

## طراحی مدل دانشگاه ارزش‌بنیان در وزارت علوم کشور

**ایوب‌گراوند\***: دانشجوی دوره دکتری مدیریت منابع انسانی، گروه مدیریت، دانشکده مدیریت، دانشگاه خوارزمی، تهران، ایران.

**بیژن عبدالهی**: عضو هیأت علمی، گروه مدیریت، دانشکده مدیریت، دانشگاه خوارزمی، تهران، ایران.

**اکبر حسن‌پور**: عضو هیأت علمی، گروه مدیریت، دانشکده مدیریت، دانشگاه خوارزمی، تهران، ایران.

**سلطانعلی شهریاری**: عضو هیأت علمی، گروه مدیریت، دانشکده مدیریت، دانشگاه خوارزمی، تهران، ایران.

**چکیده:** پژوهش حاضر بر حسب هدف از نوع کاربردی و اکتشافی و هدف اصلی از انجام این تحقیق طراحی مدل دانشگاه ارزش‌بنیان در وزارت علوم کشور می‌باشد. همچنین از لحاظ نحوه گردآوری داده‌ها، از نوع پژوهش آمیخته می‌باشد. جامعه آماری تحقیق در بخش کیفی، شامل خبرگان، صاحب نظران، متخصصان و مطلعین کلیدی در خصوص دانشگاه ارزش‌بنیان به تعداد ۴۶ نفر هستند. و نیز در بخش کمی، شامل کارکنان، مدیران و معاونان (وزارت علوم، تحقیقات و فناوری) است که تعداد آنها ۳۸۵۶ نفر می‌باشد که بر مبنای فرمول کوکران تعداد ۳۵۰ نفر به عنوان نمونه تعیین گردید. برای جمع آوری داده‌ها در این پژوهش از روش ترکیبی استفاده شد که شامل مصاحبه نیمه ساختاریافته به همراه پرسشنامه باز و نیز پرسشنامه بسته است. داده‌های جمع‌آوری شده از راه روش‌های کیفی (تحلیل تم) و روش‌های اماری و نیز تکنیک مدلسازی معادلات ساختاری مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت که نتایج تحقیق نشان داد ارزش‌های شکل‌دهنده مدل دانشگاه ارزش‌بنیان در سه سطح فردی، سازمانی و اجتماعی قابل تقسیم هستند. در سطح فردی مولفه‌های دانشگاه ارزش‌بنیان شامل علم و آگاهی، روحیه سیتزه‌جویی، حسن خلق، خلاقیت، علاقه به کار، ایمان، بصیرت، اعتماد به نفس و سعه صدر است. در سطح سازمانی مولفه‌های دانشگاه ارزش‌بنیان شامل نوع دوستی، احترام به شایستگی افراد، قانون مداری و مشورت می‌باشد؛ در نهایت در سطح اجتماعی مولفه‌های دانشگاه ارزش‌بنیان شامل مسئولیت‌پذیری، مثبت‌اندیشی در جامعه، همدل بودن، عجزین شدن با اجتماع و اخلاق اجتماعی است. **واژگان کلیدی:** دانشگاه ارزش‌بنیان؛ ارزش‌های سطح فردی؛ ارزش‌های سطح سازمانی؛ ارزش‌های سطح اجتماعی؛ آموزش عالی.

\***نویسنده‌ی مسؤول:** دانشجوی دوره دکتری مدیریت منابع انسانی، دانشگاه خوارزمی، دانشکده مدیریت، گروه مدیریت، تهران،

ایران.

Email: garavandaub@yahoo.com

## مقدمه

بسیاری از رفتارها و اقدامات کارکنان در درون سازمان‌ها، متأثر از ارزش‌های سازمانی می‌باشد که ریشه در موضوعات اخلاقی و فرهنگی دارند و توجه به آن‌ها به خصوص در مسائل درون سازمانی در بقاء سازمان‌ها موثر است (ویناماکي ۲۰۱۲). ارزش‌ها پایه و اساس فرهنگ هر سازمانی می‌باشند. همانند اصل فلسفه‌ی وجودی سازمان، ارزش‌ها نیز مسیر و جهت مشترکی برای همه کارکنان و خط‌مشی‌هایی برای رفتار روزانه آنان ارائه می‌کنند (بهاری فر و جواهری کامل ۱۳۸۹).

ارزش یکی از واژه‌های اساسی است که نمی‌توان آن را به طور دقیق تعریف کرد. یک ارزش، اهمیتی کوچک یا بزرگ را بیان می‌کند که انسان آن را به مسائل مرتبط با فعالیت یا تجربه‌ای خاص یا به طور کلی، به زندگی خود نسبت می‌دهد و بدین‌سان، راهنمایی برای رفتار او در اختیارش قرار می‌دهد (روبیژک ۱۳۸۶). ارزش‌ها مانند اشیاء در مکان و زمان وجود ندارند، بلکه توسط احکام بیان می‌شوند؛ توسط حکم کردن درباره‌ی اشیاء، کیفیات، حوادث یا افعال از دیدگاه شخصی شکل می‌گیرند (ویناماکي ۲۰۱۲).

بنابراین، ارزش‌ها هم عناصر ذهنی و هم عناصر عینی دارند. این عناصر در انواع گوناگون ارزش‌ها ارتباطات متفاوتی با یکدیگر دارند؛ از یک‌سو، ارزیابی به روش ذهنی تعلق دارد. بنابراین، ارزش‌ها برای به وجود آمدنشان یعنی برای اینکه از حد مفاهیم انتزاعی فراتر روند، نیازمند مشارکت شخصی ما هستند. یک شیء باید برای ما ارزشمند (یا خلاف آن) باشد، و گرنه به شناخت واقعیات می‌رسیم، نه ارزش‌ها. یک شیء به خودی خود مفید نیست، بلکه برای هدفی مفید است که ما به خاطر آن هدف، بدان نیاز داریم احکام ارزشی ما درباره‌ی اشیاء، رفتار انسانی و حتی آثار هنری می‌تواند درست یا خطا باشد که نشان می‌دهد ارزش‌ها، بنیادی مستقل از ما دارند (رویلارد و گیروکس ۲۰۱۰).

