



Designing and Explaining the Model of Factors Affecting Performance in Market Orientation in the Technical and University of the Iran

Fatemeh Mohajerani¹, Behrooz Hajipour², Shahriyar Azizy³, Akbar Alem Tabriz⁴

Received: Oct. 12, 2018; Accepted: Dec. 03, 2018

Extended Abstract

The most important factor affecting university market practice is the employment of graduates in the market and, consequently, the improvement of market orientation. Marketing in the educational industry has a special relationship with the employment of graduates in the field of education. Identifying the factors that have been operating on the market and improving the performance of graduates is one of the most important goals of this research. Considering that the topic of performance in the market of different areas of educational planning, macro education in the country, curriculum development, and other subjects is included in the field of interdisciplinary subjects, Different types of educational management, strategic management, engineering, and curriculum designing involve market performance management. Conforming to the space requirement of the problem, this paper presents a three-step process model. Regarding analyzing the dimensions and components identified using the Fuzzy Delphi technique, the structural interpretation analysis of the relationship with the industry and industrial projects plays an important role in market orientation and the matching of academic training and market requirements, as well as the factor of being due to Including the level of well-being and infrastructure of the faculty and the surrounding area has a high impact on the level of performance in the market according to the results of an example of nine universities and colleges.

Keywords: performance-oriented market, university, process models, PLS

1. PhD Student of Business Administration, Management and Accounting, Shahid Beheshti University, Tehran, Iran (Corresponding Author).

✉ ftm@gmail.com

2. Professor of Management, Management and Accounting, Shahid Beheshti University, Tehran, Iran

✉ b-hajipour@sbu.ac.ir

3. Assistant Professor of Management, Management and Accounting, Shahid Beheshti University, Tehran, Iran

✉ sh_azizi@sbu.ac.ir

4. Professor of Management, Management and Accounting, Shahid Beheshti University, Tehran, Iran

✉ a-tabriz@sbu.ac.ir



INTRODUCTION

Universities and higher education institutions are continuously considered to be the highest center of thought and science production in the community and play a key role in the scientific excellence and motivating the intellectual, religious, cultural and political movements of the community through the thoughtful presence and activity of thinkers, scholars, scholars and students (Haydarzadeh, 2003). Universities need to evaluate and continuously evaluate their performance in order to fulfill their critical duties and continuous promotion (Hassanzadeh and Ghadiri, 2010). However, one of the important features of any economic system is the tension between the structure of education and employment, and the link between employment and education has always been considered in the economic and social planning simultaneously (Sousani Gharebond et al., 2013). Although the success of the organization in the market is due to the market organization's performance, it can be said that performance is one of the important characteristics of the organization's results (Khodadad Hosseini, 1394).

According to the research summarized in the above, the employment of university graduates and higher education institutions in the market is of great importance as the result of the universities operating in the developing market. In fact, the functional performance of the market out of the factors and indicators in the university is of high importance as a leverage and appropriate planning guide. The most important of these factors can be counted as the result of graduates' employment in the market and, consequently, improving market performance. The identification of these factors, which is the development or performance of the market, is of great importance in policymaking and planning of university administrators and the Ministry of Science. In the case of the discovery of the communication model and the importance of each of these factors, a coherent and efficient program for the growth of universities and the improvement of market performance can be achieved, the importance of this issue in terms of youth employment in a country and the optimization of the educational system and in one word the optimal market performance. The graduates are obviously attracted to the study. On the other hand, the technical and professional university of the country, in terms of its mission and policy, is to provide students with the skills to work quickly in order to meet the needs of the industry as the leading and pioneer in this field. Nowadays, due to the wide extent of the university, which includes 173 colleges and colleges for many girls and boys, it can be regarded as a leverage effect on the employment of young people in the country. Therefore, in this research, the university has been selected as a case study based on the importance and sensitivity of the proposed university.

PURPOSE

According to the above, the main issue of the current research is to investigate the gap between the skills training offered in technical and professional centers (the performance of technical universities in the market) and their lack of conformity with the market needs, as well as increasing the level of unemployment, as well as lack of basic skills and Focused capabilities in the workforce active in the market. However, according to studies conducted in Iran, studies in this field did not identify the components and performance indicators of the technical and professional university in the market; hence the need to develop a native scale for the higher education industry is felt. Also, recognizing various effective factors of universities in the market, trying to develop and improve these factors and providing appropriate policies, not only helps to improve performance in attracting graduates by the market, but also by developing the level of knowledge, increasing employment, reducing the amount of wasting force Human and rising GDP will help improve the country's economic conditions.

Therefore, in this research not only the necessity of examining the market orientation of the technical university is considered, but its components are identified and the infrastructure necessary for success according to the conditions in Iran and its results are examined and answered to this question. That is why some of the skill centers are better than other technical centers / colleges and ultimately a comprehensive model for the technical university units. One of the main goals of this research is to identify the effective factors of the technical and professional university in the market and model the relations between these factors. The goal of this research is the existence of a coherent and integrated model that addresses the requirements and skills of the market to meet the demands and accelerated employment of graduates that provide strategic policy and decision-making to improve the operational level of the current centers. On the other hand, according to research conducted in conjunction with world-class universities, moving to third-generation universities, developing and setting up information technology and virtual education, optimizing budgeting policies, equity between educational centers as well as improving the academic level affordable to Students and other non-conformities and requirements are essential and necessary in order to achieve the highest levels of world-class university education. Modeling and identification without examining different samples from the relatively large statistical society of the technical and vocational college with more than 173 colleges, as well as measuring the strengths and weaknesses of the leading and low-performing centers will not be possible. Another important issue in this research is the modernist theory of the educational industry and the importance of market orientation. According to the definitions given in this theory, employment is one of the most important indicators of the market orientation of the educational industry and universities.



Interdisciplinary
Studies in the Humanities

Abstract



METHODOLOGY

At this stage, firstly, by sending a fuzzy Delphi questionnaire, important criteria are identified and then the weight of the criteria will be calculated using the fuzzy hierarchical analysis method. Then, using clustering techniques, the criteria and identified factors are clustered. After doing this, using the structural equation method in the research model software was analyzed. In the end, an interpretive structural modeling technique is used for modeling.

RESULT

It should be aware that it is impossible to control or eliminate these types of factors in behavioral science research. However, researchers try to identify these factors as much as possible, identify, and take all necessary precautions to reduce them. This research was due to the descriptive nature of the conceptual model, which was faced with a variety of challenges in the light of the current situation in the vocational education and training system. The lack of access to information and data centers as well as the diverse views of experts in this field required an analytical look to respect the validity and reliability of the work. In this research, the design and validation of the communication model between the effective factors identified by the university on the market have been addressed. One of the most important achievements of this research is to achieve the factors that make students work in the market and better market performance. These factors are precisely identified with the real world needs. The model presented in this research is based on three periods before entering the market, when entering the market and after entering the real world market for graduate students. This makes application and optimal use for decision making and strategic planning of experts and managers of educational units.

CONCLUSION

Among the identified factors, we can mention the time of employment, statistical ratios such as the ratio of employment in each field of study, infrastructure, the relationship of the university with the industry, the rehabilitation of the courses and many other factors taken from the state of the educational system of the country, especially the technical and vocational universities. The proposed model is based on structural equation analysis and the validity and reliability of the used fans are demonstrated by the identification of critical criteria to model and its analysis. The model of this research has been analyzed for data collected from the technical and vocational college. The reason for choosing this university is its skill and its programs and its aspirations, which always emphasize the employment and skills required according to market demand.

NOVELTY

Considering the importance of the issue of employment in the country as well as one of the main pillars of economic development in this study, identifying the effective factors of the university on performance in the market and discovering the relationship model between these factors is considered as the main goal of this research. The dimensions and components of the university are divided into two sections within the academic and extra-university sections. In this research, the dimensions and components of the subset of these two sections are identified. The technical and vocational college, as a college student, has always sought to educate students in order to measure market needs, and cares about more employment than other universities. In this research, this university is considered as a case study. On the other hand, since this university has nearly 173 colleges / centers all over the country, it is not possible to review all these centers due to the time limit and 9 centers will be targeted. One of the most important goals in this research is to identify the effective factors that lead to growth and development in graduate employment at different faculties.



Interdisciplinary
Studies in the Humanities

Abstract

BIBLIOGRAPHY

- A Study of Policy Formulation in the Informal System of Iranian Curriculum. *Journal of Organizational Culture Management*, 12(2), 345-374.
- Abdollahzadeh Salmasi, A., Anvari, M., Anvari, N., & Sharifi, S. (2016). Role of Higher Education Centers in Employment and Entrepreneurship. *Journal of Skill Training*, 4(14), 7-20.
- Abubakar, M. S. (2010). *Revitalizing TVET for technology entrepreneurship and industrial development: Measure, design and applicability*. A paper presented at the national centre for technology management. 18(6)-43.
- Afonso, A., Ramirez, J., Diaz Puente, j. M. (2012). University - industry cooperation in the education domain to foster competitiveness and employment. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 46, 3947-3953.
- Agarwal, S., Pandey, G. N., & Tiwari, M. D. (2012). Data mining in education: Data classification and decision tree approach. *International Journal of e-Education, e-Business, e-Management and e-Learning*, 2(2), 140-144.
- Agasisti, T., & Catalano, G. (2006). Governance models of university systems-towards quasi-markets? Tendencies and perspectives: A European comparison. *Journal of Higher Education Policy and Management*, 28(3), 245-262. doi: 10.1080/13600800600980056
- Alavi, S. B., & Gholipour, A. (2009). Identifying Factors Affecting Behaviors Beyond the Role of Faculty Members of Universities: a Study at Sharif University of Technology. *Iranian Journal of Management Sciences*, 4(14), 1-30.
- Alavipour, M., (2008). *Theoretical Foundations and Methodology of Interdisciplinary Studies*. Tehran, Iran: Institute for Social and Cultural Studies.
- Alipour, A. R., & Nasri, F. (2017). Investigation and Analysis of Educational Performance Indices of University of Marine Sciences by BSC - TOPSIS. *Journal of Teaching in Marine Sciences*, 4(2), 45-60.
- An Analysis of the Impact of Globalization on the Labor Market. *Journal of Productivity Management*, 3(10), 219-241.
- Aref, M. R., & Kiani Bakhtiari, A. (2011). The Necessity of Converting Knowledge to Science and Technology. *Journal of Science Cultivation*, 3(1), 6-16.
- Askun, B., & Yıldırım, N. (2011). Insights on entrepreneurship education in public universities in Turkey: Creating entrepreneurs or not?. *Journal of Social and Behavioral Sciences*, 24(1), 663- 676.
- Atalay, M., Anafarta, N., & Sarvan, F. (2013). The relationship between innovation and firm performance: An empirical evidence from Turkish automotive supplier industry. *Procedia- Social and Behavioral Sciences*, 75, 226-235.
- Ehsani, M. A., & Taheri Bazkhaneh, S. (2018). Āzmun-e ruykard-e taqāzāmehtar be rošd-e



Interdisciplinary
Studies in the Humanities

Vol. 11
No. 1
Winter 2019

eqtesādi dar Iran: Kārbordi az rahyāft-e pārametr-e moteghayyer dar tul-e zamān [Testing the demand oriented approach to economic growth in Iran: An application of time-varying parameter]. *Quarterly Journal of Economic Growth and Development Research*, 8(30), 133-145.

Emidian, Frank; Emidian, Morteza; Safari, Mahnaz (1394). Evaluation of the quality of performance of departments of Dezful Islamic Azad University based on the European Quality Management Excellence Model (EFQM). *Quarterly Journal of Medical Education Development Center*, 6 (2), 157-147.

Grissemann, U., Plank, T. A., & Brunner-Sperdin, A. (2013). Enhancing business performance of hotels: The role of innovation and customer orientation. *International Journal of Hospitality Management*, 33, 347-356.

Hajizad, M., Salehi, M., & Ghayekhloo, M. (2011). Ta'sir-e Fanāvāri-ye Ettelā'āt va Ertebātāt bar mahārathā-ye kārāfarini-ye morabbiyān-e marākez-e fanni va herfei-ye ostān-e Mazandaran [The impact of ICT on entrepreneurship skills of educators in Mazandaran vocational and training centers]. *Journal of Information and Communication Technology Educational Sciences*, 2(2), 5-18.

Harm Students and the Economy for Years to Come, Center on Budget & Policy Priorities. Hayrinen-Alestalo, M., & Peltola, Ulla (2006). The problem of a market-oriented university. *Higher Education*, 52(2), 251-281. doi: 10.1007/s10734-004-2749-1

Hassanzadeh Baganiht, Sudabeh; and Salehiman, Ibrahim (1395). Improving the quality of human resources education Higher education with emphasis on the production and construction of social capital. *Quarterly Journal of Human Resource Education and Development*, 3 (10), 49-23.

Heidari Mousa Narenji, H., & Heidari Mousa Narenji, M. (2013). Tahlil-e ta'sir-e āmuzešhā-ye fanni va herfei bar amalkard-e taxassosi va asarboxši-ye šoghllhā-ye mahārati: Motāle'e-ye mowredi kārxānejāt-e towlid-e badane-ye xodro dar ostān-e Kermanshah [The effect of technical-vocational training on job performance and effectiveness of specialized skills: Case study: Vehicle manufacturing plants located in Kermanshah]. *Quarterly Journal of Skill Training*, 1(2), 49-73.

Heidari, Ali; Divandari, Ali; Arabi; Seyyed Mohammad; and Seyd Kalali, Nader (1395). The relationship between dynamic capabilities and company performance by mediating operational capabilities. *Business Management Perspective*, 15 (3), 140-125.

Heidarzadeh, K., & Naebzadeh, Sh. (2009). Arzyābi-ye ta'sir-e bāzārgerāi-ye towse'eyāfte bar amalkard-e kasb-o-kār-e šerkathā-ye paziroftešode dar burs-e ovrāq-e bahādār va erā'e-ye čārčub-e kārbordi. *Journal of Future Studies Management*, 20(1), 13-39.

Hosseininia, Gh., Ataie, P., & Yaghoubi Farani, A. (2017). Arzyābi-ye mahārathā va vižegihā-ye kārāfarināne-ye dānešjuyān va ta'sir-e ān bar qasd-e kārāfarini (Mowred-e motāle'e: Marākez-e Āmuzeš-e Elmi - Kārbordi Mahārāt) [An assessment of students' entrepreneurial skills and characteristics and the impact on their entrepreneurial intention: A case of Maharat Applied Science Centers]. *Iranian Journal of Engineering Education*, 19(73), 25-44.



