

A Survey of Educational Resources in Higher Education: The Case of Business Administration

R. Shafeai^{1*}, B. Babaie²

1. Associate Professor of Business Administration, Faculty of Humanities and Social Sciences, Kurdistan University, Sanandaj; 2. Master of Business Administration, Kurdistan University, Sanandaj

پیمایشی در منابع آموزشی نظام دانشگاهی: کتب درسی رشته مدیریت بازرگانی

رضا شافعی^{۱*}، بهاره بابایی^۲

۱. دانشیارمدیریت بازرگانی، دانشکده علوم انسانی و اجتماعی، دانشگاه کردستان، سنندج؛ ۲. کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی، دانشگاه کردستان، سنندج

Abstract

Purpose: The present study conducted a survey of business administration textbooks, using a checklist containing 31 criteria and distributing it among business administration lecturers at universities of the west of Iran by hand and by email (online version) via social media (Telegram & LinkedIn) to identify the strengths and weaknesses of the textbooks from their point of view.

Method: The population comprised lecturers of the field at western universities and a mixed method research was applied. The data were gathered through questionnaire and a semi-structured interview and analyzed using SPSS software, descriptive statistics and one sample t-test.

Findings: Although the results show that the textbooks of business administration mostly seem to be in a good position in terms of content and general appearances criteria, they have several weak points, naming, shape changes, localization, updated data and linking theory to practice and further improvement in these areas is clearly warranted

Keywords: Survey, Textbooks, Business administration

چکیده

هدف: پژوهش حاضر پیمایشی در کتب درسی دانشگاهی رشته مدیریت بازرگانی است که طی آن چکلیستی حاوی ۳۱ گویه به صورت حضوری و غیرحضوری از طریق ایمیل و لینک آنلاین و استفاده از شبکه‌های اجتماعی (تلگرام و لینکداین) در اختیار اساتید این رشته در دانشگاه‌های غرب کشور قرار گرفت و نقاط قوت و ضعف کتب این حوزه را از دیدگاه آنان شناسایی نمود.

روش: جامعه آماری پژوهش اساتید حوزه مربوطه در دانشگاه‌های غرب کشور و روش تحقیق از نوع ترکیبی است. برای جمع‌آوری داده‌ها از پرسشنامه و مصاحبه نیمه ساختاریافته براساس سؤالات فرآیندی استفاده شد.

یافته‌ها: نتایج نشان می‌دهد که اگرچه کتب دانشگاهی رشته مدیریت بازرگانی از لحاظ ظاهری و محتوایی در جایگاه نسبتاً مناسبی قرار دارند، اما برخی معیارها از جمله «تغییرات شکلی اثر در چاپ‌های بعدی»، «بومی‌سازی با فرهنگ ملی»، «روزآمدی داده‌ها و اطلاعات» و «پیوند نظریه‌ها با مشاغل» نقاط ضعف کتب این حوزه شناسایی شدند و نیاز به کار بیش‌تری در این زمینه‌ها احساس می‌گردد.