دانشگاه ارزش‌بنیان سازمانی است که در درون آن خلق ارزش اتفاق می‌افتد و چنین سازمان‌هایی برای خلق ارزش، بر ارزش‌ها متکی هستند، ارزش‌هایی که ترجمان انتظارات ذینفعان سازمان است و رهبری سازمانی، به منظور تحقق آن، بر خلق اعتماد متقابل، صداقت، تعامل اجتماعی متقابل، احساس هویت جمعی و گروهی، ایجاد تصویری مشترک از آینده، رفتار مثبت و کارگروهی در یک سیستم اجتماعی تاکید می‌کند. رهبری سازمانی، به ایجاد ارتباط بین چشم‌انداز و ارزش‌های سازمانی مبادرت می‌ورزد؛ در این حالت، بین اعضای سازمان، ادراکات مشابهی از ارزش‌های سازمانی به وجود می‌آید، به حدی که آنان مبدل به نمایندگان ارزش‌های سازمانی می‌شوند، و تحقق چشم‌انداز سازمان را با شور و شوق دنبال می‌کنند (آرگریدز ۲۰۰۳).

در دانشگاه ارزش‌بنیان، کارکنان تحت هدایت چشم‌اندازی الهام بخش قرار دارند که سبب انسجام درونی و حرکت همه افراد اعم از مدیران و کارکنان در یک جهت می‌شود. دانشگاه ارزش‌بنیان، با برخورداری از ویژگی‌های مورد اشاره، به ارائه خدمات می‌پردازد و تصویر مثبت و اثرگذاری به محیط عرضه می‌کند که به خودی خود، سبب جذب تعاون و حمایت از بیرون می‌شود (ویناماکي ۲۰۰۹).

در واقع، قرائن و شواهد نشان می‌دهد؛ علی‌رغم تاکیدهای مکرر در برنامه‌های توسعه، قوانین و مقررات و آموزه‌های دینی بر استقرار ارزش‌ها در دانشگاه‌ها و موسسات آموزش عالی کشور به عنوان متولی آن، هنوز توجه به ارزش‌ها و شکل‌گیری سازمان ارزش‌بنیان در دانشگاه‌ها و موسسات آموزش عالی ما از سطح بالایی برخوردار نیست و با مشکلات اساسی مواجه است در واقع، بررسی‌های مقدماتی نشان می‌دهد وضعیت فعلی ارزش‌های سازمانی و چگونگی آنها در دانشگاه‌ها مناسب نبوده و با مشکلات اساسی مواجه است. در چند سال گذشته دانشگاه‌ها در ایران از نظر کمی رشد پیدا کرده اما به توسعه ارزش‌ها توجه زیادی نشده است (عباسی و شیرپز آرانی ۱۳۹۰) و

همکاران مشخص شد مهمترین ارزش‌ها شامل ایجاد عشق، همدلی، توان اخلاقی، اراده، تحمل در برابر دشواری‌ها، سلامت، شادمانی و انعطاف‌پذیری در برابر سختی‌ها می‌باشد (آدام و همکاران ۲۰۱۵). رودیل و کندی به این نتیجه رسیدند مهمترین ارزش‌ها شامل ایجاد عشق، همدلی، توان اخلاقی، اراده، تحمل در برابر دشواری‌ها، سلامت، شادمانی و انعطاف‌پذیری در برابر سختی‌ها می‌باشد (رودیل و کندی ۲۰۱۴). لذا این تحقیق از این جهت به مباحث اصلی و مورد نیاز دانشگاه‌ها برای دستیابی به راه‌های پیشرفت همه جانبه، عمیق و بنیانی علمی یعنی توجه به ماهیت دانشگاه ارزش بنیان و از سوی دیگر موضوع بسیار مهم و اساسی ارزش‌ها و اخلاقیات توجه کرده و در این راستا ابتدا شاخص‌ها و مولفه‌های شکل‌دهنده دانشگاه ارزش بنیان در قالب یک مدل ارائه می‌شود و نهایتاً به این سوال جواب داده می‌شود که هر کدام از مولفه‌ها، از چه اولویتی در وزارت علوم برخوردارند؟

### روش کار

نوع روش تحقیق در این پژوهش بر حسب هدف از نوع کاربردی و اکتشافی است. در واقع، این پژوهش به طراحی مدل دانشگاه ارزش بنیان در آموزش عالی کشور می‌پردازد، و با توجه به اینکه نتایج حاصل از انجام این پژوهش در انجام اقدامات جهت ارتقاء دانشگاه ارزش بنیان، قابلیت به کارگیری دارد و نتایج به دست آمده برای بهبود و بهینه‌سازی ابزارها، روش‌ها، اشیاء و الگوها و در تصمیم‌گیری‌ها، برنامه‌ریزی‌ها و سیاست‌گذاری‌ها می‌تواند مورد استفاده قرار گیرد؛ لذا بر اساس هدف تحقیق این پژوهش از نوع کاربردی محسوب می‌شود.

همچنین از لحاظ نحوه گردآوری داده‌ها، از نوع پژوهش آمیخته است؛ به طور کلی روش‌های پژوهش آمیخته به سه دسته «بهم تنیده»، «تشریحی» و «اکتشافی» تقسیم می‌شوند. در روش پژوهش آمیخته به هم تنیده پژوهشگر به هر دو مجموعه داده‌های کمی و کیفی وزن یکسان و مساوی می‌دهد و در طرح آمیخته تشریحی وزن اصلی را

نیز دانشگاه‌ها و موسسات آموزش عالی در کشورمان از نظر حفظ و گسترش ارزش‌های سازمانی با مشکلات اساسی از جمله تغییر محیط و تاثیر آن بر پیچیدگی ارزش‌های نوین سازمانی، رسالت‌های متفاوت و شکل‌گیری ارزش‌های جدید و اولویت تامین مالی دانشگاه‌ها بر حفظ ارزش‌ها مواجه هستند (مشرف جوادی و همکاران ۱۳۸۷). یکی از واژگان خیلی نزدیک به مفهوم ارزش، هدف می‌باشد به عبارت دیگر، چندین سال است که سوالات مختلفی در حوزه علوم مدیریت مطرح می‌باشد که آیا سازمان‌های ارزش بنیان باید دنبال اهداف خود باشند و یا ارزش‌ها؟ و یا آیا ارزش‌ها همان اهداف چنین سازمان‌هایی هستند؟ و در نهایت اینکه آیا اهداف به ارزش‌ها ختم می‌شوند و یا ارزش‌ها به اهداف؟

به طور خلاصه باید توجه شود که هدف، مقصودی است که سازمان با تمامی موجودیت و توان عملیاتی خود تلاش می‌کند به آن دست یابد، اهداف پیش از هر گونه اقدامی باید به وضوح تعیین، تفهیم و اعلام شود. اهداف با هدایت کردن تلاش کارکنان به سمت یک نقطه معین جهت حرکت سازمان را مشخص می‌کنند. اگر اهداف سازمان، شفاف و قابل درک باشند، می‌توان بر اساس آنها استانداردهای مشخصی را برای ارزیابی عملکرد سازمان وضع کرد، برای همین، اهداف را باید کمی‌بندی کرد.