Interdisciplinary
Studies in the Humanities

Abstract



- Hurley, R. F., Hult, G. T. M., & Knight, G. A. (2003). Innovativeness: Its antecedents and impact on business performance. *Industrial Marketing Management*, 33, 429-38. doi: 10.1016/j.indmarman.2003.08.015
- Iqbal, M. (2011). Knowledge economy and university performance. *Int J Acad Res*, 3(5), 27-32.
- Jaehoon, R., Baekyung, P., & DoHyung, L. (2010). Drivers of innovativeness and for performance innovative SMEs in South Korea: Mediation of learning orientation. *Technovation*, 30, 65-75.
- Kaleka, A. (2011). When exporting manufacturers compete on the basis of service:resources and marketing capabilities driving service advantage and performance. *Journal of International Marketing*, 19(1), 40-58. doi: 10.1509/jimk.19.1.40
- Keat, O. Y., Selvarajah, C., & Meyer, D. (2011). Inclination towards entrepreneurship among university students: An empirical study of Malaysian university students. *International Journal of Business and Social Science*, 2(4), 220-206.
- Kennedy, J., Mendes, R. (2002). Population structure and particle swarm performance. *Proceedings of the 2002 Congress on Evolutionary Computation. CEC'02 (Cat. No.02TH8600)*
- Khayri, S., Yaghoubi, J., & Yazdanpanah, M. (2011). Investigating barriers to enhance entrepreneurship in agricultural higher education from the perspective of graduate students. *Procedia- Social and Behavioral Sciences*, 15, 2818-2822. doi: 10.1016/j.sbspro.2011.04.195
- Khoursandi Taskouh, A. (2008). *Goftemān-e miyānreṣṭei-ye dāneš: Mabāni-ye nazari, gunešenāsi, xat-e mašyhāyi barāye amal dar āmuzeš-e āli*. Tehran, Iran: Institute for Social and Cultural Studies.
- Kotecha, P., Walwyn, D., & Pinto C., 2011, 'Deepening Research Capacity and Collaboration across Universities in SADC', A Southern African Universities Regional Research and Development Fund, May 2011.
- Longbottom, D. (2008). The need for education and training in the use of the organizational excellence models for quality management in UK higher education institutions. *Quality Assurance in Education*, 10(1), 26-36.
- Lourenço, R. T., & Mano, M. (2017). The role of general councils in the supervision of the organizational performance of higher education institutions, world academy of science, engineering and technology. *International Journal of Educational & Pedagogical Sciences*, 11(12), 3524.
- Madandar Arani, A., & Sarkar Arani, M. R. (2009). *Education and Development: New Issues in Economics*. Tehran, Iran: Ney.
- Mahmoud, M. A., Blankson, C. H., Owusu-Frimpong, N., Nwankwo, S., & Trang, T. P. (2016). Market orientation, learning orientation and business performance: The mediating role of innovation. *International Journal of Bank Marketing*, 34(5), 623-648. doi: 10.1108/IJBM-04-2015-0057

- Mashayekh, F. (2010). *New perspectives on educational planning*. Tehran, Iran: Samt.
- Mayangsari, L., Novani, S., & Hermawan, P. (2015). *Batik solo industrial cluster analysis as entrepreneurial system: A viable co-creation model perspective*. The 6th Indonesia International Conference on Innovation, Entrepreneurship and Small Business Procedia - Social and Behavioral Sciences, 169, 281-288.
- Mehr Alizadeh, Y., & Arman, S. A. (2008). A Study of the Labor Market Graduates' Market in Iranian State Universities. *Journal of Business Strategies*, 5(26), 73-87.
- Mehregan, M. R., & Dehghan Nayeri, M. (2009). Coherent Approach BSC - TOPSIS to Assess Top School Management Schools in Tehran Province. *Journal of Industrial Management*, 1(2), 153-168.
- Merchant, Z., Goetz, E. T., Cifuentes, L., Keeney-Kennicutt, W., & Davis, T. J. (2014). Effectiveness of virtual reality-based instruction on students' learning outcomes in K-12 and higher education: A meta-analysis. *Computers & Education*, 70, 29-40. doi: 10.1016/j.compedu.2013.07.033
- Mirkamali, S. M., & Narenji Sani, F. (2008). Study of relationship between the quality of work life and job satisfaction among faculty members of Tehran and industrial universities of Sharif. *Journal of Research and Planning in Higher Education*, 14(2), 71-101.
- Murray, J. Y., Gao, G. Y., & Kotabe, M. (2011). Market orientation and performance of export ventures: The process through marketing capabilities and competitive advantages. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 39(2), 252-269.
- Nadeem, M., Ali, A., Maqbool, S., & Zaidi, S. U. (2012). Impact of anxiety on the academic achievement of students having different mental abilities at university level in Bahawalpur (Southern Punjab) Pakistan. *International Online Journal of Educational Sciences*, 2012, 4 (3), 519-528
- Naghbi, S., & Malekzadeh, Gh. (2014). A Model for Assessing the Role of Social Responsibility in Assessing the Performance of Small and Medium Enterprises (Case Study: Non-profit Higher Education Centers in Mashhad). *3rd Conference Melli-ye Hesābdāri va Modiriyat* [Third National Conference on Accounting and Management], University of Tehran Scientific Convention Center.
- Nair, C. S., & Mertova, P. (2009). Conducting a graduate employer survey: A Monash university experience. *Quality Assurance in Education*, 17(2), 191-203.
- Najib, M., & Kiminami, A. (2011). Innovation, cooperation and business performance. *Journal of Agribusiness in Developing and Emerging Economies*, 1(1), 75-96.
- Nakata, C., Subin, I., Heungsoo, P., & Young-Won, H. (2006). Antecedents and consequences of Korean and Japanese new product advantage. *Journal of Business Research*, 59(1), 28-36.
- Neely, A., Adams, C., & Crowe, P. (2001). The performance prism in practice. *Measuring Business Excellence*, 5(2), 6-12.



Interdisciplinary
Studies in the Humanities

Abstract



- Nenadál, J. (2015). Comprehensive quality assessment of Czech higher education institutions. *International Journal of Quality and Service Sciences*, 7(2&3), 138-151.
- Niazi, M. (2011). Combined research methods, Third Methodological Movement in Social Sciences. *Journal of Iranian Social Studies*, 5(2), 158-181.
- Nicolescu, L. (2009). Applying marketing to higher education: Scope and limits. *Management & Marketing*, 4(2), 35-44.
- Olhager, J., & Prajogo, D. I. (2012). The impact of manufacturing and supply chain improvement initiatives: A survey comparing make-to-order and make-to-stock firms. *Omega-International Journal of Management Science*, 40(2), 159-165.
- Oni, C. S. (2007). Globalization and its implications for vocational education in Nigeria. *Essays in Education*, 21(1), 30-34.
- Palmer, T. B., & Short, J. C. (2008). Mission statement in US colleges of business: An empirical examination of their content with linkages to configuration & performance. *Academy of Management, Learning & Education*, 7(4), 454-470. Doi: 10.5465/amle.2008.35882187
- Parvin, L., Rahman, M. W., & Jia, J. (2012). Determinates of women microentrepreneurship development: An empirical investigation in rural Bangladesh. *International Journal of Economics and Finance*, 4(5), 254-260. doi: 10.5539/ijef.v4n5p254
- Podsakoff, P. M., Mackenzie, S. B., Paine, J. B., & Bachrach, D. G. (2000). Organizational citizenship behaviors: A critical review of the theoretical and empirical literature and suggestions for future research. *Journal of Management*, 26(3), 513-563.
- Prodan, I. (2007). *A model of technological entrepreneurship*. Handbook of Research on Techno-Entrepreneurship. Cheltenham, Edward Elgar Publishing Limited.
- Raciti, M. (2010). Marketing Australian higher education at the turn of the 21st Century: A précis of reforms, commercialisation and the new university hierarchy. *e-Journal of Business Education & Scholarship of Teaching*, 4(1), 32-41.
- Reveiu, A., & Dardala, M. (2013). The role of universities in innovative regional clusters. *Empirical Evidence from Romania, Social and Behavioral Science*, 93, 555-559. doi: 10.1016/j.sbspro.2013.09.238
- Rivza, B., Bikse, V., & Brence, I. (2015). Evaluation of higher education study programs and their development trends. *Procedia Economics and Finance*, 26, 643-650.
- Rong, K., Hu, G., Lin, Y., Shi, Y., & Guo, L. (2015). Understanding business ecosystem using a 6C framework in Internet-of-Things-based sectors. *Int. J. Production Economics*, 159, 41-55. Doi: 10.1016/j.ijpe.2014.09.003
- Rossi, F. (2010). The governance of university - industry knowledge transfer. *European Journal of Innovation Management*, 13(2), 155-171.
- Saadat Talab, A., Yasini, A., & Shirali, I. (2016). An Investigation of Strategic Human

Resource Approaches on Entrepreneurial and Innovative Performance in Iranian Higher Education: Case Study of Shahid Beheshti University and Tehran. *Iranian Journal of Social Problems*, 6(2), 263-280.

- Sadeghi Bokani, N., and Sophie, S. (2010). The Role of Higher Education in National Development with Emphasis on Land Reconciliation. Regional Conference on Localization of the Model of Higher Education Development. Still, the desire for beta stresses the burden of Samiya Cesarean. Islamic Azad University, Sanandaj Branch, Human Sciences Unit, Islamic Azad University, Science and Research Branch.
- Sadri, A., & Zahedi, E. (2010). A follow-up study of the performance of the technical education system technician training system in Iran. *Quarterly Journal of Research and Planning in Higher Education*, 15(4), 99-112.
- Safari, H., & Khan Mohammadi, E. (2013). Draw a strategy map with regard to the attitude and confidence level of decision makers using the FEMALE DEMATEL technique. *Modiriyat-e Fardā Journal*, 12(37), 51-70.
- Schawel, C., & Billing, F. (2014). Balanced scorecard (BSC). In *Top 100 Management Tools* (pp. 27-30), Gabler Verlag.
- Selesho, J. M. (2014). Enhancing the culture of quality assurance in higher education: perspectives of managing institutional accountability. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 5(1), 405. doi: 10.5901/mjss.2014.v5n1p405
- Sepandarad, R. (2011). From scientific development to the localization of science. *Gozāreš*, 226, 29-31.
- Shah, M., & Jarzabkowski, L. (2013). The Australian higher education quality assurance framework: From improvement-led to compliance-driven. *Perspectives: Policy and Practice in Higher Education*, 17(3), 96-106. doi: 10.1007/s12564-011-9152-2
- Smulowitz, S. (2014). *Planned organizational change in higher education: Dashboard indicators and stakeholder sensemaking-a case study* (Doctoral dissertation). Rutgers University, New Brunswick, NJ, January.
- Sokovic, M., Pavletic, D., & Pipan, K. K. (2010). Quality improvement methodologies–PDCA cycle, RADAR matrix, DMAIC and DFSS. *Journal of Achievements in Materials and Manufacturing Engineering*, 43(1), 476-483.
- Swink, M., Narasimhan, R., & Wang, C. (2007). Managing beyond the factory walls: Effects of Four type of strategic integration. 25(1), 148-164. doi: 10.1016/j.jom.2006.02.006
- Tari, J. J., & Dick, G. (2016). Trends in quality management research in higher education institutions. *Journal of Service Theory and Practice*, 26(3), 273-296.
- Tari, J. J., & Espinosa, S. D. J. (2007). EFQM model self-assessment using a questionnaire approach in university administrative services. *TQM Magazine*, 19, 604-616.
- Taylor, M. M. (2008). A comprehensive assessment of Atlanta's status as high technology cluster Georgia Institute of technology.



Interdisciplinary
Studies in the Humanities

Abstract



- Urbano, D., Toledano, N., & Soriano, D. (2010). Analyzing social entrepreneurship from an institutional perspective: Evidence from Spain. *Journal of Social Entrepreneurship*, 1, 54-69.
- Vega-Va 'zquez, M., Cossi 'o-Silva, J. F., & Marti 'n-Rui 'z, M. (2012). Does the firm's market orientation behavior influence innovation's success?. *Management Decision*, 50(8), 1445-1464.
- Veladati Aliabadi, O. (2011). *Evaluation of the quality of activities of the University of Urmia based on the criteria of the European Quality Excellence Model (Master's Thesis)*. Faculty of Psychology and Educational, Shahid Beheshti University.
- Vlăsceanu, L., Grunberg, L., & Parlea, D. (2004). *Quality assurance and accreditation: A glossary of basic terms and definitions*. Bucharest: Unesco-Cepes, 25-46.
- Voss, R., Gruber, T., & Szmigin, I. (2007). Service quality in higher education: The role of student expectations. *Journal of Business Research*, 60(9), 949-959. doi: 10.1016/j.jbusres.2007.01.020
- Wang, K., Hu, G., Lin, Y., Shi, Y., & Guo, L. (2015). Understanding business ecosystem using a 6C framework in Internet-of-Things-based sectors. *Int. J. Production Economics*, 159, 41-55. doi: 10.1016/j.ijpe.2014.09.003
- Wilden, R., & Gudergan, S. P. (2015). The impact of dynamic capabilities on operational marketing and technological capabilities: Investigating the role of environmental turbulence. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 43(2), 181-199.
- Wilden, R., Gudergan, S., Nielsen, B. B., & Lings, I. (2013). Dynamic capabilities and performance: Strategy, structure and environment. *Long Range Planning*, 46(1-2), 72-96. doi: 10.1016/j.lrp.2012.12.001
- Xie, C., & Steiner, S. D. (2013). Enhancing management education relevance: Joint creation of knowledge between business schools and business. *Business Education and Accreditation*, 5(2), 1-15.
- Yao, Q., & Qin, H. (2016). Marketing capability, competitive advantage and business performance. *INT. j. Technology, Policy and Management*, 16(3), 195-213.



