

Identification and Ranking of Management by Value Dimensions

* **Abolghasem Barimani¹, Kiumars Niaazari², Mohammad Salehi³**

1-Assistant Professor of Department of Education, Neka Branch, Islamic Azad University, Neka, Iran. Email: ab.barimani@gmail.com. (Corresponding author)

2-Professor of Department of Education, Sari Branch, Islamic Azad University, Sari, Iran.

3-Associate Professor of Department of Education, Sari Branch, Islamic Azad University, Sari, Iran.

Received: 26/11/2017; Accepted: 24/02/2018

Abstract

Higher education is one of the most expensive resources available to society for development and excellence, and its role as an educational institution is not overlooked. Therefore, universities must work as much as possible to upgrade their capacities against challenges and opportunities ahead by showing appropriate reactions. With the help of value-based management, specialized daily activities of staff and faculty lead to strategic thinking. Therefore, the purpose of this study was to identify and rank the value-based management dimensions in Mazandaran Islamic Azad University.

Introduction

Value is one of the most useful capital that plays the main role in the emergence of the organization and identifies and directs its course and activity and it gives the organization a new life. It is considered as a general principle for staff, faculty and students. Given that the values governing the university are generally the most important source of it, therefore, managing these values and sustaining management, staff and faculty members ensures the success of the university's activities, processes and operations. Therefore, this research seeks to identify the dimensions of management based on the value of the university. To this end, the organization performed its most important and effective task in order to achieve more success and improve the quality of providing services to students and society. Finally, considering the necessity of recognizing the dimensions of value management in Islamic Azad University, this research is looking for an answer to this question that what are the dimensions of management based on value at Islamic Azad University? How are they ranked?

Case Study

To identify the management dimensions on the basis of value, 212 questionnaires containing 80 questions were distributed among the subjects including full-time faculty members with academic degrees as associate professors, assistant professors and professors working in Mazandaran Islamic Azad University.

Materials and Methods

The research was applied in terms of purpose and descriptive survey method. A sample of 212 faculty members were selected using stratified random sampling in terms of university degree. In this research, a researcher-made questionnaire was used to collect data. Descriptive statistics and inferential statistics including Cronbach's alpha, exploratory factor analysis and Friedman test were used to analyze the data.

Discussion and Results

The results showed that the 12 selected factors totally 71.305% of the total variance explained the factors are related to management based on value. Value-based management has twelve dimensions including organizational trust, cohesion and integrity, motivational mechanisms, experience and skills, training and empowerment, self-evaluation, vision, organizational commitment, social welfare, resource development, customer orientation, and idealism. All dimensions, management based on value with factor load above 0.5. Therefore, the impact of all dimensions on management based on value is verified. The findings also show that in terms of faculty members, the ranking of these dimensions is different from which, in their view, idealism is ranked first and then motivational mechanisms ranked last.

Conclusion

According to the results of the study, senior executives of Islamic Azad University are advised to adhere to the divine rules and belief in God as a strategic orientation and long-term goals as an ideal umbrella for universities. Providing the most desirable scientific services and satisfaction of students should be their main goals and highlight the culture of satisfaction and value of students in their priority and take serious consideration to increase students' satisfaction, paying attention to their needs, tastes, comments and suggestions. Also, the university management is responsible for developing and promoting trust culture in the organizational environment. By creating training courses and empowerment, commitment, morale promotion, motivation, increased job satisfaction, reduced job stress, improved academic service delivery, increased sense of responsibility, increase decision-making power of staff and faculty members, and satisfaction of students at the university.

Key Words: Management by value, Identification of dimensions, Islamic Azad University, Exploratory factor analysis

شناسایی و رتبه‌بندی ابعاد مدیریت بر مبنای ارزش

دکتر ابوالقاسم بریمانی* – دکتر کیومرث نیاز آذری** – دکتر محمد صالحی***

چکیده

هدف از پژوهش حاضر شناسایی و رتبه‌بندی ابعاد مدیریت بر مبنای ارزش در دانشگاه آزاد اسلامی استان مازندران بوده است. این پژوهش توصیفی از نوع زمینه‌یابی و از نوع مطالعات کاربردی بوده است و داده‌های موردنظر با استفاده از پرسش‌نامه محقق ساخته گردآوری شد. روایی پرسش‌نامه با استفاده از روایی صوری و محتوایی و پایایی از طریق ضریب آلفای کرونباخ مورد بررسی قرار گرفت. جامعه آماری این پژوهش شامل اعضای هیات علمی تمام‌وقت با مرتبه علمی استادیار، دانشیار و استاد بوده است؛ و از این جامعه تعداد ۲۱۲ نفر با بهره‌گیری از روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای برحسب درجه واحد دانشگاهی به‌عنوان نمونه پژوهش انتخاب شدند. جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها از روش تحلیل عاملی اکتشافی استفاده شده است. یافته‌های حاصل از تحلیل عاملی اکتشافی منجر به شناسایی دوازده بعد شامل اعتماد سازمانی، چشم‌انداز، خود ارزشیابی، آداب اجتماعی، مکانیزم‌های انگیزشی، مشتری‌محوری، تعهد سازمانی، آرمان‌گرایی، انسجام و یکپارچگی، آموزش و توانمندسازی، توسعه منابع و تجربه و مهارت گردید؛ و بعد آرمان‌گرایی رتبه اول و بعد مکانیزم‌های انگیزشی در رتبه آخر قرار گرفته‌اند؛ بنابراین شناسایی و ترویج ابعاد و مؤلفه‌های مدیریت بر مبنای ارزش می‌توانند ملاک و معیار مطمئنی برای برنامه‌ریزی‌ها، سیاست‌گذاری‌ها و تصمیم‌سازی‌ها در دانشگاه باشند.

واژه‌های کلیدی: مدیریت بر مبنای ارزش، شناسایی ابعاد، دانشگاه آزاد اسلامی، تحلیل عاملی اکتشافی

* نویسنده مسئول - استادیار گروه علوم تربیتی، واحد نکا، دانشگاه آزاد اسلامی، نکا، ایران
ab.barimani@gmail.com

** استاد گروه علوم تربیتی، واحد ساری، دانشگاه آزاد اسلامی، ساری، ایران

*** دانشیار گروه علوم تربیتی، واحد ساری، دانشگاه آزاد اسلامی، ساری، ایران

مقدمه

آموزش یک فرآیند پویا است که تمام جنبه‌های جامعه را در بر می‌گیرد و برای افراد ارزش می‌آفریند؛ بنابراین انسان موجودی است که در امتداد مدار ارزش‌هایش حرکت می‌کند. بر همین اساس سازمان‌های آموزشی نیز تمایل به ارزش‌گذاری دارند. درحالی‌که ارزش‌ها به فعالیت‌های مؤسسات آموزشی معنا می‌بخشد، فعالیت‌های آموزشی و آموزش افراد نیز به دانشی لازم است که نمی‌خواهد با ارزش‌های جامعه در تضاد باشد (Doğan, 2016: 83). پایه و اساس فرهنگ هر سازمانی ارزش‌های آن سازمان می‌باشند. این ارزش‌ها به استقرار و حفظ استانداردهایی کمک می‌کند که می‌تواند بر هدایت افراد به سوی اقداماتی که برای سازمان مطلوب است، تأثیر بگذارد. به‌طور ویژه هنگامی که استانداردها یا ارزش‌های سازمان به‌طور گسترده‌ای میان اعضا رایج شود، موفقیت سازمانی افزایش می‌یابد (Khudayari Zarnag et al., 2013).

ارزش‌ها نیز مسیر و جهت مشترکی برای همه کارکنان و خط‌مشی‌ها و دستورالعمل‌هایی برای رفتار روزانه آنان ارائه می‌کنند. به نظر می‌رسد که سازمان‌ها دارای ارزش‌های بسیاری هستند که در ماهیت با ارزش‌های صنعت آن‌ها متفاوت و متمایز است. به‌هرحال زیربنای همه این ارزش‌های خاص مجموعه‌ای از ارزش‌های پذیرفته‌شده است که همه افراد با آن‌ها احساس هویت می‌کنند (Michalski, 2005). یکی از روش‌های مناسب جهت بهبود عملکرد سازمان‌ها و مؤسسات آموزشی به‌کارگیری مدیریت بر مبنای ارزش است. در این شیوه سعی می‌گردد با توجه به ارزش‌های حاکم بر آموزش عالی به وضعیت‌های پرتلاطم پاسخی مثبت دهد و مفاهیم مدیریت را از دیدگاه‌های ارزشی بررسی کند. مدیریت نمودن ارزش‌ها در سازمان‌های آموزشی یک الگوی مدیریتی است که با تأکید بر تحریک افراد، توسعه مهارت‌ها و ارتقای هم‌افزایی و نوآوری به‌منظور بهبود عملکرد مؤسسات آموزشی صورت می‌گیرد (Dolan & Garcia, 2005).

