.elsevier.com/locate/emj)
- Dahlgaard-Park, S.M., Chen, C., Jang, J., & Dahlgaard, J.J. (2013). *Diagnosing and prognosticating the quality movement: a review of the 25 years quality literature (1987-2011)*. *Total Quality Management & Business Excellence*, 24, 1e18
- Dean, J.W.J., & Bowen, D.E. (1994). *Management theory and total quality: improving research and practice through theory development*. *Academy of Management Review*, 19, 392-418.
- Dariyapur (2003). *Investigating the Value Structure and Priority of Value of Citizens*. *Master's Degree*, Tehran: Tehran University,
- Dehkordi, Ali Mobini, and Arzou Rabbani (2012). *Strategic management based on value at the organization level*. *Majles and Strategic Plan, Nineteenth, Seventy, Summer 2012 / p. 4-6*
- Denison, D. R. (1995). *Corporate Culture and Organizational Effectiveness*, John Wiley, N.Y. USA.
- Emiliani, M.L. (2003). *Linking leaders' beliefs to their behaviors and competencies*. *Management Decision*, 41, 893-910
- Ehlen, C., Klink, M., Stoffers, J., Boshuizen, H. (2017), "The Co-Creation Wheel: A four-dimensional model of collaborative, inter-organizational innovation", *European Journal of Training and Development*, Vol. 41, Issue 7, 628-646.

- Emiliani, M.L., & Emiliani, M. (2013). *Music as a framework to better understand leadership*. Leadership & Organization Development Journal, 34, 407-426.
- Farahani, M. (2006). *Value-based Management. Tadbir's Tangible Schedule*, 175. -aamarzadeh Gholamreza and Majid Jahangir Fard (2009) Designing a Value Management Model in Government Organizations. Indexed on the website of Jihad University.
- FakharShahzad, Guo YiXiu & MuhammadShahbaz, (2017). Organizational culture and innovation performance in Pakistan's software industry. Technology in Society 51 (2017) 66-73, journal homepage: [www.elsevier.com/locate/techsoc](http://www.elsevier.com/locate/techsoc).
- Ferguson, R., Rentzler, J., Yu, S., (2005), Does economic value added (EVA) improve stock performance or profitability? J. Appl. Finance 15, 101-113.
- Ilstn, U, & Klffsj, B, (2000) *TQM as a management system consisting of values, techniques and tools*. The TQM Magazine, 12, 238-244.
- Hicks, J.N., Nair, P. & Wilderom, C. P. M. (2009). *What if we shifted the basis of consulting from knowledge to knowing?* Management Learning, 40, 289-310.
- Hogan, C.E., Lewis, C.M., (2005). *Long-run investment decisions, operating performance and shareholder value creation of firms adopting compensation plans based on economic profits*. J. Financial Quant. Anal. 4, 721-745
- Ittner, C.D., Larcker, D.F., Randall, T. (2003) *Performance implications of strategic performance measurement in financial services firms*. Account. Organ. Soc. 28, 715-741.
- Gadot, Eran Vigoda (2006). Leadership style, organizational politics, and employee performance: An empirical examination of two competing models, Personnel Review Vol. 36 No. 5, 2007 pp. 661-683 [www.emeraldinsight.com/0048-3486.htm](http://www.emeraldinsight.com/0048-3486.htm).
- Ghademi, M., Hossein, M. and Issa, K., (2012) Designing Islamic-Iranian Islamic Pattern Management from Value Management Perspective. Journal of Cultural Management. Sixth, No. 18, Winter 2012 / p. 4
- Karlsson, M., van Oort, B., Romstad, B., (2015). *What we have lost and cannot become: societal outcomes of coastal erosion in southern Belize*. Ecol. Soc. 20, 4. <http://dx.doi.org/10.5751/ES-07050-200104>.
- Kaplan, R. S., & Norton, D. (1997). *Translating strategy into action: The balanced scorecard*. Boston, MA: HBS Press
- Lakshman, C. (2006). *A theory of leadership for quality: lessons from TQM for leadership theory*. Total Quality Management & Business Excellence, 17, 41-60.