کلیدواژه‌ها: پیمایش، کتب درسی دانشگاهی، رشته مدیریت بازرگانی

Accepted Date: 2019/03/09

Received Date: 2018/08/29

دریافت مقاله: ۱۳۹۷/۰۳/۰۹

پذیرش مقاله: ۱۳۹۷/۰۸/۲۹

مقدمه و بیان مسئله

علیرغم گسترش روش‌های جدید آموزشی مانند آموزش‌های نیمه‌حضوری و از راه دور و ظهور کتاب الکترونیکی، اهمیت تألیف و تدوین کتاب درسی^۱ دانشگاهی مطلوب بیش‌ازپیش افزایش یافته است (Yarmohammadian and Armand and Zarei, 2009). کتاب درسی نخستین رسانه انتقال دانش به دانشجو به شمار می‌رود (Sharif Moghaddam and Ehsanian, 2014) و پایه و اساس بخش اعظم آموزش در دانشگاه‌ها را تشکیل می‌دهد (Heilenman, 1993). از این رو، کتاب درسی باید دارای معیارها، اصول و ویژگی‌های خاصی باشد تا بتواند دانش‌پژوهان را به اهداف مدنظر شورای آموزش عالی سوق دهد. بحث کیفیت منابع آموزشی در مراکز آموزش عالی به‌عنوان محور اصلی توسعه و پیشرفت جوامع، همواره از اهمیت زیادی برخوردار بوده است. پژوهش‌ها همواره نشان داده‌اند که علاوه بر کتاب درسی، روش تدریس مدرسان نیز روی یادگیری دانش‌پژوهان تأثیر می‌گذارد. به‌زعم پورمند و همکاران (Pourmand, Norozi, zarei zavaraki, Delavar, 2017) نیز کیفیت یادگیری و تدریس به عواملی همچون توزیع مدرسان، ساختار، محتوا و کیفیت سیستم‌های ارزشیابی، ساختار و کیفیت برنامه‌های درسی، کیفیت و کمیت مواد یادگیری و آموزش وابسته است (Little, 2005). بنابراین، نظام دانشگاهی بایستی همواره مطلوبیت عوامل درون‌داد، فرآیند و برونداد خود را مورد قضاوت قرار دهد و به بهبود امور آموزشی، پژوهشی و عرضه خدمات تخصصی به جامعه بپردازد (Rahmani and Fathi Vajargah, 2008). منابع آموزشی نیز به‌عنوان بخشی از عوامل درون‌داد بایستی مورد ارزیابی قرار گیرند تا میزان هماهنگی آن‌ها با رسالت و اهداف مراکز آموزش عالی تعیین گردد. اشکال در جنبه‌هایی همچون صحت و درستی، اعتبار و کاربرد، تأثیر و ارزش و توانمندی اطلاعات می‌تواند صدمات و زیان‌های فراوانی را به زندگی بشر وارد سازد (Doroudi, 2008). ارزشیابی، امکان شناسایی نقاط ضعف و قوت برنامه درسی را به برنامه‌ریزان درسی می‌دهد تا در فعالیت‌های خود تجدیدنظر کنند یا آن‌ها را تطبیق دهند و یا حفظ نمایند (Ornstein, 1996). از این رو، ارزیابی منابع اطلاعاتی یا به‌بیان‌دیگر کتب درسی می‌تواند فرآیند پالایش و تصحیح اطلاعات را موجب شود و اشکالات موجود در آن‌ها را به حداقل برساند. ارزیابی ظاهری و محتوایی این منابع آموزشی یکی از روش‌هایی است که می‌تواند میزان انطباق کتاب درسی را با اهداف برنامه درسی مشخص سازد. مقصود از کتاب درسی، کتابی است که پیرامون موضوع خاصی تدوین شده است و در مدارس یا دانشگاه‌ها مورد استفاده قرار می‌گیرد (فرهنگ آکسفورد، ۲۰۱۵). اجزا و عناصر کتاب درسی را می‌توان به دو دسته اصلی (۱) قالب و شکل ظاهری و (۲) محتوا و ساختار کتاب درسی، تقسیم‌بندی نمود. ویژگی‌های فنی و ظاهری کتاب می‌تواند به‌صورت مستقیم و یا غیرمستقیم بر تسهیل فرآیند یادگیری، انگیزه دانش‌پژوهان و تسهیل درک مفاهیم و تعمیق یادگیری مؤثر باشد (Hasanmoradi, 2009).