در مقابل، ارزش‌ها به شیوه اهداف تعیین نمی‌شوند، اهداف بر اساس آنکه در دقیقه و ثانیه‌هایی که آن را اعلام می‌شوند تحقق خواهند یافت، تعیین می‌شوند. هر چند ارزش‌ها را رهبران و مدیران تعیین می‌کنند اما ارزش‌ها فقط وقتی واقعی می‌شوند که تمامی کارکنان از جمله مدیران ارشد در عملکردشان آنها را دخالت دهند و به دیگران نیز تاکید کنند تا آن طور رفتار کنند. رگو و همکاران در تحقیق خود به این نتیجه رسیدند که نوع دوستی، فضیلت مدنی و ادب و مهربانی با ارزش‌های سازمانی مرتبط است و گسترش ارزش‌های سازمانی باعث گسترش رفتارهای مطلوب و داوطلبانه در کارکنان می‌شود (رگو و همکاران ۲۰۱۱). در پژوهش آدام و

گلوله برفی استفاده شد و پژوهشگر، بر مبنای اینکه چه نوع اطلاعات خاصی نیاز است، مشارکت کنندگان را انتخاب نمود. بر این اساس، افرادی مورد مشاهده قرار گرفتند که کاملاً نسبت به مفهوم و پدیده مورد مطالعه (دانشگاه ارزش‌بنیان) از شناخت، آگاهی و تجربه کافی برخوردار بوده و علاقمند به مشارکت در نظرسنجی و مصاحبه‌های نیمه ساختار یافته بودند و نمونه‌گیری تا آنجا ادامه یافت که مولفه‌ها و شاخص‌های نهفته دانشگاه ارزش‌بنیان مورد شناسایی و توصیف قرار گرفت و به نوعی اطلاعات به دست آمده در مصاحبه به طور فراوانی با اطلاعات قبلی مشابهت داشته است؛ البته باید اشاره گردد که تعداد افراد گروه مذکور ۴۶ نفر بود.

جامعه آماری در بخش کمی، شامل کارکنان، مدیران و معاونان آموزش عالی (وزارت علوم، تحقیقات و فناوری) است که تعداد آنها ۳۸۵۶ نفر می‌باشد. پژوهشگران به منظور دستیابی به داده‌های مورد نیاز خود می‌توانند از شیوه‌های گوناگونی استفاده نمایند. اجرای مصاحبه و مشاهده و توزیع پرسشنامه، سه روش عمده‌ای است که در پژوهش‌های میدانی مورد استفاده قرار می‌گیرند. به منظور گردآوری داده‌ها در این پژوهش، از ابزار پرسشنامه استفاده شده است که به طور کلی در قالب یک پرسشنامه باز برای نظرسنجی و مصاحبه‌های نیمه ساختار یافته و یک پرسشنامه بسته برای نظرسنجی از کارکنان، مدیران و معاونان آموزش عالی (وزارت علوم، تحقیقات و فناوری) است. مقدار آلفای کرونباخ برای متغیرهای سطح فردی، سطح سازمانی و سطح اجتماعی تحقیق به ترتیب ۰/۸۸، ۰/۸۳ و ۰/۷۹ حاصل گردید.

یکی از کاربردهای توزیع کای-دو در آزمون فرضیه‌هایی که داده‌های مورد تجزیه و تحلیل به صورت فراوانی ارائه شده‌اند می‌باشد و متداولترین استفاده از این توزیع بررسی وجود استقلال بین دو متغیر با معیار رتبه‌ای است. در واقع، چنانچه توزیع یکی از معیارهای رده‌بندی بدون توجه به توزیع معیار دیگر رخ دهد، می‌گویند که دو معیار رده‌بندی از هم مستقل هستند. بنابراین آزمون استقلال

به داده‌های کمی می‌دهند؛ اما در بخش آمیخته اکتشافی ابتدا داده‌های کیفی گردآوری می‌شوند و داده‌های این بخش مقدمه و پایه انجام بخش کمی هستند (کرسول ۲۰۰۷). در این پژوهش ابتدا در بخش کیفی مولفه‌ها و شاخص‌های دانشگاه ارزش‌بنیان با تکیه بر تحلیل محتوای ادبیات و مصاحبه با خبرگان شناسایی و سپس در بخش کمی وضع موجود دانشگاه‌ها بر مبنای شاخص‌های حاصل از مرحله قبل ارزیابی شده است. بدین ترتیب، روش پژوهش آمیخته از نوع اکتشافی-متوالی می‌باشد که در آن ابتدا به گردآوری داده‌های کیفی و سپس داده‌های کمی پرداخته می‌شود؛ بدین منظور، ابتدا جهت شناسایی ایده‌های جدید و ملموس راجع به دانشگاه ارزش‌بنیان از روش پژوهش کیفی استفاده شده و با توجه به اینکه در این بخش پژوهشگر در صدد کشف شواهد بیشتری درباره پدیده و موقعیت نامعین (دانشگاه ارزش‌بنیان)، با تکیه بر روش مطالعه کتابخانه‌های و بررسی ادبیات موجود و سپس مصاحبه با خبرگان، متخصصان و مطلعین کلیدی حوزه آموزش عالی است، روش پژوهش، از نوع تحلیل محتوای کیفی است.

سپس در بخش کمی، پژوهش حاضر به جهت توصیف و تجزیه و تحلیل شرایط موجود در زمره تحقیقات توصیفی و به دلیل بررسی نظر کارکنان در مورد وضعیت موجود و شایستگی‌های آنان، از نوع پیمایشی است. از آنجا که، در بخش کمی نیز با استفاده از پیمایش، گردآوری داده‌های کمی اقدام شده است لذا، در طبقه کلی روش‌های تحقیق غیرآزمایشی قرار می‌گیرد.

باید اشاره شود تعداد و نحوه انتخاب مشارکت کنندگان در مطالعات کیفی مانند روش‌های کمی از پیش تعیین شده نیست و به روند تحقیق و مقولات در حال تکوین بستگی دارد. روش انتخاب مشارکت کنندگان در تحقیقات کیفی از نوع هدفمند است و حجم آن نیز به سطح اشباع نظری سوال‌های تحقیق بستگی دارد. لذا، در پژوهش حاضر نیز، به جای نمونه‌گیری احتمالی، جهت انتخاب مشارکت کنندگان از راهبردهای نمونه‌گیری هدفمند و

سطح فردی، سازمانی و اجتماعی در شکل‌گیری دانشگاه ارزش بنیان، می‌توان مطرح کرد نه مولفه یا ارزش برای سطح فردی، چهار مولفه یا ارزش برای سطح سازمانی و پنج مولفه یا ارزش برای سطح اجتماعی شناسایی شدند که به همراه تعداد شاخص‌ها آورده شده است.