آموزش عالی به‌عنوان یکی از گران‌بهارترین ذخایری است که جامعه برای توسعه و تعالی در اختیار دارد و نقش آن به‌عنوان نهادی تربیتی و آموزشی بر کسی پوشیده نیست؛ بنابراین دانشگاه‌ها باید هرچه بیش‌تر تلاش کنند تا ظرفیت‌های خود را در برابر چالش‌ها و فرصت‌های پیش‌رو با نشان دادن عکس‌العمل‌های مناسب ارتقاء دهند و به مدد مدیریت بر مبنای ارزش می‌توان فعالیت‌های تخصصی روزانه کارکنان و اعضای هیات علمی را به‌سوی تفکر استراتژیک هدایت نمود. در حقیقت مدیریت بر مبنای ارزش یک ایده خدمت‌رسانی

به دانشجویان، کارکنان و اعضای هیات علمی می‌باشد و به‌عنوان یک رهیافت برنامه‌کاری سبب می‌شود تا دانشجویان نسبت به دانشگاه وفادار بمانند و کارکنان و اعضای هیات علمی هر روز بهترین تلاش‌هایشان را در اختیار مدیریت دانشگاه قرار دهند. در عصر حاضر پیشرفت‌های سریع در فناوری و ارتباطات، حجم عظیم تولید و گردش اطلاعات، رقابتی شدن فزاینده مؤسسات آموزشی، افزایش تغییرات محیطی ناشی از پیچیدگی و پویایی پدیده‌ها، محدودیت منابع و هم‌چنین گستردگی انتظارات جامعه از دانشگاه‌ها، فرآیندها و فعالیت‌های دانشگاه آزاد اسلامی را تحت تأثیر قرار داده و ادامه حیات دانشگاه آزاد اسلامی با چالش‌هایی مواجه شده است؛ و دیگر نمی‌توان با اتکا به تجارب گذشته و رویکردهای سنتی، موفقیت و تعالی دانشگاه را تضمین نمود. مجموع این شرایط سبب شده است تا مدیران دانشگاه جهت مقابله با چالش‌های فوق، چاره‌ای بی‌اندیشند و اگر مدیران دانشگاه می‌خواهند نسبت به موقعیت و شرایط سازمان خود شناخت و آگاهی پیدا کنند، باید ابتدا قادر به شناخت ارزش‌های حاکم بر دانشگاه باشند. چون ارزش به‌عنوان یکی از مفیدترین سرمایه‌ای است که در پیدایش سازمان نقش اصلی را ایفا می‌کند و مسیر حرکت و فعالیت آن را مشخص و هدایت می‌نماید و به سازمان حیات دوباره‌ای می‌بخشد و به‌عنوان یک اصول و خط‌مشی کلی برای کارکنان، اعضای هیات علمی و دانشجویان به‌حساب می‌آیند. با توجه به این‌که ارزش‌های حاکم بر دانشگاه عموماً، مهم‌ترین منبع آن محسوب می‌شوند. لذا مدیریت نمودن این ارزش‌ها و پای بندی مدیریت، کارکنان و اعضای هیات علمی به ارزش‌ها موفقیت در فعالیت‌ها، فرآیندها و عملیات دانشگاه را تضمین می‌کند؛ بنابراین این پژوهش در پی شناسایی ابعاد مدیریت بر مبنای ارزش در دانشگاه است تا این سازمان به‌منظور کسب موفقیت بیش‌تر و بهبود کیفیت ارائه خدمات به دانشجویان و جامعه وظیفه خطیر و تأثیرگذار خود را به بهترین شکل ممکن به انجام رساند. درنهایت با توجه به‌ضرورت شناخت ابعاد مدیریت بر مبنای ارزش در دانشگاه آزاد اسلامی، این پژوهش در پی یافتن پاسخ به این پرسش است که ابعاد مدیریت بر مبنای ارزش در دانشگاه آزاد اسلامی استان مازندران کدامند؟ و رتبه‌بندی آن‌ها چگونه است؟

مبانی نظری پژوهش

ارزش از جمله کلماتی است که از نظر معنی بسیار غنی است و به امر، حالت یا چیزی گفته می‌شود که از نظر اعضای جامعه با اهمیت و مهم باشد. نظام ارزش‌ها، مجموعه

ارزش‌های مرتبط به هم می‌باشد که رفتار و کارهای فرد را نظم می‌بخشد و طبقه‌بندی ارزش‌ها که بر مبنا و معیارهای مختلفی صورت می‌گیرد، شناخت آن‌ها را هموارتر و دقیق‌تر ساخته است. آلپورت و همکاران اولین و مهم‌ترین تحقیقات را در زمینه تعیین و طبقه‌بندی ارزش‌ها انجام داده‌اند. آن‌ها شش نوع ارزش را شناسایی و طبقه‌بندی نموده‌اند، که شامل ارزش علمی (دانش)، ارزش سیاسی (قدرت)، ارزش زیباشناختی (هنر)، ارزش اقتصادی (ثروت)، ارزش اجتماعی (شهرت) و ارزش دینی هستند (Valikhani et al., 2013: 151). ارزش‌های محوری سازمان، مبنای تصمیم‌گیری، سیاست‌گذاری و راهنمای قضاوت امور در سازمان‌ها هستند. مدیران و کارکنان سازمان با تکیه و توجه به این ارزش‌ها می‌توانند رشد و ادامه حیات سازمان‌های خود را تضمین نمایند (Memarzadeh & Jahangirfard et al., 2010: 19). برخی از ارزش‌های محوری یک سازمان عبارتند از: داشتن معنویات و اعتقاد به دین، اهداف سازمان، آموزش دانایی و کسب دانش، توجه به منافع ذینفعان، منابع مالی، مادی، انسانی، اطلاعاتی، اخلاقیات، اعتماد، بهبود و توسعه مستمر، صلح و آرامش، اجتماعی بودن، پایداری اقتصادی، مشتری مداری، نوآوری و خلاقیت، امنیت شغلی، کارایی و اثربخشی، انضباط سازمانی، صلاحیت و شایستگی، تعهد و تعصب سازمانی، نظم و انجام کار با کیفیت، داشتن مهارت، خودکنترلی و خودارزیابی که این ارزش‌ها از اهمیت ویژه‌ای برخوردارند و وجود آن‌ها برای پیشرفت سازمان ضروری است (Niazazari et al., 2014: 1011). هدف اصلی و اساسی هر سازمان، ایجاد و تضمین ارزش برای صاحبان آن است. ایجاد و تضمین ارزش می‌تواند از طریق مدیریت مناسب، سازمان، دارایی‌ها و منابع قابل‌دسترس آن سازمان به دست آید. مدیریت ارزش و مدیریت مبتنی بر ارزش برای سازمان‌ها و مدیران آن‌ها در اقتصاد دانش‌محور در قرن بیست و یکم یک راهبرد محسوب می‌شود؛ بنابراین ارزش به‌عنوان کالا اصلی و مبنایی برای مدیریت بر مبنای ارزش در قرن ۲۱ به حساب می‌آید. به دلیل پیامدهای عمیق و پیچیدگی فرآیندهای کسب‌وکار، تغییر پارادایم مدیریت از مدیریت درآمد به مدیریت مبتنی بر ارزش می‌تواند به‌شدت بر یک سازمان تأثیر گذارد. چنین تغییراتی در پارادایم مدیریت یکی از مهم‌ترین فرآیندهای مدیریت تغییر برای سازمان می‌باشد، مدیریت بر مبنای ارزش که متمرکز بر ایجاد ارزش است یک رویکرد مدرن در مدیریت و هدایت سازمان‌ها به حساب می‌آید. مدیریت بر مبنای ارزش از طریق هماهنگی در مأموریت‌ها، استراتژی‌ها، فرهنگ، ارتباطات، ساختار سازمانی و فرآیند تصمیم‌گیری مدیریت سازمان را قادر می‌سازد تا با استفاده از ابزار

پاداش و ایجاد انگیزه بهبود عملکرد سازمان را افزایش دهند؛ و از طریق ایجاد تغییرات درازمدت در فرایندهای کسب و کار، برای ارزش‌های سازمانی مسئولیت‌پذیری را ایجاد می‌کند (Daraban, 2016). در نشریات علمی چاپ‌شده در ایالات متحده در طول دهه ۱۹۸۰ بیان شد؛ سازمان‌هایی که دارای فرهنگ‌های قوی مانند سازگاری در رفتار، جهت‌گیری هدفمند و بهبود عملکرد هستند، منشأ آن مدیریت بر مبنای ارزش است. مطابق این نشریات، فرهنگ سازمانی بر پایه ارزش‌های سازمانی و مدیریت ارزش‌ها بنا شده است؛ و مدیریت بر مبنای ارزش، به‌عنوان یک سری از فعالیت‌های مدیریتی مربوط می‌شود که شناخت از ارزش‌های سازمانی در داخل و خارج از سازمان را تضمین می‌کند (Jaakson, 2010). مدیریت مبتنی بر ارزش نه تنها یک روش مهمی است، بلکه یک سیستم موردنیاز برای همه سازمان‌ها می‌باشد. نظام ارزش‌ها اهمیت حیاتی برای موفقیت و توسعه سازمان‌ها دارد؛ بنابراین عمل کردن و تحقق مدیریت بر مبنای ارزش منجر به تقویت سیستم ارزش‌های سازمان می‌شود (Dolan & Richley, 2006). مدیریت مبتنی بر ارزش‌ها می‌تواند در وضعیت بحرانی یا در محیط‌های پیچیده و پویا، عامل انسجام‌بخشی و هدایت‌کننده برای توسعه و بقای سازمان‌ها باشند (Mobinki Dehkordi & Rabbani, 2012). یا به‌عنوان یک سیستم کنترل مدیریت یکپارچه تعریف شود که اندازه‌گیری، تشویق و حمایت از ایجاد ارزش را به دنبال دارد (Banupriya & Vethiraja, 2015). در مدیریت بر مبنای ارزش‌ها طرح‌ها، تصمیمات و عملیات در سازمان بر اساس ارزش‌ها هدایت و رهبری می‌گردند (Blanchard, 2005: 46). مدیریت بر اساس ارزش‌ها یک ابزار رهبری استراتژیک نوین است که شالوده ارزشی دارد. اصولاً این ابزار نو اهداف ساده‌سازی، هدایت و تضمین تعهد را محقق می‌سازد. در سازمانی که به‌وسیله ارزش‌ها مدیریت می‌شود و مدیریت بر مبنای ارزش اعمال می‌گردد، تنها یک رئیس وجود دارد و آن ارزش‌هایی است که سازمان برای خود تعیین کرده است (Niazazari et al., 2014).