محتوا نیز همان دانش‌ها، مهارت‌ها، گرایش‌ها و ارزش‌هایی هستند که باید یاد گرفته شوند (Nicholls and Nicholls, 1998). کتاب درسی را می‌توان از دو منظر درونی و بیرونی مورد بررسی قرار داد. بعد بیرونی کتب درسی، ارتباط و همخوانی کتاب درسی با کتاب‌های دیگر در همان پایه (ارتباط عرضی) و رابطه یک عنوان کتاب درسی با همان عنوان در پایه‌های قبل و بعد (ارتباط طولی) را بررسی می‌کند. بعد درونی نیز بر ظاهر و محتوای کتب درسی تأکید دارد (Niknafas and Aliabadi, 2013). شاخص‌ها و معیارهای متعددی از سوی پژوهشگران و صاحب‌نظران این حوزه برای ارزیابی و نقد کتب درسی دانشگاهی مطرح شده‌اند که عبارت‌اند از جنبه‌های ظاهری (حجم کتاب و تناسب آن با حجم هر فصل، کیفیت حروف‌نگاری، کیفیت صفحه‌آرایی و غیره)، محتوایی (روزآمدی محتوا، جامعیت، طرح سؤال‌های جدید و افق‌های تازه، تناسب میان حجم اطلاعات اصلی و فرعی و غیره) و ساختار، زبان و روش به‌طور عام (Razi, 2009)؛ کاربردی بودن محتوای انتخاب‌شده، مغایرت نداشتن محتوا با ارزش‌ها، مبانی فرهنگی و نیازهای جامعه (Jamali Zavareh and Nasr and Armand and Nili, 2009)؛ همسویی با مبانی فلسفی و اعتقادی مورد قبول، معطوف بودن به نیازها و مسائل اجتماعی، اعتبار علمی، تناسب با نیازها و علایق یادگیرنده، انسجام و یکپارچگی، ارتباط افقی با سایر دروس، جنبه آموزشی داشتن محتوا، اندیشه محور و استدلالی بودن محتوا، پرورش مهارت‌های ارتباطی، تأکید بر مهارت فراشناخت و جذاب بودن مطالب (Maleki, 2006).

از معیارها و الزامات تدوین کتب درسی دانشگاهی نیز می‌توان به اهمیت و اعتبار مطالب، علاقه دانشجویان، سودمندی، قابلیت یادگیری، انعطاف‌پذیری، توجه کامل به حفظ و اشاعه میراث فرهنگی و نظام ارزشی و ارتباط با زندگی و تجربیات روزمره و مسائل روز اشاره نمود (Norouzzadeh and Rezaee, 2009). بهره‌گیری از روش تحلیل محتوا و چک‌لیست نقد کتب درسی دانشگاهی شورای بررسی متون و کتب علوم انسانی به‌عنوان ابزار اندازه‌گیری جهت نقد و شناسایی نقاط قوت و ضعف کتاب‌های درسی دانشگاهی رشته علوم تربیتی نیز نشان داد که سلیس و قابل فهم بودن نگارش اثر، رعایت قواعد ویرایشی و نگارشی و معادل‌سازی مناسب و استفاده از اصطلاحات تخصصی از نقاط قوت و داشتن اشتباهات چاپی، نامناسب بودن طرح جلد، صحافی و کیفیت چاپ و استفاده نکردن از ابزارهای علمی و تطابق نداشتن با سرفصل‌های شورای عالی برنامه‌ریزی نیز از نقاط ضعف کتب درسی این حوزه هستند (Hosseini and Mator, 2012). تبیین معیارهای محتوایی تألیف و تدوین کتب درسی دانشگاهی در سه رشته علوم تربیتی، مشاوره و روانشناسی از دیدگاه دانشجویان و صاحب‌نظران این رشته‌ها نیز چندی از ویژگی‌های محتوایی از جمله توجه به دانش فراگیران، به‌روز بودن مطالب، مستند بودن، کاربردی بودن محتوای انتخاب‌شده، مغایرت نداشتن با ارزش‌ها، مبانی فرهنگی و نیازهای جامعه، همسویی با نیازهای دانشجویان و نیازهای بازار و پیشرفت‌های علمی، ملی و بین‌المللی را از مهم‌ترین معیارهای تدوین کتب درسی مطلوب شناسایی نمود (Jamali Zavareh, Nasr and Armand and Nili, 2009). ارزیابی کتاب‌های درسی دانشگاهی علوم انسانی براساس شاخص‌های

مطلوب کتاب‌های درسی دانشگاهی نیز نشان داد که در تألیف کتاب‌های درسی دانشگاهی، از معیارها و شاخص‌های مطلوب کتاب‌های درسی دانشگاهی به نحو مطلوب استفاده نمی‌شود و مؤلفان و ناشران این حوزه بر اساس سلاقی و نظرات خود به تألیف و انتشار این کتاب‌ها پرداخته‌اند (Yarmohammadian, Armand and Zarei, 2009).