طراحی و تبیین الگوی عوامل مؤثر بر عملکرد در بازارگرایبی در دانشگاه فنی و حرفه‌ای کشور

فاطمه مهاجرانی^۱، بهمن حاجی پور^۲، شهریار عزیزی^۳، اکبر عالم تبریز^۴

دریافت: ۱۳۹۷/۰۷/۲۰؛ پذیرش: ۱۳۹۷/۰۹/۱۲

چکیده

مهم‌ترین عامل مؤثر در عملکرد بازارگرایبی دانشگاه، اشتغال دانش‌آموختگان در بازار و در نتیجه بهبود عملکرد بازارگرایبی است. بازارگرایبی در صنعت آموزشی در دید کل‌نگر با اشتغال دانش‌آموختگان ارتباط مؤثر و ویژه‌ای دارد. شناسایی عواملی از دانشگاه که در بازار عملکرد دارند و باعث بهبود این عملکرد می‌شوند با هدف اشتغال دانش‌آموختگان یکی از مهم‌ترین اهداف این تحقیق است. با توجه به اینکه موضوع عملکرد در بازار، حوزه‌های مختلف برنامه‌ریزی آموزشی، سیاست‌گذاری‌های کلان آموزش کشور، تدوین و برنامه‌ریزی درسی و سایر موارد را شامل می‌شود در حوزه موضوعات بین‌رشته‌ای قرار می‌گیرد که رشته‌های متفاوتی مانند مدیریت آموزشی، مدیریت راهبردی، مهندسی و برنامه‌ریزی درسی، مدیریت عملکرد بازار را درگیر می‌سازد. منطبق با نیاز فضای حاکم بر مسئله، در این مقاله یک مدل فرایندی سه‌مرحله‌ای ارائه شده است. با توجه به تجزیه و تحلیل صورت‌گرفته بر روی ابعاد و مؤلفه‌های شناسایی شده با استفاده از تکنیک دلفی فازی در روش تحلیل تفسیری ساختاری، ارتباط با صنعت و پروژه‌های صنعتی اهمیت بسزایی در بازارگرایبی و مطابقت آموزش‌های دانشگاهی و نیاز بازار ایفا می‌کند. همین‌طور میزان برخورداری به دلیل اینکه دربرگیرنده سطح رفاه و زیرساخت دانشکده و منطقه پیرامون است، تأثیر زیادی بر سطح عملکرد در بازار مطابق با نتایج حاصل از نمونه‌ای مشتعل بر نه مرکز و آموزشکده این دانشگاه دارد.

کلیدواژه‌ها: عملکرد در بازارگرایبی، دانشگاه فنی و حرفه‌ای، مدل فرایندی، معادلات ساختاری

۱. دانشجوی دکتری مدیریت بازرگانی، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران (نویسنده مسئول)

✉ mohajerani.ftm@gmail.com

۲. استاد مدیریت، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران.

✉ b-hajipour@sbu.ac.ir

۳. استادیار مدیریت، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران.

✉ sh_azizi@sbu.ac.ir

۴. استاد مدیریت، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران.

✉ a-tabriz@sbu.ac.ir

پیشرفت علوم و فناوری در چند دهه اخیر با سرعت فزاینده‌ای چهره زندگی و تمدن انسان را به طور کلی دگرگون کرده و در اوضاع اقتصادی-اجتماعی کشورها تحولات عظیمی را به وجود آورده است. در جریان این تغییر و تحولات دستگاه‌ها، مؤسسات، سازمان‌ها و نظام‌های مختلف آموزشی و به خصوص نظام آموزش فنی و حرفه‌ای نقش بسیار مهمی را ایفا کرده‌اند (صالحی عمران و قاسم‌زاده، ۱۳۹۲). آموزش‌های فنی و حرفه‌ای تأمین‌کننده نیروی انسانی ماهر و کارآمد هستند و از آنجاکه نیروی انسانی ماهر یکی از عوامل اصلی و انکارناپذیر در توسعه اقتصادی-اجتماعی هر کشوری است و برای دستیابی به اهداف و چشم‌اندازهای توسعه کشور بسیار حائز اهمیت است، لذا به‌عنوان موضوعی مهم مطرح می‌شود (بداوی^۱، ۲۰۱۳). جوامع صنعتی نیز از همان آغاز انقلاب صنعتی این موضوع را به خوبی درک کرده و با برنامه‌های دقیق، آموزش‌های خود را به‌سوی هدایت کرده‌اند که نیازهای زمان حال و آینده آنان را مرتفع و زمینه‌های توسعه را فراهم سازد (صالحی عمران و قاسم‌زاده، ۱۳۹۲). توسعه موفقیت‌آمیز اقتصادی در بسیاری جوامع، به تربیت نیروی انسانی ماهر و با دانش علمی و فنی و به تعداد لازم وابسته است (لیو و کلاپتون^۲، ۲۰۱۶، ۲۴) و آموزش‌های فنی و حرفه‌ای نقش مهمی در تشکیل سرمایه انسانی از طریق تربیت نیروهای ماهر موردنیاز بازار کار در کشورهای مختلف جهان ایفا می‌کنند (چنونگ و لی^۳، ۲۰۱۶، ۱۰۲). به‌علاوه، این آموزش‌ها راه میانبری در مسیر تربیت نیروی انسانی نیز به‌شمار می‌روند؛ چراکه از یک سو با توجه به بهره‌مندی این آموزش‌ها از مبانی علمی و استفاده از روش‌های پذیرفته‌شده کلاسیک راه خود را از یادگیری بر مبنای تجربه عملی صرف جدا می‌کنند و از این طریق راه درازمدت و غیرعلمی این نوع فراگیری را کوتاه و این توانایی را در فرد آموزش‌دیده فراهم می‌کنند که بتواند خود را با تغییرات فناوری به‌آسانی هماهنگ کند. از سوی دیگر، این آموزش‌ها با توأم کردن آموزش‌های نظری و عملی این امکان را برای فرد آموزش‌دیده فراهم می‌کنند.

از طرف دیگر زندگی در جامعه پیشرفته و مدرن امروزی و به‌موازات آن افزایش مشکلات و مسائل به‌صورت چندبعدی و متنوع از یک طرف، و رشد سریع دانش، حجم زیاد مطالب و



1. Badawi
2. Liu & Clayton
3. Cheong & Lee

تقسیم زمان برای دروس مختلف که باعث شده است یادگیرندگان زمان آموزش را به صورت بخش بخش شده تجربه کنند، مربوط نبودن برنامه های آموزشی با محیط و بازار کار و اشتغال که باعث خشکی محتوا و بی روحی و بی معنایی آن شده است از سوی دیگر، موجب شده است که شیوه های آموزش سنتی و نظم محور به صورت مجزا جوابگو نباشند. میان رشتگی در معنایی عام، همکاری و همراهی دیدگاه های مختلف رشته ای، برای رسیدن به نقاط اشتراک فهم از پدیده ها و همچنین فراهم کردن امکان بهره مندی از چشم اندازهایی غیر از چشم انداز مألوف رشته ای برای نگریستن به پدیده ها و حل مشکلات اجتماعی را شامل می شود. بر این اساس، رشته ها نه مجموعه ای از حقیقت های صلب و انعطاف ناپذیر، بلکه نظام های پویایی هستند که با برقراری ارتباط با شیوه تحقیق و تدریس حوزه های دیگر، حوزه فعالیت آنان نیز به گونه ای تغییر می کند که پاسخگوی نیازهای اجتماعی جدید باشند. میان رشتگی هم ما را با ابعادی از پدیده روبه رو می سازد که تاکنون از نظرها دور مانده اند و هم این امکان را برای ما فراهم می آورد که از تقسیم بندی های خشک و رمزبندی شده علوم فراتر رویم و فضا را برای تقسیم بندی های ابتکاری و ترکیبی تازه تر مساعد کنیم (علوی پور و همکاران، ۱۳۸۷، سخن مترجم؛ همچنین: رگ: خرسندی، ۱۳۸۷). همین طور دانشگاه ها و مؤسسات آموزش عالی در سراسر دنیا به سمت معماری دانشگاه و برنامه ریزی آموزشی در جهت رفع نیازهای بازار کار با رعایت جنبه میان رشته ای آن حرکت می کنند. این گونه آموزش ها که به صورت رشته های جداگانه و در قالب برنامه های درسی سنتی ارائه می شوند، برای ما که سعی می کنیم برای حل مسائل و گذر از هر موقعیت از منابع مختلف موجود، دانش و مهارت به دست آوریم کافی نیست. به همین دلیل روی آوردن به رویکردهای نوین آموزشی از جمله فناوری های آموزشی بین رشته ای و چندرشته ای که طی آن مرزبندی صریح میان حوزه های دانش کنار گذاشته می شود و فرصت های یادگیری به شیوه های متفاوت با رویکردهای میان رشته ای و چندرشته ای در جهت ارتقای عملکرد در بازار کار تنظیم می شود ضروری به نظر می رسد و بازنگری در برنامه های درسی به منظور توجه بیشتر به رویکرد میان رشته ای در توسعه و تدوین برنامه های درسی امری مهم تلقی می شود. در این مقاله، ضمن برشمردن برخی از آسیب های این نوع برنامه ها، به بررسی تحلیلی عوامل مؤثر بر عملکرد در بازار برای دانشگاه جهت ارتقای سطح عملکرد آنها پرداخته شده است.



۱. مسئله پژوهش، روش و پیشینه تحقیق

دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزش عالی پیوسته به‌عنوان بالاترین مرکز اندیشه‌ورزی و تولید علم در جامعه محسوب می‌شوند و با حضور و فعالیت اندیشمندان متفکران، محققان، دانش‌پژوهان و دانشجویان در اعتلای علمی و جهت بخشیدن به حرکت‌های فکری، اعتقادی، فرهنگی و سیاسی جامعه نقش اساسی دارند (حیدرزاده، ۱۳۸۲). دانشگاه‌ها به‌منظور تحقق وظایف خطیر خود و ارتقای مستمر، نیازمند ارزیابی و بررسی مداوم عملکرد خود هستند (حسن‌زاده و قدیری، ۱۳۸۹). این امر در حالی است که یکی از ویژگی‌های مهم هر نظام اقتصادی، درهم‌تیدگی ساختار آموزش و اشتغال است و ارتباط بین اشتغال و آموزش همواره در برنامه‌ریزی‌های اقتصادی و اجتماعی هم‌زمان با یکدیگر در نظر بوده است (سوسنی غریبوند و همکاران، ۱۳۹۲). حال آنکه موفقیت سازمان در بازار نتیجه عملکرد بازار سازمان است و می‌توان گفت عملکرد، یکی از مشخصه‌های مهم نتایج سازمان به‌شمار می‌آید (خداداد حسینی، ۱۳۹۴).

با توجه به تحقیقاتی که خلاصه‌وار در بالا به آنها اشاره شد، اشتغال دانش‌آموختگان دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی کشور در بازار به‌عنوان نتیجه و ثمره دانشگاه‌ها که در بازار نمود عملکردی دارد از اهمیت بالایی برخوردار است. در واقع نمود عملکردی بازار از آن دست عوامل و شاخص‌های موجود در دانشگاه است که به‌عنوان اهرم و راهنمای مناسب در امر برنامه‌ریزی محسوب می‌شود. مهم‌ترین این عوامل را می‌توان مواردی دانست که باعث اشتغال دانش‌آموختگان در بازار و در نتیجه بهبود عملکرد بازار می‌شوند. شناسایی این عوامل که نمود یا ثمره عملکردی در بازار دارند در امر سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی مدیران دانشگاه و وزارت علوم بسیار مهم است. در صورت کشف مدل ارتباطی و درجه اهمیت هریک از این عوامل می‌توان به یک برنامه منسجم و کارآمد برای رشد دانشگاه‌ها و بهبود عملکرد بازار دست یافت. اهمیت این موضوع از حیث اشتغال جوانان یک کشور و بهینه‌سازی نظام آموزشی و در یک کلام عملکرد بهینه بازار در جذب دانش‌آموختگان بسیار روشن است که در این تحقیق به آن پرداخته می‌شود. از طرفی دانشگاه فنی و حرفه‌ای کشور از حیث رسالت، سیاست‌گذار مهارت‌آموزی دانشجویان در جهت اشتغال سریع به‌منظور رفع نیازهای موجود در صنعت و همچنین در این زمینه پیشرو و پیشگام به حساب می‌آید. در حال حاضر با توجه به گستردگی این دانشگاه که شامل ۱۷۳ دانشکده و آموزشکده دخترانه و پسرانه در بسیاری از رشته‌های



فصلنامه علمی-پژوهشی

۲۰۲

دوره ۱۱، شماره ۱
زمستان ۱۳۹۷
پیاپی ۴۱

مهارتی است، می‌توان این دانشگاه را اهرمی مؤثر در اشتغال جوانان کشور برشمرد. ازین‌رو، در این تحقیق این دانشگاه با توجه به درجه اهمیت و حساسیت‌های مطرح‌شده به‌عنوان موردی مطالعه انتخاب شده است.

با توجه به آنچه بیان شد مسئله اصلی تحقیق حاضر بررسی علت شکاف موجود بین آموزش‌های مهارتی ارائه‌شده در مراکز فنی و حرفه‌ای (عملکرد دانشگاه‌های فنی و حرفه‌ای در بازار) و عدم انطباق آن با نیازهای بازار است و به‌صورت افزایش میزان بیکاری و همچنین نبود مهارت‌های پایه و قابلیت‌های کانونی در نیروی انسانی فعال در بازار، نمود پیدا کرده است. این امر در حالی است که مطابق بررسی‌های صورت‌گرفته، مطالعات انجام‌شده در ایران در این حوزه به شناسایی مؤلفه‌ها و شاخص‌های عملکردی دانشگاه فنی و حرفه‌ای در بازار نپرداخته است. ازین‌رو، ضرورت تدوین یک مقیاس بومی برای صنعت آموزش عالی حس می‌شود. همچنین شناخت عوامل عملکردی مختلف مؤثر دانشگاه‌ها در بازار، تلاش در جهت توسعه و بهبود این عوامل و ارائه سیاست‌گذاری مناسب، نه تنها به بهبود عملکرد در جذب دانش‌آموختگان توسط بازار کمک می‌کند، بلکه با توسعه سطح دانش، افزایش میزان اشتغال، کاهش میزان هدررفت نیروی انسانی و افزایش تولید ناخالص داخلی، به بهبود شرایط اقتصادی کشور کمک شایانی خواهد کرد. لذا در این تحقیق نه تنها به لزوم بررسی عملکرد بازارگرایی در دانشگاه فنی و حرفه‌ای پرداخته می‌شود، بلکه مؤلفه‌های آن نیز شناسایی می‌شوند و زیرساخت‌های لازم برای موفقیت با توجه به شرایط موجود در ایران و نتایج حاصل از آن مورد بررسی قرار می‌گیرد و به این سؤال پاسخ داده می‌شود که چرا برخی از مراکز آموزشی مهارتی، بهتر از سایر مراکز/دانشکده‌های فنی و حرفه‌ای عمل می‌کنند و در نهایت الگوی جامع برای واحدهای دانشگاه فنی و حرفه‌ای مشخص می‌شود. شناسایی عوامل عملکردی مؤثر دانشگاه فنی و حرفه‌ای در بازار و مدل‌سازی روابط مابین این عوامل یکی از اهداف اصلی این تحقیق به شمار می‌رود. وجود یک مدل منسجم و یکپارچه که شرایط و نیازمندی‌های مهارتی و دانشی بازار جهت تأمین خواسته‌ها و اشتغال سریع فارغ‌التحصیلان که امر سیاست‌گذاری و تصمیم‌گیری راهبردی را جهت ارتقای سطح عملکردی مراکز فعلی مهیا می‌سازد، از اهداف این تحقیق به‌شمار می‌رود. از طرفی با توجه به تحقیقات صورت‌گرفته در خصوص دانشگاه‌های مهارتی جهان، حرکت به‌سمت دانشگاه‌های نسل سوم، توسعه و





