



ORIGINAL RESEARCH PAPER

Design and validation of quality improvement model of education and job creation (case study at Tehran's technical and vocational institutes)

Z. Montazeri¹, R. Aghamoosa^{*1}, A. Naami¹, A. Fatemi²

¹ Department of Business Management, South Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

² Department of Statistics, Sanandaj Branch, Islamic Azad University, Sanandaj, Iran

ABSTRACT

Submitted: 19 April 2021
Reviewed: 25 June 2021
Revised: 27 July 2021
Accepted: 5 September 2021

KEYWORDS:

Educational model
Practical education
Grounded Theory
Institute

* Corresponding author

r-aghamosa@azad.ac.ir

☎ (+98912) 1591551

Background and Objectives: The concept of education in recent years has been the concern of all organization's officials. Everyone agrees on the necessity of designing and implementing productive and practical educational strategies. However, what is essential is developing an efficient, coherent and integrated model and identifying the factors that are effective in the education system so that appropriate and adequate educational programs can be designed by using the results obtained. The quality of education will have a positive function only if it is regarded as a single totality whose dimensions are equally taken into consideration. The mobility category in institutes requires a long-term strategic policy to take appropriate actions to improve research, educational, and service activities. On the other hand, such mobility category seems necessary to create a dynamic platform for coordination among different parts of an institute. This study aims to design and validate a quality improvement education and job creation model at Tehran's technical and vocational institutes.

Methods: Exploratory sequential mixed method of data collection is used. The statistical population includes managers and professors of technical and vocational institutes who had the required knowledge and experience in the realm of education. The sampling method was purposive design. The data were collected through a semi-structured interview in which the sampling amount was determined based on theoretical sampling and reaching the theoretical saturation. All interviews were recorded and used for coding, correction, and obtaining feedback. A total of 13 people were interviewed. Open, axial, and selective coding were used to analyze the data. First, the categories were coded after the approval of the experts in the model which, on the whole, at this stage, 230 codes were extracted from 13 interviews, reviews of the documents, effective educational experiences, and other resources. By comparison and classification of similar codes, 90 concepts were extracted and finally separated in 33 subcategories by classification of similar concepts which were classified into six general categories of causal conditions, phenomenon-oriented, contextual conditions, intervener conditions, strategies and outcomes.

Findings: Based on the results obtained, this model has causal conditions (teachers' abilities, measuring and interpreting brand performance, identifying and codifying values and brand position), contextual conditions (human resources plans, the culture of value creation in the organization, brand trust and hardware and software education equipment), intervener conditions that includes macro-environmental factors (legal obligations of the institute and international validity of technical and professional qualifications), and micro-environmental factors (customers' level, competitors' level, and their knowledge), strategies (stable communications and relationship marketing, transformational innovation, educational planning, and functional marketing) and outcomes (value for the society, value for the organization, and value for the customer).

Conclusions: This study showed that the phenomenon of design and validation of a quality improvement model of education and job creation is affected by various factors, such as brand personality and identity. To establish a value-creating and effective educational model, first, it has to pay special attention to the sign and its conceptual image and the authenticity and credibility that it creates for the institutes. It has also been crucial to specify, define and clarify the brand's visual identity and its appropriate positioning in the target groups' perception. In addition, creating a framework of community-oriented, entrepreneurial, and ethical values in such a way that can amplify public confidence means pursuing the public interest by being responsive and transparency as well as serving professionally along with competence, efficiency, impartiality, equality, and justice in dealing with customers. Moreover, how the entrepreneurial function in education works is a highly significant topic. Assessment and continuous monitoring of the performance of organizations can be a powerful management tool to help the managers to achieve their general and strategic objectives. The research model was validated, and the experts evaluated the model designed to improve the quality of education and job creation in institutes as desirable. As a result, this model can be used in technical and vocational institutes.



NUMBER OF REFERENCES

32



NUMBER OF FIGURES

2



NUMBER OF TABLES

3

مقاله پژوهشی

طراحی و اعتباریابی الگوی بهبود کیفی آموزش و اشتغال‌زایی (مطالعه موردی: آموزشگاه‌های فنی و حرفه‌ای شهر تهران)

زهرا سادات منتظری^۱، رضا آقاموسی^{۲*}، عبدالله نعیمی^۱، عادل فاطمی^۲^۱ گروه مدیریت بازرگانی، واحد تهران جنوب، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران^۲ گروه آمار، واحد سنندج، دانشگاه آزاد اسلامی، سنندج، ایران

چکیده

پیشینه و اهداف: مفهوم آموزش در سال‌های اخیر مورد توجه همه متصدیان امور سازمان بوده است و همگان در مورد ضرورت طراحی و اجرای راهبردهای مؤثر و کاربردی آموزشی اتفاق نظر دارند؛ اما آنچه مهم است تدوین یک الگوی منسجم و یکپارچه اثربخش و شناسایی عوامل مؤثر در سیستم آموزش است که بتوان با استفاده از نتایج به‌دست‌آمده آموزش‌های مطلوب و اثربخشی را طراحی کرد. کیفیت آموزش در صورتی کارکرد مثبت خواهد داشت که بسان یک کلیت واحد به‌تمامی ابعاد آن به‌طور یکسان توجه شود. مقوله تحرک در آموزشگاه‌ها به سیاست‌گذاری راهبردی درازمدت به‌منظور اقدامات مقتضی برای بهبود فعالیت‌های پژوهشی، آموزشی و خدماتی نیاز دارد و از طرفی برای پویندگی و ایجاد بستری پویا برای هماهنگی میان بخش‌های مختلف یک آموزشگاه ضروری به نظر می‌رسد. هدف از پژوهش حاضر طراحی و اعتباریابی الگوی بهبود کیفی آموزش و اشتغال‌زایی در آموزشگاه‌های فنی و حرفه‌ای شهر تهران است.

روش‌ها: از لحاظ شیوه گردآوری داده‌ها اکتشافی ترکیبی است. جامعه آماری شامل مدیران و اساتید در آموزشگاه‌های فنی و حرفه‌ای بودند که در حوزه آموزش، دانش و تجربه لازم را داشتند. روش نمونه‌گیری قضاوتی هدفمند بود. ابزار جمع‌آوری داده‌ها مصاحبه نیمه ساختاریافته بود که حجم نمونه براساس نمونه‌گیری نظری و رسیدن به اشباع نظری تعیین شد. تمامی مصاحبه‌ها ضبط و برای کدگذاری، اصلاح و اخذ بازخورد، از آن‌ها بهره‌برداری شده است. در مجموع با ۱۳ نفر مصاحبه شده است. جهت تحلیل داده‌ها از کدگذاری باز، محوری و گزینشی استفاده شد. ابتدا مقوله‌ها و دسته‌بندی‌ها بعد از تأیید خبرگان در الگو کدگذاری شدند که در مجموع در این مرحله ۲۳۰ کد از ۱۳ مصاحبه و بررسی مستندات، تجربیات آموزشی مؤثر و سایر منابع، استخراج شده است. با مقایسه و طبقه‌بندی کدهای مشابه ۹۰ مفهوم استخراج شده و در نهایت از طریق طبقه‌بندی مفاهیم مشابه ۳۳ مقوله فرعی منفک شد که در ۶ مقوله کلی شرایط علی، پدیده محوری، شرایط زمینه‌ای، شرایط مداخله‌گر، راهبردها و پیامدها دسته‌بندی گردید.

یافته‌ها: بر اساس نتایج به‌دست‌آمده این الگو دارای شرایط علی (توانمندی‌های مربیان، سنجش و تفسیر عملکرد برند و شناسایی و تدوین ارزش‌ها و موضع برند) شرایط زمینه‌ای (طرح‌های منابع انسانی و فرهنگ ارزش‌آفرینی در سازمان، اعتماد به برند و تجهیزات آموزشی سخت‌افزاری و نرم‌افزاری)، شرایط مداخله‌گر که شامل عوامل محیطی کلان (تعهدات قانونی آموزشگاه، اعتبار بین‌المللی مدارک فنی و حرفه‌ای) و عوامل محیط خرد (سطح مشتریان، سطح رقبا و دانش آن‌ها، راهبردها (ارتباطات پایدار و بازاریابی رابطه‌مند، نوآوری تحول‌آفرین، برنامه‌ریزی آموزشی، بازاریابی عملکردی) پیامدها (ارزش برای جامعه، ارزش برای سازمان و ارزش برای مشتری) است.

نتیجه‌گیری: نتایج این پژوهش نشان داد که پدیده طراحی و اعتباریابی الگوی بهبود کیفی آموزش و اشتغال‌زایی، متأثر از عوامل گوناگونی همچون شخصیت و هویت برند است و برای پی‌ریزی یک الگوی آموزشی ارزش‌آفرین و اثربخش در ابتدا باید به نشان و نشان‌واره مفهومی آن و اصالت و اعتباری که برای آموزشگاه ایجاد می‌کند توجه ویژه نمود. تعیین، تعریف و شفاف‌سازی هویت بصری برند و جایگاه‌یابی مناسب آن در ادراک گروه‌های مخاطب مسأله‌ای مهم بوده است. به‌علاوه ایجاد چهارچوب ارزش‌های جامعه‌محور و کارآفرینی و اخلاقی عمل کردن به‌نحوی که اعتماد عمومی تقویت شود به معنای دنبال نمودن منافع عمومی با پاسخ‌گویی و شفافیت و خدمت کردن به‌صورت حرفه‌ای همراه با شایستگی، کارایی و بی‌طرفی و احترام، برابری و عدالت در رفتار با مشتریان است. همچنین چگونگی عملکرد کارآفرینانه آموزش موضوعی است که بسیار حائز اهمیت است. سنجش و پایش مستمر عملکرد سازمان می‌تواند به‌عنوان ابزار مدیریتی

ارسال شده: ۳۰ فروردین ۱۴۰۰
تاریخ داوری: ۲۵ خرداد ۱۴۰۰
اصلاح شده: ۵ مرداد ۱۴۰۰
پذیرفته شده: ۱۴ شهریور ۱۴۰۰

واژگان کلیدی:

الگوی آموزشی
آموزشگاه
آموزش فنی و حرفه‌ای
تئوری داده بنیاد

*نویسنده مسئول

✉ r-aghamoosa@azad.ac.ir

① ۰۹۱۲-۱۵۹۱۵۵۱

قدرتمندی به مدیران در جهت نیل به اهداف کلی و استراتژیک سازمان‌ها کمک نماید. الگوی پژوهش، اعتبار سنجی شد و متخصصان، الگوی طراحی شده به منظور بهبود کیفیت آموزش و اشتغال‌زایی در آموزشگاه‌ها را مطلوب ارزیابی کردند. در نتیجه می‌توان از این الگو در آموزشگاه‌های فنی و حرفه‌ای بهره برد.

