

سناریو پردازی آینده تاثیر گذاری تعالی سازمانی بر مدیریت بازاریابی در حوزه دانشگاه ها

نسیم حیدری

گروه مدیریت بازرگانی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

وحیدرضا میرابی (مسئول مکاتبات)

گروه مدیریت بازرگانی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

vrm1398.mirabi@gmail.com

جلال حقیقت منفرد

گروه مدیریت بازرگانی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹-۰۸-۱۹ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱-۰۵-۲۶

چکیده

در این تحقیق به بررسی سناریو پردازی آینده تاثیر گذاری تعالی سازمانی بر مدیریت بازاریابی در حوزه دانشگاه ها پرداخته شد. جامعه آماری این تحقیق شرکت کنندگان متخصصین یا خبرگان می باشند. آنها با خصوصیات دانش و تجربه در موضوع، تمایل، زمان کافی برای شرکت و مهارت های ارتباطی مؤثر نیاز دارند. نمونه آماری این تحقیق ۱۰ نفر از خبرگان این صنعت به منظور مصاحبه انتخاب شده اند. ابزار گردآوری اطلاعات در این تحقیق، تحقیقات میدانی شامل کتاب، مقاله، اینترنت ویا هر مرجع ومنبع مناسب علمی یافته های تجربی وپرسش از نخبگان ومتخصصین حوزه های مرتبط (مصاحبه) می باشد. بعد از انجام مراحل مصاحبه به تجزیه و تحلیل اطلاعات پرداخته شد. روش تجزیه و تحلیل مصاحبه تحلیل تم است. تحلیل تم روشی برای تعیین، تحلیل و بیان الگوهای (تم ها) موجود درون داده ها است. اصلی ترین تم های استخراج شده از تحقیق کنونی عبارت اند از زمینه منابع انسانی، مدیریت ارزش و شناسایی رقبا است. بعد از این مرحله به سناریو پردازی وضعیت دانشگاه آزاد در آینده پرداخته شد. در سناریوی اول، چشم انداز ۱۰ سال آینده دانشگاه آزاد در ایران در صورت ادامه وضع موجود، چندان مطلوب ارزیابی نمی شود. با ادامه روند فعلی، سهم دانشجویان دانشگاه با توجه به ظرفیت های آن در کشورمان بسیار اندک است. در سناریو دوم (رشد سریع و هم پیوندی با جهان) پیشنهاد شده تا ایران از طریق جذب هرچه بیشتر دانشجو با اقتصاد جهانی پیوند برقرار سازد. سناریو سوم رشد متعادل و هم پیوندی با جهان می باشد. رشد ۳۰ درصدی ورود دانشجویان به دانشگاه از اهداف این سناریو است.

کلمات کلیدی: مدیریت بازاریابی، تعالی سازمانی، تحلیل تم، سناریو پردازی

مقدمه

مدیریت کنند و با موفقیت محصولات جدیدی را وارد بازار کنند. (مظفری و همکاران، ۱۳۹۷) افزایش توجه به تعالی و مدل‌های این چینی این امکان را به شرکتها میدهد که سازمانها بهتر از گذشته به دلیل افزایش ضابطه مندی و ساختارهای توأم با ارزیابی مداوم، به سودآوری و اهداف اقتصادی خود برسند. (قاسمی و نادری، ۲۰۱۶)

مدل تعالی سازمانی ابزاری برای کمک به سازمان‌ها به منظور سنجش میزان قرار داشتن در مسیر تعالی سازمانی و رشد متوازن است. (سازگارگری، ۱۳۹۷) بسیاری از شرکتهای مطرح دنیا سعی دارند با ارائه الگویی در زمینه عوامل مؤثر بر تعالی سازمانی، مدل‌های تعالی را تغییر و از آن بهره بگیرند. (قاسمی، ۲۰۱۳)

مدل تعالی راهی برای شناسایی سازمانهای سرآمد و معیارهای حاکم بر رفتار آنها در زمینه کیفیت و تعالی عملکرد است. در این میان، مدل بنیاد اروپایی مدیریت کیفیت از شناخته‌ترین مدل‌های تعالی و دارای بیشترین کاربرد در ارزیابی عملکرد سازمانهاست. (مولر، ۲۰۰۱) مدل تعالی سازمانی بر پایه توجه به ۹ معیار شکل گرفته که با یکدیگر ارتباط متقابل دارند. در این میان پنج معیار "توانمندساز" یک سازمان محسوب می‌شوند و چهار معیار دیگر "نتیجه" عملکرد و دستاورد فعالیت سازمان هستند. در واقع از طریق بررسی عوامل توانمندساز شامل رهبری، استراتژی، منابع و فرایندها در مورد نتایج مشتریان، کارکنان و جامعه نتیجه گیری می‌شود. (یوسفی نژاد، ۲۰۱۵)

دانشگاه آزاد اسلامی چندین سال است که در موضوع جذب دانشجویان با توجه به رقابت شدید بین دانشگاهی و کاهش تقاضا برای ورود به دانشگاه تضعیف شده است. توجه مدل‌های تعالی سازمانی برای تقویت و بهبود عملکرد و بهره‌وری سازمانی میتواند زمینه انضباط بهتر این دانشگاه و افزایش توانمندی در زمینه بازاریابی برای سازمان به همراه داشته باشد. به عبارتی مدل تعالی این امکان را به دانشگاه

به منظور توسعه یک سیستم آموزشی، ارزیابی کیفیت خدمات آموزشی از طرف متقاضیان آن دارای اهمیت بسزایی است. (مراغی و همکاران، ۱۳۹۸). در سالهای اخیر، تعداد مؤسسات آموزش عالی در سراسر جهان به طور چشمگیری افزایش یافته است (زانگ^۱، ۲۰۱۶). با توجه به روند افزایش تقاضا در آموزش عالی و رقابت دانشگاهها در به دست آوردن جایگاه برتر، مباحث مرتبط با کیفیت آموزش عالی و ارزیابی آن مورد توجه قرار گرفته است (میری، ۱۳۸۸)