سالانه هزاران کتاب در زمینه‌های مختلف از جمله مدیریت در کشور چاپ می‌شود که بخشی از این رقم را کتب حوزه مدیریت بازرگانی به خود اختصاص می‌دهند. تألیف و ترجمه کتب در رشته مدیریت بازرگانی به‌عنوان رشته‌ای که رسالت آن آماده ساختن دانش‌پژوهان برای مشاغل حرفه‌ای مدیریت در سازمان‌های بازرگانی و مؤسسات دولتی است، دغدغه‌های خاص خود را داراست و بایستی این کتب از مطلوبیت زیادی برخوردار باشند تا بتوانند نیازهای دانش‌پژوهان را در حوزه‌های مختلفی نظیر بازاریابی، تبلیغات، تحقیقات و غیره مرتفع سازند. اگرچه اخیراً پژوهش‌هایی به‌طور عام در خصوص انطباق برنامه درسی با نیازهای دانشجویان و یا ارزیابی برنامه و کتب آموزشی و کیفیت آن در آموزش عالی (Sharif, Momeni Mahmyee, 2009; Abbasian, Shirmohammadi and Nikoui, 2011) (Yarmohammadian, Moghaddam and Ehsanian, 2014) و به‌طور خاص در حوزه علوم انسانی (Yarmohammadian, Armand and Zarei, 2009)، رشته علوم تربیتی (Hosseini and Mator, 2012)، مدیریت و برنامه‌ریزی آموزشی (Shadfar, Liaghatdar and Sharif, 2012) و رشته علوم تربیتی، مشاوره و روانشناسی (Jamali Zavareh, Nasr, Armand and Nili, 2009) صورت گرفته است، اما فقط یک مورد به نقد کتب درسی به‌عنوان بخشی از محتوای آموزشی پرداخته است. روزآمد نبودن محتوای کتب درسی رشته مدیریت بازرگانی و ترجمه ناملموس و غیردقیق پاره‌ای از اصطلاحات از زبان انگلیسی به فارسی در برخی کتب این رشته و متعاقب آن معرفی مقالات و کتب خارجی به‌جای کتب داخلی به دانش‌پژوهان به‌عنوان منبع درسی و امتحانی توسط برخی اساتید از یک‌سو و دشوار بودن دسترسی به منابع خارجی و مشکل در ترجمه و درک کامل آن‌ها از سوی دانش‌پژوهان از سوی دیگر، پژوهشگران را ترغیب ساخت تا با مرور منابع داخلی و خارجی و توسعه چک‌لیست شورای بررسی متون و کتب علوم انسانی، در قالب پژوهشی پیمایشی به ارزیابی کتب درسی رشته مدیریت بازرگانی در سطح کشور و شناسایی نقاط قوت و ضعف آن‌ها بپردازند.

پژوهش حاضر درصدد یافتن پاسخ برای دو پرسش ذیل است:

۱. کتب درسی دانشگاهی در رشته مدیریت بازرگانی از نظر ظاهری دارای چه وضعیتی هستند و نقاط قوت و ضعف آن‌ها چیست؟
۲. کتب درسی دانشگاهی در رشته مدیریت بازرگانی از نظر محتوایی دارای چه وضعیتی هستند و نقاط قوت و ضعف آن‌ها چیست؟

همان‌طور که پیش‌تر اشاره شد، کتاب درسی را می‌توان از دو منظر درونی و بیرونی ارزیابی نمود که این پژوهش در راستای تحقق اهداف خود از میان ابعاد ارزیابی کتب درسی، بعد درونی را اتخاذ