مقدمه

مداخله‌گر، بستر حاکم، راهبردها و عوامل پس‌آینده تشکیل شده است بررسی شود. مطالعه آموزشگاه‌های شهر تهران به‌عنوان مراکز جهت آموزش‌های مهارتی نیروی انسانی کشور می‌تواند به ایجاد بسترهای تحرک و پویندگی، نوآوری و خلاقیت کمک کند. موضوعی که نبود آن شاید بیشترین تأثیر را در عدم شکل‌گیری کامل رشد، شکوفایی و توسعه و رونق کسب‌وکار را داشته باشد [۱۲]. نقش آموزش‌های فنی و حرفه‌ای، تربیت نیروهای ماهر و متخصص موردنیاز هر جامعه، کسب مهارت و ارتقاء آن، ایجاد اشتغال و بهره‌مندی از خدمات آنان از اهداف بسیار مهم در کشور است. در حقیقت منابع انسانی به‌عنوان نیروی متخصص ماهر از سرمایه‌های توانمند و اصلی در جامعه محسوب می‌شوند. بدیهی است هنگامی که کسب مهارت و ایجاد تخصص‌های مختلف، متناسب و هماهنگ با نیازهای جامعه باشد؛ باعث جلوگیری از هدر رفتن منابع انسانی و مالی در جامعه می‌شود [۱۳]. در سال‌های اخیر یکی از اولویت‌های راهبردی سازمان آموزش فنی و حرفه‌ای، ارائه آموزش‌های فنی و حرفه‌ای و کسب و ارتقاء مهارت در جهت توانمندسازی، سرمایه‌های انسانی و تربیت نیروی انسانی ماهر متخصص متناسب با نیاز بازار کار با استفاده از ظرفیت بخش‌های مختلف دولتی و غیردولتی است. در مفهوم جدید، سرمایه انسانی شامل کسب مهارت در کنار آموزش‌های رسمی و نظام آموزش فنی و حرفه‌ای همراه با کسب تجارب در حین کار است. در این راستا طراحی ساختار نظام جامع مهارت و فناوری با سه بخش «آموزش مهارت و فناوری»، «صلاحیت حرفه‌ای» و «نظام احراز اشتغال» در دستور کار سازمان آموزش فنی و حرفه‌ای قرار گرفته است [۱۴]. به همین دلیل، هدف کلی پژوهش حاضر تبیین و طراحی مدل پویندگی و تحرک نظام آموزشگاه‌های شهر تهران از دیدگاه خبرگان است. در راستای دستیابی به این هدف سؤال‌ها به این شرح مطرح شده‌اند: شرایط علی ایجاد الگوی بهبود کیفیت آموزش و اشتغال‌زایی کدامند؟ راهبردها در طراحی الگوی بهبود کیفیت آموزش و اشتغال‌زایی کدامند؟ شرایط مداخله‌گر در طراحی الگوی بهبود کیفیت آموزش و اشتغال‌زایی کدامند؟ عوامل زمینه‌ای در طراحی الگوی بهبود کیفیت آموزش و اشتغال‌زایی کدامند؟

مروری بر مبانی نظری و پیشینه

آموزش نیازمند طرح و برنامه است؛ طراحی آموزشی طی سال‌هایتمادی به روش‌های مختلفی تعریف شده است. بسیاری از تعریف‌های مطرح شده بر فرایند، تأکید دارند. نمونه این تعریف‌ها، تعریفی است که اسمیت و ریگان از طراحی آموزشی به‌عمل آوردند [۱۲]. اگرچه آن‌ها

مفهوم آموزش در سال‌های اخیر مورد توجه همه متصدیان امور سازمان‌ها بوده است [۱] و همگان در مورد ضرورت طراحی و اجرای راهبردهای مؤثر و کاربردی آموزشی اتفاق نظر دارند [۲]. اما آنچه مهم است تدوین یک الگوی منسجم و یکپارچه اثربخش و شناسایی عوامل مؤثر در سیستم آموزش است که بتوان با استفاده از نتایج به‌دست‌آمده آموزش‌های مطلوب و اثربخشی را طراحی کرد [۳]. کیفیت آموزش در صورتی کارکرد مثبت خواهد داشت که بسان یک کلیت واحد به‌تمامی ابعاد آن به‌طور یکسان توجه شود [۴]. مقوله تحرک در آموزشگاه‌ها به سیاست‌گذاری راهبردی درازمدت به‌منظور اقدامات مقتضی برای بهبود فعالیت‌های پژوهشی، آموزشی و خدماتی نیاز دارد و از طرفی برای پویندگی و ایجاد بستری پویا برای هماهنگی میان بخش‌های مختلف یک آموزشگاه ضروری به نظر می‌رسد [۵]. ترسیم یک‌چشم انداز راهبردی و مدیریتی و طراحی فرآیند مناسبی متشکل از مجموعه فعالیت‌های سازمانی برای دستیابی به اهداف تعیین‌شده نیز بسیار حیاتی است [۶]. نکته‌ای که باید به آن توجه داشت این است که نباید با چالش‌های آموزشگاه‌ها بدبینانه برخورد کرد؛ بلکه باید آن‌ها را شناخت و برایشان راهبردهای منطقی و واقع‌بینانه آغاز کرد. در صورتی که این چالش‌ها از منظر فرصت بررسی شوند؛ یقیناً موجب پویایی سیستم آموزشگاه‌ها خواهند شد [۷]. لذا توجه جدی در این زمینه، سازوکارهای آموزشی جدیدی را می‌طلبد. محور قرار گرفتن مفهوم آموزش و ارزش‌آفرینی به آموزشگاه‌ها کمک می‌کند تا در شرایط جدید رقابتی بتوانند استراتژی‌های مناسب را برای رقابت و بقا اتخاذ کنند [۸].

ارزش‌آفرینی برای مشتریان شامل ارائه خدماتی است که مشتریان آن را مفید تشخیص دهند و رضایت و نیاز آنان را به‌درستی تأمین کند. ارزش‌آفرینی و موفقیت کسب‌وکار ارتباط تنگاتنگ و تعامل همه‌جانبه دارند [۹]. خلق و حفظ پایدار مزیت رقابتی با تکیه بر قابلیت‌ها و شایستگی‌های سنتی و قدیمی برای حضور موفق بنگاه در محیط کافی نخواهد بود و حتماً باید با مطالعه و بررسی روش‌های جدید در پی این مهم برآمد [۱۰]. در نهایت با چنین دیدگاهی به دنبال افزایش اثربخشی و پایداری در طولانی‌مدت هستیم. هدف اصلی این مقاله، طراحی الگویی است که بتواند عوامل مؤثر بر بهبود کیفیت آموزش و اشتغال‌زایی را شناسایی کند که قابلیت عملیاتی شدن در آموزشگاه‌های مختلف را داشته باشد. در حال حاضر مسأله اصلی در این حوزه، فقدان آگاهی کافی درباره آسیب‌های موجود در مسیر ایجاد تحرک و پویندگی در آموزشگاه‌ها است [۱۱]. در این پژوهش تلاش می‌شود نظام آموزش آموزشگاه‌ها از منظر پویندگی و تحرک، براساس نظریه داده بنیاد و در قالب مدل پارادایمی که از عوامل علی، عوامل زمینه‌ای، شرایط

برنامه درسی، روش تدریس، سنجش فراگیران، جمعیت دانش‌آموزی (مخاطبان) و ارزشیابی برنامه، تحت تأثیر قرار می‌دهد. نیروهای درونی و بیرونی دیگری نیز مانند عوامل اقتصادی، اصلاحات آموزشی، شیوه‌های یادگیری و انتظارات جامعه از آموزش فنی و حرفه‌ای، نیز وجود دارد که بر این مؤلفه‌ها اثر می‌گذارد [۱۷].