پایین بودن کیفیت آموزش عالی در ایران خود را به صورت یک مسأله ملی برای کارشناسان و محققان نشان داده است و ضعف‌ها و نارسایی‌ها در فرآیند تدریس نظام دانشگاهی نشانی از فقدان ساز و کارهای مناسب برای آموزش این نهاد بوده و کاستی‌های موجود در برنامه‌های آموزشی عامل موثری در بروز مشکلات موجود در آموزش عالی میباشد. (شیر طاهری، ۱۳۹۸) بی توجهی به زمینه‌های کیفیت تدریس و توجه بیش از حد بر برون‌دادهای پژوهشی منجر به عدم کارایی برنامه‌های نظام آموزش عالی گردیده است. (کدل و همکاران، ۲۰۱۲)

مدیریت بازاریابی روشی نظام مند به منظور توسعه و ایجاد اطلاعات برای فرآیند تصمیم‌گیری مدیران بازاریابی می‌باشد. (دیوکا^۲، ۲۰۱۷) در دنیای رقابتی امروز، رضایت مندی مشتری و مصرف‌کننده، عامل اصلی کسب مزیت رقابتی سازمان‌هاست و لازمه جلب رضایت آنها، تأمین کامل نیازها و شناسایی دقیق خواسته‌ها، انتظارات، تمایلات، توانائی‌ها و محدودیت‌های آنها در تهیه و خرید محصولات و خدمات است. با دستیابی به چنین اطلاعاتی میتوان در جریان افتادن فعالیت‌های بازرگانی گام برداشت. (عبدالمالکی^۳، ۲۰۱۶) قابلیت‌های بازاریابی، شرکتها را قادر می‌سازد تا روابط مستحکمی را با مشتریان ایجاد و

⁴ Abdolmaleki
⁵ model excellence
⁶ Moeller

¹ ZHANG
² Koedel
³ Divoka

آزاد میدهد که بتواند دید سیستمی به ابعاد مختلف سازمانی داشته باشد و با استفاده از ارزیابی صحیح زمینه دستیابی به سطح مطلوب عملکرد را داشته باشد. وبه تصویر مطلوب در دستیابی به اهداف خود که تقویت و رشد علمی کشور است، دست یابد. افزایش دستیابی دانشگاه آزاد اسلامی به اهداف و مأموریت‌های سازمانی، زمینه لازم را برای توانمندی رقابتی و بهبود بازاریابی و ابعاد مرتبط به آن را فراهم می‌نماید.

سناریوهای آینده، متن‌های توصیفی از وضعیت ممکن‌تری در آینده نامعلوم است که از انسجام درونی منطقی برخوردار باشند. استفاده از تکنیک‌های آینده‌نگاری^۷ به ویژه تکنیک «سناریوهای آینده» برای آماده سازی برنامه‌ریزان و سیاستگذاران بازاریابی برای شناخت فرصت‌ها و تهدیدات آینده و آمادگی برای استقبال از فرصت‌های پیش‌رو و تجهیز برای مواجهه با تهدیدات گزینه مناسبی خواهد بود. (کوال^۸، ۱۹۹۶) بدیهی است در این مطالعه بسته به امکان دسترسی به متخصصان مرتبط عملکردهایی که رابطه وسیعتری با موضوع دارند مورد نظر خواهد بود. چه کسی می‌داند که ده سال آینده چه چیزی ظهور می‌کند که دنیای کاری ما را تحت‌تأثیر قرار دهد؟ مدیران بازاریابی بیش از هر چیز مایلند که بدانند دگرگونی‌های آینده چگونه خود را در بازار نشان می‌دهند. این امر را هیچگاه نمی‌توان با دقت دریافت ولی در اختیار داشتن اطلاعات از عوامل موثر بر تغییرات بازار، می‌تواند خطر دست زدن به اشتباه‌های بزرگ را کاهش دهد. یکی از راه‌های مصون ماندن از خطر تغییرات و دگرگونی‌های پرشتاب بازار، داشتن گزینه‌ها و سناریوها و دستورالعمل‌های مختلف برای موقعیت‌های متفاوت است که آنها را بتوان در پی تغییر در عوامل پایه ای پیش‌بینی‌ها، جانشین راهبردهای قبلی نمود.

با افزایش ظرفیت دانشگاه‌های دولتی، شبانه، غیرانتفاعی، پیام‌نور و علمی کاربردی در تمام مناطق کشور، کاهش رشد جمعیت جوان و همچنین کاهش علاقه مندی شهروندان به ادامه تحصیلات دانشگاهی، دانشگاه آزاد

اسلامی با کاهش ورودی دانشجویان مقاطع کاردانی و کارشناسی (به استثنای تهران) مواجه شده است. به تعبیر دیگر درگذشته با تقاضای زیاد ورود به دانشگاه، رقابت شدیدی بین شهروندان متقاضی تحصیلات تکمیلی وجود داشت و تمامی ظرفیتهای دانشگاه‌های موجود کشور کامل میشد اما با روند فعلی، ظرفیتهای دانشگاه‌ها خالی مانده است و با توجه به اینکه دانشگاه آزاد بزرگترین دانشگاه کشور محسوب میشود و از امکانات دولتی نیز بی‌بهره است لذا باید چاره‌های در این خصوص اندیشه و اجرا شود. اگر تا چندی پیش فقط با اعلام ظرفیت، دانشگاه میتوانست دانشجو جذب نماید، در وضعیت کنونی میباید با استفاده از تمامی روشهای بازاریابی، شهروندان مستعد ادامه تحصیل در مقاطع دانشگاهی را جذب نمود.

هادوی و دیگران (۱۳۹۲) در پژوهشی با عنوان " اثر اجرای مراحل برنامه ریزی استراتژیک بر تعالی سازمانی " بیان نمودند که پیچیدگی روزافزون سازمان‌ها از عواملی است که بیش از هر چیز جهان را دچار مشکل کرده است و باعث کاهش توانایی انسان در اداره آن شده است.