پیشینه تجربی پژوهش

پژوهش علی زاده (۲۰۱۵) با عنوان معرفی معیارها و ارزش‌های محوری تعالی در سازمان‌های دولتی نشان داد که ارباب‌رجوع محوری، عدالت محوری، قانون‌مداری، پاسخگویی اجتماعی، دانش محوری، چابکی سازمانی، مشارکت‌پذیری، نوآوری و خلاقیت، رهبری و ثبات هدف و نتیجه محوری ده ارزش محوری سازمان هستند. پژوهش ولیخانی و همکاران (۲۰۱۳) با عنوان شناسایی ارزش‌های کارکنان بر اساس نظریه سیستم ارزشی

آپورت، نشان داده که از دیدگاه کارکنان ارزش اجتماعی با ۲۳/۸۶ درصد بیش‌ترین مقبولیت و ارزش اقتصادی با ۸/۷۶ درصد کم‌ترین مقبولیت را داشته است. هم‌چنین ارزش اجتماعی به‌عنوان ارزش برتر در گروه کارکنان مراکز ستادی و کم‌ترین اهمیت به ارزش زیبایی‌شناختی تعلق گرفت. پژوهش میرسپاسی و همکاران (۲۰۱۳) تحت عنوان معرفی الگوی ارزشی سازمان‌های دولتی ایران نشان داد که مدل تعالی سازمانی در بخش دولتی دارای ده ارزش محوری بوده که در سه حوزه کرامت انسانی (ارباب‌رجوع‌محوری، عدالت‌محوری، قانون‌مداری و پاسخ‌گویی)، دانایی‌محوری (دانش‌محوری، چابکی‌سازمانی، مشارکت‌پذیری، نوع‌آوری و خلاقیت) و چشم‌انداز محوری (رهبری، ثبات‌هدف و نتیجه‌محوری) دسته‌بندی شده است. پژوهش مبینی دهکردی و ربانی (۲۰۱۲) با عنوان مدیریت راهبردی مبتنی بر ارزش در سطح سازمان، نشان داد که ابعاد ساختاری، استراتژی و فرهنگی سبک مدیریت را پوشش می‌دهد. ابعاد ارزش‌ها عبارتند از: ابعاد ساختاری، رفتاری، معنایی، محیطی و فرهنگی. پژوهش معمارزاده و جهانگیرفرد (۲۰۱۰) تحت عنوان طراحی مدل مدیریت بر مبنای ارزش در سازمان‌های دولتی ایران، نشان داد که استفاده مناسب و بهینه از ارزش‌های حاکم بر سازمان سبب بهبود مؤثر شاخص‌های عملکرد در سازمان‌های دولتی ایران می‌شود. یافته‌های رجایی‌پور و لافتی (۲۰۱۰) با عنوان بررسی رابطه فرهنگ سازمانی با مؤلفه‌های مدیریت بر اساس ارزش‌های سازمانی و ارائه مدلی برای پیش‌بینی مدیریت بر اساس ارزش‌ها، نشان داد که بین همه مؤلفه‌های فرهنگ‌سازمانی (انگیزش، ریسک‌پذیری، نوآوری، ارتباطات، کارگروهی و کنترل) و مدیریت بر اساس ارزش رابطه معناداری وجود دارد.

زبیک و همکاران^۱ (۲۰۱۷) در پژوهشی با عنوان ارتباط بین ارزش‌ها و عملکرد در یک شرکت معدن، مطالعه تجربی و بینش‌هایی برای مدل مدیریت بر مبنای ارزش، نشان دادند که مدل مدیریت بر اساس ارزش برای یک شرکت استخراج معادن باید بر اساس ارزش‌های خاص حاکم بر صنعت معادن باشد و نه ارزش کلی که به‌عنوان یک ابزار ارزیابی فرهنگ‌سازمانی که توسط مدیریت پیشنهاد شده است. هم‌چنین بین ارزش‌های حاکم بر شرکت و رضایت در کارکنان ارتباط وجود دارد. دوغان^۲ (۲۰۱۶) در پژوهشی با عنوان مدل فرآیند مدیریت بر مبنای ارزش در مدارس ترکیه نشان داد که معلمان، مدیریت بر مبنای

1- Zbieg et al, 2017

2- Doğan, 2016

ارزش را در رفتارهای مدیران آموزشی بسیار مثبت درک می‌کنند، هم‌چنین آن‌ها اهمیت زیادی برای مدیریت بر مبنای ارزش در رفتارهای مدیران آموزشی قائل‌اند. بر اساس این مدل، فرآیند مدیریت بر مبنای ارزش در مدارس با مشارکت مدیران، معلمان، والدین، دانش‌آموزان و دیگر سهام‌داران مدرسه آغاز می‌شود. مارینسکو و همکاران^۱ (۲۰۱۵) در پژوهشی با عنوان مدیریت بر مبنای ارزش به‌عنوان یک پارادایم جدید در عصر حاضر با یک رویکرد نظری نشان دادند که ارائه رویکرد نظری مدیریت بر مبنای ارزش به‌عنوان یک فلسفه مدیریتی پیچیده قادر به ارائه یک‌راه حل جامع برای دستیابی به عملکرد مطلوب است و به‌عنوان عامل توسعه و مدل تعالی برای سیستم‌های پیچیده می‌باشد. بانوپریا و وثیراجان^۲ (۲۰۱۵) در پژوهشی با عنوان رویکردهای مدیریت بر مبنای ارزش در شرکت‌های تعاونی در هند یک مطالعه نظری از مدل‌های انتخاب‌شده نشان دادند، رویکرد مبتنی بر مشتری محور به‌عنوان یک ارزش در پروسه تصمیم‌گیری مبتنی بر واقعیت‌ها و نیازهای مشتریان به مدیران شرکت‌ها کمک می‌کند. هم‌چنین باعث رشد سریع‌تر سرمایه‌گذاری متمایز از طریق مشتریان می‌شود که منجر به رشد سودآوری بلندمدت شرکت‌ها می‌گردد. کروین و همکاران^۳ (۲۰۱۴) در پژوهشی با عنوان تأثیر میانجی‌گری مدیریت بر مبنای ارزش در سازمان‌های ورزشی غیرانتفاعی نشان دادند که ارزش‌های سازمانی، اخلاقی و اجتماعی با میانجی‌گری مدیریت بر مبنای ارزش بر عملکرد سازمانی تأثیر دارد. کودلکو و همکاران^۴ (۲۰۱۴) در پژوهشی با عنوان شرایط مدیریت بر مبنای ارزش‌ها در شرکت‌های استخراج معدن نشان دادند که شرکت‌های استخراج معدن دارای یک نوع فرهنگ غالب نمی‌باشند؛ اما دو نوع آن‌ها بازاری و سلسله‌مراتبی، به دلیل شرایطی مانند آکین‌نامه‌های حقوقی و هنجارسازی از سایرین برجسته‌تر می‌باشند اما ارزش‌های سازمانی کلیدی در این شرکت‌ها بر کنترل، تمرکز بر ثبات، امنیت افراد، مسئولیت و اعتماد تکیه‌دارند. هم‌چنین رابطه ارائه‌شده میان ارزش‌ها و بهره‌وری در این پژوهش نشان می‌دهد که مدیریت بر مبنای ارزش می‌تواند یک روش مناسب برای اهداف بلندمدت مدیریت در راستای رشد اقتصادی سازمان از جمله صنعت و معدن باشد. چاندراکومارا^۵ (۲۰۱۱) در پژوهشی تحت عنوان

3- Marinescu et al, 2015

1 - Banupriya & Vethirajan, 2015

2 - Kerwin et al, 2014

3 - Kudelko et al, 2014

4 - Chandrakumara, 2011

ارزیابی ارزش‌ها تمرینی برای مدیران و رهبران در استرالیا نشان داد نظام ارزشی به‌عنوان یک عنصر اصلی رفتارهای مدیران و کارکنان و الگوهای فکری و روش‌های تصمیم‌گیری را هدایت می‌نماید. هم‌چنین ارزش‌ها به‌عنوان منبع ظرفیت‌های انسانی منحصربه‌فرد، می‌توانند مزایای رقابتی را در سازمان‌ها ایجاد نمایند. تغییر ارزش در نتیجه نیروهای طبیعی و مداخلات سازمان‌های مختلف و نهادهای فرهنگی اجتماعی کشورهای مختلف ایجاد می‌شود. مدیران و رهبران نیازمند درک و شناخت الگوهای در حال تغییر ارزش‌ها که مربوط به نسل‌های مختلفی از کارکنان می‌باشند، هستند و این‌که خود و سازمان‌هایشان را با این تغییرات سازگار نمایند. ارزش‌ها می‌توانند مدیران و رهبران را در اولویت‌بندی اهداف و آرمان‌ها، طراحی فعالیت‌ها و سیاست‌های مدیریتی و برنامه‌های پیشرفت و آموزش مؤثر سهیم نماید. درک و شناخت نسبی ارزش‌ها، درجه شدت جهت‌گیری‌های ارزشی و اهمیت اولویت‌های ارزشی می‌توانند در گرفتن تصمیمات مهم در سازمان‌ها نقش مهمی را ایفا نمایند. ینگینگ و همکاران^۱ (۲۰۰۹) در پژوهشی با عنوان مدیریت بر مبنای ارزش‌ها یک پیشنهاد نظری برای مدیریت منابع انسانی استراتژیک نشان دادند به‌جای رویکرد اقتصادی که اغلب اوقات توسط محققین مدیریت منابع انسانی استراتژیک اتخاذ می‌گردد، یک رویکرد مدیریتی هماهنگ بر اساس مدل سه محوری مدیریت بر مبنای ارزش مورد استدلال قرار گیرد. ارزش‌های اخلاقی، اقتصادی و عاطفی در جهت عملیات سازمان که ترکیب این سه زاویه، ارزش‌ها، مدیریت و اجرا، حوزه جدیدی در مدیریت منابع انسانی استراتژیک می‌باشد. این نه‌تنها در پیشرفت‌های آینده در این حوزه سهیم می‌باشد، بلکه نشان‌دهنده عملکردهای سالم‌تر و پایدارتر مدیریتی چه در چین و چه در سایر نقاط دنیاست. بوچکو^۲ (۲۰۰۷) در پژوهشی تحت عنوان تأثیر رهبری در مدیریت بر اساس ارزش‌ها، نشان داد، ارزش‌هایی مانند خلاقیت، فداکاری، ارتباط، کار تیمی، اعتماد و انگیزش به‌عنوان ارزش‌های محوری سازمان محسوب می‌شوند.

با توجه به مطالعات داخلی و خارجی انجام‌شده، محقق به این نتیجه رسید که در مورد شناسایی و رتبه‌بندی ابعاد مدیریت بر مبنای ارزش، پژوهشی انجام‌نشده است؛ و به این دلیل پژوهش حاضر به شناسایی و رتبه‌بندی ابعاد مدیریت بر مبنای ارزش پرداخته است و مطالعه حاضر با مطالعات دیگر در این زمینه متفاوت است. این پژوهش در راستای

1- Yingying et al, 2009

2- Buchko, 2007

پژوهش‌های قبلی قرار دارد و با شناسایی ابعاد و مؤلفه‌های مدیریت بر مبنای ارزش در دانشگاه به تکمیل کردن پیشینه‌های قبلی در ارتباط با موضوع پژوهش کمک می‌کند. در این راستا، مطالعه حاضر با هدف شناسایی و رتبه‌بندی ابعاد و مؤلفه‌های مدیریت بر مبنای ارزش در دانشگاه آزاد اسلامی استان مازندران انجام گرفت لذا سؤال‌های پژوهش به شرح زیر مطرح می‌گردد.