مدل‌های علی حلقوی: مدل‌های علی حلقوی ی کی از مدل‌های پویا برای مدیریت آموزش‌های فنی و حرفه‌ای است. این مدل امکان تحلیل سیستم آموزش مهارت در کشورهای مختلف را به سهولت و سادگی امکان‌پذیر می‌سازد. برای ساده‌سازی شناخت سیستم واقعی و تعیین نقاط بهینه آن و همچنین در تصمیم‌گیری‌های مدیریتی می‌توان از آن مدل استفاده کرد و تأثیر آن‌ها را بر تغییر رفتار کل سیستم مشاهده کرد [۱۸]. سیستم آموزش مهارت با وجود عامل سیاست‌گذاران آموزشی می‌تواند برای کمک به جوانان بیکار و کارگران مسن‌تر جهت یافتن شغل، کاهش بار آموزش عمومی و عالی، کاهش فاصله درآمدها میان فقیر و غنی بهینه عمل کند. متغیر جمعیت کشور به متغیر جوانان جویای کار فاقد مهارت با قطبیت مثبت لینک شده است [۱۹]. معنی آن این است که در صورت افزایش جمعیت یک کشور جوانان جویای کار فاقد مهارت آن کشور می‌تواند افزایش یابد. ولی این رابطه فقط نشان‌دهنده علیت و ساختار موضوع است و نمی‌تواند رفتار سیستم را توضیح دهد. همچنین افزایش متغیر جوانان جویای کار فاقد مهارت باعث افزایش و متغیر تقاضای آموزش فنی و حرفه‌ای خواهد شد و آن نیز به نوبه خود ارائه‌کنندگان آموزش فنی و حرفه‌ای را تحت تأثیر افزایشی قرار خواهد داد [۲۰]. با ارائه آموزش فنی و حرفه‌ای مورد نیاز متقاضیان آموزش، کیفیت نیروی انسانی بالا خواهد رفت. در صورت افزایش کیفیت کاری افراد متقاضی، امکان کارآفرینی یا استخدام برای آن‌ها فراهم می‌شود. در هر دو صورت میزان اشتغال افزایش خواهد یافت. متغیر اشتغال با قطبیت منفی به متغیر جوانان جویای کار فاقد مهارت لینک می‌شود [۲۱]. مفهوم آن این است که هر مقدار اشتغال افزایش یابد؛ از تعداد جوانان جویای کار فاقد مهارت کاسته خواهد شد. با پیگیری متغیرهای علت و معلول که بر روی یکدیگر تأثیر مثبت یا منفی می‌گذارند حلقه ما تکمیل می‌شود.

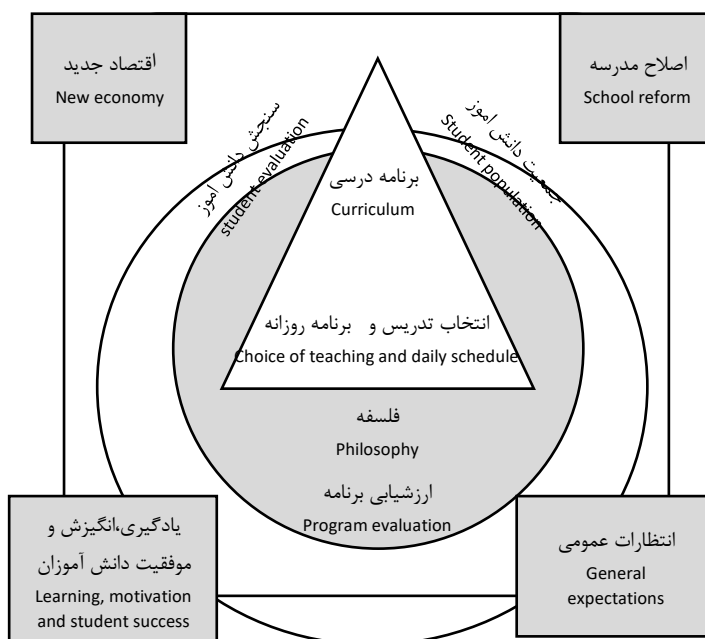
مدل انباشت و جریان: انباشت نشان‌دهنده وضعیت سیستم است و حاوی اطلاعاتی که براساس آن تصمیماتی اتخاذ و اقداماتی صورت می‌گیرد. انباشت باعث ماندگاری اطلاعات در سیستم‌ها می‌شود و حافظه برای آن‌ها فراهم می‌آورد [۲۲]. در راستای تحلیل رفتاری سیستم مدیریت آموزش مهارت در کشورهای در حال توسعه با استفاده از مدل فوق می‌توان بیان داشت که جمعیت هر کشور نرخ جمعیت جوان را تعیین می‌کند [۲۳]. جوانان فاقد مهارت تقاضای آموزش مهارت دارند تا بتوانند شغل دلخواه خود را به دست آورند. ارائه‌کنندگان آموزش فنی و حرفه‌ای که تحت تأثیر عوامل اقتصادی و همچنین سیاست‌گذاری آموزشی کشور قرار دارند؛ تحت تأثیر تقاضای موجود، اقدام به ارائه آموزش فنی و حرفه‌ای می‌کنند. با ارائه آموزش به متقاضیان کیفیت

از طراحی آموزشی تعریف بسیار کلی دارند؛ اما به‌رحال طراحی آموزشی از نظر آن‌ها فرآیند نظام‌دار و منطقی کاربرد اصول یادگیری و آموزشی برای برنامه‌ها، مواد آموزشی، فعالیت‌ها، منابع اطلاعاتی و ارزشیابی است [۱۵].

رویکردهای طراحی آموزشی

با آنکه در ادبیات طراحی آموزشی مدل‌های طراحی آموزشی بسیار زیادی وجود دارد؛ اکثر آن‌ها از دو رویکرد اصلی عینیت‌گرا (سیستمی) و سازنده‌گرایی نشئت‌گرفته‌اند [۱۱].

طراحی آموزشی سیستمی: مدل‌های طراحی آموزشی سیستمی با مدل درون‌داد، فرآیند و برون‌داد نشان داده می‌شوند. ویژگی مهم این مدل خطی بودن آن است و این مراحل به‌گونه‌ای تنظیم شده‌اند که توالی زمانی آن‌ها مهم است [۱۵]. برای مثال، نمی‌توان تا زمانی که مرحله درون‌داد کامل نشده است؛ به مرحله فرآیند رفت. این توالی گام‌هایی بسیار سخت و محکم است. در شکل شماره (۱)، فرآیند طراحی آموزشی سیستمی و کارهایی که در هر مرحله انجام می‌شود، نشان داده شده است:



شکل ۱: چارچوب مفهومی برای آموزش فنی و حرفه‌ای [۱۷]

Fig 1: Conceptual framework for technical and vocational education

طراحی آموزشی سازنده‌گر: فردانش هفت اصل به‌مثابه اصول حاکم بر طراحی آموزشی با رویکرد سازنده‌گرایی مطرح کرده است که در شکل زیر آمده است [۱۵]. گنجاندن یادگیری در زمینه‌های مربوط و واقعی ۲. گنجاندن یادگیری در تجارب اجتماعی ۳. تشویق تملک و داشتن نظر در فرآیند یادگیری ۴. ارائه تجربه فرآیند ساختن دانش ۵. تشویق خودآگاهی از فرآیند ساختن دانش ۶. ارائه تجربه و تقدیر از دیدگاه‌های متفاوت ۷. تشویق استفاده از انواع روش‌های ارائه [۱۶]. راجسکی (Rojewski) همه مؤلفه‌های اصلی آموزش فنی و حرفه‌ای را، شامل

طبقه‌بندی شده‌اند که عبارتند از: شرایط علی، شرایط مداخله‌گر و شرایط زمینه‌ای.

در این پژوهش، شرایط علی عبارتند از: پذیرفته‌شدگان، دانشجویان، اعضای هیئت‌علمی و رئیس دانشگاه. این عوامل، رویدادهایی هستند که منجر به توسعه پدیده اعتبارسنجی و تضمین کیفیت می‌شوند. شرایط مداخله‌گر نیز شامل بودجه، منابع یادگیری، فن‌آوری و فرایند یاددهی - یادگیری است. عوامل مزبور، به‌منزله راهبردهای عمل/تعامل هستند که با پدیده اعتبارسنجی و تضمین کیفیت ارتباط دارند و می‌توانند آن را تسهیل کنند. علاوه بر این، اهداف و رسالت‌ها، ساختار سازمانی و سیمای دانشگاه در شرایط زمینه‌ای طبقه‌بندی می‌شوند. همچنین سازمان فنی و حرفه‌ای به‌موازات برنامه‌های آموزشی سازمان و در جهت اجرای هر چه‌بتر آموزش‌ها، فعالیت‌های پژوهشی، عمرانی و تجهیز و توسعه منابع انسانی انجام داده است که مهم‌ترین آن‌ها عبارتند از: تدوین جزوات و استانداردهای آموزشی براساس کدهای بین‌المللی. طبقه‌بندی استاندارد بین‌المللی مشاغل ایسکو که توسط سازمان بین‌المللی کار تهیه شده است، مبنایی برای مقایسه آمارهای مشاغل کشورهای مختلف است. این طبقه‌بندی در تبادل سایر اطلاعات مربوط به مشاغل مانند استخدام، پذیرش کارگران مهاجر و ... به کشورها کمک می‌کند. همچنین طبقه‌بندی مذکور به‌عنوان الگویی برای ایجاد طبقه‌بندی‌های مشاغل ملی یا بازبینی نسخه‌های موجود توسط کشورها مورد استفاده قرار می‌گیرد [۱۴].

روش‌شناسی تحقیق

روش مورد استفاده در این مقاله، ترکیبی اکتشافی بوده است. در بخش کیفی جامعه آماری این پژوهش شامل خبرگان در حوزه قلمرو موضوعی تحقیق و مدیران مؤسسات آموزشی است. برای نمونه‌گیری از روش نمونه‌گیری نظری استفاده شده است. نمونه‌گیری نظری روشی است که طی آن محقق داده‌های مرتبط را جمع‌آوری می‌کند تا مقوله‌های موردنیاز برای ساخت تئوری را تصفیه کرده و بسازد [۲۶]. در نمونه‌گیری نظری بهترین روش برای توسعه یک نظریه است [۲۷]. در نمونه‌گیری نظری براساس حساسیت تئوریک محقق، مصاحبه‌های عمیق با خبرگان تا جایی پیش می‌رود که به حد اشباع نظری می‌رسد. در پژوهش حاضر داده‌ها از طریق مصاحبه چهره به چهره با خبرگان جمع‌آوری شده است و از مصاحبه نیمه ساختاریافته نیز به‌عنوان اصلی‌ترین ابزار جمع‌آوری داده‌ها استفاده شد. منظور از مصاحبه با خبرگان، مصاحبه با افرادی است که در حوزه کاری خود تأثیرگذار، معروف و آگاه هستند. در این تحقیق براساس روش نمونه‌گیری نظری با خبرگانی مصاحبه شده است که در حوزه آموزش دانش و تجربه لازم را داشتند. تمامی مصاحبه‌ها ضبط و برای کدگذاری، اصلاح و اخذ بازخورد، از آن‌ها بهره‌برداری شده است. در مجموع با ۱۳ نفر مصاحبه شده است. جمع‌آوری داده‌ها تا مرحله اشباع نظری مقوله‌ها تا جایی که امکان دست‌یابی به داده‌های جدید دیگری فراهم نبود، ادامه یافت.