بسترسازی فناوری اطلاعات و آموزش مجازی، سیاست‌گذاری بودجه‌ای بهینه، عدالت میان مراکز آموزشی از حیث میزان برخورداری، ارتقای بهینه‌ی درجه علمی قابل ارائه به دانشجویان و سایر عدم انطباق‌ها و نیازمندی‌ها به منظور نائل شدن به سطح دانشگاه‌های مهارتی برتر جهانی، امری ضروری و الزامی محسوب می‌شود. مدل‌سازی و شناسایی بدون بررسی نمونه‌های مختلف از جامعه آماری نسبتاً وسیع دانشگاه فنی و حرفه‌ای با بیش از ۱۷۳ دانشکده و همچنین سنجش نقاط قوت و ضعف مراکز پیشرو و کم‌بازده میسر نخواهد شد. یکی دیگر از مسائل پراهمیت در این تحقیق نظریه نوکلاسیک صنعت آموزشی و اهمیت بالای بازارگرایی در آن است. طبق تعاریف ارائه شده در این نظریه، اشتغال یکی از مهم‌ترین شاخص‌های بازارگرایی صنعت آموزشی و دانشگاه‌ها به حساب می‌آید. در این تحقیق به بررسی عملکرد بازارگرایی مراکز و دانشکده‌های دانشگاه فنی و حرفه‌ای به عنوان یک دانشگاه مهارتی و با تأکید بر اشتغال سریع دانش‌آموختگان پرداخته می‌شود و در این راستای پس از شناسایی عوامل و ابعاد مؤثر بر بازارگرایی آموزشی به کشف مدل ارتباطی مابین عوامل نیز می‌پردازیم. در انتها پیشنهادهای تحقیقاتی و کاربردی ارائه و میزان تأثیرگذاری هریک سنجیده می‌شود. در این راستا از تکنیک دلفی فازی به منظور شناسایی عوامل مؤثر و پراهمیت و مدل معادلات ساختاری در نرم‌افزار^۱ به منظور کشف مدل ارتباطی استفاده شده است. از داده‌های نه مرکز آموزش فنی و حرفه‌ای برای سنجش عوامل و میزان تأثیرگذاری آنها در بازارگرایی استفاده شده است. شکل و میزان ارتباط آن با حوزه‌های مختلف مدیریتی، مهندسی، سیاست‌گذاری و سایرین، این موضوع را در حوزه‌های بین‌رشته‌ای قرار داده است.

۲. شاخص‌های میان‌رشته‌ای در طراحی و تبیین الگو

۲-۱. عملکرد و مفهوم آن

عملکرد، پدیده‌ای پیچیده است که شاید، ساده‌ترین تعبیر برای آن را بتوان، مجموعه فعالیت‌های معطوف به دستیابی به اهداف سازمانی دانست (شرفی و عباس‌پور، ۱۳۹۲)؛ هسته مرکزی تمام فعالیت‌های سازمان‌ها و عامل تعیین‌کننده بقای سازمان‌ها، و بازتابی از شیوه و روش یک سازمان در بهره‌گیری از منابع محسوس و نامحسوس برای دستیابی

به اهداف سازمان (وَنگ و همکاران^۱، ۲۰۱۵)، همچنین ترکیب گسترده‌ای از دریافتی‌های غیر ملموس، همچون افزایش دانش سازمانی و هم دریافتی‌های عینی و ملموس همچون نتایج اقتصادی و مالی است (علامه و مقدمی، ۱۳۸۹، ۸۵).

عملکرد معانی مختلفی دارد؛ این تنوع ناشی از نگاه میان‌رشته‌ای به این موضوع است. از تجمیع تمام این معانی، می‌توان یک تعریف کاربردی برای عملکرد ارائه داد که طی آن عملکرد با مفاهیم و کنش‌هایی چون کیفیت، قصد، نتایج و قضاوت پیوند می‌خورد (رهنورد، ۱۳۸۷؛ گرین و اتمن^۲، ۲۰۱۴). عملکرد هم به عمل، هم به نتیجه عمل اشاره دارد. به عبارت دیگر، عملکرد به عنوان عمل امروز که مقدمه تولید مقدار مشخصی از ارزش خروجی فردا است، تعریف می‌شود (بانگ و همکاران^۳، ۲۰۱۴). در جدول شماره ۱ شاخص‌های عملکرد سازمانی از دیدگاه‌های متفاوت دسته‌بندی شده است. در نهایت اینکه عملکرد با کارایی و اثربخشی تعریف می‌شود که اثربخشی بیانگر میزان دستیابی به اهداف است و این اهداف معمولاً در قالب موارد زیر تبیین می‌شوند (رهنورد، ۱۳۸۷، ۷۹):

(۱) مناسبت (درجه انطباق برون‌دادها با نیازهای مشتریان)

(۲) در دسترس بودن (جنبه‌هایی نظیر فراوانی، ارائه در میان گروه‌های اولویت‌دار و فاصله فیزیکی)

(۳) کیفیت (درجه تحقق استانداردهای موردنیاز)

جدول شماره ۱. شاخص‌های عملکرد سازمانی

منبع	شاخص‌های عملکرد
	<ul style="list-style-type: none"> • اثربخشی: دستیابی سازمان به اهداف • بهره‌وری: دستیابی به اهداف با استفاده از کمترین منابع ممکن • توسعه: دستیابی به ظرفیت دستیابی به فرصت‌ها و چالش‌های آینده • رضایت: از همه اعضا، سهام‌داران، کارکنان و مشتریان • نوآوری: نوآوری در فرایندها و محصولات • کیفیت: درصد محصولات تولیدشده با کیفیت بالا
یانگ و همکاران (۲۰۱۴)	

1. Wang
2. Green & Ethmen
3. Yang

منبع	شاخص‌های عملکرد
گرین و همکاران (۲۰۱۴)	<ul style="list-style-type: none"> • بازگشت سرمایه • بازده فروش • سودآوری در مقایسه با رقبا
رهنورد (۱۳۸۷)	<p>کارایی</p> <ul style="list-style-type: none"> • منابع از نظر اقتصادی، چگونه برای کسب هدف به کار رفته است. <p>اثربخشی</p> <ul style="list-style-type: none"> • مناسبت (درجه انطباق برون‌دادها با نیازهای مشتریان) • در دسترس بودن (جنبه‌هایی نظیر فراوانی، ارائه در میان گروه‌های اولویت‌دار و فاصله فیزیکی) • کیفیت (درجه تحقق استانداردهای موردنیاز)
مظلومی (۱۳۹۳)	<ul style="list-style-type: none"> • نتایج مالی اعم از سودآوری و میزان فروش؛ • رضایت و بهره‌وری کارکنان؛ • رضایت مشتریان از خدمات و محصولات ارائه‌شده
طاهر پورکلانتری و طلوع (۱۳۸۹)	<ul style="list-style-type: none"> • سهم بازار • حجم فروش • انگیزش کارکنان • رضایت مشتری • سطح کیفیت



۲-۲. بازارگرایی در برابر مشتری‌گرایی

ترور^۱ در ۱۹۹۰ هر دو گرایش مشتری‌گرایی و رقیب‌گرایی را صریحاً به‌عنوان بخشی از کلیت جامع بازارگرایی توصیف می‌کند. در مقابل آن، کوهی^۲ در ۱۹۹۰ تنها به اطلاعات مشتری می‌پردازد. گروه‌های پژوهشی متعددی به بررسی و تحلیلی هر دو گرایش پرداخته‌اند (کندی، ۲۰۰۲، ۸۵). این تناقض‌ها مشکلاتی را در پیکره‌بندی بازارگرایی به‌عنوان بدنه‌ای یکپارچه از دانش به وجود آورده است. برخی نشانه‌ها موجودند که بازارگرایی باید به‌صورت گسترده‌تر تعریف شود. برای مثال، با استفاده از منظر ظریف مشتری‌محور در بازارگرایی، گروول^۳

1. Terror
2. Koohi
3. Grovel



در ۲۰۰۱ دریافت که بازارگرایی یک گرایش مؤثر بعد از بحران نیست. مطالعات گروول (۲۰۰۱) با بررسی توازن میان ابعاد مختلف بازارگرایی، به لزوم کوچک‌سازی تأثیر یک سهام‌دار واحد (مشتری) پرداخت. پیچیدگی ذاتی و نهفته راهبرد کسب‌وکار در واقعیت، کسب اطلاعات در مورد همه نیروهای خارجی در بازار را ضروری ساخته است و این در حالی است که گرایش رقبا و گرایش به مشتری همیشه هماهنگ و سازگار نخواهد بود. یک شرکت اگر تنها بر راهبردهای مشتری‌گرایانه تطبیق و واکنش متمرکز شود ممکن است به بیماری نزدیک‌بینی دچار شود. ارزش تعریف گسترده‌تر از بازار به وسیله ارتباط عملکرد و گرایش رقبا نمایان می‌شود (دیویس، ۲۰۰۰). دی^۱ (۱۹۸۸) نیز تعادل میان چشم‌اندازهای رقیب و مشتری را به صورت تمرکز بر مفروضات رقیب پیشنهاد می‌کند و عنوان می‌دارد رقبایی که فعالیت بازار یابی مناسب انجام می‌دهند ممکن است فرصت‌هایی را برای متمایز شدن پنهان کرده باشند. به عکس، تمرکز یک‌جانبه بر روی مشتری ممکن است باعث نادیده انگاشتن فرصت‌ها برای کارایی بهتر فرایندهای کسب‌وکار شود. بنابراین درک آخرین نیازهای مشتری در پاسخگویی به فشارهای رقابتی برای کارا بودن هزینه‌ها مهم است. این مسئله نتیجه‌ای قانع‌کننده در مورد اینکه بازارگرایی باید اطلاعات رقیب و مشتری را با هم شامل شود، فراهم می‌آورد. یقیناً، به نظر می‌رسد بیشتر محققان تمایز میان گرایش مشتری و بازار را تشخیص می‌دهند.

۳. عوامل مؤثر بر عملکرد بازار در صنعت آموزش عالی

۳-۱. عوامل مؤثر بر عملکرد

دو جریان اصلی در سنجش عملکرد وجود دارد: دیدگاه اقتصادی که بر اهمیت عوامل خارجی بازار نظیر موضع رقابتی تأکید دارد، و دیدگاه سازمانی که بر دیدگاه رفتاری و جامعه‌شناختی و سازگاری آنها با محیط استوار است (خیریت، ۱۳۹۵). آندروز^۲ (۱۹۷۱) در ارتباط با ارزشیابی راهبرد هم عوامل اقتصادی و هم عوامل سازمانی را به عنوان عوامل مؤثر بر عملکرد مورد تأکید قرار می‌دهد. توریک و مک‌گیون^۳ (۱۹۹۷) عوامل مؤثر بر عملکرد را به شرح زیر فهرست کرده‌اند (رهنورد، ۱۳۸۷، ۸۲):

1. Dee
2. Andrews
3. Tvorik & McGiven



۱. هم‌ترازی عناصر سازمانی با محیط سازمانی، عاملی مؤثر در ارتقای عملکرد سازمانی است، زیرا نتایج تحقیقات برنز و استاکر^۱، (۱۹۶۱) نشان می‌دهد که سطوح مختلف تغییرات محیطی، طراحی ساختارهای متفاوتی را می‌طلبد. همچنین هم‌ترازی بین راهبرد و محیط نیز مورد تأکید است و به گفته فردریکسون^۲ (۱۹۸۶) مهارتی کلیدی محسوب می‌شود.

۲. تیس^۳ (۱۹۸۴) استدلال می‌کند که یک سازمان اگر در پی نیل به بهترین عملکرد است باید قابلیت‌های خود را با محیط متغیر خود سازگار و متناظر کند.

۳. منابع سازمانی نادر، باارزش و غیرقابل تقلید در کسب مزیت رقابتی سازمان نقش تعیین‌کننده‌ای دارند. بارنی (۱۹۹۱) این منابع را به سه گروه فیزیکی، انسانی و سرمایه‌ای تقسیم کرده است.

۴. وفاداری سازمانی به چشم‌انداز بلندمدت، یکی از عوامل کلیدی توفیق در خلق اجماع داخلی و اشتیاق برای نوآوری و تغییر است. خلق چنین هدف سازمانی‌ای مستلزم رهبری اخلاقی قدرتمند است.

اگر جو سازمانی را همان‌طور که وست^۴ و همکاران (۱۹۹۸) مطرح می‌سازند، ادراک مشترک افراد از عناصر اصلی سازمان تعریف کنیم، باید گفت که ویژگی محیط کاری یک سازمان که از سوی افراد ادراک می‌شود به‌عنوان عامل تأثیرگذار بر عملکرد سازمانی شناخته می‌شود. تحقیقات چاند و همکاران^۵ (۲۰۰۷) نشان می‌دهد که اقدامات مدیریت منابع انسانی شامل برنامه‌ریزی نیروی انسانی، انتخاب و گزینش، طراحی شغل، آموزش و بهبود، حلقه‌های کیفیت، و نظام پرداخت مناسب، در عملکرد سازمانی تأثیرگذار است.