- Liker, J.K., & Convis, G.L. (2012). *The Toyota way to lean leadership: Achieving and sustaining excellence through leadership development*. New York, NY: McGraw-Hill
- Lueg, R., Schäffer, U. (2010). *Assessing empirical research on value-based management: guide lines for improved hypothesis testing*. J. Betriebswirtschaft 60, 1–47.
- Leiter, M.P., Laschinger, H.K.S., Day, A., & Gilin Oore, D. (2011). *The impact of civility interventions on employee social behavior, distress, and attitudes*. Journal of Applied Psychology, Vol 96, No, 6, pp 1258-1274
- Larsson, J., & Vinberg, S. (2010). *Leadership behaviour in successful organisations: universal or situation-dependent?*. Total Quality Management & Business Excellence, 21, 317e334
- Malmi, T., Ikaheimo, S., (2003). *Value Based Management practices – some evidence from the field*. Management Accounting Research 14, 235–254.
- Malmi, T., Granlund, M., (2009). *In search of management accounting theory*. Eur. Account. Rev. 18, 597–620 .
- Millsbaugh, J., Kent, A. (2016), "Co-creation and the development of SME designer fashion enterprises", Journal of Fashion Marketing and Management, Vol.20, Issue3, 322-338.
- Merz, M.A., Zarantonell, L., Grappi, S. (2018), "How valuable are your customers in the brand value co-creation process? The development of a Customer Co-Creation Value (CCCV) scale", Journal of Business Research, No. 82, 79–89 135–153.
- Maja Arslanagic., Kalajdzica & Vesna Zabkar (2017). *Is perceived value more than value for oney in professional business services?* Journal homepage: Industrial Marketing Management 65, 47–58., [www.elsevier.com/locate/indmarman](http://www.elsevier.com/locate/indmarman).
- Memarzadeh Gholamreza and Majid Jahangir Fard (2009) *Design of Value Management Model in Government Organizations*. Indexed on the website of Jihad
- Michael Burkerta & Rainer Luegb (2013). *Differences in the sophistication of Value-based Management – The role of top executives*. Management Accounting Research 24 (2013) 3– 22, journal homepage : [www.elsevier.com/locate/mar](http://www.elsevier.com/locate/mar).
- Rapp, M.S., Schellong, D., Schmidt, M., Wolff, M., (2011). *Considering the shareholder perspective : value-based management systems and stock market performance*. Rev. Manage. Sci. 5, 171–194.
- Robyn L. Raschke & Sagnika Sen (2013). *A value-based approach to the ex-ante evaluation of IT enabled business process improvement projects*. Information &

- Management* 50(2013)446–456, journal homepage: [www.elsevier.com/locate/im](http://www.elsevier.com/locate/im)
- Richard Vidgen, Sarah Shaw & David B. Grant(2017). *Management challenges in creating value from business analytics.*, *European Journal of Operational Research* 261 (2017) 626–639, journal homepage: [www.elsevier.com/locate/ejor](http://www.elsevier.com/locate/ejor)
  - Rajai Pour, S. Wesmire L. (2010) *Investigating the Relationship between Organizational Culture and Management Components Based on Organizational Value. Scientific-Research Approach New Approach in Educational Management*. First Year, No. 4, Winter 2010 / p. 125-148
  - Sebastian Firk, Sebastian Schrapp & Michael Wolff ,(2016). *Drivers of value creation. The role of value-based management and underlying institution.* *Management Accounting Research* 33 (2016) 42–60, Management Accounting Research journal homepage: [www.elsevier.com/locate/mar](http://www.elsevier.com/locate/mar)
  - Sónia Pedro Sebastião, Giovana Zulatob & Alice Donat Trindade(2017), *Internal communication and organisational culture: The management interplay in the view of the Portuguese communication consultant*, *Public Relations Review*(2017)863–871 ,journal homepage: [www.elsevier.com/locate/pubrev](http://www.elsevier.com/locate/pubrev)
  - Teles, Alisson R, Orlando Righesso, Maria Carolina R. Gullo, Zoher Ghogawala & Asdrubal Falavigna(2017). *Perspective of Value-Based Management of Spinal Disorders in Brazil*. Journal homepage: [www.Worldneurosurger.org](http://www.Worldneurosurger.org)
  - Tatiana Potkanova & Maria Durisova(2017) *Specificities identification of value management of companies providing transport service*, TRANSCOM 2017: International scientific conference on sustainable, modern and safe transport, Procedia Engineering 192 (2017) 725 – 730.
  - Tomasz S, Peggy Z. wolinska(2018). *Using Values Management for Shifting Companies to Circular Economy; 25th CIRP Life Cycle Engineering (LCE) Conference*, 30 April – 2 May 2018, Copenhagen, Denmark
  - VanDun, D.H., & Wilderom, C.P.M.(2015). *Governing highly performing lean team behaviors: a mixed-methods longitudinal study*. In J. Humphreys (Ed.), *Proceedings of the seventy-fifth annual meeting of the academy of management*. Vancouver, Canada
  - Vidgen, R.,(2014). *Creating business value from big data and business analytics: Organizational, managerial and human resource implications*. Project Report for n emode (New Economic Models in the Digital Economy). [http://www.nemode.ac.uk/?page\\_id=1062](http://www.nemode.ac.uk/?page_id=1062)

- Wolf, J., Alice, I., Bell, T., (2013). *Values, climate change, and implications for adaptation: evidence from two communities in Labrador, Canada*. Global Environ. Change 23, 548–562.
- <http://dx.doi.org/10.1016/j.gloenvcha.2012.11.007>.
- Warrick, D.D., Milliman, J.F., & Ferguson, J.M. (2016). *Building high performance cultures*. Organizational Dynamics, 45(1), 64—70.
- Yuri Seo & Hongzhi Gao (2015), *Towards a value-based perspective of consumer multicultural orientation*. *European Management Journal* 33 (2015) 30–36, journal homepage: [www.elsevier.com/locate/emj](http://www.elsevier.com/locate/emj)
- Yukl, G. (2008). *How leaders influence organizational effectiveness*. *The Leadership Quarterly*, Vol 19, pp 708–722.