کاری آن‌ها بالا رفته و تقاضای آموزش آن‌ها کاهش یافته و کارآفرینی و اشتغال به ارمغان خواهد آورد. جمعیت کشور در طول زمان به‌صورت دینامیک تغییر می‌کند و به دنبال آن نرخ جوانان جویای کار غیرماهر نیز متغیر خواهد بود. تقاضای آموزش مهارت علاوه بر جوانان فاقد مهارت از طرف کارکنان شاغل که ترک کار کرده‌اند و یا اخراج شده‌اند یا قصد ارتقاء شغلی دارند تقویت می‌شود. از طرفی آموزش عمومی و هزینه‌های آموزشی تضعیف می‌شود و تحت تأثیر حقوق کارکنان ماهر و کارگران فاقد مهارت و تغییرات فناوری قرار می‌گیرد [۲۴]. ارائه‌کنندگان آموزش فنی و حرفه‌ای علاوه بر اینکه تحت تأثیر تقاضای آموزش مهارت تحریک می‌شوند، از طرف سیاست‌گذاران آموزش فنی و حرفه‌ای کشور و آموزش عمومی کنترل می‌شوند و تحت تأثیر عوامل اقتصادی دیگر اقدام به ارائه آموزش فنی و حرفه‌ای می‌کنند. ارائه‌کنندگان بخش خصوصی تحلیل سود و زیان نموده و در صورت سودآور بودن این صنعت اقدام به ارائه خدمت خواهند کرد و در شرایط رقابتی به کیفیت خود خواهند افزود. فرادانش و کرمی [۱۰] در پژوهشی با عنوان شناسایی الگوی طراحی آموزشی مطلوب برای آموزش‌های صنعتی را در مراکز صنعتی انجام دادند. نتایج تحقیق نشان داد که الگوی آموزش صنعتی براساس رویکرد سازنده‌گرایی برای سطح مدیریتی مناسب است. کاربست آموزه‌های رویکرد سازنده‌گرایی موجب ایجاد رضایت و نگرش مثبت در فراگیرندگان می‌شود، مطابقت دارد. الگوی آموزش صنعتی براساس رویکرد سیستمی برای سطح کارگری مناسب است. همچنین الگوی طراحی آموزشی سازنده‌گرایی برای آموزش‌های سطح مدیریتی، در مقایسه با الگوی سیستمی، اثربخش‌تر است. توکلی [۲۵] پژوهشی با عنوان ارائه مدل یادگیری اثربخش در آموزش انجام داد. براساس نتایج به‌دست‌آمده ساختارهای فناوری، توسعه منابع انسانی به‌ویژه متخصصین، یاددهندگان و یادگیرندگان در ارتباط با آموزش، همچنین ساختار نوین مدیریتی عوامل اصلی در بهبود روند کارکرد آموزش در مؤسسات آموزش عالی می‌باشند. شریعتی [۶] پژوهشی با عنوان ارائه مدلی جهت بهبود کیفیت آموزش‌های فنی و حرفه‌ای با توجه به الزامات اقتصاد مبتنی بر دانش به روش پژوهش کیفی مبتنی بر رویکرد نظریه داده بنیاد انجام داد. نتایج نشان داد الگوی طراحی شده دارای شرایط علی از جمله شایستگی‌های حرفه‌ای مربیان، عوامل آموزشی و عوامل مدیریتی، زمینه‌ای شامل بسترسازی فرهنگی و بسترسازی اقتصادی، مداخله‌گر عوامل بین‌المللی و عوامل فناورانه، راهبردها، برون‌سپاری، توانمندسازی، توسعه و گسترش فناوری مطالعات و ارتباطات، سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی آموزشی و پیامدهای رشد اقتصادی، بهبود عوامل آموزشی و توسعه اجتماعی است. مجتبی زاده [۱] پژوهشی با عنوان الگوی اعتبارسنجی و تضمین کیفیت نظام آموزش عالی ایران از دیدگاه خبرگان انجام داد. نتایج تحقیق نشان داد که اعتبارسنجی و تضمین کیفیت نظام آموزش عالی ایران، مفهومی پیچیده و چندبعدی است که تحت تأثیر یک سری شرایط الگوی اعتبارسنجی و تضمین کیفیت نظام آموزش است. این شرایط در سه دسته

محوری، مرحله نهایی کدبندی، یعنی کدبندی گزینشی آغاز می‌شود. کدگذاری گزینشی یا انتخابی را می‌توان فرایند یکپارچه‌سازی و بهبود مقوله‌ها دانست. در این مرحله براساس نتایجی که از دو مرحله قبلی به دست آمده است، به تولید نظریه پرداخته می‌شود. بدین ترتیب که مقوله محوری را به شکلی نظام‌مند به دیگر مقوله‌ها ربط داده و آن روابط را در قالب یک روایت روشن مطرح می‌کنیم. همچنین مقوله‌هایی را که نیازمند بهبود و توسعه بیشتری هستند، اصلاح می‌کنیم. در این سطح سعی می‌شود با کنار هم نهادن مقوله‌ها حول مقوله محوری، به عنوان یک مضمون اصلی، یک روایت براساس نظریه برای پدیده ارائه شود و بین مقوله‌ها ارتباطی نظام‌مند ایجاد شود.

نتایج و بحث

اعتبارسنجی بخشی فعال از نظریه داده بنیاد است. اعتبارسنجی نظریه یعنی تعیین اینکه تبیین نظریه از دیدگاه شرکت‌کنندگان در فرایند تحقیق معنادار بوده و نمایانگر رویدادها و توالی آن‌هاست و امری مهم است [۲۸]. کثرت‌گرایی یا مثلث‌سازی راهی برای اعتباردهی است [۲۹] و شامل این موارد است:

کثرت‌گرایی در داده‌ها: در تحقیق حاضر از مأخذ مختلف داده‌ها استفاده شده است. استفاده هم‌زمان از روش‌های مختلفی نظیر مصاحبه، بررسی یادداشت‌ها و بازبینی مکرر داده‌ها و اسناد و مدارک بالادستی، سبب شد بیشترین داده مقبول به دست آید.

کثرت‌گرایی در پژوهشگر: در این زمینه فرد دیگری فرایند را هم‌زمان با محقق پیگیری و ارزیابی کرد و همچنین مدل پدید آمده به تأیید مدیران و خبرگان رسید و از توافق درون موضوعی دو کدگذار استفاده شد.

کثرت‌گرایی در تئوری: در این تحقیق از نظر پژوهشگران، مدیران اجرایی و افراد متخصص در هر دو رشته بهره برده شده است. برای محاسبه کثرت‌گرایی در پژوهش از روش توافق درون موضوعی دو کدگذار استفاده شد. این روش برای محاسبه درصد پایایی بین دو کدگذار (شاخص تکرارپذیری) که به عنوان شاخص پایایی تحلیل به کار می‌رود؛ بدین منظور سه مصاحبه از میان مصاحبه‌ها انتخاب شد و کدگذار دوم دارای تخصص در حوزه تحقیق آن را کدگذاری کرد. بر این اساس نتایج حاصل از محاسبه پایایی و میزان توافق مفاهیم مستخرج توسط کدگذار دوم که متخصص در حوزه بازاریابی بود، در جدول شماره ۲ آمده است. پایایی درون موضوعی ۰/۸۸ است که طبق معیار ذکر شده توسط کواله بالاتر از ۰/۶ است. بنابراین قابلیت اعتماد مفاهیم مستخرج از مصاحبه‌های پژوهش مورد تأیید قرار گرفت. جهت روایی محتوا بر مبنای چارچوب پیشنهادی توسط لاوشه فرایند ارزیابی روایی محتوای پژوهش انجام شد [۳۰].

$$CVR = \frac{ne - n / 2}{n / 2}$$

(۱). ضریب روایی محتوا لاوشه

(1). Lawshe Content validity coefficient

در این مقاله با استفاده از انواع روش‌های جمع‌آوری داده‌های کیفی مانند مصاحبه‌های نیمه ساختارمند، بررسی تجربیات چند شرکت آموزشی در دنیا، مطالعه اسناد و مقالات و ... به جمع‌آوری داده‌ها براساس منطق حاکم بر نمونه‌گیری نظری پرداختیم. با توجه به طرح نظام‌یافته برای تجزیه و تحلیل داده‌ها، ابتدا با تحلیل محتوای متون و مکتوب کردن مصاحبه‌ها، از کدگذاری زنده و کدگذاری بر اساس ادبیات آموزشی استفاده نمودیم.