- ۱- ابعاد مدیریت بر مبنای ارزش در دانشگاه آزاد اسلامی استان مازندران کدامند؟
- ۲- رتبه‌بندی ابعاد مدیریت بر مبنای ارزش در دانشگاه آزاد اسلامی استان مازندران چگونه است؟

روش شناسی

تحلیل عاملی از جمله روش‌های چند متغیره است که در آن متغیرهای مستقل و وابسته مطرح نیست و با کمک آن سعی می‌شود که تعداد زیادی متغیر در چند عامل یا مؤلفه خلاصه‌شده و اعتبار یابی شوند. به بیانی دیگر، این روش به بررسی همبستگی درونی تعداد زیادی از متغیرها می‌پردازد و در نهایت، آن‌ها را در قالب تعدادی عوامل محدود دسته‌بندی و تبیین می‌کند. عامل، سازه‌ای است که روابط بین مجموعه‌ای از متغیرها را به صورت خلاصه مطرح می‌کند. به بیانی دیگر، عامل سازه‌ای است که عملاً به وسیله بارهای عاملی تعریف می‌شود (Shahbazi et al., 2015: 490). بنابراین تحلیل عاملی اکتشافی کمک می‌کند تا حجم زیادی از متغیرها به تعدادی محدودی از عامل‌ها کاهش یابد و هم‌چنین هم‌پوشی بین عامل‌ها را به طرز مطلوبی کنترل می‌کند (Hamidi & Rahimi, 2014: 12).

پژوهش حاضر از نظر روش توصیفی از نوع پیمایشی (زمینه‌یابی) و از لحاظ هدف کاربردی بوده است. جامعه آماری این پژوهش شامل اعضای هیات علمی تمام‌وقت با مرتبه علمی استادیار، دانشیار و استاد که در واحدهای دانشگاه آزاد اسلامی استان مازندران در سال تحصیلی ۹۵-۱۳۹۴ مشغول فعالیت بودند، تشکیل شده که تعداد آن‌ها برابر ۴۷۲ نفر بوده است. با استفاده از فرمول کوکران تعداد ۲۱۲ نفر از اعضای هیات علمی به شیوه نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای برحسب درجه واحد دانشگاهی به‌عنوان نمونه انتخاب شدند. در این پژوهش جهت گردآوری داده‌ها از پرسش‌نامه محقق ساخته استفاده شده است. پس از مرور کتابخانه‌ای و اینترنتی پیشینه و ادبیات موضوع مورد پژوهش، فهرستی از گویه‌ها

تهیه گردید؛ که پس از مشورت با صاحب‌نظران و متخصصان مربوطه برای مدیریت بر مبنای ارزش پرسش‌نامه‌ای با ۸۰ گویه انتخاب و با مقیاس پنج گزینه‌ای لیکرت طراحی و تنظیم گردید؛ که به ترتیب از ۱ تا ۵ نمره‌گذاری می‌شود. جهت تأیید روایی صوری و محتوایی، پرسش‌نامه در اختیار ۲۰ نفر از متخصصان مدیریت قرار گرفته بود و پس از اصلاحات نهایی روایی صوری ابزار مورد تأیید قرار گرفت؛ و برای بررسی روایی محتوایی گویه‌های پرسش‌نامه، از شاخص ضریب نسبی روایی محتوا (CVR) استفاده شده است.

$$CVR = \frac{ne - \frac{N}{2}}{\frac{N}{2}}$$

که در این فرمول تعداد متخصصانی است که به گزینه ضروری پاسخ داده‌اند و N تعداد کل متخصصان است. اگر مقدار ضریب نسبی روایی محتوا از مقدار ۰/۴۲ بزرگ‌تر باشد روایی محتوایی آن آیتم یا سؤال پذیرفته می‌شود (Hajizadeh & Asghari, 2015). به‌منظور تعیین روایی محتوایی آیتم‌ها یا گویه‌های انتخاب‌شده برای پرسش‌نامه مدیریت بر مبنای ارزش، پرسش‌نامه اولیه در اختیار ۲۰ نفر از متخصصان قرار گرفته بود تا نظر خود را در ارتباط با هر یک از سؤال‌ها با انتخاب یکی از طیف‌های سه‌بخشی لیکرت با عنوان گویه ضروری است، گویه مفید است ولی ضروری نیست و گویه ضرورتی ندارد، اعلام دارند. بدین ترتیب پس از تکمیل پرسش‌نامه‌ها توسط متخصصان برای تک‌تک گویه‌های پرسش‌نامه این مقدار محاسبه شده است که مقدار روایی تمامی گویه‌ها از مقدار ۰/۴۲ بزرگ‌تر شده بود. لذا روایی محتوایی تمامی ۸۰ سؤال این پرسش‌نامه توسط متخصصان مورد تأیید قرار گرفته بود؛ و جهت تعیین میزان پایایی آزمون از فرمول آلفای کرونباخ استفاده گردید. بدین منظور پرسش‌نامه مورد استفاده در این پژوهش جهت اجرای آزمایشی در اختیار ۳۵ نفر از اعضای جامعه آماری قرار گرفت. سپس با استفاده از داده‌های به‌دست‌آمده از پرسش‌نامه‌های تکمیلی، با کمک نرم‌افزار SPSS میزان ضریب آلفای کرونباخ برابر با ۰/۹۷ محاسبه گردید. با توجه به این که مقدار این ضریب از ۰/۷۰ بیش‌تر شده است، می‌توان ادعا کرد که پرسش‌نامه از پایایی مطلوبی برخوردار است. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از روش‌های آمار توصیفی و آمار استنباطی شامل آزمون آلفای کرونباخ، تحلیل عاملی اکتشافی و آزمون فریدمن استفاده گردید.

یافته‌ها

سؤال یک: ابعاد مدیریت بر مبنای ارزش در دانشگاه آزاد اسلامی استان مازندران کدامند؟ همان‌گونه که در بخش روش‌شناسی ذکر شد تعداد ۸۰ سؤال (گویه) به‌عنوان شاخص‌های اولیه مدیریت بر مبنای ارزش در دانشگاه آزاد اسلامی استان مازندران مورد شناسایی قرار گرفته و جهت شناسایی عوامل پنهان (سازه) مدیریت بر مبنای ارزش بر روی داده‌های گردآوری شده تحلیل عاملی اکتشافی انجام شده بود. برای تشخیص این که داده‌ها کفایت و شرایط لازم برای اجرای تحلیل عاملی اکتشافی را دارند با کمک نرم‌افزار Spss16 از آزمون کایزر-میر-الکین^۱ و آزمون بارتلت^۲ استفاده شد. آماره KMO شاخص کفایت داده‌ها است و بیانگر این مسئله است که آیا میزان داده‌های موجود قابلیت انجام تحلیل عاملی را دارا هستند. در صورتی که مقدار آن کم‌تر از ۰/۵ باشد داده‌ها کفایت لازم برای اجرای تحلیل عاملی را ندارند و هر چه مقدار KMO نزدیک‌تر به یک باشد بهتر است. در این پژوهش مقدار قابل‌پذیرش بالای ۰/۹ منظور شد که این مقدار از داده‌ها برای اجرای تحلیل عاملی مناسب هستند. آزمون بارتلت بر این فرض استوار است که ماتریس همبستگی مشاهده‌شده متعلق به جامعه‌ای با متغیرهای ناهمبسته است. برای این که یک مدل تحلیل عاملی مفید و دارای معنا باشد لازم است که متغیرهای آن همبسته باشند لذا فرض آماری مربوط به آزمون بارتلت به شرح ذیل است:

داده‌ها نا همبسته‌اند. : H_0

داده‌ها همبسته‌اند. : H_1

جدول ۱: آزمون کایزر-میر-الکین و آزمون کرویت بارتلت

کایزر-میر-الکین	۰/۹۴۰
خی دو	۱۰۹۵۷/۲۷۳
آزمون بارتلت	درجه آزادی
	۲۰۸۰
	سطح معناداری
	۰/۰۰۰

در آزمون کرویت بارتلت اگر مقدار p کم‌تر از ۰/۰۵ باشد توانایی عاملی بودن داده‌ها تأیید می‌شود. در جدول شماره ۱ مقدار p کوچک‌تر از ۰/۰۵ است و نشان می‌دهد انجام تحلیل عاملی اکتشافی برای شناسایی ساختار و مدل عاملی مناسب بوده است و فرض شناخته‌شده

1 -Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy (KMO)

2 -Bartlett's Test

بودن ماتریس همبستگی رد می‌شود. شاخص نمونه‌برداری کایزر-میر-الکین به‌عنوان دومین پیش‌شرط برابر با ۰/۹۴۰ (نزدیک به یک) به دست آمد. در نتیجه تعداد ۲۱۲ نفر در این پژوهش برای انجام تحلیل عاملی کافی است. بنابراین فرضیه صفر رد و فرضیه مقابل تأیید می‌گردد؛ یعنی داده‌ها همبسته هستند. لذا با ۹۵ درصد اطمینان می‌توان قضاوت کرد که داده‌ها دارای کفایت و همبستگی لازم جهت اجرای تحلیل عاملی اکتشافی را دارند. جهت انجام تحلیل عاملی اکتشافی از روش تحلیل مؤلفه‌های اصلی^۱ و با چرخش واریماکس^۲ استفاده شده است. معیار انتخاب سؤالات به‌عنوان یک شاخص برای عوامل دارا بودن ارزش ویژه بالاتر از یک و هم‌چنین بار عاملی ۰/۴ و بالاتر به شرطی که در دیگر عوامل کم‌تر از این مقدار ظاهر شود، بوده است (Kline, 2002). در این راستا و با استفاده از تحلیل عاملی اکتشافی تعداد ۱۵ سؤال به علت عدم همخوانی از نظر محتوایی با سایر گویه‌ها از پرسش‌نامه حذف و پرسش‌نامه نهایی با ۶۵ سؤال تأیید گردید. در ادامه با استفاده از روش تحلیل عاملی اکتشافی برای شناسایی ابعاد و سهم درصد واریانس هر یک از آن‌ها از چرخش واریماکس و میانگین بار عاملی استفاده شده است. لذا بر اساس نتایج تحلیل عاملی اکتشافی برای انتخاب ابعاد مرتبط با متغیر مدیریت بر مبنای ارزش بعد از چرخش واریماکس فقط عامل‌هایی (ابعاد) در جدول نگه‌داشته می‌شوند که مجموع مجذور بارهای عاملی آن‌ها مقدار یک یا بیش‌تر باشد؛ بنابراین بعد از چرخش واریماکس گویه‌ها به دوازده عامل (بعد) که دارای مقدار درصد واریانس بیش‌تر از یک بوده‌اند، تقسیم شدند؛ که به ترتیب از شماره ۱ تا ۱۲ در جدول شماره ۲ مشخص شده‌اند.