از آنجایی که در مرحله قبل، مدل دانشگاه ارزش بنیان مشخص گردید و مولفه‌های هر کدام از سطوح ارزش‌های فردی، سازمانی و اجتماعی مورد شناسایی قرار گرفت لذا در ادامه به پیاده‌سازی عملیاتی مدل مبتنی بر تکنیک مدلسازی معادلات ساختاری پرداخته شده است. در واقع، در این قسمت تلاش شده است تا با استفاده از نرم افزار آموس (Amos) به بررسی ضریب تاثیر سازه‌های اصلی و فرعی مدل در شکل‌گیری دانشگاه ارزش بنیان پرداخته شود.

### یافته‌ها

در انجام تحلیل عاملی اکتشافی، ابتدا باید از این مسأله اطمینان حاصل شود که آیا می‌توان داده‌های موجود را برای تحلیل مورد استفاده قرار داد؟ به عبارت دیگر، آیا تعداد شاخص‌های مورد نظر برای تحلیل عاملی مناسب می‌باشند یا نه؟ بدین منظور از شاخص KMO و آزمون بارتلت استفاده می‌شود. برای تایید مناسب بودن داده‌ها، مقدار شاخص KMO بایستی حداقل برابر ۰/۵ و سطح معنی‌داری آزمون بارتلت کوچک‌تر از ۰/۰۵ باشد.

جدول شماره ۱. نتایج شاخص KMO و آزمون بارتلت

شاخص KMO	سطح فردی	سطح سازمانی	سطح اجتماعی
۰/۷۶۱	۰/۸۶۶	۰/۶۸۶	
۲۳۴۳/۷۹۴	۱۷۲۷/۹۱۳	۴۷۸/۳۲۴	آماره کای - دو
۴۶۵	۱۷۱	۱۰۵	درجه آزادی
۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	سطح معناداری

چنانچه در جدول شماره ۱ آمده است. اولاً، شاخص KMO برای هر سه گروه شاخص‌ها یعنی ارزش‌های سطح فردی، سازمانی و اجتماعی بالاتر از ۰/۵ است لذا داده‌های گروه نمونه موجود برای تحلیل عاملی اکتشافی کافی می‌باشد. دوماً، مقدار سطح معناداری در آزمون

کای-دو برای بررسی فرضیه استقلال دو متغیر که دست کم یکی از آنها کیفی است استفاده می‌شود. در این آزمون فراوانی‌های مشاهده شده با فراوانی‌های مورد انتظار، مقایسه می‌شوند.

تکنیک‌های مدلسازی معادلات ساختاری شامل دو تحلیل عاملی تأییدی (مدل اندازه‌گیری) و تحلیل رگرسیون (مدل ساختاری) است. و نرم افزارهای Amos یا Lisrel ابزار مورد استفاده در آن است. در این پژوهش با توجه به اهداف و فرضیه‌های تحقیق که تعامل متغیرها را بررسی می‌کند. از روش معادلات ساختاری مبتنی بر تحلیل عاملی تأییدی و از نرم افزار Amos استفاده شده است. البته توجه شود هر ابزاری یک تعداد شاخص دارد که مبنای کنترل و تایید صحت آن است. در این روش از روش‌های زیر بهره گرفته می‌شود که در ادامه به توضیح برخی از این شاخص‌ها می‌پردازیم.

الف) مجذور کای (کای - دو): مجذور کای (کای - دو) مدل مورد نظر را از جنبه هماهنگی با الگوی مطلوب می‌آزماید، مقدار کای - دو باید از لحاظ آمار معنادار باشد یعنی از میزان جدول بزرگتر باشد. اگر سطح معناداری بیشتر از سطح خطا باشد مدل جهت سنجش تعامل بین متغیرها مطلوب نخواهد بود.

- ریشه دوم میانگین مربعات باقیمانده‌ها (RMR): شاخص ریشه دوم میانگین مربعات باقیمانده‌ها یک شاخص مهمی است که می‌تواند برای ارزیابی کلی مدل مورد استفاده قرار گیرد و مقدار آن نشان دهنده تفاوت کواریانس مقادیر با حالت داده‌های یکسان می‌باشد، جهت تایید یا رد آن از مقدار سطح معناداری استفاده می‌شود.

- شاخص برازندگی (GFI): شاخص برازندگی مقدار نسبی واریانس‌ها و کوواریانس‌ها را به گونه مشترک از طریق مدل ارزیابی می‌کند و دامنه تغییرات آن بین صفر تا یک است و اگر بالای ۰/۹ باشد یعنی مدل برازنده خوبی برای تعامل مورد نظر بوده است.

با توجه به تجزیه و تحلیل انجام شده با استفاده از تحلیل عاملی اکتشافی برای تعیین مولفه‌های ارزش‌های

بارتلت کمتر از ۰/۰۵ است و می‌توان گفت تحلیل عاملی شناخته بودن ماتریس همبستگی رد می‌شود. برای شناسایی ساختار مدل عاملی مناسب بوده و فرض