حیدریه (۱۳۹۳) در پژوهشی با عنوان اثرات استقرار نظام تعالی سازمانی بر اساس مدل جهانی EFQM بر مدیریت موجودی در اداره آب و فاضلاب استان سمنان (مطالعه موردی اداره آب و فاضلاب شهر سمنان) بیان می‌کند که مدل‌های تعالی روش مناسبی برای ارزیابی عملکرد سازمانها می‌باشند.

جاویدان و همکاران (۱۳۹۵) به بررسی نقش مهارت برنامه ریزی مدیران در سیستم‌های تعالی سازمانی، پرداختند. این مقاله نقش مهارت برنامه ریزی استراتژیک در سیستم‌های تعالی سازمانی (EMSs) را بررسی و تحلیل می‌نماید

محمدی (۱۳۹۶) به ارزیابی عملکرد سازمان با استفاده از مدل تعالی سازمانی EFQM پرداختند. نتایج پژوهش نشان داد که شرکت در تمامی مولفه‌های مدل EFQM در وضعیت نامطلوبی قرار دارد.

⁸ Kvale

⁷ foresight

هدف پژوهش تبیین و پیش بینی می باشد. تحقیق حاضر از نوع تحقیق کیفی و جهت گیری آن بنیادی است. هدف از تحقیقات بنیادی «گسترش مرز علم و دانش» است. منجر به «تولید علم» می شود یا نظریه و نظریه های قبلی در آن رشته را تکمیل می کند و یا به نقد نظریه های قبلی پرداخته و افق جدیدی را به روی انسان باز می کند. کار در دو فاز صورت می پذیرد. در فاز اول روش تحلیل تم و در مرحله بعد نیز آینده پژوهی که از روش سناریوپردازی استفاده می شود.

مهم ترین روش های گردآوری اطلاعات در این تحقیق بدین شرح است:

مطالعات کتابخانه ای: جهت گردآوری اطلاعات در زمینه مبانی نظری و ادبیات تحقیق موضوع، از منابع کتابخانه ای، مقالات، کتاب های مورد نیاز و نیز از شبکه جهانی اطلاعات استفاده شده است.

تحقیقات میدانی: به منظور جمع آوری داده ها و اطلاعات برای تجزیه و تحلیل از روش مصاحبه استفاده گردیده است.

جامعه آماری این تحقیق شرکت کنندگان کلیه متخصصین یا خبرگان در حوزه امور دانشگاه آزاد شامل مدیران، معاونین، اساتید و دانشجویان نمونه می باشند. در تحقیقات کیفی تعداد شرکت کنندگان معمولاً کمتر از ۵۰ نفر و اکثراً ۱۵ تا ۲۰ نفر بوده است. که در این تحقیق ۱۰ نفر از خبرگان این صنعت به منظور مصاحبه انتخاب شده اند.

مصاحبه بدون شک یکی از پرکاربردترین تکنیک ها برای هدایت پژوهش اجتماعی نظام مند است. به کار گرفتن روش مصاحبه در تحقیقات نیازمند رعایت مراحل خاصی است. وال (۱۹۹۶) به هفت مرحله در فرایند مصاحبه اشاره میکند: تعیین موضوع، طراحی، موقعیت مصاحبه، نسخه برداری (رونویسی کردن)، تحلیل، تائید، گزارشگری.

سوالات مصاحبه تحقیق حاضر:

- در حوزه های سیاسی مانند تحریم، ثبات، قوانین و غیره ، در حوزه های اقتصادی مانند نرخ ارز، تورم، رشد و غیره، در حوزه ی تکنولوژی مانند کارایی، اثر بخشی،

زتزیک و همکاران (۲۰۱۲) در تحقیقی با عنوان "استراتژی غیرمتجانس با محیط: اجرای مدیریت کیفیت جامع در سازمان های تولیدی" بیان نمودند که این تحقیق به بررسی چگونگی جهت گیری استراتژیک مناسب سازمان در اجرای مدیریت کیفیت جامع در حوزه عملکرد می پردازد. کالوو و همکاران (۲۰۱۵) در تحقیق تحت عنوان "تجزیه و تحلیل متنی و میانجیگری بین عوامل مهم TQM و نتایج سازمانی در چارچوب مدل تعالی EFQM" بیان می کنند که پس از یک رویکرد مدیریت کیفیت جامع (TQM) و چارچوب مدل EFQM، هدف این سهم به مطالعه تاثیر عوامل اجتماعی مدیریت کیفیت جامع بر نتایج سازمانی، با در نظر گرفتن عوامل فنی TQM به عنوان یک متغیر میانجی در این رابطه است

اندولز و همکاران (۲۰۱۶) به بررسی تاثیر مدیریت کیفیت جامع بر ابعاد عملکرد شرکت های خدماتی پرداختند نتایج تحقیق نشان داد که بر اساس رویکرد TQM، کیفیت شیوه های مدیران ارشد، مدیریت کیفیت کارکنان، مدیریت فرآیند، دانش کارکنان و میزان آموزش کارکنان و توجه به مشتری، از ابعاد مهم در ارائه خدمت می باشد که می تواند عملکرد مالی، عملیاتی و رضایت مشتری را تحت تاثیر قرار دهد.