۲-۳. عوامل مؤثر آموزش فنی و حرفه‌ای در عملکرد بازار

مؤسسات آموزش عالی به‌طور فزاینده‌ای در سراسر جهان تحت ابعاد جدید کالایی شدن^۶ و نیروهای بازار^۷ قرار گرفته‌اند و با چالش بزرگی برای ایجاد تعادل بین عملیات سنتی دانشگاهی

1. Burns & Stalker
2. Frederickson
3. Teece
4. West
5. Chand & Elipson
6. commodification
7. marketization

و بعد جدید فزاینده بازار محور رقابت جهانی، مواجه هستند (چئونگ و چن^۱، ۲۰۱۰؛ دی هان^۲، ۲۰۱۵) و زمانی که چنین دیدگاهی وجود داشته باشد، دانشگاه تحت تأثیر شرایط مختلف بازار قرار می‌گیرد و از این رو مدیران مؤسسه‌های آموزشی باید دائماً در پی کشف مشکلات پیش‌بینی نشده و چگونگی سازگاری با آنها و راهبردهای متناسب با نیازهای در حال تغییر برای بهبود عملکرد و کسب مزیت رقابتی باشند (گجیک^۳، ۲۰۱۲). از جمله عوامل مؤثر بر رقابت‌پذیری مراکز آموزش عالی می‌توان به تغییر جمعیت، هزینه، سطح مهارت فارغ‌التحصیلان و فناوری اشاره کرد (صحنی و تک‌کار^۴، ۲۰۱۶)؛ از سوی دیگر در طول سال‌های اخیر، مفهوم تضمین کیفیت و افزایش کیفیت (الاسی^۵، ۲۰۱۵)، رقابت، شهرت و معیار سنجش در مقیاس جهانی، اهمیت و اعتبار بخشی و ارزیابی عملکرد دانشگاه‌ها را افزایش داده است (سیکالا^۶ و همکاران، ۲۰۱۷). همچنین با ارزیابی و مقایسه عملکرد مؤسسات آموزش عالی، می‌توان به بینش صحیح در مورد اثربخشی آنها رسید (وایز^۷، ۲۰۱۵).

۳-۳. عوامل درون سازمانی

در خصوص عوامل درون سازمانی می‌توان به موارد مختلفی اشاره کرد. اما در قالب بحث ما مهم‌ترین شاخص کیفیت است. مفهوم کیفیت در آموزش عالی توجه زیادی را از طرف تمام علاقه‌مندان بخش آموزش به خود جلب کرده است. بهبود کیفیت یکی از مهم‌ترین ویژگی‌های مؤسسات آموزش عالی بوده است، و به عنوان معیار سنجشی برای بهبود مستمر و حفظ رقابت مطرح است (تاسوپولو و تسیوتراس^۸، ۲۰۱۷). تغییرات عمیق در آموزش عالی، بر ضرورت یک فرهنگ کیفیتی، در فلسفه بهبود کیفیت مداوم، تأکید می‌کند (سلشو^۹، ۲۰۱۴). کراسبی^{۱۰}، کیفیت را "انطباق با استانداردها" و دمنینگ^{۱۱} آن را «درجه قابل پیش‌بینی یکنواختی و

1. Cheung & Chan
2. De haan
3. Gajic
4. Sahney & Thakkar
5. Elassy
6. Cicala
7. Wise
8. Tasopoulou & Tsiotras
9. Selesho
10. Crasby
11. Deming



قابلیت اطمینان در هزینه کم و متناسب با بازار)، تعریف می‌کند (تاسوپولو و تسیوتراس^۱، ۲۰۱۷). متغیرهای مؤثر دانشگاه بر عملکرد در بازار، و زیرشاخه‌های این ابعاد، دسته‌بندی شده‌اند که در جدول شماره (۲) قابل مشاهده هستند.

جدول شماره (۲). عوامل مؤثر دانشگاه بر عملکرد در بازار

متغیر	ابعاد	محقق
عوامل درون‌سازمانی	کیفیت	زین‌آبادی و همکاران، ۱۳۸۶؛ صدری و زاهدی، ۱۳۸۸؛ عالی‌پور و نصری، ۱۳۹۶؛ صحنی، ۲۰۰۲؛ لانگ و همکاران، ۲۰۰۴؛ براندنبورگ و فدرکیل ^۲ ، ۲۰۰۷؛ چاهال و دیوی ^۳ ، ۲۰۱۵؛ صحنی و تک‌کار، ۲۰۱۶؛ تاسوپولو و تسیوتراس، ۲۰۱۷.
	ارائه برنامه درسی مناسب بر اساس نیاز بازار	زین‌آبادی و همکاران، ۱۳۸۶؛ نفیسی، ۱۳۷۹؛ بیکر و بالمر ^۴ ، ۱۹۹۷؛ لانگ و همکاران، ۲۰۰۴؛ براندنبورگ و فدرکیل، ۲۰۰۷؛ صحنی و تک‌کار، ۲۰۱۶.
	تربیت روحیه کارآفرینی	زین‌آبادی و همکاران، ۱۳۸۶؛ سلیمی‌فر و مرتضوی، ۱۳۹۲
	زیرساخت‌ها	صدری و زاهدی، ۱۳۸۸؛ ثابت‌نژاد و همکاران، ۱۳۹۲؛ فلاح و همکاران، ۱۳۹۲؛ صحنی، ۲۰۰۲؛ لانگ و همکاران، ۲۰۰۴؛ براندنبورگ و فدرکیل، ۲۰۰۷؛ چاهال و دیوی، ۲۰۱۵؛ صحنی و تک‌کار، ۲۰۱۶.
عوامل برون‌سازمانی	ارتباط دانشگاه با صنایع	صدری و زاهدی، ۱۳۸۸؛ بیکر و بالمر، ۱۹۹۷؛ زی و استینر، ۲۰۱۳
	نسبت دانشجویان مراکز فنی و حرفه‌ای به سایر مراکز	نفیسی، ۱۳۷۹
	رقابت واحدهای آموزشی	چنونگ و چن، ۲۰۱۰؛ دی‌هان، ۲۰۱۵؛ سیکالا و همکاران، ۲۰۱۷
حاکمیت دولتی		انگوال ^۵ ، ۲۰۰۷؛ سیکالا و همکاران، ۲۰۱۷



فصلنامه علمی پژوهشی

۲۱۰

دوره ۱۱، شماره ۱
زمستان ۱۳۹۷
پیاپی ۴۱

1. Tasopoulou & Tsiotras
2. Brandenburg and Fredrikil
3. Chahal and Davy
4. Baker and Ballmer
5. Negual



متغیر	ابعاد	محقق
عملکرد	دانش دانش‌آموختگان	نفیسی، ۱۳۷۹؛ ملانی‌نژاد، ۱۳۸۰؛ زین‌آبادی و همکاران، ۱۳۸۶؛ یان فن دونگ ^۱ ، ۱۹۹۲؛ صحنی، ۲۰۰۲؛ فنچ ^۲ و همکاران، ۲۰۱۳
	مهارت دانش‌آموختگان	نفیسی، ۱۳۷۹؛ زین‌آبادی و همکاران، ۱۳۸۶؛ مطلق و صابری، ۱۳۸۹؛ سلیمی‌فر و مرتضوی، ۱۳۹۲؛ صحنی، ۲۰۰۲؛ میسون ^۳ و همکاران، ۲۰۰۶؛ فنچ و همکاران، ۲۰۱۳
	کارآفرینی و خوداشتغالی	زین‌آبادی و همکاران، ۱۳۸۶؛ صدری و زاهدی، ۱۳۸۸؛ سلیمی‌فر و مرتضوی، ۱۳۹۲؛ سوسنی غریبوند و همکاران، ۱۳۹۲.
	میزان اشتغال	زین‌آبادی و همکاران، ۱۳۸۶؛ صدری و زاهدی، ۱۳۸۸؛ مطلق و صابری، ۱۳۸۹؛ ثابت‌نژاد و همکاران، ۱۳۹۰؛ سوسنی غریبوند و همکاران، ۱۳۹۲؛ یان فن دونگ، ۱۹۹۲؛ لانگ و همکاران، ۲۰۰۴؛ براندنبورگ و فدرکیل، ۲۰۰۷
	فاصله زمانی فارغ‌التحصیلی تا اشتغال	میسون و همکاران، ۲۰۰۶

۴. عوامل برون‌سازمانی

مهم‌ترین عامل برون‌سازمانی را می‌توان در بحث از حاکمیت دولتی دنبال کرد و از آنجایی که آموزش فنی و حرفه‌ای نسبت به آموزش‌های عمومی پرهزینه‌تر است، لذا دولت‌ها نقش تعیین‌کننده‌ای در توسعه این آموزش‌ها دارند. این بدان معنی است که دولت‌ها باید در تخصیص منابع مالی توجه ویژه‌ای به این آموزش‌ها داشته باشند؛ سرمایه‌گذاری نامناسب، منتج به بازده نامناسب می‌شود (سوسنی غریبوند و همکاران، ۱۳۹۲). همچنین به استناد ماده ۲۱ قانون برنامه پنجم توسعه، دولت مکلف است به منظور گسترش شایستگی حرفه‌ای از طریق افزایش دانش و مهارت با نگرش به انجام کار واقعی در محیط، اصلاح هرم تحصیلی نیروی کار و ارتقا و توانمندسازی سرمایه‌های انسانی، کاهش فاصله سطح شایستگی نیروی کار کشور با سطح استاندارد جهانی و ایجاد فرصت‌های جدید شغلی و حرفه‌ای برای جوانان و ارتقای جایگاه آموزش‌های فنی و حرفه‌ای برای نظام آموزش فنی و حرفه‌ای و علمی-کاربردی

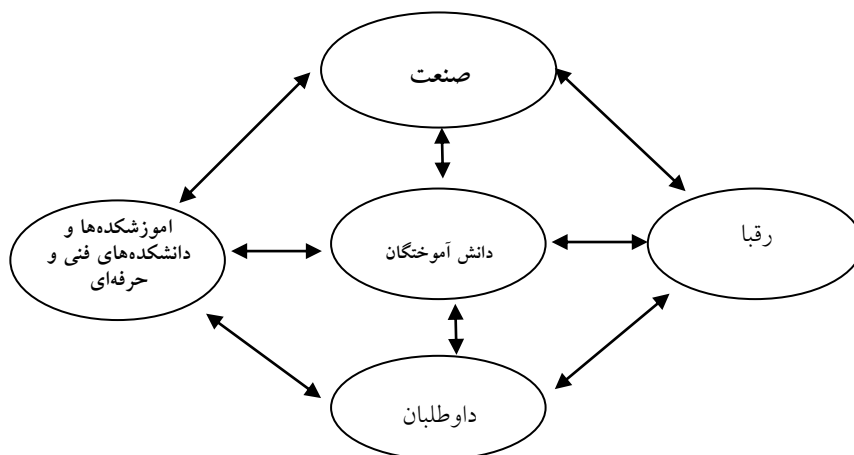
1. Yan Feng Dong
2. Fench
3. Mason

کشور اعم از رسمی، غیررسمی و سازمان‌نایافته، سازوکارهای لازم را تهیه و با پیش‌بینی الزامات مناسب اجرا کند (برزگران و رزازان، ۱۳۹۵).

۵. نقش دانشگاه

۱-۵. شاخص‌های دانشگاه در عملکرد بازار

امروزه تحصیلات عالی با توجه به افزایش ثبت‌نام دانشجویان، همچنین افزایش دانشگاه‌ها و شیوه‌های جدید ارائه خدمات آموزشی، رشد بسیار زیادی یافته است (شاه و یارزابکوفسکی^۱، ۲۰۱۳). انعطاف‌پذیری بیشتر، انواع جدید ارائه‌دهندگان خدمات آموزشی و شیوه‌های جدید ارائه آموزش، لزوم بررسی عملکرد دانشگاه در بازار را، بر اساس بازخورد از کارفرمایان و سازمان‌های صنعتی که نماینده حرفه‌های مختلف هستند، افزایش داده است. مهارت‌های چهارگانه اشتغال‌زایی شامل علم چگونگی یادگیری، ارتباطات و مهارت‌های تیمی، کار تیمی و مهارت حل مسئله در اینجا بسیار حائز اهمیت هستند (صالحی عمران و حسین تبار مرزبالی، ۱۳۹۳). در شکل شماره (۱) به مؤلفه‌های مؤثر در درک ارتباط بین واحدهای دانشگاه فنی و حرفه‌ای و بازار اشاره شده است.



شکل شماره ۱. روابط موجود بین واحدهای دانشگاه فنی و حرفه‌ای و بازار^۲

منبع: محققان



فصلنامه علمی پژوهشی

۲۱۲

دوره ۱۱، شماره ۱
زمستان ۱۳۹۷
پیاپی ۴۱

1. Shah & Jarzabkowski

۲. منظور از واحدها، آموزشگاه‌ها و دانشکده‌های فنی و حرفه‌ای است.

۵-۲. نتایج دانشگاه در عملکرد بازار

برای محاسبه عملکرد بازار (کارایی بیرونی) به فارغ التحصیلان، به صورت کیفی توجه می شود و میزان پاسخگویی برون دادهای نظام آموزشی به نیازهای جامعه و بازار کار، مورد بررسی قرار می گیرد (مشایخ، ۱۳۸۹، ۵۶). مسئولان آموزش فنی و حرفه ای معتقدند که عملکرد بازار آموزش فنی و حرفه ای ارتباط مستقیمی با تأمین نیروی کار دارد و مؤسسه ای از بیشترین کارایی برخوردار است که فارغ التحصیلانش فرصت و بخت بیشتری برای ورود به بازار کار و پیدا کردن شغل مورد علاقه و متناسب با مهارت آموخته شده داشته باشند (جعفری هرندی، ۱۳۹۴).

۶. مدل فرایندی تحقیق

با توجه به مرور ادبیات انجام شده و موضوعاتی که مورد بررسی قرار گرفتند، در این بخش جنبه عملکرد بازار را که از عوامل درون سازمانی و برون سازمانی (دانشگاه) منتج می شود می توان در عامل پررنگ تر و پراهمیت تر اشتغال توضیح داد. البته تمام عوامل دارای درجه اهمیت ویژه خود هستند، ولی در این تحقیق مبنای بیشتر بر اساس میزان اشتغال دانش آموختگان است. در واقع با توجه به ادبیات تحقیق، اشتغال دانش آموختگان یکی از مهم ترین عملکردها در بازار یک دانشگاه یا مؤسسه آموزش عالی محسوب می شود. از طرف دیگر، اشتغال یک امر بسیار مهم است که محدود به یک دوره زمانی خاص نمی شود. به این معنی که اشتغال بلافاصله یک دانش آموخته در بازار به معنی اشتغال دائمی منظور نمی شود. اشتغال یک دانش آموخته را می توان به سه دوره زمانی دسته بندی کرد. اولین دوره مربوط به قبل از ورود به بازار می شود که این دوره بیشترین تقابل و تعامل با دانشگاه را دارد. دوره بعدی حین ورود به بازار و در نهایت دوره آخر پس از ورود به بازار کار و آموزش های حین اشتغال و سایر موارد است که حضور پررنگ و مؤثر را در بازار طلب می کند. ازین رو، در این تحقیق مدل به صورت فرایندی و سه مرحله ای در نظر گرفته شده است که در ادامه به عواملی که از ادبیات موضوع استخراج شده اند اشاره می شود.