نموده است و به ارزیابی ظاهری و محتوایی یا علمی کتب درسی دانشگاهی رشته مدیریت بازرگانی می‌پردازد. انجام این پژوهش در حوزه مدیریت بازرگانی و در این مقیاس (غرب کشور) در نوع خود بدیع است و به شناسایی نقاط قوت و ضعف کتب این رشته کمک می‌نماید و به تبع آن راه تعلیم و آموزش را برای اساتید و زمینه یادگیری و تعلم را برای دانش‌پژوهان این حوزه هموار می‌سازد؛ بنابراین، ضرورت انجام مطالعه حاضر نیز در نقش مهمی است که ارزیابی منابع آموزشی و شناسایی نقاط قوت و ضعف آن‌ها می‌تواند در فرآیند طراحی آن‌ها و افزایش غنای علمی و کاهش نواقص محتوای آموزشی رشته‌های دانشگاهی به‌ویژه رشته مدیریت بازرگانی داشته باشد. پژوهش حاضر درصدد بررسی این مهم است که کتب درسی رشته بازرگانی تا چه اندازه در تحقق اهداف و رسالت آموزش عالی موفق بوده است؟ تا چه میزان محتوای کتب رشته مذکور با مبانی اسلامی سازگاری دارند؟ محتوا و اطلاعات این کتب تا چه اندازه روزآمد هستند؟ و تا چه میزان با فرهنگ ملی کشور بومی شده‌اند؟

روش‌شناسی پژوهش

در پژوهش حاضر از روش پیمایشی-توصیفی استفاده شده است. با توجه به این که مصاحبه می‌تواند به‌عنوان مکمل سایر ابزارهای پژوهشی، میزان اعتبار روش‌های کمی را نیز مشخص نماید (کوهن و همکاران، ۲۰۱۳)، همراه با روش پیمایشی-توصیفی از مصاحبه نیمه ساختاریافته نیز استفاده شد؛ بنابراین، روش تحقیق پژوهش حاضر از نوع ترکیبی است زیرا از هر دو روش تحقیق کمی و کیفی بهره گرفته شده است و بر اساس طبقه‌بندی مورس (Morse, 2003) از روش‌های ترکیبی، این روش از نوع طرح‌های ترکیبی استقرایی و مدل ترکیبی متوالی استقرایی^۱ می‌باشد. جامعه آماری این پژوهش اساتید رشته مدیریت بازرگانی در دانشگاه‌های غرب کشور (به دلیل سهولت دسترسی) بود که از طریق صفحه شخصی آن‌ها در تارنمای دانشگاه‌ها و از طریق شبکه‌های اجتماعی شناسایی شدند و به دلیل محدود بودن جامعه نمونه‌گیری انجام نشد. در روش تحقیق کمی، ابزار گردآوری داده، پرسشنامه‌ای در قالب چک‌لیست بود. پرسشنامه مزبور حاصل تلفیق چک‌لیست نقد کتب درسی دانشگاهی شورای بررسی متون و کتب علوم انسانی (۱۳۹۴) (برگرفته از پژوهش Hosseini and Mator, 2012) و چک‌لیستی است که بارتلت و مورگان (Bartlett and Morgan, 1991) طی پژوهشی برای بررسی متون درسی دانشگاه‌ها توسعه داده‌اند. گویه‌ای نیز با مشورت با خبرگان (اساتید رشته مدیریت بازرگانی دانشگاه کردستان) به چک‌لیست اضافه گردید. ۲۰ عدد پرسشنامه برای آزمون روایی پژوهش بین اساتید توزیع شد که روایی پرسشنامه با روایی صوری و پایایی آن نیز با روش آلفای کرونباخ برابر با ۰/۸۹ محاسبه شد. پرسشنامه‌ی مذکور به دو صورت چاپی و لینک آنلاین تهیه شد و به‌صورت حضوری