دانشگاه آزاد اسلامی، میبایست راههای جدید برای افزایش کیفیت خود را بیاموزد تا با افزایش رضایت مشتری و کاهش شکایات بتواند سهم خود در بازار دانشگاهها را افزایش دهد و راه کاری جز افزایش کیفیت، ایجاد فرآیندهای دارای ارزش افزوده، تبدیل نیازمندیها و نظارت بر فرآیندها و استفاده از ابزارهای مهندسی کیفیت در سایه تعالی سازمانی ندارد. لذا، سوال اصلی تحقیق به صورت زیر ارائه میگردد: وضعیت آینده بازاریابی در دانشگاه آزاد در سایه تعالی سازمانی چگونه ارزیابی می گردد و دگرگونی های آینده ی این بازار چگونه خود را نشان خواهد داد؟

روش تحقیق

ایجادکننده زمینه منابع انسانی با توجه به نظرات خبرگان شرکت کننده در مصاحبه به صورت زیر است:

- عوامل انگیزشی
- آموزش نیروی انسانی
- تخصص نیروی انسانی

{14B3}, {1B1} {12M3} {6M4} {22B4} {1C1}	عوامل انگیزشی	زمینه منابع انسانی
2}, {2N2}, {9M2}, {9G2} {E2}	آموزش نیروی انسانی	
{24B4}, {17B3}, {25B4} 8F} {6F3} {13D2} {9C3} 16M} {13M3} {11G3} {1 {7E3} {4H2} {12N} {4 {5E2}	تخصص نیروی انسانی	

جدول ۱ دسته های مفهومی تشکیل دهنده تم زمینه منابع

انسانی

زمینه مدیریت بر مبنای ارزش: مدیریت بر اساس ارزشها یک رهبری استراتژیک است که بر شالوده ارزش ها استوار است. یکی از روش های مناسب جها بهبود عملکرد سازمان به کارگیری این نوع مدیریت است. این مدل به مدیران دانشگاه می گوید که در راستای تعالی و سرآمدی دانشگاه چه اقدام هایی انجام دهند تا بر اساس کمیت و کیفیت پیامدها، نتایج و اثربخشی مدیریت بر مبنای ارزش در تعالی سازمانی و اداهای دانشگاه مشاهده و ارزیابی شود. عوامل زمینه مدیریت بر مبنای ارزش با توجه به نظرات خبرگان شرکت کننده در مصاحبه به صورت زیر است:

- آرمان گرایی
- مشتری محوری
- اعتماد و تعهد سازمانی
- خودارزشیابی

تحقیقات و غیره، در حوزه های اجتماعی و فرهنگی مانند امنیت، اصول فرهنگی و غیره ، در بیست سال آینده و در دانشگاه آزاد چه روی خواهد داد؟

- چه تغییراتی باعث تحول در بازار دانشگاه آزاد اسلامی می شود؟ یا به عبارتی اگر چه شود ، موفق می شویم؟ یا اگر چه شود بدتر می شویم؟
- چالش های آینده ی دانشگاه آزاد اسلامی چیست؟ چه خواهد شد؟ و چگونه خواهد بود؟

یافته های تحقیق

تحلیل تم

تحلیل مصاحبه می تواند بخشی از نظریه سازی، آزمون نظریه یا کاربرد یافته ها باشد. تحلیل تم روشی برای تعیین، تحلیل و بیان الگوهای (تم ها) موجود درون داده ها است. در این تحقیق ابتدا متون مصاحبه ها بررسی و کدگذاری گردید و از این طریق مفاهیم متنوع مورد استفاده در این تحقیق استخراج شده اند. این مفاهیم با توجه به محتوای ظاهری در قالب دسته های مفهومی که در واقع نشان گر یک مفهوم مستقل می باشند تقسیم بندی شده است. دسته ها نیز در قالب تم های مختلف ارائه شده است و در ادامه مورد بحث و بررسی قرار گرفته است. اصلی ترین تم های استخراج شده از تحقیق کنونی در ادامه مورد بحث قرار می گیرد.

زمینه منابع انسانی

هر سازمانی برای تحقق رسالت و هدف غایی خود، مجموعه ای از اهداف بلندمدت تدوین می کند. منابع انسانی از ارزشمندترین سرمایه های هر سازمان است؛ زیرا سایر عوامل مانند تکنولوژی، سرمایه و... وابسته به نیروی انسانی است. احتیاج کشورهای در حال توسعه به نیروی انسانی و مدیران لایق در سطح بالا همان قدر مبرم و محسوس است که احتیاجشان به سرمایه. به عبارت دیگر، این کشورها قبل از تربیت این گونه نیروها نخواهند توانست از وجود سرمایه به نحو مطلوب استفاده کنند. عوامل

{7C2}{7D2}{30H3}{6F3}	شناسایی استراتژی ها و نقاط قوت و ضعف رقبا	صحیح از رقبا
-----------------------	--	-----------------

جدول ۳ دسته های مفهومی تشکیل دهنده تم زمینه شناخت

و درک صحیح از رقبا

سناریو نویسی

افق زمانی برای برنامه ریزان و طراحان استراتژیک از یک فصل تا حداکثر ۵ سال آینده رادبرمی گیرد، در حالی که متخصصین آینده نگری این توانایی را دارند که برآوردهای دقیق و قابل قبولی برای ۲۰ تا ۳۰ سال آینده ارائه دهند. سناریونویسی مشتمل بر اطلاعات ساماندهی شده و سازمان یافته مربوط به وقایع و رویدادهای ممکن در آینده بر مبنای دیدگاههای مختلف از آینده است. در این تحقیق چشم انداز ۱۰ سال آینده وضعیت دانشگاه های آزاد اسلامی از طریق سه سناریو برآورد شده است. این سناریوهای آینده دانشگاه براساس یکی از سه فرض ادامه روند موجود، رشد سریع با رویکرد هم پیوندی با جهان و رشد متعادل با رویکرد هم پیوندی با جهان تدوین شده اند.