جدول شماره ۲. تعداد عامل‌های تأیید شده واریانس کل توضیح داده شده برای سطح فردی

سوالات	مقادیر ویژه اولیه			مقادیر ویژه عوامل تأیید شده بدون چرخش		
	کل	درصدی از واریانس	درصد تجمعی	کل	درصدی از واریانس	درصد تجمعی
۱	۴/۸۷۲	۱۸/۰۴۵	۱۸/۰۴۵	۴/۸۷۲	۱۸/۰۴۵	۱۸/۰۴۵
۲	۲/۱۳۸	۷/۹۱۸	۲۵/۹۶۳	۲/۱۳۸	۷/۹۱۸	۲۵/۹۶۳
۳	۱/۷۸۲	۶/۵۹۹	۳۲/۵۶۲	۱/۷۸۲	۶/۵۹۹	۳۲/۵۶۲
۴	۱/۶۶۱	۶/۱۵۲	۳۸/۷۱۴	۱/۶۶۱	۶/۱۵۲	۳۸/۷۱۴
۵	۱/۳۵۰	۴/۹۹۹	۴۳/۷۱۳	۱/۳۵۰	۴/۹۹۹	۴۳/۷۱۳
۶	۱/۲۷۶	۴/۷۲۷	۴۸/۴۴۱	۱/۲۷۶	۴/۷۲۷	۴۸/۴۴۱
۷	۱/۱۶۴	۴/۳۱۱	۵۲/۷۵۲	۱/۱۶۴	۴/۳۱۱	۵۲/۷۵۲
۹	۱/۱۱۴	۴/۱۲۶	۵۶/۸۷۸	۱/۱۱۴	۴/۱۲۶	۵۶/۸۷۸
۱۰	۱/۰۳۱	۳/۸۱۸	۶۰/۶۹۵	۱/۰۳۱	۳/۸۱۸	۶۰/۶۹۵
۱۱	۰/۹۴۴	۳/۴۹۵	۶۴/۶۹۵			
۱۲	۰/۹۱۱	۳/۳۷۵	۶۷/۵۶۵			
۱۳	۰/۸۲۴	۳/۰۵۴	۷۰/۶۱۹			
۱۴	۰/۷۷۰	۲/۸۵۲	۷۳/۴۷۰			
۱۶	۰/۷۱۴	۲/۶۴۵	۷۶/۱۱۶			
۱۷	۰/۶۸۵	۲/۵۳۶	۷۸/۶۵۱			
۱۹	۰/۶۲۷	۲/۳۲۲	۸۰/۹۷۳			
۲۰	۰/۶۰۷	۲/۲۴۶	۸۳/۲۲۰			
۲۲	۰/۶۰۱	۲/۲۲۵	۸۵/۴۴۵			
۲۳	۰/۵۳۸	۱/۹۹۴	۸۷/۴۳۹			
۲۴	۰/۵۳۰	۱/۹۶۲	۸۹/۴۰۱			
۲۵	۰/۵۱۰	۱/۸۹۰	۹۱/۲۹۱			
۲۶	۰/۴۶۵	۱/۷۲۲	۹۳/۰۱۳			
۲۷	۰/۴۲۱	۱/۵۶۰	۹۴/۵۷۳			
۲۸	۰/۴۰۴	۱/۴۹۴	۹۶/۰۶۸			
۲۹	۰/۳۸۴	۱/۴۲۲	۹۷/۴۹۰			
۳۰	۰/۳۵۴	۱/۳۱۱	۹۸/۸۰۰			
۳۱	۰/۳۲۴	۱/۲۰۰	۱۰۰/۰۰۰			

با توجه به انجام تحلیل عاملی اکتشافی و نتایج بر روی ۲۷ شاخص پرسشنامه، نهایتاً نه عامل مشخص شد که با توجه به ماتریس چرخش و دیدگاه خبرگان که در مصاحبه نیمه ساختار یافته به همراه پرسشنامه باز معرفی کرده بودند نام‌گذاری گردید.

چنانچه از جدول شماره ۲ قابل مشاهده است ۲۷ شاخص باقیمانده در مرحله دوم در قابل نه مولفه یا عامل که به عنوان ارزش‌های سطح فردی دانشگاه ارزش‌بنیان شناخته می‌شوند استخراج شده است. این نه عامل مجموعاً ۶۰/۶۹۵ درصد واریانس ارزش‌های سطح فردی دانشگاه ارزش‌بنیان را تبیین می‌کند.

این پنج عامل مجموعاً ۵۱/۳۲۶ درصد واریانس ارزش‌های سطح اجتماعی دانشگاه ارزش بنیان را تبیین می‌کند. با توجه به انجام تحلیل عاملی اکتشافی و نتایج آن بر روی ۱۵ شاخص پرسشنامه، نهایتاً پنج عامل مشخص شد که با توجه به ماتریس چرخش و دیدگاه خبرگان که در مصاحبه نیمه ساختار یافته به همراه پرسشنامه باز معرفی کرده بودند نام‌گذاری گردید

با توجه به تجزیه و تحلیل انجام شده با استفاده از تحلیل عاملی اکتشافی برای تعیین مولفه‌های ارزش‌های سطح فردی، سازمانی و اجتماعی در شکل‌گیری دانشگاه ارزش بنیان، می‌توان مطرح کرد نه مولفه یا ارزش برای سطح فردی، چهار مولفه یا ارزش برای سطح سازمانی و پنج مولفه یا ارزش برای سطح اجتماعی شناسایی شدند که به همراه تعداد شاخص‌ها در جدول شماره ۳ آورده شده است.

#### جدول شماره ۳. مولفه‌های (ارزش‌های) دانشگاه دانش بنیان و تعداد

##### شاخص آنها در پرسشنامه نهایی

سطح	مولفه‌ها (ارزش‌ها)	تعداد شاخص
سطح فردی	علم و آگاهی	۵
	روحیه ستیزه جویی	۴
	حسن خلق	۴
	خلاقیت	۲
	علاقه به کار	۲
	ایمان	۲
	بصیرت	۳
	اعتماد به نفس	۲
	سعه صدر	۴
سطح سازمانی	نوع دوستی	۷
	احترام به شایستگی افراد	۴
	قانون مداری	۴
	مشورت	۴
سطح اجتماعی	مسئولیت‌پذیری	۶
	مثبت اندیشی در جامعه	۴
	همدل بودن	۲
	عجین شدن با اجتماع	۱
	اخلاق اجتماعی	۲

در خصوص شاخص‌های ارزش‌های سطح سازمانی باید اشاره گردد که KMO و آزمون بارتلت نشان داد که داده‌های گروه نمونه موجود برای تحلیل عاملی اکتشافی کافی می‌باشد و می‌توان تحلیل عاملی برای شناسایی ساختار مدل عاملی استفاده کرد. لذا در ادامه فرایند تحلیل عاملی شاخص‌های ارزش‌های سطح سازمانی باید مورد تجزیه و تحلیل قرار گیرد که در مرحله اول جهت مشخص کردن اینکه از بین شاخص‌های مطرح شده برای هر کدام از مولفه‌ها چه سوالاتی باید حذف گردد و یا تمام سوالات باقی بمانند باید از خروجی استخراجی استفاده گردد. چنانچه از نتایج قبلی قابل مشاهده است از بین ۱۹ شاخص ارزش‌های سطح سازمانی مقدار خروجی استخراجی هیچ کدام از شاخص‌ها کمتر از ۰/۵ نمی‌باشد و نباید از پرسشنامه سوالاتی حذف گردد.

با توجه به انجام تحلیل عاملی اکتشافی و نتایج بر روی ۱۹ شاخص پرسشنامه، نهایتاً چهار عامل مشخص شد که با توجه به ماتریس چرخش و دیدگاه خبرگان که در مصاحبه نیمه ساختار یافته به همراه پرسشنامه باز معرفی کرده بودند نام‌گذاری گردید.