الف. عوامل مؤثر بر پیش از ورود به بازار

این عوامل در دسته عوامل سطح یک و پیش نیاز جهت ورود مناسب و استاندارد دانش آموخته برای اشتغال در بازار است:



- برنامه‌ریزی دروس مهارتی و نظری
- ارتقای سطح خلاقیت و نوآوری
- ارتقای روحیه راه‌اندازی کسب‌وکارهای اقتصادی
- زیرساخت آموزشی
- دانش تخصصی و عمومی
- مهارت‌آموزی موردنیاز بازار
- میزان برخورداری دانشکده

ب. عوامل مؤثر حین ورود به بازار

- ارتباط با صنایع در دانشگاه‌ها
- اخذ و انجام پروژه‌های تجاری موردنیاز بازار توسط دانشگاه
- بازخوردگیری و بازمعماری نظام آموزشی
- زمان اشتغال
- نسبت‌ها و شاخص‌های اشتغال دانشجویان
- نسبت‌های و شاخص‌های اشتغال رشته‌ها
- رقابت بین واحدهای آموزشی
- جغرافیا و میزان برخورداری
- زیرساخت

ج. عوامل مؤثر بعد از ورود به بازار کار

- ترویج روحیه یادگیری حین کار
- به‌روزرسانی سطح دانش و مهارت
- همگام‌سازی با نیاز بازار
- آموزش‌های حین خدمت
- به‌روزرسانی برنامه‌ریزی درسی
- شاخص اشتغال بر اساس دانشجوی رشته
- ثبات رشته



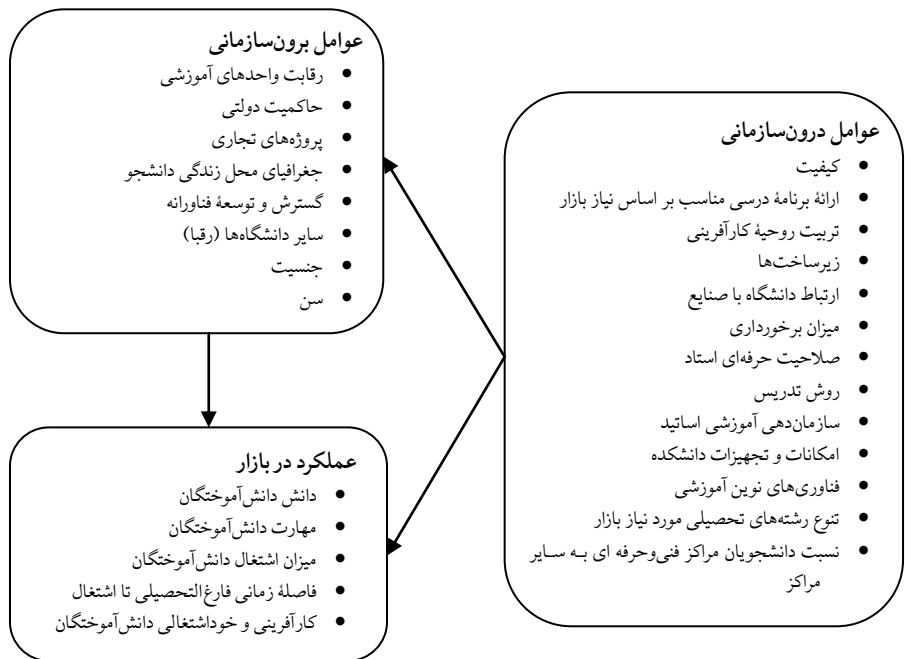
فصلنامه علمی پژوهشی

۲۱۴

دوره ۱۱، شماره ۱
زمستان ۱۳۹۷
پیاپی ۴۱

۷. مدل نهایی تحقیق

بر اساس بررسی‌های صورت گرفته، چارچوب مفهومی تحقیق حاضر در شکل زیر نشان داده شده است. تحقیقات گذشته عموماً بر اساس معیارهای درونی یا بیرونی تجزیه و تحلیل شده‌اند، در صورتی که در نگاه کل نگر و بهینه، دید متمرکز و یکپارچه می‌تواند به میزان زیادی سازمان را در نیل به اهداف خود یاری رساند. با توجه به بررسی ادبیات موضوع اغلب تحقیقات در حوزه سازمان‌های غیرآموزشی صورت گرفته‌اند که یکی از نوآوری‌های اصلی این تحقیق بررسی و هدف قرار دادن دانشگاه به عنوان مرجع برای مدل‌سازی است. از طرفی دانشگاه فنی و حرفه‌ای به دلیل تربیت مهارت‌محور دانشجویان و آماده‌سازی آنها برای اشتغال نقش پررنگی در مقایسه با سایر دانشگاه‌ها در بازارگرایی و اهمیت آن ایفا می‌کند. از این جهت مورد مطالعه و سازمان مورد پژوهش این تحقیق به دلیل اهمیت بالای آن، دانشگاه فنی و حرفه‌ای است. در شکل شماره (۲) روابط بین عوامل درون‌سازمانی، عوامل برون‌سازمانی و عملکرد در بازار و زیرشاخه‌های هر یک بیان شده است.



شکل شماره (۲). چارچوب مفهومی تحقیق

۸. تجزیه و تحلیل اطلاعات

در این مرحله ابتدا با ارسال پرسشنامه دلفی فازی معیارهای پراهمیت شناسایی و سپس با استفاده از روش تحلیل سلسله مراتبی فازی وزن معیارها محاسبه شدند. پس از آن با استفاده از تکنیک خوشه بندی معیارها و عوامل شناسایی شده، این عوامل خوشه بندی شدند. پس از انجام این کار با استفاده از روش معادلات ساختاری در نرم افزار، مدل تحقیق مورد تحلیل قرار گرفت. در پایان از روش مدل سازی ساختاری تفسیری^۱ به منظور مدل سازی استفاده شد.

۸-۱. شناسایی معیارهای برتر با استفاده از دلفی فازی

در این مرحله، پرسشنامه محاسبه درجه اهمیت هریک از معیارهای مستخرج از ادبیات موضوع برای خبرگان که ده نفر بودند ارسال شد. این پرسشنامه به صورت باز طراحی شده است که در صورت اعلام نیاز خبرگان به اضافه شدن یک معیار که ممکن است در ادبیات به آن اشاره نشده باشد، ولی به صورت بومی و یا بنا بر موقعیت مورد مطالعه، لزوم آن احساس شود، معیار مورد نظر اضافه و در سنجش کنار سایر معیارها برای خبرگان ارسال شود. پس از ارسال پرسشنامه پس از دو بار تکرار معیارهای پراهمیت، تعداد سیزده معیار استخراج شد.

۸-۲. وزن دهی معیارها با استفاده از تحلیل سلسله مراتبی فازی

در این مرحله پرسشنامه مقایسه های زوجی معیارهای منتخب در مرحله دلفی فازی برای خبرگان ارسال و درجه ارجحیت هریک از معیارها در مقایسه با دیگر معیارها مطابق جدول زیر محاسبه شد. در جدول (۳) وزن فازی و دی فازی شده برای معیار زام به نمایش گذاشته شده است و به ترتیب 1 نماد حد پایین وزن، m حد محتمل و u حد بیشینه در اعداد مثلثی به حساب می آیند.

جدول شماره ۳. اولویت بندی معیارهای شناسایی شده با روش تحلیل سلسله مراتبی فازی^۲

\tilde{W}_j	lw_j	mw_j	uw_j	وزن دی فازی شده
\tilde{W}_1	۰,۱۱۸	۰,۱۸۵	۰,۲۸	۰,۱۹
\tilde{W}_2	۰,۰۷۶	۰,۱۱۹	۰,۱۸۴	۰,۱۲۳



1. ISM
2. FAHP



\tilde{W}_j	lw_j	mw_j	uw_j	وزن دی‌فازی شده
\tilde{W}_3	۰,۰۴۶	۰,۰۷	۰,۱۱	۰,۰۷۳
\tilde{W}_4	۰,۰۷۶	۰,۱۲۱	۰,۱۹۲	۰,۱۲۵
\tilde{W}_5	۰,۰۴۵	۰,۰۷	۰,۱۱	۰,۰۷۳
\tilde{W}_6	۰,۰۲۶	۰,۰۴۱	۰,۰۶۶	۰,۰۴۳
\tilde{W}_7	۰,۰۳۲	۰,۰۴۸	۰,۰۷۶	۰,۰۵
\tilde{W}_8	۰,۰۴۹	۰,۰۷۶	۰,۱۲۱	۰,۰۷۹
\tilde{W}_9	۰,۰۳	۰,۰۴۶	۰,۰۷۲	۰,۰۴۸
\tilde{W}_{10}	۰,۰۸۳	۰,۱۲۸	۰,۱۹۷	۰,۱۳۲
\tilde{W}_{11}	۰,۰۲	۰,۰۳	۰,۰۴۹	۰,۰۱۵
\tilde{W}_{12}	۰,۰۱۴	۰,۰۲۱	۰,۰۳۳	۰,۰۲۲
\tilde{W}_{13}	۰,۰۲۷	۰,۰۴۲	۰,۰۶۸	۰,۰۴۴

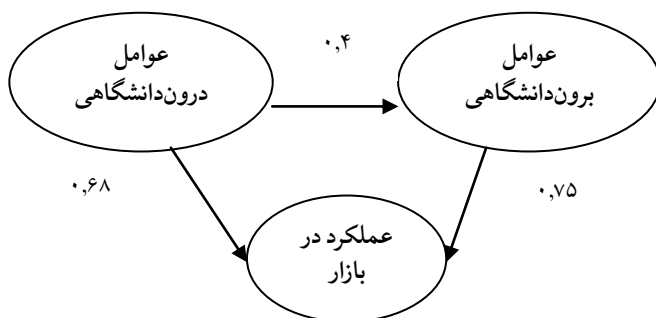
در مرحله بعد معیارها و وزن‌های آنها به منظور سنجش ارتباطات اولیه وارد نرم‌افزار شدند و مسیرهای دارای ضریب بالای ۰,۴ انتخاب گردیدند. این مسیرها برای تحلیل ارتباطی وارد روش دیمتل^۱ شده که نتایج در ادامه قابل مشاهده است.

۳-۸. نتایج اجرای الگوریتم نرم‌افزار Smart PLS

در شکل زیر نتایج حاصل از خروجی نرم‌افزار بر روی داده‌های حاصل از پرسشنامه برای سنجش و اعتبارسنجی مدل مفهومی تحقیق قابل مشاهده است. مسیرهای دارای ضریب بالای ۰,۴ به عنوان مسیر کارا شناسایی خواهد شد. همان‌طور که مشاهده می‌شود در مدل ساختاری شکل زیر نتایج تحلیل عاملی تأییدی با الگوریتم مربعات جزئی^۲ نشان‌دهنده تأیید مسیرهای ارتباطی یا مؤثر بین ابعاد درون، برون و عملکرد در بازار است که عوامل پیش از ورود به بازار و عملکرد در بازار از ضریب مسیر کمتری نسبت به سایر ارتباطها برخوردارند و این امر به تواتر و توالی زمانی بازارگرایی و مؤلفه‌های مؤثر بر عملکرد در بازار اشاره دارد.

1 Dematel

2. PLS



شکل شماره (۳). نتایج اجرای الگوریتم معادلات ساختاری بر روی ابعاد و مؤلفه‌های مدل

۸-۴. مدل‌سازی ساختاری تفسیری

در این تحقیق، سیزده عامل با استفاده از نظرات خبرگان در روش دلفی فازی به دلیل کلیدی بودن انتخاب شده‌اند. برای انتخاب و استخراج عوامل از نظرات خبرگان استفاده شده است؛ بدین ترتیب که اگر اکثریت افراد بر اصلی بودن یک عامل یا معیار اتفاق نظر داشته‌اند آن عامل یا معیار برای تحلیل انتخاب شده است و در خصوص عواملی که اکثریت برای انتخاب نکردن آن هم‌رأی بوده باشند، آن عامل کنار گذاشته شده است. با توجه به اینکه تعداد خبرگان تحقیق ده نفر بودند و روش مدل‌سازی ساختاری تفسیری در دسته روش‌های کیفی قرار می‌گیرد، استفاده از شاخص‌های مرکزی همچون میانگین برای انتخاب موانع اصلی شاخص مناسبی نیستند؛ به همین منظور از نتایج دلفی فازی نظرات استفاده شده است. سپس با قرار دادن سیزده معیار اصلی در سطرها و ستون‌های یک ماتریس، از خبرگان خواسته شد تا در خصوص اثرگذاری عوامل به‌طور زوجی اظهار نظر کنند. پس از تشکیل ماتریس دسترسی اولیه با اخذ نظرات خبرگان به‌صورت مقایسه‌های زوجی، ماتریس در جدول (۴) به نمایش گذاشته شده است.