جدول ۱: ویژگی‌های جمعیت شناختی مصاحبه‌شوندگان

Table 1: Demographic characteristics of the interviewees

متغیر Variable	فرآوانی Abundance	درصد Percent
جنسیت (Gender)	مرد Man	11 84/6
	زن Female	2 15/4
سن (Age)	35-45	3 23
	46-55	5 38/5
	بالتر از 55 Above 55	5 38/5
سطح تحصیلات (Educational stage)	کارشناسی ارشد Masters	3 23
	دکتری PhD	10 77
	10-20	3 23
	20-30	3 23
سابقه (work experience)	بالتر از 30 Above 30	7 54

فرایند کدگذاری

نخستین مرحله تحلیل برای نظریه‌سازی، کدگذاری باز است. در این مرحله، فهرستی از کدها استخراج شده و با ترکیب و مرتبط کردن کدها به هم مفاهیم اولیه شکل گرفت. در مجموع به این مرحله کدگذاری بازمی‌گویند که فرایندی تحلیلی است که طی آن مفاهیم شناسایی شده و ویژگی‌ها و ابعاد مربوط به هر مفهوم کشف می‌شود. در کدگذاری باز، وقایع بررسی شده در داده‌ها نام‌گذاری شده و بر فهم مشخصه‌هایی تمرکز شد که موجب منحصربه‌فرد شدن این وقایع شده است. کدگذاری باز به مفهوم‌بندی و مقوله‌بندی تکه‌هایی از داده‌ها زیر یک نام، عنوان یا برجسب‌هایی که به طور هم‌زمان هر قطعه از داده‌ها را خلاصه و تشریح می‌کند، اشاره دارد. کدگذاری محوری سطح دوم کدگذاری است که شامل تعیین الگوهای موجود در داده‌ها است. در این مرحله فعالیت کلیدی شامل مفهوم‌سازی و مقوله‌بندی وجود دارد. منطق نمونه‌گیری نظری ایجاب می‌کند که مفاهیم استنتاج شده، طبقه‌بندی و سازماندهی شده و در صورت برآورده نشدن معیار اشباع نظری مقوله‌ها، داده‌های دیگری جمع‌آوری و تحلیل می‌شوند. در این مرحله مقایسه دائمی داده‌ها انجام می‌گیرد. پژوهشگر داده‌های کدگذاری شده را با یکدیگر مقایسه کرده و به صورت خوشه‌ها یا مقوله‌هایی که باهم تناسب دارند درمی‌آورد. به این منظور هریک از کدهای سطح اول را با سایر کدها مقایسه می‌کنند و کدهای مشابه را در یک طبقه قرار می‌دهند. بعد از کدبندی

مقادیر بالای ۰/۷ نشان‌دهنده شاخص روایی محتوای مناسب است. در این پژوهش ضریب روایی محتوای کل ۰/۷۱۷ و شاخص روایی محتوای کل میزان ۰/۷۵۵ به دست آمد که هر دو به ترتیب بالاتر از ۰/۵۱۲ و ۰/۷ هستند. بنابراین روایی محتوا و شاخص روایی محتوا از نظر خبرگان مورد تأیید قرار گرفت. جهت بررسی میزان تناسب هریک از مؤلفه‌های فرعی با ابعاد اصلی مدل پرسش‌نامه‌ی محقق ساخته تنظیم شد که از خبرگان خواسته شد از طریق انتخاب یکی از گزینه‌های موجود در مقابل آن‌ها اعلام کند. گزینه‌ها در قالب طیف پنج گزینه‌ای لیکرت بود که مشتمل بر «کاملاً نامتناسب: ۱» و «کاملاً متناسب: ۵» بود. داده‌های حاصل از طریق نرم‌افزار SPSS مورد آزمون قرار گرفت. جدول شماره (۳) شکل‌گیری مقوله‌های اصلی از مقوله‌های فرعی و سنجش میزان تناسب آن‌ها را نشان می‌دهد.

بدین ترتیب مؤلفه‌هایی که دارای ضرایب پایین‌تر از ۰/۵۱ بودند از نظر روایی محتوا مورد تأیید قرار نگرفته و حذف شدند. در این پژوهش از ۹۸ مفهوم، ۸ مفهوم حذف شدند. همچنین جهت جامعیت قضاوت‌های مربوط به روایی پژوهش از شاخص روایی محتوای (CVI) استفاده شد. فرمول ۲ نحوه تعیین شاخص روایی محتوا را نشان می‌دهد.

$$CVI = \frac{\sum_n^1 CVR}{Retain N}$$

(۲). شاخص روایی محتوا
(2). Content validity index

جدول ۲: نتایج حاصل از بررسی توافق درون موضوعی

Table 2: Results of intra-subject agreement review

ردیف (Row)	مصاحبه (Interview)	تعداد کل مفاهیم (Total number of concepts)	تعداد توافقات (Number of agreements)	تعداد عدم توافقات (Number of disagreements)	پایایی درون موضوعی (Intra-subject reliability)
1	پنجم Fifth	149	64	10	٪85
2	هفتم Seventh	111	50	4	٪91
3	یازدهم Eleventh	158	69	10	٪81
کل Total	3	418	183	24	٪88

جدول ۳: مقوله‌های اصلی و فرعی و میزان تناسب

Table 3: Main and subcategories and proportion

مقوله اصلی (Main category)	مقوله فرعی (Subcategory)	مفهوم (Concept)	میانگین (Average)	انحراف معیار (Standard deviation)	واریانس (Variance)
توانمندی‌های مربیان Coaches' abilities	عملکرد مربیان Performance of coaches	میزان احترام حرفه‌ای مربیان، تهیه جزوات، دانش و توان کافی برای کمک به یادگیری، تأثیر و نفوذ مربیان بر فعالیت‌ها، ارزشمندی بودن فعالیت‌های مربیان، انجام یک‌رویه کارآمد توسط مربیان، توان ایجاد تغییرات مؤثر در یادگیری Level of professional respect of coaches, prepare booklets, sufficient knowledge and ability to help learn, influence of coaches on activities, value of coaches' activities, perform an efficient procedure by coaches, ability to make effective changes in learning	3.58	0.6	0.41
ترجیح برند سنجش و تفسیر عملکرد برند	شخصیت برند Brand personality	اصیل بودن و صلاحیت، خبرگی، جذابیت و استحکام، صداقت و درست‌ی Originality and competence, expertise, attractiveness and strength, honesty and correctness	4.23	0.6	0.32

شرایط علی
Causal
Conditions

0.69	0.85	3.63	<p>علامت اختصاری، نشان‌واره و ترکیب رنگ، تایپوگرافی و شعار برند</p> <p>Abbreviation, symbol and color combination, typography and brand slogan</p>	<p>هویت بصری برند</p> <p>Brand visual identity</p>	<p>Brand Preference measuring and interpreting brand performance</p>	
0.54	0.77	4.38	<p>خدمت‌رسانی و منفعت عمومی، رفتار مسئولانه و قابلیت اطمینان، تضمین کیفیت خدمات، مشارکت‌گرایی، شفافیت و قیمت‌گذاری عادلانه</p> <p>Service and public interest, responsible behavior and reliability, quality assurance of services, participating, transparency and fair pricing</p>	<p>چهارچوب‌های ارزش‌های جامعه‌محور و کارآفرینی</p> <p>Frameworks of community-oriented and entrepreneurial values</p>		
0.52	0.75	4.35	<p>ساده‌سازی خدمات، ارائه خدمات آموزشی در سطح استانداردهای آموزش، انجام موفق وظایف شغلی، اثربخشی و کارایی، خوداشتغالی کارآموزان</p> <p>Simplification of services, provision of educational services at the level of educational standards, Successful performance of job tasks, effectiveness and efficiency, self-employment of interns</p>	<p>عملکرد کارآفرینانه برند</p> <p>Entrepreneurial performance of the brand</p>		
0.25	0.52	4.44	<p>تشکیل جلسات هم‌اندیشی، طوفان فکری</p> <p>Forum meetings, brainstorming</p>	<p>به اشتراک گذاشتن دانش و خلق ارزش مشترک</p> <p>Sharing knowledge and creating shared value</p>	<p>شناسایی و تدوین ارزش‌ها و موضع برند</p> <p>Identification and formulation of brand values and positioning</p>	
0.18	0.44	3.74	<p>گزینش و آموزش، ایجاد انگیزه و تقویت آن، ایجاد سیستم پاداش و توانمندسازی کارکنان، برخورداری از مهارت در روابط رسمی و غیررسمی تشکیل گروه تحقیق و توسعه، قدرت بیان استاد، برگزاری دوره‌های ضمن خدمت مؤثر و ارزیابی کارکنان، سیستم انگیزشی و پرداختی متفاوت برای اساتید و مدیران ارزشی</p> <p>Selection and education, motivating and strengthening it, creating a reward system and empowering employees, having skills in formal and informal relationships, forming a research and development group, the power of expression of the professor, holding effective in-service courses and staff evaluation, different incentive and payment system for professors and value managers</p>	<p>مدیریت منابع انسانی کارآفرینانه</p> <p>Entrepreneurial human resource management</p>	<p>طرح‌های منابع انسانی و فرهنگ ارزش‌آفرینی در سازمان</p> <p>Human resource plans and the culture of value creation in the organization</p>	<p>شرایط زمینه‌ای contextual condition</p>
0.44	0.69	3.83	<p>تأکید بر مشتری‌مداری در اسناد بالادستی، تأکید بر ارزش‌آفرینی در سخنرانی‌ها، همایش‌ها و مکتوبات سازمانی، تلاش در اخذ جوایز معتبر ملی و بین‌المللی در حوزه ارزش‌آفرینی برای مشتری، خلق ارزش برای مشتری، جدول بازبینی ارزش‌ها، برگزاری دوره‌های آموزشی و توجیهی برای خانواده‌ها، رهبری ارزش‌آفرین، شرکت در همایش‌ها و درس گروهی‌های ارزش‌آفرینی، تشویق اقدامات مبتنی بر شاخص‌های مشتری‌مدارانه</p> <p>Emphasis on customer orientation in upstream documents, emphasis on value creation in lectures, conferences and organizational correspondence, striving for prestigious national and international awards in the field of value creation for the customer, value creation for the customer, Value review table, holding training and orientation courses for families, Value-creating leadership, attending value-creating conferences and group lessons, encouraging activities based on customer-oriented indicators</p>	<p>تفکر ارزش‌آفرین</p> <p>Value-creating thinking</p>		