نهایتاً، در خصوص شاخص‌های ارزش‌های سطح اجتماعی باید اشاره گردد که شاخص KMO و آزمون بارتلت نشان داد که داده‌های گروه نمونه موجود برای تحلیل عاملی اکتشافی کافی می‌باشد و می‌توان تحلیل عاملی برای شناسایی ساختار مدل عاملی استفاده کرد. لذا در ادامه فرایند تحلیل عاملی شاخص‌های ارزش‌های سطح اجتماعی باید مورد تجزیه و تحلیل قرار گیرد که در مرحله اول جهت مشخص کردن اینکه از بین شاخص‌های مطرح شده برای هر کدام از مولفه‌ها چه سوالاتی باید حذف گردد و یا تمام سوالات باقی بمانند باید از خروجی استخراجی استفاده گردد.

از نتایج تحقیق شاخص باقیمانده در مرحله دوم در قالب پنج مولفه یا عامل که به عنوان ارزش‌های سطح اجتماعی دانشگاه ارزش بنیان شناخته می‌شوند استخراج شده است.

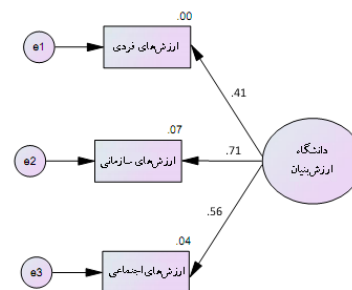
چون تمام مقادیر از  $(\pm 1/96)$  بزرگتر می‌باشد لذا تمام ضرایب استاندارد و برآورد انجام شده مورد تایید است. در ادامه ضرایب برآوردی و شاخص‌های برازش ارزش‌های فردی دانشگاه ارزش‌بنیان را مبتنی بر تجزیه و تحلیل مدل‌سازی معادلات ساختاری نشان می‌دهد.

مبتنی بر نتایج اجرای مدل در سطح ارزش‌های فردی دانشگاه ارزش‌بنیان می‌توان گفت مدل برازش یافته در مقایسه با شرایط واقعی از قدرت تحلیلی مناسبی برخوردار است؛ زیرا اولاً مقدار کای - دو برای مدل اندازه‌گیری برابر با  $267/84$  با سطح معناداری  $0/000$  می‌باشد که نشان دهنده برازش خوب مدل با استفاده از داده‌های مشاهده شده می‌باشد. همچنین نسبت مقدار کای - دو بر درجه آزادی مقداری کمتر از ۲ است لذا مدل کاملاً از نظر برازش مورد تایید است. از نظر شاخص‌های ارزیابی برازندگی چون مقدار RMR و GFI هر دو از  $0/9$  بیشتر است لذا مدل از نظر ضریب تاثیر سازه‌های اصلی یعنی مولفه‌های ارزش‌های سطح فردی نیز مورد تایید قرار می‌گیرد و می‌توان گفت از بین مولفه‌های سطح فردی، مولفه سوم یعنی حسن خلق با ضریب تاثیر  $0/67$  بیشترین ضریب و مولفه اول یعنی علم و آگاهی با  $0/49$  کمترین ضریب را در بین مولفه‌های ارزش‌های سطح فردی دارند. البته برای اطمینان بیشتر در ادامه مقادیر t-value را برای تایید ضرایب استاندارد نشده نشان می‌دهد.

چون تمام مقادیر از  $(\pm 1/96)$  بزرگتر می‌باشد لذا تمام ضرایب استاندارد و برآورد انجام شده مورد تایید است. در ادامه ضرایب برآوردی و شاخص‌های برازش ارزش‌های سازمانی دانشگاه ارزش‌بنیان را مبتنی بر تجزیه و تحلیل مدل‌سازی معادلات ساختاری نشان می‌دهد.

مبتنی بر نتایج اجرای مدل در سطح ارزش‌های سازمانی دانشگاه ارزش‌بنیان می‌توان گفت مدل برازش یافته در مقایسه با شرایط واقعی از قدرت تحلیلی مناسبی برخوردار است؛ زیرا اولاً مقدار کای - دو برای مدل اندازه‌گیری برابر با  $197/02$  با سطح معناداری  $0/000$  می‌باشد که نشان دهنده برازش خوب مدل با استفاده از داده‌های مشاهده شده می‌باشد. همچنین نسبت مقدار کای - دو بر درجه آزادی

از آنجایی که در مرحله قبل، مدل دانشگاه ارزش‌بنیان مشخص گردید و مولفه‌های هر کدام از سطوح ارزش‌های فردی، سازمانی و اجتماعی مورد شناسایی قرار گرفت لذا در ادامه به پیاده‌سازی عملیاتی مدل مبتنی بر تکنیک مدل‌سازی معادلات ساختاری پرداخته شده است. در واقع، در این قسمت تلاش شده است تا با استفاده از نرم افزار آموس (Amos) به بررسی ضریب تاثیر سازه‌های اصلی و فرعی مدل در شکل‌گیری دانشگاه ارزش‌بنیان پرداخته شود. شکل شماره ۱ ضرایب برآوردی و شاخص‌های برازش مدل دانشگاه ارزش‌بنیان را مبتنی بر تجزیه و تحلیل مدل‌سازی معادلات ساختاری نشان می‌دهد.



Chi-square = 156.24, Degrees of freedom = 353, Probability Level = .000, RMR = .994, GFI = .987

#### شکل ۱. ضرایب برآوردی و شاخص‌های برازش مدل دانشگاه ارزش‌بنیان

مبتنی بر نتایج اجرای مدل که در شکل شماره ۱ آورده شده است می‌توان گفت مدل برازش یافته در مقایسه با شرایط واقعی از قدرت تحلیلی مناسبی برخوردار است؛ زیرا اولاً مقدار کای - دو برای مدل اندازه‌گیری برابر با  $152/24$  با سطح معناداری  $0/000$  می‌باشد که نشان دهنده برازش خوب مدل با استفاده از داده‌های مشاهده شده می‌باشد. همچنین نسبت مقدار کای - دو بر درجه آزادی مقداری کمتر از ۲ است لذا مدل کاملاً از نظر برازش مورد تایید است. از نظر شاخص‌های ارزیابی برازندگی چون مقدار RMR و GFI هر دو از  $0/9$  بیشتر است لذا مدل از نظر ضریب تاثیر سازه‌های اصلی یعنی مولفه‌های دانشگاه ارزش‌بنیان نیز مورد تایید قرار می‌گیرد و می‌توان گفت ارزش‌های سازمانی با ضریب تاثیر  $0/71$  بیشترین تاثیر و ارزش‌های فردی با  $0/41$  کمترین تاثیر را بر دانشگاه ارزش‌بنیان دارند. البته برای اطمینان بیشتر در ادامه مقادیر t-value را برای تایید ضرایب استاندارد نشده نشان می‌دهد.



بزرگتر می‌باشد لذا تمام ضرایب استاندارد و برآورد انجام شده مورد تایید است.