(برای اساتید در دسترس) و لینک آنلاین و از طریق شبکه‌های اجتماعی تلگرام^۱ و لینکداین^۲ در اختیار پاسخگویان (برای سایر اساتید حوزه مربوطه در دانشگاه‌های غرب کشور) قرار گرفت. در مجموع از ۶۷ عدد پرسشنامه توزیع شده، ۴۹ عدد پرسشنامه تکمیل شده دریافت شد (نرخ پاسخگویی ۷۳٪ می‌باشد). با توجه به نتایج نرمال بودن داده‌ها در آزمون شاپیرو-ویلک و کولموگروف-اسمیرنف، داده‌ها توسط نرم‌افزار SPSS و با استفاده از آمار توصیفی (میانگین، فراوانی، انحراف معیار و چولگی) و آزمون تی تک نمونه‌ای مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند. برای تحلیل داده‌ها، طیف لیکرت پنج امتیازی طراحی شده برای گزینه‌های سؤالات پرسشنامه که از گزینه «خیلی ضعیف» تا گزینه «خیلی خوب» طراحی شده بود، به دو دسته گزینه‌های مناسب (شامل گزینه‌های خیلی خوب، خوب و متوسط) و گزینه‌های نامناسب (شامل گزینه‌های ضعیف و خیلی ضعیف) تقسیم‌بندی شد. در روش تحقیق کیفی، ابزار مورد استفاده مصاحبه نیمه ساختاریافته بود. برای مصاحبه از روش نمونه‌گیری موارد عادی^۳ استفاده شد و تعداد هفت نفر از اساتید رشته مدیریت بازرگانی در سه دانشگاه مختلف در غرب کشور مورد مصاحبه قرار گرفتند. سؤالات مصاحبه در قالب دو پرسش باز طراحی شد که در بخش یافته‌ها به آن اشاره می‌شود.

روش تحقیق کمی و یافته‌های آن

پژوهش حاضر در بخش کمی با روش پیمایش و استفاده از پرسشنامه‌ای در قالب چک‌لیست صورت گرفت. ابعاد مدنظر در چک‌لیست مزبور در جدول ۱ گنجانده شده‌اند. بررسی پرسشنامه‌ها و یافته‌های حاصل از آن‌ها به شرح زیر است.

جدول (۱): ابعاد و گویه‌های مورد بررسی در ارزیابی کتب دانشگاهی رشته مدیریت بازرگانی (چک‌لیست مورد استفاده در روش کمی)

ابعاد اصلی	ردیف	ابعاد فرعی	منبع
ظاهری (شکلی)	۱	جامعیت صوری اثر (از فهرست مطالب تا نمایه)	چک‌لیست نقد کتب درسی شورای بررسی متون و کتب علوم انسانی (۱۳۹۴)
	۲	کیفیت چاپی و فنی اثر (حروف‌نگاری، صفحه‌آرایی، طرح جلد و...)	
	۳	رعایت قواعد عمومی نگارش و ویرایش تخصصی اثر	
	۴	میزان روان و رسا بودن نگارش اثر	
	۵	تغییرات شکلی اثر در مقایسه با چاپ‌های قبلی (در صورت چاپ دوم به بعد)	
	۶	کیفیت اثر در استفاده از فن برجسته‌سازی (رنگ، طرح حروف، چاپ مات و...)	(Bartlett & Morgan, 1991)