0.41	0.66	4.54	مدیریت تعارض، ویژگی‌های ثانویه و ایجاد باشگاه مشتریان Conflict management, secondary features and customer club creation	مدیریت ارتباط با مشتری customer relation management	اعتماد به برند Trust the brand	
0.53	0.76	4.1	ایجاد تجربه متفاوت برای مشتری، تجربه برند، ایجاد حس خوب برای مشتری، تصویر مطلوب برند Creating a different experience for the customer, brand experience, creating a good feeling for the customer, Optimal brand image	تداعی تصویر برند Brand image association		
0.17	0.43	3.65	تجهیزات به‌روز نرم‌افزاری و سخت‌افزاری Software and hardware up-to-date equipment	تجهیزات آموزشی Educational equipment	تجهیزات آموزشی و سخت‌افزاری و نرم‌افزاری Hardware and software training equipment	
0.52	0.77	4.61	نقش تسهیل‌گری دولت و نهادهای آموزشی در اعمال قوانین سخت‌گیرانه، حمایت از مؤسسين آموزشگاه‌ها، محدودیت‌های زمانی معرفی کارآموزان به آزمون رسمی The role of facilitating the government and educational institutions in enforcing strict laws, Supporting institute founders, time limits for introducing interns to the formal exam	تعهدات قانونی آموزشگاه Legal obligations of the institute		
0.53	0.75	3.90	ترجمه بین‌المللی مدارک، اهمیت داشتن مدارک در اخذ امتیاز جهت اقامت و مهاجرت International translation of certificates, the importance of holding certificates in obtaining points for residence and immigration	اعتبار بین‌المللی مدارک فنی و حرفه‌ای International validity of technical and professional degree	عوامل محیط کلان Macro environment factors	عوامل مداخله‌گر Intervener factors
0.56	0.78	4.46	نقش میزان تخصیص بودجه افراد به آموزش، نقش چگونگی بینش افراد به آموزش به‌عنوان یک ارزش The role of the amount of budget allocated to education, the role of how people perceive education as a value	سطح مشتریان Customer level	عوامل محیط خرد Micro environmental factors	
0.64	0.83	4.23	شناسایی خط‌مشی رقبا و انعطاف‌پذیری آن‌ها، وضعیت ساختار شرکت‌های رقیب، شناسایی رقبای شرکت و جایگاه آن‌ها در بازار Identifying competitors' policies and their flexibility, the status of competing companies, identifying the company's competitors and their position in the market	سطح رقبا و دانش آن‌ها The level of competitors and their knowledge		
0.25	0.52	3.54	فعالیت‌های بازاریابی، ایجاد کانال‌های ارتباطی پویا، ثبات راهبردی و خلق ارزش Marketing activities, creating dynamic communication channels, strategic stability and value creation	ارتباط‌های یکپارچه بازاریابی Integrated marketing communications	ارتباطات پایدار و بازاریابی رابطه مند Stable communication and relationship marketing	
0.77	0.91	4	تشکیل گروه‌های مختلف اجتماعی، سرمایه‌گذاری در فرهنگ محلی همکاری با مدارس و مراکز آموزشی، همکاری در استاندارد نویسی با مراکز آموزشی دولتی Forming different social groups, investing in local culture, Cooperation with institutes and educational centers, cooperation in standardization with government educational centers	شبکه‌سازی اعتماد و ظرفیت‌سازی اجتماعی Networking trust and building of social capacity		راهبردها Strategies
0.56	0.74	4	خلاقیت، نوآوری، قفل درونی، یادگیری فعال Creativity, innovation, inner lock, active learning	تخریب خلاق Creative destruction	نوآوری تحول‌آفرین Transformational innovation	

0.64	0.83	4.23	تأکید بر شباهت‌ها و تفاوت‌ها با سایر رقبا، الهام گرفتن از فعالیت‌های موفق رقبا Emphasis on similarities and differences with other competitors, inspiration from successful competitors' activities	الگو برداری Benchmarking		
0.25	0.52	3.54	برنامه‌ریزی درسی، مهارت در ساخت برنامه‌های مؤثر، نیازسنجی آموزشی منطبق با بازار کار، کنترل و بازخورد Curriculum planning, skills in making effective programs, educational needs assessment based on labor market, control and feedback	تعیین اهداف آموزشی و پیش‌بینی عملیات و فعالیت‌های آموزشی Determining educational goals and predicting educational operations and activities	برنامه‌ریزی آموزشی Educational planning	
0.77	0.78	4.46	خدمات پس از فروش، ایجاد ارزش اضافی برای مشتری، کارایی برای مشتری، طراحی و توسعه خدمات جدید مبتنی بر نیازسنجی و بازخورد از مشتری After-sales service, creating additional value for the customer, job search for the customer, Design and development of new services based on needs assessment and customer feedback	ویژه سازی خدمات Specialization of services	بازاریابی رابطه‌ای Relationship marketing	
0.53	0.38	3.85	کارآفرینی، اشتغال و درآمدزایی Entrepreneurship, employment and income generation	رونق اقتصادی اشتغال‌زایی Economic prosperity, job creation	ارزش برای جامعه Value for society	
0.17	0.45	3.87	کشف و پرورش استعداد های ناب استقرار یک نظام آموزشی کارآمد Discovery and cultivation of pure talents, establishing an efficient education system	گسترش توانایی و عملکرد افراد Expansion of the ability and performance of the people		پیامدها Outcomes
0.53	0.65	4.38	توسعه مزیت‌های نسبی و رقابتی، سهم بازار و وفاداری مشتریان، توسعه فضای رقابتی و بهبود فضای کسب و کار Development of comparative and competitive advantages, market share and customer loyalty, Development of competitive environment and improvement of business environment	ایجاد فضای رقابتی سالم Creating a healthy competitive environment	ارزش برای سازمان Value for the organization	
0.53	0.6	4.23	اطمینان از محقق شدن وعده‌های داده شده به مشتری، جایگاه‌یابی واقعی برند میان رقبا، بهبود شاخص‌های رضایت مشتری Ensuring the fulfillment of the promises given to the customer, the real positioning of the brand among the competitors, improving the customer satisfaction indicators	رضایتمندی مشتری customer satisfaction	ارزش برای مشتری Value for the customer	
0.22	0.53	3.65	تجدیدنظر در تدوین سرفصل‌های آموزشی طبق استانداردهای موجود در بازار کار Revision of educational topics according to the standards in the labor market	توجه به استانداردهای کمی و کیفی آموزش Paying attention to the quantitative and qualitative standards of education	بهبود کیفی آموزش Improving the quality of education	پدیده محوری I phenomenon orientation
0.54	0.55	4.28	بهره‌مند نمودن کلیه مناطق از امکانات آموزشی Shortage of educational facilities in all areas	توسعه متوازن آموزش فنی و حرفه‌ای Balanced development of technical and vocational education		