جدول ۲: نتایج تحلیل عاملی اکتشافی جهت تعیین تعداد عامل‌های تأثیرگذار

عامل	مقدار ویژه اولیه			مجموع مجذور بارهای استخراجی (قبل از چرخش)			مجموع مجذور بارهای استخراجی (بعد از چرخش) یافته		
	مقدار کل	درصد واریانس	درصد تراکمی	مقدار کل	درصد واریانس	درصد تراکمی	مقدار کل	درصد واریانس	درصد تراکمی
۱	۲۶/۶۴	۴۰/۹۹	۴۰/۹۹	۲۶/۶۴	۴۰/۹۹	۴۰/۹۹	۶/۹۱	۱۰/۶۴	۱۰/۶۴
۲	۳/۳۳	۵/۱۲	۴۶/۱۲	۳/۳۳	۵/۱۲	۴۶/۱۲	۵/۰۸	۷/۸۲	۱۸/۴۶
۳	۲/۶۳	۴/۰۵	۵۰/۱۷	۲/۶۳	۴/۰۵	۵۰/۱۷	۴/۹۱	۷/۵۶	۲۶/۰۳
۴	۲/۵۰	۳/۸۵	۵۴/۰۳	۲/۵۰	۳/۸۵	۵۴/۰۳	۴/۷۷	۷/۳۳	۳۳/۳۶
۵	۲/۰۲	۳/۱۰	۵۷/۱۳	۲/۰۲	۳/۱۰	۵۷/۱۳	۴/۰۵	۶/۲۳	۳۹/۶۰
۶	۱/۷۵	۲/۶۹	۵۹/۸۲	۱/۷۵	۲/۶۹	۵۹/۸۲	۴/۰۳	۶/۲۱	۴۵/۸۱
۷	۱/۶۷	۲/۵۸	۶۲/۴۱	۱/۶۷	۲/۵۸	۶۲/۴۱	۳/۳۵	۵/۱۵	۵۰/۹۷
۸	۱/۴۰	۲/۱۶	۶۴/۵۷	۱/۴۰	۲/۱۶	۶۴/۵۷	۳/۳۲	۵/۱۱	۵۶/۰۹
۹	۱/۲۸	۱/۹۸	۶۶/۵۵	۱/۲۸	۱/۹۸	۶۶/۵۵	۳/۲۲	۴/۹۶	۶۱/۰۵
۱۰	۱/۱۰	۱/۶۹	۶۸/۲۵	۱/۱۰	۱/۶۹	۶۸/۲۵	۲/۷۷	۴/۲۶	۶۵/۳۲
۱۱	۱/۰۲	۱/۵۷	۶۹/۸۸	۱/۰۲	۱/۵۷	۶۹/۸۸	۲/۷۳	۴/۲۱	۶۹/۵۴
۱۲	۰/۹۶	۱/۴۸	۷۱/۳۰	۰/۹۶	۱/۴۸	۷۱/۳۰	۱/۱۴	۱/۷۶	۷۱/۳۰

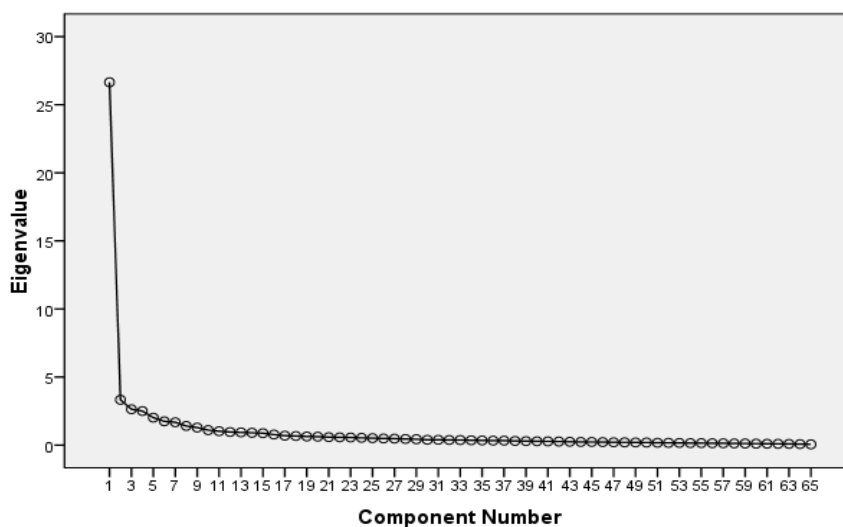
جدول ۲ عامل‌های استخراج شده به همراه مقدار ویژه، درصد واریانس تبیین شده و واریانس تراکمی تبیین شده به وسیله هر کدام از این عامل‌ها را نشان می‌دهد. بررسی جدول نشان می‌دهد که هر کدام از این عامل‌ها دارای مقدار ویژه بالاتر از ۱ هستند که رقم مناسبی است. همان‌گونه که در جدول ۲ مشاهده می‌شود، تحلیل عامل نهایی به استخراج دوازده عامل منجر گردید که این دوازده عامل در مجموع ۷۱/۳۰۵ درصد از واریانس کل عوامل مرتبط با مدیریت بر مبنای ارزش را تبیین می‌کنند. مقدار سهم درصد واریانس هر یک از این ابعاد در جدول شماره ۳ نشان داده شده است.

جدول ۳: نتایج تحلیل عاملی اکتشافی و ترتیب سهم هر بعد بر حسب مقدار درصد واریانس

شماره عامل	مقدار درصد واریانس	شماره عامل	مقدار درصد واریانس
۱	۱۰/۶۴۰	۷	۵/۱۵۶
۲	۷/۸۲۲	۸	۵/۱۱۸
۳	۷/۵۶۸	۹	۴/۹۶۵
۴	۷/۳۳۹	۱۰	۴/۲۶۹
۵	۶/۲۳۸	۱۱	۴/۲۱۳
۶	۶/۲۱۱	۱۲	۱/۷۶۴

از نمودار مقدار ویژه معروف به نمودار Scree Plot یا سنگ‌ریزه نیز می‌توان برای تصمیم‌گیری در باره تعداد عامل‌های باقی‌مانده در کنار شرط بزرگی مقدار ویژه استفاده کرد. نمودار سنگ‌ریزه استخراج‌شده از تحلیل عاملی نیز نشان می‌دهد، که دوازده عامل یا بعد می‌توانند برای تحلیل نهایی انتخاب شوند. با توجه به این نمودار روی شیب تند آن دوازده عامل وجود دارد و عامل‌های دیگر نزدیک به هم قرار دارند و با توجه به جدول مقادیر ویژه درصد واریانس زیادی را تبیین نمی‌کنند.

Scree Plot



نمودار ۱: نمودار سنگ‌ریزه برای تحلیل عاملی اکتشافی ابعاد مدیریت بر مبنای ارزش

پس از تعیین تعداد عامل‌ها باید مشخص شود که هر یک از گویه‌ها به کدام عامل تعلق دارند؛ و به اصطلاح بار کدام عامل می‌شوند. به همین منظور از روش چرخش واریماکس استفاده شده است. جداول ۴ و ۵ به ماتریس عاملی چرخش یافته اختصاص دارد که باید مبنای تعداد عوامل و نام‌گذاری آن‌ها قرار گیرد. در این جداول هر گویه بر اساس بیش‌ترین بار عاملی خویش در یک عامل بارگذاری شده است. در این جداول باید برای هر یک از مجموعه گویه‌هایی که بر یک عامل تعلق گرفته‌اند مفهومی کلی تعیین کرد تا بتوان به تفسیر آن‌ها پرداخت. از طریق این فرایند است که محقق با استفاده از تحلیل عاملی، تعداد زیادی گویه را در چندین عامل خلاصه کرده و نام کلی برای آن‌ها تعیین می‌کند تا بتواند

به تلخیص داده‌ها و اعتبارسنجی ارتباطات عناصر که از اهداف اساسی این روش آماری است، دست یابد.

جدول ۴: نتایج تحلیل عاملی اکتشافی با چرخش واریماکس بر روی ابعاد استخراج شده

عامل‌های اول تا ششم استخراج شده پس از چرخش به روش واریماکس											
عامل اول		عامل دوم		عامل سوم		عامل چهارم		عامل پنجم		عامل ششم	
سؤال	بار عاملی	سؤال	بار عاملی	سؤال	بار عاملی	سؤال	بار عاملی	سؤال	بار عاملی	سؤال	بار عاملی
۳۷Q	۰/۴۹۲	۶Q	۰/۵۹۷	۷۱Q	۰/۷۵۵	۵۱Q	۰/۶۵۷	۳۱Q	۰/۶۵۱	۱۶Q	۰/۶۶۹
۳۸Q	۰/۴۱۰	۷Q	۰/۶۸۲	۷۲Q	۰/۷۷۷	۵۲Q	۰/۷۴۳	۳۲Q	۰/۶۸۱	۱۷Q	۰/۷۵۷
۳۹Q	۰/۵۴۸	۸Q	۰/۶۵۹	۷۳Q	۰/۷۰۱	۵۳Q	۰/۷۷۲	۳۳Q	۰/۶۳۳	۱۸Q	۰/۸۱۳
۴۰Q	۰/۵۲۴	۹Q	۰/۶۷۶	۷۴Q	۰/۶۲۷	۵۴Q	۰/۷۲۷	۳۴Q	۰/۶۲۳	۱۹Q	۰/۷۷۰
۴۱Q	۰/۶۲۳	۱۰Q	۰/۶۶۱	۷۵Q	۰/۴۹۲	۵۵Q	۰/۶۰۴	۳۵Q	۰/۶۳۲	۲۰Q	۰/۶۸۹
۴۲Q	۰/۶۶۳	۱۱Q	۰/۶۷۴			۵۶Q	۰/۵۲۲				
۴۳Q	۰/۶۷۱	۱۲Q	۰/۶۶۶								
۴۴Q	۰/۷۱۶										
۴۵Q	۰/۷۱۷										
۷۶Q	۰/۴۸۶										
۷۷Q	۰/۵۷۴										
۷۸Q	۰/۵۸۶										