سناریو اول: ادامه روند موجود

رشد دانشگاه آزاد اسلامی که طی ۱۰ سال گذشته یعنی از ۸۵ تا ۹۵ اتفاق افتاده بود، در مدتی کوتاه با کاهش چشمگیر دانشجو از بین رفت و احتمالاً مشکلات دانشگاه آزاد در سالهای آینده را قوت بخشد. شاهد آن، وجود صندلی های خالی حتی در مقطع تحصیلات تکمیلی بود. از سوی دیگر، کاهش تقاضا در دانشگاه آزاد، سبب کاهش قابل توجه تعداد کلاس ها و برنامه های درسی شد. همین امر سبب شد تا دانشگاه آزاد که با تعدادی از اساتید تمام وقت سایر دانشگاه ها همکاری نیمه وقت داشت به همکاری با بسیاری از آن ها پایان دهد. کاهش دانشجو، آن هم برای دانشگاهی که کاملاً متکی به شهریه دانشجویان است، به ویژه در شهرها و شهرستان های کوچک، می تواند واحدهای دانشگاهی را به سمت کاهش سوددهی و حتی ضرردهی سوق دهد و این بحران، خواه ناخواه دامن کل سیستم دانشگاه را خواهد

{1E1}{12B2}{18A3}{7M2}{6G2}{3F2}	آرمان گرایی	زمینه مدیریت بر مبنای
{6D2}{4C3}{4B3}{4F2}{5E1}{5N2}{2M2}{1G1}	مشتری محوری	
{20H3}{11C2}{5B3}{4N2}{1M2}	اعتماد و تعهد سازمانی	ارزش
{8N2}{6N2}{6B3}	خودارزشیابی	

جدول ۲ دسته های مفهومی تشکیل دهنده تم زمینه مدیریت

بر مبنای ارزش

زمینه شناخت و درک صحیح از رقبا:

در شرایط فعلی رقابت جدی بین دانشگاه های کشور در جذب دانشجو وجود دارد لذا دانشگاه آزاد باید به گونه ای عمل کند که در این رقابت به اهداف خود نائل شود. ارایه کمک هزینه تحصیلی، در نظر گرفتن خوابگاه ها، ایجاد فرصت های شغلی، استخدام استادان برتر گرفته و ایجاد محیط آموزشی بهتر و فراهم کردن فرصت های تحقیقاتی و پژوهشی از راه های رقابت سالم در جذب دانشجوست. رقابت ناسالم به شکلی است که دانشگاه ها در امتیازدهی بیشتر و اقدام به هزینه گرفتن کمتر تبلیغ می کنند تا از این طریق بتوانند جذب دانشجو داشته باشند. رقابت ناسالم به شکلی است که دانشگاه ها در امتیازدهی بیشتر و اقدام به هزینه گرفتن کمتر تبلیغ می کنند تا از این طریق بتوانند جذب دانشجو داشته باشند که این کار رقابت کاذب ایجاد می کند که حتی دانشگاه های دولتی نیز برای تأمین بودجه آن را در پیش گرفتند و همین موضوع سبب کاهش کیفیت در آموزش و تحصیل شده است.

مهمترین شاخص ها و مولفه های مربوط زمینه شناخت و درک صحیح از رقبا در صنعت چاپ به صورت زیر است:

- قابلیت ها و توانمندی های رقبا
- شناسایی استراتژی ها و نقاط قوت و ضعف رقبا

{13G}{6M4}{15M4}{21B4}{17D3}{3G1}{3}	قابلیت ها و توانمندی های رقبا	شناخت و درک
--------------------------------------	-------------------------------------	----------------

رشد ۳۰ درصدی ورود دانشجویان جدید از اهداف این دوره است.

نتیجه گیری

رقابت شدید دانشگاه ها و نهادهای آموزش عالی و تلاش آنها در جهت ارائه خدمات با بالاترین کیفیت باعث شده تا نیاز این نهادها به رویکردی جامع که بتواند تمامی زمینه های عملکردی مرتبط با موفقیت را در نظر بگیرد و عملکرد نهاد را در قالب آن ارزیابی کند، روز به روز افزایش می یابد. نگاهی به روند تحولات جاری نظام آموزشی عالی حاکی از آن است که آموزش عالی باید ضمن توجه به بحران افزایش کمی و تنگناهای مالی، به حفظ، بهبود و ارتقا کیفیت بپردازد که این امر جز در سایه تعالی سازمانی محقق نخواهد شد. در این تحقیق به سناریو پردازی آینده تاثیرگذاری تعالی سازمانی بر مدیریت بازاریابی در حوزه دانشگاه آزاد پرداخته شد. در ابتدا با استفاده از تحلیل تم و مصاحبه به گزاره های منابع انسانی، مدیریت بر مبنای ارزش و شناخت و درک صحیح از رقبا رسیدیم. مدیریت مؤثر و موفق منابع انسانی سبب بهبود کارایی و اثربخشی سازمان میشود. به گفته یکی از مصاحبه شوندهاگان برای ایجاد انگیزش، لازم است که نیازها شناسایی و در جهت ارضای آنها تلاش شود. و یا از مسائل مهم در ترغیب و تشویق کارکنان به ارائه کار بهتر و ایجاد انگیزه در آنان، شیوه های ترفیع شغلی و سازمانی است که اغلب بر پایه ارشودیت است. همچنین در این راستا لازم است ساختار مالی حقوق و دستمزد کارکنان دانشگاه آزاد اسلامی بازنگری می شود. در صورتی که سازمان ها و موسسات علمی علی الخصوص موسسات آموزش عالی به دنبال یادگیری سازمانی باشند، بهتر می توانند خطاهای خود را تشخیص دهند و اصلاح کنند. آموزش خواست افراد تازه وارد نیست، بلکه برای کارکنان با سابقه و با تجربه نیز باید بنا به ضرورت، دوره هایی ترتیب داد. نیروی انسانی متخصص و کارآمد از جمله عامل های مهم تعالی سازمانی و زمینه ساز توسعه سازمانی می باشد. برای مثال نظر یکی

گرفت. در سناریوی اول، چشم انداز ۱۰ سال آینده دانشگاه آزاد در ایران در صورت ادامه وضع موجود، چندان مطلوب ارزیابی نمی شود.