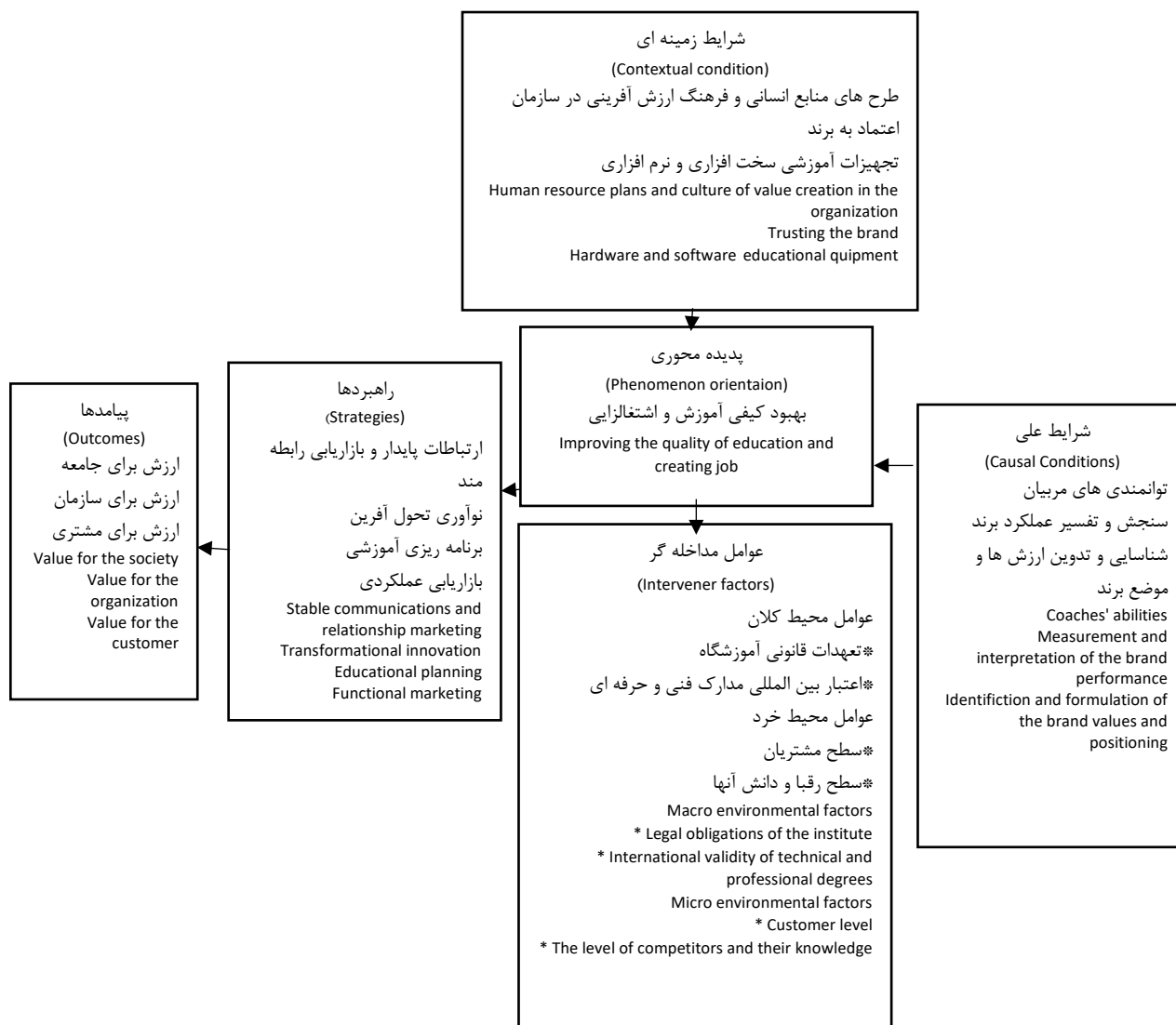
0.31	0.61	3.71	جمع‌آوری و تحلیل اطلاعات در خصوص بازار کار منطقه، ارائه آموزش‌های بازار کار Collecting and analyzing information about the labor market in the region, providing labor market training	هم‌راستایی آموزش‌ها با وضعیت اشتغال Alignment of education with employment status	
0.42	0.77	4.32	توجه به بودجه‌های تحقیقاتی و تجهیز آزمایشگاه‌ها و مراکز علمی و پژوهشی به امکانات به‌روز و کافی Paying attention to research budgets and equipping laboratories and scientific and research centers with up-to-date and sufficient facilities	هم‌راستایی آموزش‌ها با برنامه‌های اقتصادی و توسعه صنعتی Alignment of education with economic and industrial development programs	
0.62	0.69	3.91	خلاقیت در آموزش مطابق با فناوری روز و منطبق با نیازهای بازار کار Creativity in education in accordance with modern technology and in accordance with the needs of the labor market	هم‌راستایی آموزش‌ها با پیشرفت فناوری Alignment of education with the advancement of technology	
0.66	0.58	4.41	شناخت آینده حرفه‌ها و مشاغل آینده، فناوری اطلاعات، رباتیک، نانوتکنولوژی، فناوری زیستی، استفاده از انرژی‌های نو، تربیت نیروی مناسب و توانمند متناسب با این مشاغل و حرفه‌های جدید آینده. Understanding the future of future professions and jobs, information technology, robotics, nanotechnology, biotechnology, use of new energies, training of appropriate and capable workforce tailored to these new jobs and professions of the future	آینده‌پژوهی شغلی Career futures research	
0.48	0.67	4.88	آشنایی کارآموزان فنی و حرفه‌ای با بازار کار، قبل و حین انتخاب رشته مهارتی، تهیه دفترچه اطلاعاتی کامل در مورد نیاز انواع شغل‌ها و نیاز کارگاه‌ها Familiarization of technical and professional trainees with the labor market, before and during the selection of the skill field, preparation of a complete information booklet on the needs of different types of jobs and the needs of workshops	اشتغال‌زایی Job creation آشنایی کارآموزان با بازار کار Introduction of the interns to the labor market	
0.54	0.81	3.95	پیش‌بینی منابع انسانی و توجه به تفاوت‌های فردی، آموزش متناسب با استعداد و قابلیت هر فرد Predicting human resources and paying attention to individual differences, training tailored to the talents and abilities of each individual	مشاوره و هدایت شغلی صحیح Counselation and proper career guidance	

سمت شیوه‌های مدرن و آموزشی جدید است. شخصیت و هویت برند در آموزشگاه‌ها به معنای بازتاب کاملی از آنچه یک سیستم می‌سازد، اجرا می‌کند و می‌گوید، است [۳۱]. در واقع اگر یک آموزشگاه به صورت منسجم و یکپارچه در مسیر کاربردی و نیازسنجی مهارت‌های موجود بازار فعالیت کند در حال شکل‌دهی به تصویر پویا و اشتغال محور از خود در ذهن مخاطبین است. طراحی و اعتباریابی الگوی بهبود کیفی آموزش و اشتغال‌زایی چگونه است؟ برای پاسخ به این سؤال ابتدا مقوله‌ها

تقویت و توسعه آموزش‌های فنی و حرفه‌ای را می‌توان به‌عنوان مؤثرترین راه ورود به بازارهای جهانی و حتی رقابت در عرصه‌های بین‌المللی برشمرد. آموزش‌های فنی و حرفه‌ای نقش اساسی و تأثیرگذاری را در امر اشتغال ایفا می‌کنند. ارتقاء اثربخشی و کارایی در حوزه تولید و اشتغال نیازمند تقویت و توسعه آموزش‌های فنی و حرفه‌ای و مهارتی است. یکی از راهکاری مؤثر در راستای توانمندسازی و انتقال دانش مهارتی، ارائه آموزش‌های نوین و خروج از شیوه‌های آموزش سنتی به

طبقه‌بندی مفاهیم مشابه ۳۳ مقوله فرعی منفک شد. الگوی پارادایمی نیز مورد تأیید عنفر از خبرگان قرار گرفت. شکل شماره (۲) مدل پارادایمی پژوهش را نشان می‌دهد.

و دسته‌بندی‌ها بعد از تأیید خبرگان در الگو کدگذاری شدند که در مجموع در این مرحله ۲۳۰ کد از ۱۳ مصاحبه و بررسی مستندات و تجربیات آموزشی مؤثر و سایر منابع، استخراج شده است. با مقایسه و طبقه‌بندی کدهای مشابه ۹۰ مفهوم استخراج شده و در نهایت از طریق



شکل ۲: الگوی بهبود کیفی آموزش و اشتغال‌زایی منبع: یافته نگارندگان
 Fig 2: Pattern of improvement, the quality of education and employment, source: Authors' find in

نتیجه‌گیری

همچون ابعاد هویت برند، شخصیت برند و هویت بصری برند هست. ارزش‌افزوده‌ای که شخصیت برند برای کیفیت آموزش به همراه می‌آورد سوای منافع کارکردی آن است. هویت بصری برند نیز همانند شخصیت برند، سازمان را منحصر به فرد می‌کند و چاشنی کسب‌وکار است که ما را از هر شخص و با شرکت دیگری که در تجارت همانم ماست، جدا خواهد کرد. به‌گونه‌ای که برای پی‌ریزی یک الگوی آموزشی ارزش‌آفرین و اثربخش در ابتدا باید به نشان و نشان‌واره مفهومی آن و اصالت و اعتباری

پژوهش حاضر بر پایه شرایط واقعی ایران و در بازار امروزی، توانسته است نشان دهد چه شرایط علی، زمینه‌ای و راهبردهایی خوب و مناسب است و باعث می‌شوند تا یک مرکز آموزشی بتواند موفق عمل کند و به سودآوری مالی و اجتماعی برسد. نتایج این مقاله که به‌منظور طراحی و اعتباریابی الگوی بهبود کیفی آموزش و اشتغال‌زایی در آموزشگاه‌های فنی و حرفه‌ای تدوین شده است، نشان داد که پدیده طراحی و اعتباریابی الگوی بهبود کیفی آموزش و اشتغال‌زایی، متأثر از عوامل گوناگونی

منابع و مأخذ

- [1] Abbaspour A, Mojtabazadeh M, Maleki H, Frostkhan M. [Development of conditional factors as to native model accreditation for Iran's higher education system]. *Quarterly Journal of Research on Educational Leadership & Management*. 2016; 2 (6): 1-30. persian.
- [2] MahdaviNasab Y, Fardanesh H, Talaei E, Hatami J. [The design and trial of an educational game based on a fifth grade course]. *Journal of Education*. 2017; 32 (4): 9-40. persian.
- [3] Zarei Zavaraki I, Ghasemi Sameni M, Ghomsheh M. [The effect of using the five-step teaching method of Babi on the learning rate and academic achievement motivation of high school students]. *Journal of Psychological Studies and Educational Sciences*. 2016; 2 (1): 76-86. persian.
- [4] Yuan L, Powell S. *CETIS MOOCs and Open Education: Implications for Higher Education*. Bolton: The University of Bolton; 2013.
- [5] Dortaj F, Zarei Zavaraki E, Aliabadi Kh. [Design and validation of Mooc model-based distance education for students]. *Journal of Educational Psychology*. 2017; 13 (44): 83-108. persian.
- [6] Shariati F, Beidakhti A, Najafi M. [Providing a model for improvement of the Quality of Technical and Vocational Training: with considering requirements of a knowledge-based economy]. *Journal of Research in Educational Systems*. 2020; 13 (47): 41-54. persian.
- [7] Homburg C, Jozi c D, Kuehnl Ch. Customer experience management: toward implementing an evolving marketing concept. *Journal of the Academy of Marketing Science*. 2015; 45(3): 377-401.
- [8] Lepak D, Ken S, Taylor S. Value creation and value capture: A Multilevel perspective. *Academy of Management Review*. 2007; 32(1): 1-19.
- [9] Ma yfield J, Mayfield M. Sharbrough W. Strategic vision and values in top leaders' communications motivating language at a higher level. *International Journal of Business Communication*. 2015; 52(1): 97-121.
- [10] Fardanesh H, Karami M. [Identifying the model of optimal educational design for industrial education]. *Curriculum Studies*. 2008; 3 (8): 106-131. persian.
- [11] Dossti H, Khorasani A, Beigi Y. [Measuring training effectiveness of skill-based training in the industry sector]. *Journal of Engineering Education*. 2013; 15(58): 47-65. persian.
- [12] Sharifi Asadi F, Khorasani A, Fathi K, Salehi E. [Determination of employability skills of academic graduates with exploratory mixed method approach]. *Journal of Theory and Practice in Curriculum*. 2019; 7(13): 29-52. persian.