جدول ۵: نتایج تحلیل عاملی اکتشافی با چرخش واریماکس بر روی ابعاد استخراج شده

عامل‌های هفتم تا دوازدهم استخراج شده پس از چرخش به روش واریماکس											
عامل هفتم		عامل هشتم		عامل نهم		عامل دهم		عامل یازدهم		عامل دوازدهم	
سؤال	بار عاملی	سؤال	بار عاملی	سؤال	بار عاملی	سؤال	بار عاملی	سؤال	بار عاملی	سؤال	بار عاملی
۴۶Q	۰/۶۹۷	۱Q	۰/۷۳۶	۲۶Q	۰/۵۱۳	۲۱Q	۰/۵۱۰	۱۳Q	۰/۶۰۷	۶۱Q	۰/۳۸۵
۴۷Q	۰/۷۷۱	۲Q	۰/۷۸۰	۲۷Q	۰/۵۸۷	۲۲Q	۰/۵۹۷	۱۴Q	۰/۷۲۴	۶۳Q	۰/۳۱۵
۴۸Q	۰/۷۱۱	۳Q	۰/۶۶۹	۲۸Q	۰/۵۷۱	۲۳Q	۰/۵۶۴	۱۵Q	۰/۷۲۰	۶۴Q	۰/۳۰۰
۵۸Q	۰/۴۳۳	۴Q	۰/۶۵۳	۲۹Q	۰/۵۹۹	۲۴Q	۰/۵۰۸				
۵۹Q	۰/۵۰۱	۵Q	۰/۶۵۴	۳۰Q	۰/۵۴۷						

آخرین مرحله تحلیل عاملی، تفسیر و نام‌گذاری عوامل استخراج‌شده است که این مرحله باید با توجه به جنس گویه‌های موجود در هر عامل صورت گیرد و سعی شود تا نام عامل‌ها با گویه‌های موجود در آن عامل بیش‌ترین تناسب را از لحاظ مفهوم و معنا و اهمیت داشته باشد. نتایج ماتریس همبستگی تحلیل عاملی در فضای پس از چرخش برای انتخاب شاخص‌های مرتبط با مدیریت بر مبنای ارزش برای دانشگاه آزاد اسلامی که در جداول ۴ و ۵ ارائه شده است، نشان داد که متغیر مدیریت بر مبنای ارزش دارای ۶۵ مؤلفه یا شاخص و ۱۲ عامل یا بعد به شرح زیر است:

بعد اول شامل ۱۲ گویه می‌باشد و با توجه به ماهیت این گویه‌ها به‌عنوان بعد اعتماد سازمانی نام‌گذاری گردید و دارای دوازده مؤلفه شامل: روابط دوستانه و اعتماد متقابل، توسعه و ترویج فرهنگ اعتماد، بهبود فضای قابل‌اعتماد، استفاده از همکاران قابل‌اعتماد، برقراری فضای صلح و آرامش، فراهم بودن شرایط آرام‌بخش در محیط کار، برقراری صمیمیت بین همکاران، دسترسی به همزیستی مسالمت‌آمیز، بهره‌مندی از حمایت‌سازمانی، توجه به انتخاب و واگذاری شغل مناسب، ثبات‌شغلی و کاهش فشارهای شغلی است.

بعد دوم به‌عنوان چشم‌انداز نام‌گذاری گردید و دارای ۷ مؤلفه شامل: کاهش وابستگی به شهریه دانشجویان، تجاری‌سازی دستاوردهای علمی و پژوهشی، تربیت نیروی انسانی متخصص و مسئولیت‌پذیر، پشتتاز بودن در تولید و توسعه علم، کسب جایگاه شایسته در کشور، توسعه و تکامل توانمندی‌های بالقوه نیروی انسانی و بسترسازی راهکارهای افزایش منابع مالی است.

بعد سوم به‌عنوان خودارزشیابی نام‌گذاری گردید. دارای ۵ مؤلفه شامل: خودارزشیابی در سایر فرآیندها، ایجاد انگیزه و جهت‌دهی برای اجرای خودارزشیابی، حمایت از پایداری خودارزشیابی، گرایش به خودارزشیابی، فرهنگ خودکنترلی و خودانتقادی می‌باشد.

بعد چهارم به‌عنوان آداب اجتماعی نام‌گذاری گردید و دارای ۶ مؤلفه شامل: به‌کارگیری آداب اجتماعی، پای‌بندی به آداب اجتماعی، بهبود آداب اجتماعی، صیانت از آداب اجتماعی، توسعه و ترویج آداب اجتماعی و رفتارهای داوطلبانه جهت مساعدت به دیگران است.

بعد پنجم به‌عنوان مکانیزم‌های انگیزشی نام‌گذاری گردید. دارای ۵ مؤلفه شامل: پاداش به عملکرد مناسب، تشویق در مقابل کوشش فراوان، تشویق در برابر مهارت، قدردانی مستمر از خدمات مطلوب و ارتقای شغلی است.

بعد ششم به عنوان مشتری محوری نام گذاری گردید و دارای ۵ مؤلفه شامل: توجه به رضایت مندی مشتری، تأمین خواسته های مشتری، ارزشمند دانستن مشتری، توجه به سلیق و پیشنهادهای مشتری و ارائه خدمات برتر به مشتری است.

بعد هفتم به عنوان تعهد سازمانی نام گذاری گردید. دارای ۵ مؤلفه شامل: احساس وفاداری به سازمان، فعالیت مداوم در سازمان، تعهد نسبت به تحقق اهداف سازمان، تلاش های ویژه جهت موفقیت سازمان، فداکاری و وظیفه شناسی در سازمان است.

بعد هشتم به عنوان آرمان گرایی نام گذاری گردید. دارای ۵ مؤلفه شامل: پای بندی به احکام الهی، نهادینه نمودن ارزش های انسانی- اسلامی، توجه به آموزه های دینی، تدوین قوانین و مقررات در راستای موازین اسلامی، تقویت و رشد فضایل اخلاقی است.

بعد نهم به عنوان انسجام و یکپارچگی نام گذاری گردید. دارای ۵ مؤلفه شامل: انسجام و یکپارچگی گروه های آموزشی، وجود سیستم جامع و یکپارچه، انسجام و یکپارچگی در راستای تحقق اهداف، انسجام و یکپارچگی بین کارکنان و هیات علمی، مشارکت و همبستگی سازمانی است.

بعد دهم به عنوان آموزش و توانمندسازی نام گذاری گردید. دارای ۴ مؤلفه شامل: حمایت از دوره های توانمندسازی، تدوین و اجرای برنامه های آموزشی، پیشرفت شغلی از طریق توانمندسازی و نخبه پروری از طریق آموزش است.

بعد یازدهم به عنوان توسعه منابع نام گذاری گردید. دارای ۳ مؤلفه شامل: توسعه منابع مادی، توسعه منابع اطلاعاتی و توسعه منابع فنی است.

بعد دوازدهم به عنوان تجربه و مهارت نام گذاری گردید. دارای ۳ مؤلفه شامل: استفاده بهینه از توانایی و تجربه، ذخیره و اشاعه تجربه و مهارت و کسب مهارت از طریق کارورزی است. سؤال دو: رتبه بندی ابعاد مدیریت بر مبنای ارزش در دانشگاه آزاد اسلامی استان مازندران چگونه است؟

جهت بررسی یکسان بودن رتبه بندی (اولویت بندی) هر یک از ابعاد، از آزمون فریدمن استفاده شده است؛ که محتوی نتیجه اصلی آزمون در جدول ۶ نشان داده می شود.

جدول ۶: خلاصه تحلیل آماری آزمون فریدمن

تعداد	آماره کای دو	درجه آزادی	p-value
۲۱۲	۱۸۶/۳۳۴	۱۱	۰/۰۰۰

با توجه به این که سطح معنی‌داری این آزمون P-Value کم‌تر از ۰/۰۵ است. لذا با ۹۵ درصد اطمینان این نتیجه حاصل شد که تأیید یکسان بودن رتبه‌های این ابعاد پذیرفته نمی‌شود، بنابراین می‌توان بیان نمود که رتبه‌بندی ابعاد از نظر اعضای هیات علمی متفاوت است.

جدول ۷: نتایج رتبه‌بندی ابعاد مدیریت بر مبنای ارزش

رتبه	ابعاد	میانگین رتبه‌ای
۱	آرمان‌گرایی	۸/۴۰
۲	آداب اجتماعی	۷/۲۳
۳	مشتری محوری	۷/۱۷
۴	تعهد سازمانی	۶/۸۳
۵	اعتماد سازمانی	۶/۷۶
۶	انسجام و یکپارچگی	۶/۵۴
۷	توسعه منابع	۶/۵۳
۸	آموزش و توانمندسازی	۶/۴۸
۹	چشم‌انداز	۶/۳۰
۱۰	تجربه و مهارت	۶/۰۴
۱۱	خود ارزشیابی	۵/۴۲
۱۲	مکانیزم‌های انگیزشی	۴/۳۰

همان‌طور که در جدول ۷ مشخص شده است، با استفاده از میانگین رتبه‌ای، رتبه هر یک از ابعاد، از نظر اعضای هیات علمی به ترتیب رتبه عبارتند از: ۱- بعد آرمان‌گرایی، ۲- آداب اجتماعی، ۳- مشتری محوری، ۴- تعهد سازمانی، ۵- اعتماد سازمانی، ۶- انسجام و یکپارچگی، ۷- توسعه منابع، ۸- آموزش و توانمندسازی، ۹- چشم‌انداز، ۱۰- تجربه و مهارت، ۱۱- خود ارزشیابی و ۱۲- مکانیزم‌های انگیزشی.

بحث و نتیجه‌گیری

پس از شاخص‌سازی و بررسی روایی محتوایی مدیریت بر مبنای ارزش، تعداد ۶۵ گویه به‌عنوان شاخص‌های مدیریت بر مبنای ارزش در نظر گرفته شد. در مرحله بعد پس از انجام تحلیل عاملی اکتشافی و چرخش واریماکس، نتایج تحلیل برای مدیریت بر مبنای ارزش نشان داد که فقط عامل‌هایی در جدول نگه‌داشته می‌شوند، که مجموع مجذور بارهای عاملی آن‌ها مقدار یک یا بیش‌تر باشد. یافته‌ها نشان داد که دوازده عامل انتخاب‌شده جمعاً ۷۱/۳۰۵ درصد واریانس کل عوامل مرتبط با مدیریت بر مبنای ارزش را تبیین می‌کنند.