سناریو دوم: رشد سریع و هم پیوندی با جهان

در این سناریو، پیشنهاد شده تا دانشگاه آزاد از طریق جذب هرچه بیشتر دانشجو با اقتصاد جهانی پیوند برقرار سازد. در شرایطی که دانشگاه آزاد تربیت ۴۰ درصد آموزش عالی را عهده دار است، باید این دانشگاه بیش از اینها جدی گرفته شود. امروز در کشورهای موفق نظیر ژاپن و کره جنوبی بیشترین جمعیت دانشجویی در بخش دوره های کاردانی تحصیل می کنند. توسعه آموزش مهارتی و ورود تکنسین ها به عرصه صنعت و کار یکی از پارامترهای موثر در پیشرفت کشورها به شمار می رود. این در حالی است که در کشور ما در دوره کارشناسی ارشد از سال ۹۳ تا ۹۴ تعداد رشته محل های مراکز غیرانتفاعی از ۲۷۲ به ۵۳۲ مورد افزایش داشته است و در دانشگاه آزاد اسلامی نیز از ۴۰۰ رشته محل در سال ۹۳ به چهار هزار و ۱۶۵ مورد رسیده است. امروز در دانشگاه های موفق دنیا بخش آموزش پزشکی و غیرپزشکی در یک مجموعه قرار دارد. افزایش ۵۰ درصدی ورود دانشجویان به دانشگاه از اهداف این سناریو می باشد.

سناریو سوم: رشد متعادل و هم پیوندی با جهان

تعامل بین دانشگاه آزاد اسلامی و نهاد بالادستی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری رمز اعتلای آموزش عالی است و زمینه این تعامل هم پیوستگی و هماهنگی است که بین این دانشگاه و وزارت علوم و دفتر گسترش است. در این دوره با تدبیر مدیریت دانشگاه تعدیلی در ظرفیت های دانشگاه آزاد اسلامی در سال های اخیر صورت گرفته است. با این رویکرد وضعیت مطلوب تری در آینده برای دانشگاه آزاد اسلامی پیش بینی می کنیم. یقینا با ذهنیتی که ما از افرادی که امروز عهده دار مدیریت دانشگاه آزاد اسلامی شدند و تا دیروز مسئولیت و متولی دانشگاه های بزرگ سطح یک کشور را عهده دار بودند داریم، پیش بینی می کنم آینده خوب و کیفی ای را در این دانشگاه بتوانیم رقم بزنیم.

از مصاحبه شوندگان به صورت زیر است: رسیدن به اهداف سازمان در گروهی توانایی نیروی انسانی در انجام امور محوله است. نیروی انسانی به عنوان یکی از مهمترین عوامل در پیشبرد اهداف و ارتقای بهره‌وری سازمانها محسوب می‌شود.

در دنیای امروز که شاهد تغییرات و تحولات زیادی در زمینه های مختلف هستیم و رقابت شدت زیادی گرفته است، مؤسسات، نهادها و سازمانها از جمله دانشگاهها به منظور بقا و تداوم و همچنین توسعه خود نیازمند به بهره گرفتن از نوعی برنامه ریزی می باشند که آینده نگر و قادر به درک به هنگام فرصتهای محیطی باشد به طوری که ضمن شناخت عوامل و تحولات محیطی، در یک افق زمانی بلند مدت تأثیر آنها بر سازمان و نحوه تعامل سازمان با آنها را مشخص نماید. مدیریت بر مبنای ارزش فراهم کننده شرایط فوق است. در تبیین این یافته میتوان گفت، که نظام آموزش عالی، گران بها ترین منبعی است که کشور برای پیشرفت و توسعه در اختیار دارد. چون دانشگاه با ارائه بروندهای خود به جامعه، عملاً در راه توسعه و تعالی گام بر می دارد. بنابراین بسط و توسعه ارزشهای محوری در دانشگاه و اتخاذ شیوه مدیریت بر مبنای ارزش می تواند دانشگاه را به تعالی برسانند. زیرا ارزش های حاکم بر دانشگاه مبنای تصمیم گیری و سیاستگذاری قرار می گیرند. و نقش زیادی در رفتار اعضای هیات علمی و کارکنان دارد و می تواند، بر هدایت آنان به سوی اقداماتی که برای دانشگاه مطلوب است تأثیر گذار باشد، و موفقیت و تعالی دانشگاه را افزایش دهد. لذا تأثیر مدیریت بر مبنای ارزش بر تعالی سازمانی منطقی به نظر میرسد. لذا پیشنهاد میشود که مدیران و مسئولان دانشگاه آزاد اسلامی با برنامه ریزی های علمی و منسجم نسبت به گسترش و تحکیم ارزش ها در دانشگاه همت گمارند، تا از این طریق موجب تقویت مدیریت بر مبنای ارزش و در نهایت ارتقای سطح علمی، تخصصی، مادی و معنوی اعضای هیات علمی، بهبود عملکرد کارکنان و بهبود عملکرد تحصیلی دانشجویان فراهم شود. نکته مهم در جذب دانشجو بکارگیری