جدول ۴. ماتریس دسترسی نهایی

ردیف	معیار	C1	C2	C3	C4	C5	C6	C7	C8	C9	C10	C11	C12	C13
۱	C1	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱
۲	C2	۰	۱	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰
۳	C3	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱
۴	C4	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱
۵	C5	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱



ردیف	معیار	C1	C2	C3	C4	C5	C6	C7	C8	C9	C10	C11	C12	C13
۶	C6	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱
۷	C7	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱
۸	C8	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱
۹	C9	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱
۱۰	C10	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱
۱۱	C11	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱
۱۲	C12	۰	۱	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰
۱۳	C13	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱

۹. نتیجه گیری و پیشنهادها

۹-۱. نتایج

این تحقیق مبتنی بر دانش میان رشته‌ای به سامان رسیده است. از همین رو یافته‌های متنوعی حاصل شد که در این قسمت می‌توان به معیارهای برتر مؤثر بر عملکرد بازار دانشگاه (دانشگاه فنی و حرفه‌ای)، اولویت‌بندی معیارهای شناسایی شده، مدل ساختاری تفسیری عملکرد دانشگاه در بازار و ارتباطات بین معیارها در مدل اشاره کرد. این تحقیق به خوبی فضای حاکم بر دانشگاه و بازار کار را برای دانش‌آموختگان ترسیم می‌کند و این امکان را که باز معماری و برنامه‌ریزی دقیق‌تر برای نظامی آموزشی منطبق با نیاز بازار انجام شود بیش از پیش ممکن می‌سازد. همواره پژوهشگران در تحقیقات خود با محدودیت‌هایی مواجه هستند که بخشی از آنها حتی در ابتدای کار نیز خود را نشان می‌دهند. از عمده‌ترین ارکان تحقیق و پژوهش دسترسی به آمار و اطلاعات است. در این زمینه مشکلاتی وجود دارد که موجب شده است خدمات تحقیقاتی از قبیل دسترسی به کتب، مجلات، آمار، بانک‌های اطلاعاتی و ... در کشور به راحتی ممکن نباشد. بخشی از این مشکل ناشی از فقدان یا کمبود هریک از خدمات تحقیقات فوق است و از سوی دیگر فرهنگ غلط، سبب خصوصی تلقی کردن این موارد شده است و در نتیجه افراد و مؤسسات به نوعی از انتقال یافته‌های خویش به دیگران خودداری می‌کنند. از سوی دیگر، متغیرهای ناخواسته که ممکن است حاصل طرح‌ها و روش‌های ویژه‌ای باشند که در تحقیق به کار گرفته می‌شوند، غالباً به گونه‌های مختلف، اعتبار درونی و بیرونی تحقیق را به مخاطره می‌اندازند. باید آگاه بود که در تحقیقات علوم رفتاری، کنترل یا حذف کامل این نوع عوامل غیر ممکن است. اما به هر حال سعی پژوهشگران بر آن است که این عوامل را حتی الامکان پیش‌بینی، شناسایی و تمام احتیاط‌های لازم را به منظور کاهش آنها به





کار برند. این تحقیق به دلیل ماهیت توصیفی مدل مفهومی، که به دنبال وصف وضع موجود در سیستم آموزشی بود، و با توجه به دید تخصصی دانشگاه فنی و حرفه‌ای دارای چالش‌های متنوعی بود. فقدان دسترسی به اطلاعات و داده‌های مراکز و همچنین نظرات متنوع خبرگان این عرصه، نگاه تحلیلی برای رعایت روایی و پایایی کار را الزامی می‌نمود. در این تحقیق به طراحی و اعتبارسنجی مدل ارتباطی مابین عوامل مؤثر شناسایی شده از دانشگاه که در بازار عملکرد دارند پرداخته شده است. یکی از مهم‌ترین دستاوردهای این تحقیق رسیدن به عواملی است که باعث اشتغال دانشجویان در بازار کار و عملکرد بهتر بازار می‌شود. این عوامل دقیقاً منطبق بر نیاز دنیای واقعی شناسایی شده‌اند. مدل ارائه شده در این تحقیق منطبق بر سه دوره زمانی قبل از ورود به بازار، حین ورود به بازار و پس از ورود به بازار که در دنیای واقعی برای دانش‌آموختگان مطرح است در نظر گرفته شده است. این امر باعث کاربردی بودن و استفاده بهینه جهت تصمیم‌گیری و برنامه‌ریزی راهبردی خبرگان و مدیران واحدهای آموزشی می‌شود. از جمله عوامل شناسایی شده می‌توان به زمان اشتغال، نسبت‌های آماری مانند نسبت اشتغال در هر رشته محل، زیرساخت، ارتباط دانشگاه با صنعت، بازمعماری دروس و بسیاری دیگر از عوامل که برداشت شده از وضعیت نظام آموزشی کشور به خصوص دانشگاه فنی و حرفه‌ای است، اشاره کرد. مدل ارائه شده توسط روش معادلات ساختاری، تحلیل عامل شده و روایی و پایایی فن‌های استفاده شده از مرحله شناسایی معیارهای پراهمیت تا مدل و تحلیل آن مورد اثبات قرار گرفته است. مدل این تحقیق برای داده‌های نمونه‌های اخذ شده از دانشگاه فنی و حرفه‌ای تجزیه و تحلیل شده است. علت انتخاب این دانشگاه مهارتی بودن و برنامه‌ها و آرمان‌های آن است که همواره بر روی اشتغال و مهارت‌آموزی منطبق بر نیاز بازار تأکید دارد.

۹-۲. پیشنهادها

۱) با توجه به تجزیه و تحلیل به دست آمده از روش مدل‌سازی ساختاری تفسیری، معیارهای مؤثر بر عملکرد در بازار در سه سطح دسته‌بندی شد که کیفیت و میزان برخورداری در دسته معیارهای دسته اول قرار گرفتند که نشان‌دهنده این است که کیفیت و مهم‌تر از آن میزان برخورداری، تأثیر مستقیم و مهمی بر روی عملکرد در بازار دارد که با توجه تحلیل‌ها و گزارش‌های حاصل از تحقیقات میدانی برخورداری مرکز یا دانشکده بر زیرساخت و نحوه عملکرد آن تأثیر مستقیم می‌گذارد و این موضوع با توجه به اینکه تجهیزات و کارگاه‌ها، اساتید،

دانشجویان و صنعت بومی محل دانشکده را تحت الشعاع قرار می‌دهد اهمیت بالایی دارد. در این رابطه باید ستاد مرکزی دانشگاه فنی و حرفه‌ای در بودجه‌ریزی و تخصیص اعتبار به دانشکده‌های کم‌برخوردار و نیمه‌برخوردار، با رعایت سایر ملاحظات، اهمیت بیشتری بدهد. از طرفی دیگر به غیر از معیار ارتباط با صنعت، سایر معیارها در دسته دوم قرار می‌گیرد. این امر نشان‌دهنده این است که این معیار بر خروجی ملموس و عملکرد دانشگاه از حیث بازارگرایی و تربیت دانش‌آموخته کارآفرین تأثیر بسیار زیادی دارد. پیشنهاد می‌شود دانشگاه به ارتباط با صنعت به عنوان یک واحد درگیر با سایر واحدها و همچنین عاملی جهت محک و بهسازی ساختار کنونی دقت بیشتری داشته باشد و در سیاست‌گذاری و تعریف کلان محورها به تکامل این موضوع بپردازد.

۲) با توجه به نتایج حاصل از این تحقیق ارتباط با صنعت و همین‌طور پروژه‌های تجاری تأثیر بسزایی بر روی بهبود وضعیت اشتغال دانش‌آموختگان دارد. این دو عامل به نوعی موتور محرک سایر عوامل نیز به حساب می‌آیند که اهمیت و نقش زیاد آنها را مشخص می‌کند. از این‌رو، پیشنهاد می‌شود که دانشگاه‌ها با برنامه‌ریزی منسجم در جهت تأمین هزینه‌های خود از محل درآمدهای حاصل از پروژه‌های تجاری حرکت کنند و تا جای ممکن از بودجه دولتی و پرداخت دانشجویان استفاده نکنند.

۳) یکی از موارد پراهمیت دیگر برنامه‌ریزی درسی متناسب با نیاز بازار است. دانشگاه‌ها می‌توانند به جای برنامه‌ریزی ثابت برای یک رشته به برنامه‌ریزی پویا برای آن بپردازند. این کار باعث می‌شود که همواره دانشگاه به آموزش مورد نیاز بازار بپردازد. این امر شکوفایی صنعت را نیز به دنبال دارد.

۴) آینده‌پژوهی و آینده‌نگاری یکی از مهم‌ترین مواردی است که باید دیده شود. صنعت آموزشی و نیاز بازار همواره دستخوش تغییرات و عدم قطعیت‌ها است که این موضوع در کشور ما بیشتر مشاهده می‌شود. از این‌رو، استفاده از راهکار این تحقیق و سایر تحقیقات که به ارائه مدل پیش‌بینی و مبتنی بر واقعیت و عدم قطعیت است باعث برنامه‌ریزی کارا تر و مناسب‌تر برای شرایط هر سازمانی است.



منابع

احسانی، محمدعلی؛ و طاهری بازخانه، صالح (۱۳۹۷). آزمون رویکرد تقاضامحور به رشد اقتصادی در ایران: کاربردی از رهیافت پارامتر متغیر در طول زمان. فصلنامه علمی پژوهشی، پژوهش‌های رشد و توسعه اقتصادی، ۸(۳۰)، ۱۴۵-۱۳۳.

حاجی‌زاد، محمد؛ صالحی، محمد؛ و قایخلو، مریم (۱۳۹۰). تأثیر فناوری اطلاعات و ارتباطات بر مهارت‌های کارآفرینی مریبان مراکز فنی و حرفه‌ای استان مازندران. فناوری اطلاعات و ارتباطات در علوم تربیتی، ۲(۲)، ۱۸-۵.

حسن‌زاده بارانی‌کرد، سودابه؛ و صالحی‌عمران، ابراهیم (۱۳۹۵). ارتقاء کیفیت آموزش منابع انسانی آموزش عالی با تأکید بر تولید و ساخت سرمایه اجتماعی. فصلنامه آموزش و توسعه منابع انسانی ایران، ۳(۱۰)، ۴۹-۲۳.

حسینی‌نیا، غلامحسین؛ عطایی، پوریا؛ و یعقوبی‌فرانی، احمد (۱۳۹۶). ارزیابی مهارت‌ها و ویژگی‌های کارآفرینانه دانشجویان و تأثیر آن بر قصد کارآفرینی (مورد مطالعه: مراکز آموزش علمی - کاربردی مهارت). فصلنامه آموزش مهندسی ایران، ۱۹(۷۳)، ۴۴-۲۵.

حیدرزاده، کامبیز؛ و نائب‌زاده، شهناز (۱۳۸۸). ارزیابی تأثیر بازرگاری توسعه‌یافته (EMO) بر عملکرد کسب و کار شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار و ارائه چارچوب کاربردی. مجله آینده‌پژوهی مدیریت، ۲۰(۱)، ۳۹-۱۳.

حیدری، علی؛ دیواندری، علی؛ اعرابی، سیدمحمد؛ و سیدکلالی، نادر (۱۳۹۵). رابطه قابلیت‌های پویا و عملکرد شرکت با میانجی‌گری قابلیت‌های عملیاتی. چشم‌انداز مدیریت بازرگانی، ۱۵(۳)، ۱۴۰-۱۲۵.

حیدری موسی‌نارنجی، حسین؛ و حیدری موسی‌نارنجی، مریم (۱۳۹۱). تحلیل تأثیر آموزش‌های فنی و حرفه‌ای بر عملکرد تخصصی و اثربخشی شغل‌های مهارتی: مطالعه موردی کارخانجات تولید بدنه خودرو در استان کرمانشاه. مهارت‌آموزی، ۱(۲)، ۷۳-۴۹.

خوردی طاسکوه، علی (۱۳۸۷). گفتمان میان‌رشته‌ای دانش: مبانی نظری، گونه‌شناسی، و خط‌مشی‌هایی برای عمل در آموزش عالی. تهران: پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی.

سپندارند، روح‌اله (۱۳۹۰). از توسعه علمی تا بومی‌سازی علم. ماهنامه گزارش، ۲۲۶، ۳۱-۲۹.

سعادت‌طلب، آبت؛ یاسینی، علی؛ و شیرعلی، اسماعیل (۱۳۹۵). بررسی تأکید رویکردهای منابع انسانی استراتژیک بر عملکرد کارآفرینانه و نوآورانه در آموزش عالی ایران: مورد مطالعه دانشگاه شهید بهشتی و تهران. فصلنامه بررسی مسائل اجتماعی ایران، ۶(۲)، ۲۸۰-۲۶۳.

صادقی بوکانی، ن.، و سوفی، س. (۲۰۱۰). نقش آموزش عالی در توسعه ملی با تأکید بر آمایش سرزمین. همایش منطقه‌ای بومی‌سازی مدل پیشرفت آموزش عالی. هنوز تووسیه میل بتا تأکید بار سامیه سزارین.



فصلنامه علمی-پژوهشی

۲۲۲

دوره ۱۱، شماره ۱
زمستان ۱۳۹۷
پیاپی ۴۱

دانشگاه آزاد اسلامی واحد سنندج، واحد علوم انسانی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات.
صدری، عباس؛ و زاهدی، انسیه (۱۳۸۸). مطالعه پیگیرانه عملکرد نظام تربیت تکنسین آموزشکده‌های فنی و حرفه‌ای ایران. فصلنامه پژوهش و برنامه‌ریزی در آموزش عالی، ۱۵(۴)، ۹۹-۱۱۲.

صفری، حسین؛ و خان‌محمدی، احسان (۱۳۹۲). ترسیم نقشه استراتژی با در نظر گرفتن نوع نگرش و میزان اطمینان تصمیم‌گیرندگان با استفاده از تکنیک DEMATEL فازی. نشریه مدیریت فردا، ۱۲(۳۷)، ۷۰-۵۱.

عارف، محمدرضا؛ و کیانی‌بختیاری، ابوالفضل (۱۳۹۱). ضرورت تبدیل دانش به علم و فناوری. نشریه نشاء علم، ۳(۱)، ۱۶-۶.

عالی‌پور، علیرضا؛ و نصری، فرامرز (۱۳۹۶). بررسی و تحلیل شاخص‌های عملکرد آموزشی دانشگاه علوم دریایی به روش BSC - TOPSIS. فصلنامه علمی پژوهشی آموزش علوم دریایی، ۴(۲)، ۴۵-۶۰.

عبداله‌زاده‌سلماسی، علی؛ انوری، مسعود؛ انوری، نادر؛ و شریفی، سبجان (۱۳۹۴). نقش مراکز آموزش عالی در اشتغال و کارآفرینی. مهارت‌آموزی، ۴(۱۴)، ۷-۲۰.

عطاریانیا، احمد؛ خنیفر، حسین؛ رحمتی، محمدحسین؛ و جندقی، غلامرضا (۱۳۹۳). بررسی وضعیت تدوین خط مشی در نظام غیر رسمی آموزش مهارتی ایران. مدیریت فرهنگ سازمانی، ۱۲(۲)، ۳۷۴-۳۴۵. doi: 10.22059/jomc.2014.51187

علوی، سیدبابک؛ و قلی‌پور، آرین (۱۳۸۸). شناسایی عوامل مؤثر بر رفتارهای فراتر از نقش اعضای هیئت علمی دانشگاه‌ها: مطالعه‌ای در دانشگاه صنعتی شریف. انجمن علوم مدیریت ایران، ۴(۱۴)، ۱-۳۰.
علوی‌پور، محسن (۱۳۸۷). مبانی نظری و روش‌شناسی مطالعات میان‌رشته‌ای. تهران: پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی.

مشایخ، فریده (۱۳۸۹). دیدگاه‌های نو در برنامه‌ریزی آموزشی. تهران: انتشارات سمت.
معدن‌دارآرانی، عباس؛ و سرکارآرانی، محمدرضا (۱۳۸۸). آموزش و توسعه: مباحث نوین در اقتصاد آموزش. تهران: نشر نی.