مدیریت بر مبنای ارزش دارای دوازده بعد شامل: اعتماد سازمانی، انسجام و یکپارچگی، مکانیزم‌های انگیزشی، تجربه و مهارت، آموزش و توانمندسازی، خودارزشیابی، چشم‌انداز، تعهد سازمانی، آداب اجتماعی، توسعه منابع، مشتری‌محوری و آرمان‌گرایی است. که همه ابعاد مدیریت بر مبنای ارزش دارای بار عاملی بالای ۰/۵ می‌باشند، لذا تأثیر همه ابعاد بر مدیریت بر مبنای ارزش مورد تأیید قرار گرفت. این یافته با نتایج پژوهش‌های علی‌زاده (۲۰۱۵) که ارباب‌رجوع محوری، عدالت‌محوری و پاسخگویی اجتماعی از ارزش‌های محوری سازمان هستند، ولیخانی و همکاران (۲۰۱۳) که از دیدگاه کارکنان ارزش اجتماعی به‌عنوان ارزش برتر است، میرسپاسی و همکاران (۲۰۱۳) که ارزش محوری در سه حوزه کرامت انسانی (ارباب‌رجوع محوری و عدالت محوری)، دانش‌محوری و چشم‌انداز محوری دسته‌بندی شده است، مبینی‌دهکردی و ربانی (۲۰۱۲) که ابعاد ساختاری، استراتژی و فرهنگی سبک مدیریت را پوشش می‌دهد، معمارزاده و جهانگیرفرد (۲۰۱۰) که استفاده مناسب و بهینه از ارزش‌های حاکم بر سازمان سبب بهبود عملکرد در سازمان می‌شود، رجایی پور و لافتی (۲۰۱۰) که بین مؤلفه‌های انگیزش، ارتباطات و کارگروهی و مدیریت بر اساس ارزش رابطه معناداری وجود دارد، زبیک و همکاران (۲۰۱۷) که مدل مدیریت بر اساس ارزش باید بر اساس ارزش‌های خاص حاکم بر صنعت معادن باشد و بین ارزش‌های حاکم بر شرکت و رضایت در کارکنان ارتباط وجود دارد، دوغان (۲۰۱۶) که معلمان مدیریت بر مبنای ارزش را در رفتارهای مدیران آموزشی بسیار مثبت درک می‌کنند و اهمیت زیادی برای آن در رفتارهای مدیران آموزشی قائل‌اند، مارینسکو و همکاران (۲۰۱۵) که مدیریت بر مبنای ارزش قادر به ارائه یک‌راه حل جامع برای دستیابی به عملکرد مطلوب است و عاملی برای توسعه سیستم‌ها می‌باشد، بانوپریا و وثیراجان (۲۰۱۵) که مشتری‌محوری به‌عنوان یک ارزش در پروسه تصمیم‌گیری مبتنی بر واقعیت‌ها و نیازهای مشتریان به مدیران کمک می‌کند، کروین و همکاران (۲۰۱۴) که ارزش‌های سازمانی، اخلاقی و اجتماعی با میانجی‌گری مدیریت بر مبنای ارزش بر عملکرد سازمانی تأثیر دارد، کودلکو و همکاران (۲۰۱۴) که ارزش‌های سازمانی بر تمرکز بر ثبات، امنیت افراد و اعتماد تکیه‌دارند و مدیریت بر مبنای ارزش می‌تواند یک روش مناسب برای اهداف بلندمدت مدیریت باشد، چاندراکومارا (۲۰۱۱) که نظام ارزشی رفتارهای مدیران و کارکنان و الگوهای فکری و روش‌های تصمیم‌گیری را هدایت می‌نماید و می‌توانند در اولویت‌بندی اهداف و آرمان‌ها، طراحی فعالیت‌ها و سیاست‌های مدیریتی و برنامه‌های پیشرفت و آموزش

مؤثر سهیم نماید، ینگینگ و همکاران (۲۰۰۹) که ارزش‌های اخلاقی، اقتصادی و عاطفی در جهت عملیات سازمان و ترکیب این سه زاویه از ارزش‌ها جزیی از مدیریت منابع انسانی استراتژیک می‌باشد و بوچکو (۲۰۰۷) که خلاقیت، فداکاری، ارتباط، کار تیمی، اعتماد و انگیزش به‌عنوان ارزش‌های محوری سازمان محسوب می‌شوند، همسو است.

در ارتباط با سؤال دوم پژوهش یافته‌ها نشان داده است که از نظر اعضای هیات علمی رتبه‌بندی این ابعاد متفاوت است که از نظر آنان بعد آرمان‌گرایی در رتبه اول قرار دارد. لذا با توجه به نقشه جامع علمی کشور که تحقق آرمان‌های متعالی آن در گرو اتکال به قدرت لایزال الهی و احیای فرهنگ و برپایی تمدن نوین اسلامی - ایرانی برای پیشرفت ملی، گسترش عدالت و الهام بخشی در جهان می‌باشد. در راستای برخوردار بودن دانشگاه از انسان‌های صالح، فرهیخته، سالم و تربیت‌یافته مکتب اسلام، بنابراین پیشنهاد می‌گردد، جهت تحول راهبردی علم و فناوری مبتنی بر ارزش‌های اسلامی برای دستیابی به اهداف چشم‌انداز بیست‌ساله کشور، پایبندی به احکام الهی و اعتقاد به خدا به‌عنوان یک جهت‌گیری استراتژیک و اهداف بلندمدت به‌عنوان یک چتر آرمانی بر روی دانشگاه سایه افکند.

آداب اجتماعی در واقع همان بروز اعمال و رفتارهای داوطلبانه و اختیاری توسط کارکنان و اعضای هیات علمی هست که به‌عنوان یک اقدام مثبت که منجر به ارتقای کارایی و اثربخشی عملکرد مؤثر سازمان (بهبود بهره‌وری)، همبستگی گروه‌های کاری، ارتباطات و کمک‌های بین همکاران می‌شود. لذا پیشنهاد می‌گردد محافظت و صیانت از آداب اجتماعی و توسعه و ترویج آن، هم‌چنین پایبندی کارکنان و اعضای هیات علمی به اجرای آداب اجتماعی در راستای بهبود و ارتقای سطح آن در رفتار، گفتار و کردار کارکنان و اعضای هیات علمی در دانشگاه مورد توجه قرار گیرد.

امروزه مشتری محوری نه به‌عنوان یک شعار بلکه به‌عنوان یک رکن اصلی سودآوری و بقای سازمان‌ها به موضوع حیاتی تبدیل شده است. سازمان‌ها به رابطه متقابل با مشتریان خود نیاز مبرم دارند تا در عرصه رقابت با سایرین از صحنه خارج نشوند. مشتری یک دارایی استراتژیک است و برای حفظ این دارایی همواره باید یک رابطه برد-برد بین دانشگاه و دانشجو ایجاد گردد. لذا پیشنهاد می‌گردد دانشگاه باید ارائه خدمات مطلوب علمی و کسب رضایت و خشنودی دانشجویان را از اهداف اساسی خویش قرار دهد و فرهنگ جلب رضایت دانشجویان و ارزشمند بودن آنان را در اولویت کاری خود قرار داده و جهت افزایش

رضایت‌مندی دانشجویان توجه به نیازها، سلايق، نظرات و پیشنهادهاي آنان را مورد توجه جدی قرار دهد.

در خصوص تعهد سازمانی به‌عنوان یکی دیگر از ابعاد این پژوهش می‌توان گفت وقتی که کارکنان و اعضای هیات علمی نسب به دانشگاه وظیفه‌شناس، وفادار و متعهد باشند. با تلاش و کوشش بیش‌تری فعالیت می‌کنند، در نتیجه این امر باعث می‌گردد تا کار آبی اداری و در نهایت اثربخشی دانشگاه به حداکثر برسد. بنابراین پیشنهاد می‌گردد دانشگاه نسبت به پایبندی و تقویت حس وفاداری، وظیفه‌شناسی و تعهد در کارکنان و اعضای هیات علمی تلاش و کوشش کند تا آنان را به فعالیت بیش‌تری وادارد و با ایجاد زمینه مساعدی میزان توجه و تعهد خویش را نسبت به کارکنان و اعضای هیات علمی افزایش دهند، تا آنان سطح بالایی از حمایت سازمانی را درک نموده و با تلاش‌های ویژه و مشارکت فعال در فرآیندها و عملیات سازمان، دانشگاه را در دستیابی به اهداف و برنامه‌های تعیین‌شده یاری رسانند.

یکی از نیازهای کارکنان در سازمان برقراری اعتماد سازمانی میان آنان و مدیران هست. وجود اعتماد سازمانی باعث اثربخشی و کاهش هزینه‌های ارزیابی و کنترل سازمان می‌شود. لذا جهت افزایش احساس امنیت، خود‌مدیریتی، تسهیل همکاری، بروز خلاقیت و اعتماد متقابل در کارکنان و اعضای هیات علمی و مشارکت بیش‌تر آنان در فرآیندها و تصمیم‌گیری‌های مربوط به امور دانشگاه پیشنهاد می‌شود مدیریت دانشگاه موجبات توسعه و ترویج فرهنگ اعتماد در محیط سازمانی را فراهم سازد.

در صورت وجود انسجام و یکپارچگی افراد و واحدهای مختلف دانشگاه برای نیل به اهداف سازمانی همکاری و مشارکت جمعی دارند، لذا توصیه می‌شود دانشگاه به‌منظور دستیابی به اهداف سازمانی و افزایش انعطاف‌پذیری بین گروه‌های آموزشی و کاهش تعارضات بین آنها استفاده از سیستم جامع و یکپارچه را جهت ایجاد محیط تفاهم، هماهنگی، پیوستگی و اتحاد بین کارکنان و اعضای هیات علمی فراهم سازد تا موجبات مشارکت، همبستگی و هماهنگی بیش‌تری برای آنان مهیا شود.

