

عنوان مقاله:

الگوی استراتژیک هم آفرینی ارزش دانشگاهی با تاکید بر دانشگاه های نسل چهارم و پنجم

محل انتشار:

پژوهشهای مدیریت عمومی، دوره 16، شماره 59 (سال: 1402)

تعداد صفحات اصل مقاله: 30

نویسندگان:

آرین هرندی - دانشجوی دکتری مدیریت بازرگانی، دانشکده تحصیلات تکمیلی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران.

محمد مهدی پرهیزگار - دانشیار، گروه مدیریت بازرگانی دانشگاه پیام نور، تهران، ایران.

امیر فاضل - استادیار، گروه مدیریت، مجتمع آموزش عالی بافت، دانشگاه شهید باهنر کرمان، کرمان، ایران.

محمد تقی امینی - استاد، گروه مدیریت بازرگانی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران.

خلاصه مقاله:

هم آفرینی ارزش، موضوعی است که توجه بسیاری از نهادها و سازمانها و به خصوص دانشگاهها را به خود جلب نموده است و ارائه الگویی جامع، فراگیر و کاربردی به ویژه در آموزش عالی می تواند بسیار راهگشا باشد. بدین لحاظ هدف این تحقیق نخست شناسایی عوامل، مولفه ها و پیامدهای هم آفرینی ارزش دانشگاهی با تاکید بر دانشگاههای نسل چهارم و پنجم و طراحی الگوی مفهومی مربوطه، و سپس ارائه و بررسی الگوی جامع و بومی هم آفرینی ارزش دانشگاهی در آموزش عالی ایران می باشد. پژوهش حاضر از لحاظ نحوه گردآوری دادهها، با رویکرد آمیخته اکتشافی می باشد. در بخش کیفی تحقیق جهت شناسایی عوامل، مولفهها و پیامدهای هم آفرینی ارزش از روش متاستز و جهت پلایش این موارد و طراحی الگوی مفهومی از روش دلفی فازی و نظرات ۲۰ نفر از خبرگان استفاده شد. در بخش کمی، جامعه آماری کلیه اساتید دانشگاههای دولتی استان کرمان به تعداد ۱۲۵۰ نفر هستند، که بر اساس جدول مورگان تعداد ۲۹۵ نفر به عنوان نمونه تعیین گردید. الگوی تحلیلی با استفاده از دادههای جمع آوری شده در این بخش پس از تحلیل عاملی انجام گرفته با تکنیک مدلسازی معادلات ساختاری و با نرم افزار Smart PLS ۳ بررسی گردید. نهایتا مدل استراتژیک هم آفرینی ارزش دانشگاهی با ۱۶ عامل، ۲۳ مولفه و ۱۳ پیامد و هر کدام در سه دسته طراحی و آزمون شد و به عنوان مدلی پیشنهادی جهت هم آفرینی ارزش دانشگاهی ارائه شد. برآزش مدل نهایی نشان از وضعیت بسیار مناسب مدل تحقیق دارد.

کلمات کلیدی:

هم آفرینی ارزش، هم آفرینی ارزش دانشگاهی، دانشگاه های نسل چهارم و پنجم

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1713645>