مهارت‌های ارتباطی و مشتری مداری است که نقش روابط عمومی‌ها در این مورد باید پررنگ‌تر بوده و با مطالعه و علم کافی جلو بروند تا در راه رسیدن به اهداف دانشگاه موفق باشند. برای مثال نظر یکی از مصاحبه شوندگان به صورت زیر است: یکی از وظایف رسانه‌های دانشگاه و روابط عمومی‌ها تجلی مناسب عملکرد و فعالیت‌های دانشگاه نزد جامعه هدف و مخاطبان است. به این منظور در مقطعی که دانشگاه با رقبای بیشتری مواجه است و جذب دانشجو مسئله مهم و حیاتی است باید از همه ابزارهای تبلیغاتی و اطلاع‌رسانی با حفظ جایگاه و شان دانشگاه بهره گرفته شود. و یا رضایتمندی و تکریم دانشجویان در جذب دانشجو اثر گذار است. همه همکاران در حوزه‌های مختلف دانشگاه باید در انجام وظایف خود از هیچ اقدامی جهت حل مشکل دانشجویان دریغ نکنند. مخصوصاً روسای دانشکده‌ها برای بررسی و مرتفع شدن مشکلات و حصول رضایت مندی دانشجویان تمهیدات لازم اتخاذ کنند. نقش کارمندان و اساتید در رشد، تعالی و بالندگی دانشگاه انکارناپذیر است. انسجام و همدلی همکاران و تکریم دانشجویان و خانواده‌های آن‌ها مهمترین گام در توسعه اهداف و سیاست‌های کلان دانشگاه است. رقابت عبارت است از روش قدرت طلبی ابزاری و انسانی، برای برتری بر حریفان با تدبیر، تدبیر و تحول دائمی. کسانی که در تلاش برای پیشی گرفتن از رقیبانشان هستند، همواره باید خود را به سمت تکنولوژی های به روز و روش های جدید سوق دهند، تا بتوانند در این رقابت پیروز شوند. راه کارهایی همچون ارسال انبوه پیامک های تبلیغاتی، آگهی های تلویزیونی، نصب بنرها پشت شیشه های مینی بوس ها و اتوبوس های شرکت واحد و همچنین ایستگاه های مترو، که البته در اکثر موارد محتوای نامناسب این بنرهای تبلیغاتی و مکان نصب آنها باعث پایین آمدن شان و منزلت دانشگاه و دانشجو شده است. برای مثال نظر یکی از مصاحبه شوندگان به صورت زیر است: من خودم برای اینکه به سن اعزام به خدمت سربازی رسیده بودم و علاقه ای به خدمت نداشتم تصمیم گرفتم در دانشگاه آزاد ثبت

نام کم تا از این طریق معافیت تحصیلی گرفته و غیبت خدمت سربازی نگیرم. نزدیکی به محل سکونت، عدم وجود مشکلات غیبت در کلاس ها، تخفیف های چند درصدی در شهریه، تقسیط، اعطای وام تحصیلی، استفاده از معافیت تحصیلی و مهمتر از همه رشته های متنوع کاردانی و کارشناسی از جمله مزیت های دانشگاه های آزاد است. بازاریابان باید از نقاط قوت و ضعف تک تک رقبای خود را اطلاع داشته باشند. دانشگاه آزاد باید نسبت به جمع آوری اطلاعات کلیدی و باارزش درباره هر یک از رقبای خود در چند سال گذشته اقدام کند. با این اطلاعات، نسبت به اهداف رقا، خطمشی ها و عملکرد آنان در این مدت آگاه می شود. باید اعتراف کرد که دستیابی به قسمتی از این اطلاعات کار چندان آسانی نخواهد بود. قابلیت های اصلی مانند کیفیت بالاتر، خدمات بهتر و به روزتر به مشتریان، نوآوری، تیم سازی، انعطاف پذیری، پاسخگویی و موارد دیگر است که این امکان را فراهم می کند تا از رقا پیشی بگیرد.

سناریو ها به صورت زیر تحلیل می شود.

سناریو اول ادامه روند موجود: در سناریوی اول، چشم انداز ۱۰ سال آینده دانشگاه آزاد در ایران در صورت ادامه وضع موجود، چندان مطلوب ارزیابی نمی شود.

سناریو دوم رشد سریع و هم پیوندی با جهان: افزایش ۵۰ درصدی ورود دانشجویان به این دانشگاه از اهداف این سناریو می باشد.

سناریو سوم رشد متعادل و هم پیوندی با جهان: رشد ۳۰ درصدی ورود دانشجویان به این دانشگاه از اهداف این سناریو است.

با اجرای یک مدل تعالی موفق، دانشگاه می تواند، تمهیدات لازم را برای عبور از بحران های آتی پیش بینی نماید. در این راستا ایرانیان فرد و روغنی (۱۳۹۰) نشان دادند میان استقرار مدل تعالی سازمانی EFQM و عملکرد کارکنان در شرکت بهره برداری نفت و گاز از آغاجاری رابطه مثبت و مستقیمی وجود دارد هادوی و همکاران (۱۳۹۲) نشان دادند بین بیانیه رسالت سازمان و تعالی سازمانی رابطه

معناداری وجود ندارد جاویدان و همکاران (۱۳۹۵) نشان دادند که اقدامات و تعهد رهبران و مردم به کیفیت (عوامل اجتماعی توانمند ساز مدل EFQM) باید از طریق طراحی و اجرای سستی فرایندهای کلیدی، مدیریت مناسب منابع و ایجاد انسجام بین تامین کننده اصلی و شرکا محقق شود. اندولز و همکاران (۲۰۱۶) نشان دادند که بر اساس رویکرد TQM، کیفیت شیوه های مدیران ارشد، مدیریت کیفیت کارکنان، مدیریت فرآیند، دانش کارکنان و میزان آموزش کارکنان و توجه به مشتری، از ابعاد مهم در ارائه خدمت می باشد که می تواند عملکرد مالی، عملیاتی و رضایت مشتری را تحت تاثیر قرار دهد. کالوو و همکاران (۲۰۱۵) نشان دادند که عوامل اجتماعی TQM به عنوان سنگ بنای موفقیت سیستم کیفیت می باشند به طور مشابه، عوامل فنی TQM تا حدی واسطه رابطه بین عوامل اجتماعی TQM و نتایج میباشند. همچنین مشخص شد که مدیریت کیفیت جامع عوامل اجتماعی و فرایندهای مدیریت پیش بینی اصلی عملکرد عملیاتی هستند. طالب و همکاران (۲۰۱۳) نشان دادند شیوه های TQM می تواند با عملکرد کیفیت شرکتها مرتبط باشد و فرهنگ کیفیت، به عنوان یک عامل غالب در مدیریت کیفیت جامع در این شرکت ها بوده است. بوگان و همکاران (۲۰۱۸) نشان داد مدیریت تعالی سازمانی منجر به بهبود کارآیی، پرداخت مبتنی بر ارزش، تعادل در اولویت های استراتژیک و ارزیابی تغییرات در سطوح بالای سازمانی می گردد.

در راستای نتایج کلیدی دانشگاه آزاد اسلامی، پیشنهاد می شود:

بهره وری کارکنان، همان توجه به کارآیی و اثر بخشی آنان است. بر این اساس، پیشنهاد می شود که واحد نظارتی در سازمان مستقر باشد تا کارآیی و اثر بخشی کارکنان را به دفعات مختلف مورد ارزشیابی قرار دهد.