که برای آموزشگاه ایجاد می‌کند توجه ویژه نمود. تعیین، تعریف و شفاف‌سازی هویت بصری برند و جایگاه‌یابی مناسب آن در ادراک گروه‌های مخاطب مسأله‌ای مهم بوده است و با نتایج پژوهش تایینز و هایینگ (Tianze & Haiying) [۳۲] مطابقت دارد. به‌علاوه ایجاد چهارچوب ارزش‌های جامعه‌محور و کارآفرینی و اخلاقی عمل کردن به‌نحوی که اعتماد عمومی تقویت شود به معنای دنبال نمودن منافع عمومی با پاسخ‌گویی و شفافیت و خدمت کردن به‌صورت حرفه‌ای همراه با شایستگی، کارایی و بی‌طرفی و احترام، برابری و عدالت در رفتار با مشتریان است که به‌طور ضمنی با یافته‌های مدل علی حلقوی همخوانی دارد. علاوه بر این چگونگی عملکرد کارآفرینانه آموزش موضوعی است که بسیار حائز اهمیت است. سنجش و پایش مستمر عملکرد سازمان می‌تواند به‌عنوان ابزار مدیریتی قدرتمندی به مدیران در جهت نیل به اهداف کلی و استراتژیک سازمان‌ها کمک کند. بدیهی است بدون در اختیار داشتن منابع انسانی کارآمد، سازمان قادر به ایجاد تحول، توسعه و تعالی، تحقق الگوی استراتژیک و نیل به اهداف تعیین‌شده نخواهد بود. راه تحقق این امر، توسعه مدیریت و راهبری سازمان و ایجاد ساختاری کارآمد باهدف توسعه منابع انسانی ارزش‌آفرین است. توسعه هدفمند منابع انسانی مبتنی بر الگوهای کارآمد یکی از راه‌های مؤثر افزایش کیفیت آموزش سازمان خواهد بود. مدیریت منابع انسانی کارآفرینانه به دنبال ایجاد نوعی از تعهد است که منابع انسانی نسبت به سازمان داشته باشند و بر توسعه منابع انسانی و ایجاد نگرش مثبت به سازمان متمرکز شده است. در این صورت کارکنان، سازمان را محیط مطلوبی دانسته و به شناسایی اهداف سازمان و تلاش در جهت دستیابی به اهداف سازمان تشویق می‌شوند. محیط رقابتی پویاتر از قبل شده و سازمان‌ها برای رسیدن به موفقیت، به سمت ایجاد ارزش حرکت می‌کنند. موارد اعلام‌شده با نتایج پژوهش‌های مجتبی زاده و همکاران [۱]، شریعتی و همکاران [۶] مشابهت دارد. در آخر می‌توان نتیجه گرفت که متخصصان، الگوی طراحی‌شده به‌منظور بهبود کیفی آموزش و اشتغال‌زایی در آموزشگاه‌های فنی و حرفه‌ای را مطلوب ارزیابی کردند. در نتیجه می‌توان از این الگو در آموزشگاه‌ها بهره برد.

مشارکت نویسندگان

تمام نویسندگان به نسبت مساوی در این پژوهش مشارکت داشتند.

تشکر و قدردانی

پژوهش حاضر مستخرج از رساله دکتری زهرا سادات منتظری، گروه مدیریت بازرگانی، دانشکده مدیریت، مصوب پژوهشی دانشگاه آزاد اسلامی تهران جنوب است و هیچ‌گونه حامی مالی نداشته است. بدین‌وسیله نویسندگان از همکاری شورای پژوهشی دانشگاه آزاد اسلامی تهران جنوب نهایت سپاس را دارند.

تعارض منافع

«هیچ‌گونه تعارض منافع توسط نویسندگان بیان نشده است».

- [26] Danaeefard H, Alvani M. *Methodology of qualitative management research: A comprehensive approach*. Tehran: Ishraqi Publications; 2019.persian.
- [27] Strauss A. Corbin J. *Basics of qualitative research: Techniques and procedures for developing grounded Theory*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications; 2008.
- [28] Glaser G. Barney. Conceptualization: On theory and theorizing, using grounded theory. *International Journal of Qualitative Methods* .2002; 1(2): 23-38.
- [29] Charmaz K. Discovering chronic illness: Using grounded theory. *Social Science and Medicine*. 1990; 30(11): 1161-1172.
- [30] Ayre C, Scally A. J. Critical values for Lawshe's content validity ratio: revisiting the original methods of calculation. *Measurement and Evaluation in Counseling and Development*.2014; 47(1): 79-86.
- [31] Farivar J, Jalali A, Tabasi A. [Investigating quality evaluation models in the technical and vocational education system of the country]. National Conference on Pathology of the country's educational system, 2017.
- [32] Tianze L, Haiying W. Service branding: a perspective of value co-creation orientation. *Service Science and Management*.2018 ; 11(2): 256-266.
- [13] Taghipour M, Dehkordi M, Hosseini L. *Investigating the role of technical and vocational education based on demand-oriented using SWOT model*. Paper presented in the 5th National Conference and Fourth International Conference Skills training and employment: 2016
- [14] Mohammadi M, Marzooghi R, Salimi Gh, Mansoori S. [The effect of combined education on success and satisfaction of technical and professional education system]. *Journal of Teaching and Learning Studies*. 2017; 9(1): 91-108. Persian.
- [15] Khosravi R, Faradanesh H. [Project-based educational design model by constructivist approach]. *Journal of Management and Planning in Educational Systems*. 2013; 6 (11): 67-87. persian.
- [16] Ardalan A, Vazifehdoost H, Nikokram H. [Planning the future of Iran with nation branding]. *Future Studies Management*. 2019; 30(116): 153-169. Persian.
- [17] Rojewski W. Preparing the framework of tomorrow: A conceptual framework for career and technical education. *Journal of Vocational Education Research*. 2002:27(1).
- [18] Chernatony L. *From brand vision to brand evaluation the strategic process of growing and strengthening brands*. 2nd edition. Great Britain: MPG Books Ltd, Cornwall; 2010.
- [19] Forrester W. The model versus a modeling process. *System Dynamics Review*.1985: 1(1); 133-134.
- [20] Mass N. *Stock and flow variables and the dynamics supply and demand*. Massachusetts: Cambridge; 1991.
- [21] Aslizadeh A, Ramezani R. [Vocational education & training systematization according dynamic systems model]. *Journal of Industrial Management*. 2008; 3(6): 83-92. Persian.
- [22] Mehrabi S, Zamani B, Rashid B. [Identifying and prioritizing of the effective factors on brand building of virtual education at the university of Isfahan]. *Information and Communication Technology in Educational Sciences*. 2016; 6 (3): 41-66. persian.
- [23] Moghimi M, Khanifar H, Ordibehesht M, Sharifee M. [Providing skill-driven education model for media entrepreneurship development]. *Entrepreneurship Development*. 2019; 11(4): 681-700. Persian.
- [24] Karimian L, Amirshahi M, Heidarzadeh K, Ghafari F. [Designing a branding model for commercial insurance companies in Iran with the help of a mixed research method]. *Consumer Behavior Studies*.2019; 6(1): 245-265. persian.
- [25] Tavakoli A. Design provide an effective learning model in distance learning. 2nd International Conference on Humanities, Psychology and Social Sciences: 2015.

معرفی نویسندگان

AUTHOR(S) BIOSKETCHES



زهرا اسادات منتظری مولف ۶ جلد کتاب در زمینه مدیریت و حسابداری می‌باشند و بیش از ۲۰ استاندارد بین‌المللی دارای کد ایسکو در زمینه آموزش را در سامانه ملی مهارت تدوین نموده‌اند. و چندین مقاله علمی پژوهشی در زمینه‌های آموزشی و کسب و کار به چاپ رسانده‌اند.

Montazeri, Z. PhD at Business Management, South Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran.

st_z_montazeri@azad.ac.ir



رضا آقاموسی استادیار دانشگاه مدیریت و حسابداری آزاد تهران جنوب و دکترای مدیریت بازرگانی است. فعالیت‌های آموزشی و پژوهشی خود را در دانشکده مدیریت دانشگاه آزاد آغاز نمود و مؤلف چندین جلد کتاب و دارای بیش از ۱۵۰ مقاله علمی پژوهشی است.



عادل فاطمی استادیار دانشگاه آزاد فنی و مهندسی سنندج و دکترای رشته آمار است. فعالیت‌های آموزشی و پژوهشی خود را در دانشگاه آزاد فنی و مهندسی سنندج آغاز نمود و مؤلف چندین جلد کتاب و دارای بیش از ۱۵۰ مقاله علمی پژوهشی می‌باشند.

Fatemi, A. Assistant professor, Department of Statistics, Sanandaj Branch, Islamic Azad University, Sanandaj, Iran.

fatemi@iausdj.ac.ir

Aghamoosa ,R. Assistant professor, Business Management, South Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran.

r-aghamosa@azad.ac.ir




عبدالله نعیمی استادیار دانشگاه مدیریت و حسابداری آزاد تهران جنوب و دکترای مدیریت بازرگانی است. فعالیت‌های آموزشی و پژوهشی خود را در دانشکده مدیریت دانشگاه آزاد آغاز نمود و مؤلف چندین جلد کتاب و دارای بیش از ۱۵۰ مقاله علمی پژوهشی است.

Naami , A. Assistant professor, Business Management, South Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

a_noami@azad.ac.ir

Citation (Vancouver): Montazeri Z, Aghamoosa R, Naami A, Fatemi A. [Design and validation of quality improvement model of education and job creation (case study at Tehran's technical and vocational institutes). *Tech. Edu. J.* 2021; 15(4): 707-721.

 <http://dx.doi.org/10.22061/tej.2021.7180.2506>



COPYRIGHTS



©2021 The author(s). This is an open access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution (CC BY 4.0), which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, as long as the original authors and source are cited. No permission is required from the authors or the publishers.