### نتیجه گیری

در این تحقیق تلاش گردید تا الگویی از دانشگاه ارزش بنیان در وزارت علوم ارائه گردد که در راستای نتایج به دست آمده پیشنهادهای زیر برای مدیران و مسئولان سازمان مذکور ارائه می‌گردد:

- توزیع و متعادل نمودن جایگاه‌های سازمانی از طریق ارزش‌گذاری و بها دادن به دانش و تخصص.

- توجه و تاکید بر این موضوع که توسعه دانشگاه ارزش بنیان یک فعالیت بلندمدت است و نیاز به زمان دارد.

- بسیاری از برنامه‌ها و سیاست‌های سازمانی در وزارت علوم صرفاً در راستای اهداف و جهت پاسخگویی به برخی شاخص‌های عملکرد بوده و غالباً این تفکر وجود ندارد که ارزش‌ها را وارد سیاست‌ها و برنامه‌ها نمایند لذا پیشنهاد می‌شود مدیران این مساله را مورد توجه قرار دهند و جهت گسترش ارزش‌ها برنامه‌ریزی نمایند.

- برای نهادینه کردن دانشگاه ارزش بنیان در وزارت علوم باید طرز تفکر و نظام ارزشی افراد نسبت به این مساله متحول شود. لذا پیشنهاد می‌گردد به منظور تغییر دانش افراد، تغییر نگرش افراد، درونی کردن و وارد نمودن در نظام ارزشی افراد، تغییر رفتار و عملکرد و انجام اقدامات عملی نسبت به این موضوع برنامه‌ریزی شود.

- برای آزادی عمل افراد، فرصت‌های برابر به وجود آید و نیروی کار بدون تبعیض و مبتنی بر کارکرد فردی مورد ارزیابی قرار گیرند تا تاثیر این ذهنیت تحت تاثیر روابط غیر رسمی قرار نگیرد و تمام افراد احساس ارزشمند بودن برای سازمان نمایند.

- مدیران به افراد به عنوان یک سرمایه انسانی نگاه کنند و در تصمیم‌گیری‌ها از قدرت و توانایی‌های آنها استفاده نمایند.

- پیشنهاد می‌شود در سازمان اختلاف سلیقه‌ها مورد پذیرش قرار گیرد و تلاش شود به تمام سلیقه‌ها توجه گردد و در تصمیم‌گیری‌ها از نظرات شخصی افراد حمایت شود.

مقداری کمتر از ۲ است لذا مدل کاملاً از نظر برازش مورد تایید است. از نظر شاخص‌های ارزیابی برازندگی چون مقدار RMR و GFI هر دو از ۰/۹ بیشتر است لذا مدل از نظر ضریب تاثیر سازه‌های اصلی یعنی مولفه‌های ارزش‌های سطح سازمانی نیز مورد تایید قرار می‌گیرد و می‌توان گفت از بین مولفه‌های سطح سازمانی، مولفه دوم یعنی احترام به شایستگی دیگران با ضریب تاثیر ۰/۶۷ بیشترین ضریب و مولفه چهارم یعنی مشورت با ۰/۴۲ کمترین ضریب را در بین مولفه‌های ارزش‌های سطح سازمانی دارند. البته برای اطمینان بیشتر مقادیر t-value را برای تایید ضرایب استاندارد نشده نشان می‌دهد.

چون تمام مقادیر از  $(\pm 1/96)$  بزرگتر می‌باشد لذا تمام ضرایب استاندارد و برآورد انجام شده مورد تایید است. در ادامه ضرایب برآوردی و شاخص‌های برازش ارزش‌های اجتماعی دانشگاه ارزش بنیان را مبتنی بر تجزیه و تحلیل مدلسازی معادلات ساختاری نشان می‌دهد.

مبتنی بر نتایج اجرای مدل در سطح ارزش‌های اجتماعی دانشگاه ارزش بنیان می‌توان گفت مدل برازش یافته در مقایسه با شرایط واقعی از قدرت تحلیلی مناسبی برخوردار است؛ زیرا اولاً مقدار کای - دو برای مدل اندازه‌گیری برابر با ۲۱۶/۸۴ با سطح معناداری ۰/۰۰۰ می‌باشد که نشان دهنده برازش خوب مدل با استفاده از داده‌های مشاهده شده می‌باشد. همچنین نسبت مقدار کای - دو بر درجه آزادی مقداری کمتر از ۲ است لذا مدل کاملاً از نظر برازش مورد تایید است. از نظر شاخص‌های ارزیابی برازندگی چون مقدار RMR و GFI هر دو از ۰/۹ بیشتر است لذا مدل از نظر ضریب تاثیر سازه‌های اصلی یعنی مولفه‌های ارزش‌های سطح اجتماعی نیز مورد تایید قرار می‌گیرد و می‌توان گفت از بین مولفه‌های سطح اجتماعی، مولفه چهارم یعنی عجبین شدن با جامعه با ضریب تاثیر ۰/۷۲ بیشترین ضریب و مولفه دوم یعنی مثبت اندیشی با ۰/۴۸ کمترین ضریب را در بین مولفه‌های ارزش‌های سطح اجتماعی دارند. البته برای اطمینان بیشتر مقادیر t-value را برای تایید ضرایب استاندارد نشده نشان می‌دهد. چون تمام مقادیر از  $(\pm 1/96)$

- به کارگیری مدل ارائه شده در این تحقیق جهت کاربردی کردن دانشگاه ارزش‌بنیان در وزارت علوم؛  
 - اصلاح ساختارها و فرایندهای مدیریت منابع انسانی مبتنی بر فرایندهای ارزش، مولفه‌ها و معیارهای ارائه شده در تحقیق حاضر؛  
 - جهت ارتقاء و بهبود وضع موجود و نیل به وضع مطلوب دانشگاه ارزش‌بنیان رویکرد تحقیق و توسعه را در پیش گیرند و طی چندین تحقیق مشابه و مقایسه آنها یک الگو بومی و مطلوب دانشگاه ارزش‌بنیان شکل گیرد.

## References

- Abbasi M, Shiraz Pour Arani A 2011, *Policy Making of Higher Education Quality: Challenges and Perspectives, Fifth Quality Assurance Conduct in the Academic System*, Tehran: Tehran University. [In Persian]
- Adam S, Ingmar B 2015, Dual values-based organizational identification in MNC subsidiaries: A multilevel study, *Journal of International Business Studies*, vol.46, PP.761 - 783.
- Allen K. E Stelzner S. 1998, The ecology of leadership: Adapting to the challenges of a changing world, *Journal of Leadership & Organizational Studies*, Vol.2, PP. 275 - 290.
- Anaza N 2010, Linking internal marketing to employee perception of customer satisfaction, *Evidence from a non-profit organization ProQuest LLC*, PP.11 - 150.
- Argyriades D 2003, Values for public services: Lessons learned from recent trends, *International Review of Administrative Sciences*, Vol.69, PP.521 - 533.
- Barret, R 2006, Building a value-driven organization: A whole system approach to cultural transformation, *Boston: Butter Worth-Heinemann*.