استفاده از سبک های رهبری مشارکتی به ایجاد فضای بهتر مشارکت در سازمان کمک می نماید.

استراتژی سازمان بازمینی و اطمینان حاصل گردد که سازمان از استراتژی مشتری مداری استفاده می کند.

واقعیت آن است که با توجه به فرصت‌ها و تهدیدات دانشگاه - چه در سطح جهانی و چه در سطح محلی - دانشگاه آزاد اسلامی برای زنده ماندن و رشد، به پیاده سازی اصول بازاریابی نیاز دارند.

برای توسعه بازاریابی در دانشگاه لازم است به انتظارات جامعه توجه گردد و اهداف دانشگاه تامین کننده نیازها و انتظارات باشد.

لازم است به منظور توسعه سهم بازار دانشگاه از تبلیغات گسترده و متنوعی استفاده شود.

دانشگاه نیازمند به جایگاه مناسب در میان رقبا و پیدا کردن نقطه متمایزکننده در صنعت مورد نظر می‌باشند. لازم است خدمات با کیفیت و متمایزی ارائه گردد.

لازم است که دانشگاه برترین کارآیی و عملکرد، از طریق ایجاد اعتماد، بهبود کیفیت خدمات، دریافت نظرات مراجعه کنندگان و ذینفعان، صدای مشتری، استفاده از دانش مشتری، فراهم نماید.

مخاطبان دانشگاه در اقشار مختلف حق دارند که برای انتخاب بهتر و آگاهانه از توفیقات و دستاوردهای دانشگاه مطلع شوند و این وظیفه‌ای است که روابط عمومی‌ها در واحدهای دانشگاهی با خلاقیت، نوآوری و ابتکارات باید بر اجرای شایسته آن اهتمام جدی داشته باشند.

منابع:

- assessment of Iranian petrochemical companies using sustainable excellence model, *Safety Science* 87 (2016) 280–291
- Ghasemi, Ahmadreza. (2013). providing a H3SE model for sustained excellence in petrochemical industries. *J. Ind. Manage*, 6 (2), PP 361–384.
 - Koedel, C., Parsons, E., Podgursky, M, & Ehlert, M. (2012). Teacher preparation programs and teacher quality: Are there real difference across programs? (CALDER Working Paper No. 79). National Center for Analysis of Longitudinal Data in Education Research
 - Kvale, Steinar. (1996). *Interviews: An Introduction to qualitative research interviewing*. Thousand Oaks, CA: Sage
 - MIRI S, NICKBAN M, JAVADI M, et al 2010, The survey of Kerman University nursing students' viewpoints about educational Students of Ahvaz Jundishapur University of Medical Sciences about Teachers' Educational Performance. *Educational Development of Jundishapur*, Vol. 1, No. 2, Pp. 9_15. [In Persian]
 - Moeller J, Sonntag AK. Evaluation of health services organisations–German experiences with the EFQM excellence approach in healthcare. *The TQM Magazine* 2001; 13(5): 361-367.
 - Yousefinezehadi T, Mohamadi E, Safari Palangi H, Akbari Sari A. The effect of ISO 9001 and the EFQM model on improving hospital performance: a systematic review. *Iranian Red Crescent Med J*. 2015 Dec; 17(12): e23010. (Persian)
 - ZHANG J, WANG J, MIN S. D, et al 2016 ,Influence of curriculum quality and educational service quality on student experiences: A case study in sport management programs. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education*, Vol. 18, Pp. 81_91
 - سازگارگرایی نوشتن، قرایی خضری مریم، زاهدی فر حسن، موسویان مهدیه (۱۳۹۷) رابطه تعالی سازمانی با انگیزش درونی کارکنان دانشگاه های مادر، شیراز، کرمان و اصفهان کنفرانس بین المللی مدیریت، کارآفرینی و توسعه اقتصادی، وزارت علوم، تحقیقات و فناوری، موسسه آموزش عالی تاکستان، زمان: ۱۳۹۷، دوره ۴
 - شیرطاهری، علی و جلوداری، صالح، ۱۳۹۸، تاثیر یادگیری سازمانی و ابعاد آن بر بهبود عملکرد مالی دانشگاه آزاد اسلامی (مورد مطالعه: دانشگاه آزاد اسلامی استان فارس)، سومین کنفرانس بین المللی تحولات نوین در مدیریت، اقتصاد و حسابداری، تهران،
 - مراغی الهام ، حیاتی فرخنده ، حیاتی فرزانه (۱۳۹۸) ارزیابی کیفیت خدمات آموزشی از دیدگاه دانشجویان دانشکده علوم پزشکی آبادان، دوره ۱۰، شماره ۳، پاییز ۱۳۹۸، صفحه ۱۷۶-۱۸۶
 - مظفری، محمدمهدی و همکاران (۱۳۹۷) ، ارتباط گرایش به کارآفرینی، قابلیت بازاریابی و عملکرد شرکت با نقش تعدیتر شدت رقابت در حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات و نرم افزارهای رایانه ای، مطالعات مدیریت کسب و کار هوشمند : Doi-۱۰.۲۰۲۷(7) ، ۱۰۲-10.22054/ims.2018.9984
 - Abdolmaleki, H. (2016). Design model of consumer behavior in the country's sports industry. Doctoral dissertation, Sport Management at Ferdosi University of Mashhad, Faculty of Physical Education and Sport Sciences, Ferdosi University Mashhad, Iran. 47-49
 - Dikova, D., Witteloostuijn, A., & Prker, S (2017). Capability, environment and internationalization fit, and financial and marketing performance of MNEs' foreign subsidiaries: An abductive contingency approach". *Cross Cultural & Strategic Management*, 24(3), PP.405-435.
 - Ghasemi, Ahmadreza , Nadiri Mohamad.(2016). Performance