مهرعلی‌زاده، یداله؛ و آرمن، سیدعزیز (۱۳۸۶). بررسی بازار کار دانش‌آموختگان مقطع کارشناسی در دانشگاه‌های دولتی ایران. راهبردهای بازرگانی، ۲۶، ۷۳-۸۷.

مهرگان، محمدرضا؛ و دهقان‌نیری، محمود (۱۳۸۸). رویکرد منسجم BSC - TOPSIS جهت ارزیابی دانشکده‌های مدیریت برتر دانشگاه‌های استان تهران. نشریه مدیریت صنعتی، ۲۱(۸)، ۱۶۸-۱۵۳.

میرزایی، حسین؛ و آقاجانی، حبیب (۱۳۸۸). تحلیلی بر تأثیر جهانی‌شدن بر بازار کار. مدیریت بهره‌وری، ۳(۱۰)، ۲۴۱-۲۱۹.



میرکمالی، سیدمحمد؛ و نارنجی ثانی، فاطمه (۱۳۸۷). بررسی رابطه کیفیت زندگی کاری و رضایت شغلی بین اعضای هیات علمی دانشگاه‌های تهران و صنعتی شریف. فصلنامه پژوهش و برنامه‌ریزی در آموزش عالی، ۱۴(۲)، ۷۱-۱۰۱.

نقیبی، سپیده؛ و ملک‌زاده، غلامرضا (۱۳۹۳). ارائه مدلی به منظور بررسی نقش مسئولیت اجتماعی در ارزیابی عملکرد مؤسسات کوچک و متوسط (مطالعه موردی: مراکز آموزش عالی غیرانتفاعی مشهد). سومین کنفرانس ملی حسابداری و مدیریت، مرکز همایش‌های دانشگاه تهران.

نیازی، محسن (۱۳۹۰). روش‌های تحقیق تلفیقی، جنبش سوم روش‌شناختی در علوم اجتماعی. مجله مطالعات اجتماعی ایران، ۵(۲)، ۱۵۸-۱۸۱.

ولادتی‌علی‌آبادی، امید (۱۳۹۰). بررسی کیفیت فعالیت‌های دانشگاه ارومیه بر اساس معیارهای مدل تعالی عملکرد کیفیت اروپا (پایان‌نامه کارشناسی ارشد). دانشکده علوم تربیتی و روانشناسی، دانشگاه شهید بهشتی.

Abubakar, M. S. (2010). *Revitalizing TVET for technology entrepreneurship and industrial development: Measure, design and applicability*. A paper presented at the national centre for technology management. 18(6)-43.

Afonso, A., Ramirez, J., Diaz Puente, j. M. (2012). University - industry cooperation in the education domain to foster competitiveness and employment. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 46, 3947-3953.

Agarwal, S., Pandey, G. N., & Tiwari, M. D. (2012). Data mining in education: Data classification and decision tree approach. *International Journal of e-Education, e-Business, e-Management and e-Learning*, 2(2), 140-144.

Agasisti, T., & Catalano, G. (2006). Governance models of university systems-towards quasi-markets? Tendencies and perspectives: A European comparison. *Journal of Higher Education Policy and Management*, 28(3), 245-262. doi: 10.1080/13600800600980056

Askun, B., & Yildirim, N. (2011). Insights on entrepreneurship education in public universities in Turkey: Creating entrepreneurs or not?. *Journal of Social and Behavioral Sciences*, 24(1), 663- 676.

Atalay, M., Anafarta, N., & Sarvan, F. (2013). The relationship between innovation and firm performance: An empirical evidence from Turkish automotive supplier industry. *Procedia- Social and Behavioral Sciences*, 75, 226-235.

Grissemann, U., Plank, T. A., & Brunner-Sperdin, A. (2013). Enhancing business performance of hotels: The role of innovation and customer orientation. *International Journal of Hospitality Management*, 33, 347-356.

Harm Students and the Economy for Years to Come, Center on Budget & Policy Priorities. Hayrinen-Alestalo, M., & Peltola, Ulla (2006). The problem of a market-oriented university. *Higher Education*, 52(2), 251-281. doi: 10.1007/s10734-004-2749-1





- Hurley, R. F., Hult, G. T. M., & Knight, G. A. (2003). Innovativeness: Its antecedents and impact on business performance. *Industrial Marketing Management*, 33, 429-38. doi: 10.1016/j.indmarman.2003.08.015
- Iqbal, M. (2011). Knowledge economy and university performance. *Int J Acad Res*, 3(5), 27-32.
- Jaehoon, R., Baekyung, P., & DoHyung, L. (2010). Drivers of innovativeness and for performance innovative SMEs in South Korea: Mediation of learning orientation. *Technovation*, 30, 65-75.
- Kaleka, A. (2011). When exporting manufacturers compete on the basis of service:resources and marketing capabilities driving service advantage and performance. *Journal of International Marketing*, 19(1), 40-58. doi: 10.1509/jimk.19.1.40
- Keat, O. Y., Selvarajah, C., & Meyer, D. (2011). Inclination towards entrepreneurship among university students: An empirical study of Malaysian university students. *International Journal of Business and Social Science*, 2(4), 220-206.
- Kennedy, J., Mendes, R. (2002). Population structure and particle swarm performance. *Proceedings of the 2002 Congress on Evolutionary Computation. CEC'02 (Cat. No.02TH8600)*
- Khayri, S., Yaghoubi, J., & Yazdanpanah, M. (2011). Investigating barriers to enhance entrepreneurship in agricultural higher education from the perspective of graduate students. *Procedia- Social and Behavioral Sciences*, 15, 2818-2822. doi: 10.1016/j.sbspro.2011.04.195
- Kotecha, P., Walwyn, D., & Pinto C., 2011, 'Deepening Research Capacity and Collaboration across Universities in SADC', A Southern African Universities Regional Research and Development Fund, May 2011.
- Longbottom, D. (2008). The need for education and training in the use of the organizational excellence models for quality management in UK higher education institutions. *Quality Assurance in Education*, 10(1), 26-36.
- Lourenço, R. T., & Mano, M. (2017). The role of general councils in the supervision of the organizational performance of higher education institutions, world academy of science, engineering and technology. *International Journal of Educational & Pedagogical Sciences*, 11(12), 3524.
- Mahmoud, M. A., Blankson, C. H., Owusu-Frimpong, N., Nwankwo, S., & Trang, T. P. (2016). Market orientation, learning orientation and business performance: The mediating role of innovation. *International Journal of Bank Marketing*, 34(5), 623-648. doi: 10.1108/IJBM-04-2015-0057
- Mayangsari, L., Novani, S., & Hermawan, P. (2015). *Batik solo industrial cluster analysis as entrepreneurial system: A viable co-creation model perspective*. The 6th Indonesia International Conference on Innovation, Entrepreneurship and Small Business Procedia - Social and Behavioral Sciences, 169, 281-288.

- Merchant, Z., Goetz, E. T., Cifuentes, L., Keeney-Kennicutt, W., & Davis, T. J. (2014). Effectiveness of virtual reality-based instruction on students' learning outcomes in K-12 and higher education: A meta-analysis. *Computers & Education*, 70, 29-40. doi: 10.1016/j.compedu.2013.07.033
- Murray, J. Y., Gao, G. Y., & Kotabe, M. (2011). Market orientation and performance of export ventures: The process through marketing capabilities and competitive advantages. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 39(2), 252-269.
- Nadeem, M., Ali, A., Maqbool, S., & Zaidi, S. U. (2012). Impact of anxiety on the academic achievement of students having different mental abilities at university level in Bahawalpur (Southern Punjab) Pakistan. *International Online Journal of Educational Sciences*, 2012, 4 (3), 519-528
- Nair, C. S., & Mertova, P. (2009). Conducting a graduate employer survey: A Monash university experience. *Quality Assurance in Education*, 17(2), 191-203.
- Najib, M., & Kiminami, A. (2011). Innovation, cooperation and business performance. *Journal of Agribusiness in Developing and Emerging Economies*, 1(1), 75-96.
- Nakata, C., Subin, I., Heungsoo, P., & Young-Won, H. (2006). Antecedents and consequences of Korean and Japanese new product advantage. *Journal of Business Research*, 59(1), 28-36.
- Neely, A., Adams, C., & Crowe, P. (2001). The performance prism in practice. *Measuring Business Excellence*, 5(2), 6-12.
- Nejadál, J. (2015). Comprehensive quality assessment of Czech higher education institutions. *International Journal of Quality and Service Sciences*, 7(2&3), 138-151.
- Niculescu, L. (2009). Applying marketing to higher education: Scope and limits. *Management & Marketing*, 4(2), 35-44.
- Olhager, J., & Prajogo, D. I. (2012). The impact of manufacturing and supply chain improvement initiatives: A survey comparing make-to-order and make-to-stock firms. *Omega-International Journal of Management Science*, 40(2), 159-165.
- Oni, C. S. (2007). Globalization and its implications for vocational education in Nigeria. *Essays in Education*, 21(1), 30-34.
- Palmer, T. B., & Short, J. C. (2008). Mission statement in US colleges of business: An empirical examination of their content with linkages to configuration & performance. *Academy of Management, Learning & Education*, 7(4), 454-470. Doi: 10.5465/amle.2008.35882187
- Parvin, L., Rahman, M. W., & Jia, J. (2012). Determinates of women microentrepreneurship development: An empirical investigation in rural Bangladesh. *International Journal of Economics and Finance*, 4(5), 254-260. doi: 10.5539/ijef.v4n5p254
- Podsakoff, P. M., Mackenzie, S. B., Paine, J. B., & Bachrach, D. G. (2000). Organizational citizenship behaviors: A critical review of the theoretical and empirical literature and





- suggestions for future research. *Journal of Management*, 26(3), 513-563.
- Prodan, I. (2007). *A model of technological entrepreneurship*. Handbook of Research on Techno-Entrepreneurship. Cheltenham, Edward Elgar Publishing Limited.
- Raciti, M. (2010). Marketing Australian higher education at the turn of the 21st Century: A précis of reforms, commercialisation and the new university hierarchy. *e-Journal of Business Education & Scholarship of Teaching*, 4(1), 32-41.
- Reveiu, A., & Dardala, M. (2013). The role of universities in innovative regional clusters. *Empirical Evidence from Romania, Social and Behavioral Science*, 93, 555-559. doi: 10.1016/j.sbspro.2013.09.238
- Rivza, B., Bikse, V., & Brence, I. (2015). Evaluation of higher education study programs and their development trends. *Procedia Economics and Finance*, 26, 643-650.
- Rong, K., Hu, G., Lin, Y., Shi, Y., & Guo, L. (2015). Understanding business ecosystem using a 6C framework in Internet-of-Things-based sectors. *Int. J. Production Economics*, 159, 41-55. Doi: 10.1016/j.ijpe.2014.09.003
- Rossi, F. (2010). The governance of university - industry knowledge transfer. *European Journal of Innovation Management*, 13(2), 155-171.
- Schawel, C., & Billing, F. (2014). Balanced scorecard (BSC). In *Top 100 Management Tools* (pp. 27-30), Gabler Verlag.
- Selesho, J. M. (2014). Enhancing the culture of quality assurance in higher education: perspectives of managing institutional accountability. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 5(1), 405. doi: 10.5901/mjss.2014.v5n1p405
- Shah, M., & Jarzabkowski, L. (2013). The Australian higher education quality assurance framework: From improvement-led to compliance-driven. *Perspectives: Policy and Practice in Higher Education*, 17(3), 96-106. doi: 10.1007/s12564-011-9152-2
- Smulowitz, S. (2014). *Planned organizational change in higher education: Dashboard indicators and stakeholder sensemaking-a case study* (Doctoral dissertation). Rutgers University, New Brunswick, NJ, January.
- Sokovic, M., Pavletic, D., & Pipan, K. K. (2010). Quality improvement methodologies-PDCA cycle, RADAR matrix, DMAIC and DFSS. *Journal of Achievements in Materials and Manufacturing Engineering*, 43(1), 476-483.
- Swink, M., Narasimhan, R., & Wang, C. (2007). Managing beyond the factory walls: Effects of Four type of strategic integration. 25(1), 148-164. doi: 10.1016/j.jom.2006.02.006
- Tari, J. J., & Dick, G. (2016). Trends in quality management research in higher education institutions. *Journal of Service Theory and Practice*, 26(3), 273-296.
- Tari, J. J., & Espinosa, S. D. J. (2007). EFQM model self-assessment using a questionnaire approach in university administrative services. *TQM Magazine*, 19, 604-616.
- Taylor, M. M. (2008). A comprehensive assessment of Atlanta's status as high technology

cluster Georgia Institute of technology.

- Urbano, D., Toledano, N., & Soriano, D. (2010). Analyzing social entrepreneurship from an institutional perspective: Evidence from Spain. *Journal of Social Entrepreneurship*, 1, 54-69.
- Vega-Vázquez, M., Cossi-o-Silva, J. F., & Martí-n-Ruiz, M. (2012). Does the firm's market orientation behavior influence innovation's success?. *Management Decision*, 50(8), 1445-1464.
- Vlăsceanu, L., Grunberg, L., & Parlea, D. (2004). *Quality assurance and accreditation: A glossary of basic terms and definitions*. Bucharest: Unesco-Cepes, 25-46.
- Voss, R., Gruber, T., & Szmigin, I. (2007). Service quality in higher education: The role of student expectations. *Journal of Business Research*, 60(9), 949-959. doi: 10.1016/j.jbusres.2007.01.020
- Wang, K., Hu, G., Lin, Y., Shi, Y., & Guo, L. (2015). Understanding business ecosystem using a 6C framework in Internet-of-Things-based sectors. *Int. J. Production Economics*, 159, 41-55. doi: 10.1016/j.ijpe.2014.09.003
- Wilden, R., & Gudergan, S. P. (2015). The impact of dynamic capabilities on operational marketing and technological capabilities: Investigating the role of environmental turbulence. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 43(2), 181-199.
- Wilden, R., Gudergan, S., Nielsen, B. B., & Lings, I. (2013). Dynamic capabilities and performance: Strategy, structure and environment. *Long Range Planning*, 46(1-2), 72-96. doi: 10.1016/j.lrp.2012.12.001
- Xie, C., & Steiner, S. D. (2013). Enhancing management education relevance: Joint creation of knowledge between business schools and business. *Business Education and Accreditation*, 5(2), 1-15.
- Yao, Q., & Qin, H. (2016). Marketing capability, competitive advantage and business performance. *INT. j. Technology, Policy and Management*, 16(3), 195-213.



فصلنامه علمی پژوهشی

۲۲۸

دوره ۱۱، شماره ۱

زمستان ۱۳۹۷

پیاپی ۴۱