- پیشنهاد می‌شود، جهت افزایش ارتباط کارکنان با مدیران سازمان و اعتمادسازی در درک حمایت‌های سازمانی یک سیستم ارائه پیشنهادها و نظرات راه اندازی شود و به موارد مطرح شده در عمل توجه گردد تا کارکنان احساس کنند در سیاست‌گذاری سازمانی مشارکت دارند و در مسائل سازمانی و اجتماعی درگیر می‌شود.
- پیشنهاد می‌شود مدیران اطلاعات را طوری در اختیار کارکنان قرار دهد که در درک آن با مشکل مواجه نشوند و بتوانند به راحتی از آنها استفاده کنند.
- مدیران جهت پیاده‌سازی دانشگاه ارزش‌بنیان با کارکنانی که دانش، توانایی و مهارت تصمیم‌گیری دارند، اتاق فکر تشکیل دهند.
- سیستم پاداش‌دهی عادلانه و احساس برابری در پرداخت‌ها، توجه به رشد و بالندگی افراد، و موارد مشابه می‌تواند افراد را به حفظ ارزش‌ها ترغیب نماید.
- پیشنهاد می‌شود که به فرهنگ سازمانی به عنوان عامل مهمی که اثرات شدیدی بر گسترش ارزش‌های دانشگاه ارزش‌بنیان دارد توجه ویژه‌ای شود.
- در تعاملات افراد به ارتباطات گروهی و کار تیمی توجه شود تا تجربه همکاری و مشورت تقویت شود و نیز افراد از نظر اعتماد به نفس تقویت شوند.
- به کارکنان سازمان به میزانی مسئولیت اجتماعی داده شود که به آن عمل نمایند. در نتیجه اعضاء احساس کنند، نسبت به مسائل اجتماعی پاسخگو هستند.
- مدیران به افراد روحیه داده و یکپارچگی و انسجام در بین کارکنان را حفظ نمایند، تضادها را از بین برده و روحیه تعهد در آنها ایجاد نمایند تا افراد متعهد به ارزش‌های فردی، سازمانی و اجتماعی گردند.
- امید به آینده شغلی در بین افراد مثل امنیت، ارتقاء و غیره فراهم شود.
- با برگزاری سمینار و دوره‌های آموزشی اهمیت ارزش‌ها در شکل‌گیری دانشگاه ارزش‌بنیان را به کارکنان گوش زد نمایند.
- برنامه‌ریزی‌های لازم جهت ارتقاء آرامش روحی و روانی افراد انجام دهند.

- Rezaimanesh B 2004, *Ethical Infrastructure in the Public Services Section of Iran*, Doctorate dissertation, Allameh Tabataba'i University. [In Persian]
- Robbiezk P 1386, *Ethical Values in the Age of Science*, Translator: Nafiseh Ezta. [In Persian]
- Selseleh M, Moghli A 1391, Designing and Measuring the Value-Based Organizational Model in Tavanir Mother's Company, *Iranian Journal of Management Sciences*, Vol. 6, No. 24, pp. 140-113. [In Persian]
- Seyyed Javadin S, Farahi M 2008, Understanding the Effect of Organizational Justice Dimensions on Different Aspects of Job Satisfaction and Organizational Satisfaction, *Journal of Business Management*, Vol.1, No.1. [In Persian]
- Cheladaur P 2008, *Human Resource Management in Healthy Sports and Recreation*, Translated by Mahdi Talebpour and Samad Lal Bazari, Mashhad: Ferdowsi University Press, First Edition. [In Persian]
- Isa Zadegan A 1391, Value, Personality and Change System, *Quarterly of Knowledge*, Year 21, Pp.93-79. [In Persian]
- Jakob H 1382, *Seven Secrets to Success in Services Strategy*, Translator: Abdolreza Rezaei Nejad, Tehran: Rasaya Publication. [In Persian]
- Naeiji M 2008, *Validity*, Part Five: Classification of Values Based on the Number of Affiliates to One Value, Amazon Monthly. [In Persian]
- Rahnamay Rodposhti F, Jalili M 2007, *costing based on value creation*, Tehran: Terme Publishing. [In Persian]
- Rezaei, M, Mobini Dehkordi, Ali 2008, *Future management in the horizons*, Tehran: Islamic Culture and Guidance Publishing and Publishing Organization. [In Persian]

## Designing a university value model at the Ministry of the Interior

**Ayoub Gravand \***: Ph.D. student of Human Resource Management, Faculty of Management, Department of Management, Kharazmi University Tehran, Iran.

**Bijan Abdollahi**: Faculty Member, Faculty of Management, Department of Management, Kharazmi University, Tehran, Iran.

**Akbar Hasanpoor**: Faculty Member, Faculty of Management, Department of Management, Kharazmi University, Tehran, Iran.

**Soltan Ali Shahriari**: Faculty Member, Faculty of Management, Department of Management, Kharazmi University, Tehran, Iran.

**Abstract:** The main purpose of this research is to design a university-valued university model in higher education in the country. The present research is based on the purpose of the applied and exploratory type. Also, in terms of data collection, this type of research is mixed. The statistical population of the research in the qualitative section consists of experts, experts, experts and key figures about the University of Worth to the number of 46 people. And also in the quantitative section, includes the staff, directors and deputies of higher education of the country (Ministry of Science, Research and Technology), whose number is 3856 people, based on the Cochran formula, 350 individuals were selected as samples.

To collect data in this study, a combination method was used including semi-structured interview with open questionnaire and closed questionnaire. Collected data was analyzed through qualitative methods (theme analysis) and statistical methods as well as structural equation modeling technique. The results of this study showed that the values of the model of University of Science and Technology are divided into three levels: individual, organizational and social. At the individual level, the components of the university are based on the value of the foundation, including science and awareness, the spirit of citation, virtuosity, creativity, interest in work, faith, insight, self-esteem, and happiness. At the organizational level, the components of the University's core values include altruism, respect for the competence of individuals, law and order, and consultation; finally, at the social level, the components of the University of Values include responsibility, positive thinking in society, sympathetic, social engagement, and social ethics.

**Keywords:** Valuations University, Individual Level Values, Organizational Level Values, Social Survey Values, and Ministry of Science.

**\*Corresponding author:** Ph.D. student of Human Resource Management, Faculty of Management, Department of Management, Kharazmi University Tehran, Iran.

**Email:** garavandaub@yahoo.com