در مورد توسعه منابع به‌عنوان یکی دیگر از ابعاد مدیریت بر مبنای ارزش می‌توان گفت که سازمان‌ها رشد و توسعه خود را از طریق رشد و توسعه سرمایه اطلاعاتی، فنی و مادی پیگیری می‌کنند. بنابراین پیشنهاد می‌شود، جهت ارتقای سطح عملکرد کارکنان و اعضای هیات علمی توسعه منابع مادی (امکانات سخت‌افزاری و نرم‌افزاری مناسب، تجهیزات

کارگاه‌ها و آزمایشگاه‌ها و ایجاد زیرساخت‌ها)، توسعه منابع اطلاعاتی (کتب، مجلات و پایگاه‌ها، مجلات، کتب و مراجع الکترونیکی، نرم‌افزارها) و توسعه منابع فنی (رایانه، اینترنت، فرآیندها) و همچنین استفاده از فناوری‌های نوین و بهبود و توسعه مستمر آن‌ها در دانشگاه بیش‌تر مورد توجه قرار گیرد.

آموزش و توانمندسازی کارکنان و اعضای هیات علمی یکی از تکنیک‌های مؤثر برای افزایش بهره‌وری و استفاده بهینه از ظرفیت و توانمندی‌های فردی و گروهی آنان در راستای تحقق اهداف سازمانی است. بنابراین پیشنهاد می‌گردد که دانشگاه با ایجاد دوره‌های آموزشی و توانمندسازی موجبات تعهد، ارتقای روحیه، ایجاد انگیزه، افزایش رضایت شغلی، کاهش فشارهای شغلی، بهبود ارائه خدمات علمی، تقویت حس مسئولیت‌پذیری، افزایش قدرت تصمیم‌گیری کارکنان و اعضای هیات علمی و رضایت‌مندی دانشجویان در دانشگاه را فراهم سازد.

در ارتباط با چشم‌انداز به‌عنوان یکی دیگر از ابعاد مدیریت بر مبنای ارزش پیشنهاد می‌شود که مدیریت دانشگاه با تدوین برنامه‌های بهره‌وری و استفاده بهینه از منابع مالی و با ایجاد بستری مناسب از طریق کسب فناوری‌های نوین، کاربردی کردن و تجاری‌سازی دستاوردهای علمی و پژوهشی در دانشگاه به‌عنوان یک راهکار جهت تأمین منابع مالی جدید و جایگزینی وابستگی به شهریه دانشجویان استفاده نماید. با فراهم نمودن زمینه توسعه و تکامل توانمندی‌های بالقوه کارکنان، دانشجویان و اعضای هیات علمی، شرایط مناسبی را جهت تربیت و پرورش نیروی انسانی متخصص و مسئولیت‌پذیر نسبت به جامعه ایجاد کند.

تجربه و مهارت فعالیتی هست که با تکرار، تمرین و یادگیری اصول اولیه، می‌توان کیفیت آن را بهبود بخشید. بنابراین پیشنهاد می‌گردد به‌منظور افزایش مهارت و کسب تجربه در کارکنان و اعضای هیات علمی دانشگاه استفاده بهینه از دانش، توانایی، تجربه و مهارت کارکنان و اعضای هیات علمی و ذخیره کردن، بازیابی و اشاعه تجربه و مهارت آنان و همچنین برنامه‌های کارورزی و دوره‌های آموزشی ضمن خدمت مورد توجه قرار گیرد.

خودارزشیابی به‌عنوان یکی از ابعاد مورد شناسایی در پژوهش حاضر می‌باشد. خودارزشیابی در واقع نوعی مدیریت بر خویشتن یعنی مطابقت رفتار خویش با شرایط موجود است که می‌تواند منجر به کاهش انحرافات و اشتباهات فرد شود و مهارتی است که ذاتی نبوده بلکه مهارتی است که اکتسابی بوده و قابل آموزش و یادگیری می‌باشد. بنابراین

توصیه می‌شود، حمایت، گسترش و تقویت فرهنگ خودکنترلی و خودانتقادی در کارکنان و اعضای هیات علمی در دانشگاه مورد توجه بیش‌تری قرار گیرد. در خصوص مکانیزم‌های انگیزشی به‌عنوان یکی دیگر از ابعاد مدیریت بر مبنای ارزش و جهت انجام رضایت‌بخش امور محوله، تقویت روحیه، ایجاد انگیزه در ارائه خدمات و عملکرد مناسب توسط کارکنان، تلاش و کوشش فراوان اعضای هیات علمی به‌منظور ارائه خدمات علمی مطلوب به‌صورت دائمی و مستمر به دانشجویان و افزایش کارایی و بهره‌وری نیروی کار و هم‌چنین به‌منظور تأثیرگذاری و کنترل رفتار کارکنان و اعضای هیات علمی توصیه می‌شود استفاده از سیستم پاداش کارآ و اثربخش در دانشگاه، بیش‌تر مورد توجه قرار گیرد.

References

- 1-Alizadeh, M. (2015), Introduction of Criteria and Pivotal Values of Excellence in Organizations (Case Study of Iranian Governmental Organizations), Quarterly Journal of Police Management Studies, 10(1): 109-126. (In Persian)
- 2-Banupriya, K. & Vethirajan, C. (2015), Corporate Value based management practices in India: a theoretical study of selected models, International Journal of Advanced Research in Management and Social Sciences, 4(11): 98-108.
- 3-Blanchard, K., & Ocaner, M. (2005), Management through Values, (translated by Hamid Reza Fartokzadeh), Tehran, publication: Farah. (In Persian)
- 4-Buchko, A. A. (2007), The Effect of Leadership on Values Based Management, Leadership & Organization Development Journal, 28(1): 36-50.
- 5-Chandrakumara, A. (2011), Value of values for practicing managers and leaders, problems and perspectives in management, 9(2): 80-88.
- 6-Daraban, M. C. (2016), An Empirical view on value theory and value based management, CBU International Conference Proceedings, 4: 26-35.
- 7-Doğan, S. (2016), Model of values-based management process in schools: a mixed design study, International Journal of Higher Education, 5(1): 83-96
- 8-Dolan, S. L., & Richley, B. A. (2006), Management by values (MBV): a new philosophy for a new economic order, Handbook of business strategy, 7(1): 235-238.
- 9- Dolan, Sh., & Garcia, S. (2005), Management Based on Values in the New Millennium (translated by Vahid Vahidi Motlagh, & Aqil Malekifar), Tehran, Publication: Farah. (In Persian)
- 10-Hajizadeh, E., & Asghari, M. (2015), Methods and statistical analyzes by looking at the research method in the life sciences and health sciences, Tehran, Publisher: Publishing Co. Jihad University. (In Persian)
- 11-Hamidi, N., & Rahimi, S. (2014), Study of the adaptation of industrial settlements with sustainable environmental indicators in Qazvin province, Quantitative studies in management, 5(3): 5-35. (In Persian)
- 12-Jaakson, K. (2010), Management by values: analysis of influencing aspects and its theoretical and practical implications. Baltic Journal of Economics, 10(1): 83-87.

- 13-Kerwin, Sh., MacLean, J., & Laroche, D.B. (2014), the mediating influence of management by values in nonprofit sport organizations, *Human Kinetics Journals*, 28(6): 646-656.
- 14-Khudayari Zarnagh, R., Abbasi, M., Arabloo, J., Mobsery, Kh., Turany, S. & Ismaili, A. (2013), A Study of the Status of Ethical Values in a Hospital: A Survey Study in Tehran- *Journal of Biological Ethics*, 3(10): 87-107. (In Persian)
- 15-Kline, P. (2002), *an easy guide to factor analysis*, (2nd edn), London: Routledge.
- 16-Kudelko, J., Juzyk, A., & Zaremba, L. (2014), Conditions of Management by Values in Mining Companies, *Revista Minelor /Mining Revue*, 20(3): 23-30.
- 17-Marinescu, C.M., Smolag, K., Marinescu E.S. & Szopa, R. (2015), Value based management as the innovating paradigm of contemporary governance: a theoretical approach, *Polish journal of management studies*, 12(1): 106-120.
- 18-Memarzadeh, Gh. & Jahangirfard, M. (2010), Designing a Value Management Model in Iranian Governmental Organizations, *Management Quarterly*, 7(19): 1-22. (In Persian)
- 19-Michalski, j. R. (2005), *Retention the Nursing Profession: A Study of the Effects of Corporate Ethical Values on Organizational Commitment*, Dissertation for the degree of doctor of business administration, Nova Southeastern University.
- 20-Mirsapasi, N., Memarzadeh, Gh. Najaf Beigi, M., & Ali Zadeh, M. (2013), Introduction of Valuation Model of Iranian Governmental Organizations, *Quarterly Journal of Management of Governmental Organizations*, 1(2): 53-70. (In Persian)
- 21-Mobinki Dehkordi, A., & Rabbani, A. (2012), Strategic Value-Based Management at the Organization level, *Parliamentary Plenary and Strategic Quarterly*, 19(70): 63-101. (In Persian)
- 22- Niazazari, K., Taghvai Yazdi, M., & Niazazari, M. (2014), *Organization and Management Theories in the Third Millennium*, Ghaemshahr, Mehranlibi Publications. (In Persian)
- 23-Rajaei Pour, S., & Lafati, S. (2010), Investigating the Relationship between Organizational Culture and Management Components Based on Organizational Values and Providing a Model for Management-Based Predictions of Values in Abadeh Educational Organization, *New Approach Quarterly Educational Management*, 1(4): 125-148.(In Persian)

- 24-Shahbazi, R., Fahimnia, F., & Hakimzadeh, R. (2015), Exploratory Factor Analysis Questionnaire Compilation of the Competency Model of Informational Information Science and Knowledge Based Information Technology Based on Analysis of Headlines and Labor Market Needs, Quarterly Journal of Iranian Information Technology and Technology Research Center, 31(2): 483-511. (In Persian)
- 25-Valikhani, M., Sa'adatfar, H., & Rahimi, A. (2013), Identification of employees' values based on the theory of value system of Allport, Journal of Shahrekord University of Medical Sciences, 15(6): 150- 158. (In Persian)
- 26-Yingying, Zh., Dolan, S., & Yu Zhou. (2009), Management by values: A theoretical proposal for strategic human resource management in China, Chinese Management studies, 3(4): 272-294.
- 27-Zbieg, A., Kudelko, J., Juzyk, A. & Zaremba, L. (2017), the association between values and performance in a mining corporation, Empirical study and insights for Managing by Values (MBV) model. Gospodarka surowcami mineralnymi–mineral resources management, 33(2): 145–164.