1. Telegram
2. LinkedIn
3. Typical Case Sampling

منبع	ابعاد فرعی	ردیف	ابعاد اصلی
	ماندگاری و دوام فیزیکی کتاب در صورت سنگین بودن	۷	
چک‌لیست نقد کتب درسی شورای بررسی متون و کتب علوم انسانی (۱۳۹۴)	نظم منطقی و انسجام مطالب در کل اثر (بین فصول کلی و اصلی کتاب)	۸	محتوایی
	نظم منطقی و انسجام مطالب در درون هر فصل	۹	
	اعتبار منابع از جهت علمی (در صورت تألیفی بودن کتاب)	۱۰	
	میزان دقت در استنادات و ارجاعات (توجه به اصول منبع دهی علمی)	۱۱	
	رعایت امانت در ذکر مآخذ (در صورت تألیفی بودن کتاب)	۱۲	
	وجود نقد و بررسی و تحلیل‌های علمی در اثر	۱۳	
	رعایت بی‌طرفی علمی (در صورت تألیفی بودن کتاب)	۱۴	
	وجود نمونه‌هایی از نوآوری در اثر	۱۵	
	روزآمدی اطلاعات و مطالب	۱۶	
	میزان سازگاری محتوای اثر با مبانی و پیش‌فرض‌های اثر	۱۷	
	میزان سازگاری محتوای اثر با مبانی و پیش‌فرض‌های اسلامی	۱۸	
	میزان انطباق محتوای اثر با عنوان و فهرست آن	۱۹	
	دقت در کاربرد اصطلاحات تخصصی و معادل‌سازی‌ها	۲۰	
	تناسب و جامعیت موضوعی و محتوایی اثر با اهداف درس	۲۱	
میزان مطابقت اثر با سرفصل‌های مصوب وزارت علوم	۲۲		
میزان استفاده از ابزارهای علمی برای تفهیم موضوع (در صورت تألیفی بودن)	۲۳		
نظر خبرگان	میزان بومی‌سازی محتوای اثر با فرهنگ ملی	۲۴	
(Bartlett & Morgan, 1991)	کاربرد اثر در برنامه آموزشی	۲۵	
	تناسب محتوای اثر با سطح درک دانشجویان	۲۶	
	میزان مطالب فرعی و کمکی (بانک آزمون مفید، راهنمای مدرسان) اثر	۲۷	
	پیوند نظریه‌ها با مشاغل مرتبط و تجارب زندگی در اثر	۲۸	
	مروری نظام‌یافته از مطالب در اثر	۲۹	
	ارائه مبانی مقدماتی به‌قدر کفایت در اثر	۳۰	
	رعایت بی‌طرفی علمی (در صورت تألیفی بودن کتاب)	۳۱	

یافته‌های بخش کمی

۱. کتب درسی دانشگاهی در رشته مدیریت بازرگانی از نظر ظاهری دارای چه وضعیتی هستند و نقاط قوت و ضعف آن‌ها چیست؟

به جهت پرهیز از افزایش حجم مقاله از درج جداول فراوانی خودداری شد و طیف لیکرت پنج امتیازی طراحی شده برای گزینه‌های سؤالات پرسشنامه که از گزینه «خیلی ضعیف» تا گزینه «خیلی خوب» طراحی شده بود، به دو دسته‌ی گزینه‌های مناسب (شامل گزینه‌های خیلی خوب، خوب و متوسط) و گزینه‌های نامناسب (شامل گزینه‌های ضعیف و خیلی ضعیف) تقسیم‌بندی شد. جدول ۲ نیز وضعیت کتاب در دو دسته‌ی مناسب و نامناسب را نشان می‌دهد. با توجه به جدول ۲، دو معیار «تغییرات

شکلی اثر در مقایسه با چاپ‌های قبلی» با مقدار ۴۲,۵ و «استفاده از فن برجسته‌سازی» با ۷۷,۵ درصد، کمترین مقدار را در میان سایر معیارها دارا هستند و این امر حاکی از کیفیت نامطلوب کتب این حوزه در استفاده از فن برجسته‌سازی حروف در چاپ و تغییرات شکلی کتب در چاپ‌های متمادی است. در مقابل، دو گویه «جامعیت صوری اثر» و «کیفیت چاپی و فنی اثر» با بیشترین مقدار (۱۰۰ درصد) نشان می‌دهد که وضعیت این کتب در این دو معیار بسیار عالی و بدون نقص است. مطابق جدول ۳، کتب مورد ارزیابی در سه معیار «دوام فیزیکی»، «نگارش و ویرایش تخصصی» و «رسایی نگارش» نیز در وضعیت مطلوبی هستند.

جدول (۲): کیفیت فنی و ظاهری کتب درسی رشته مدیریت بازرگانی

وضعیت کتاب	شاخص	ردیف	ابعاد	
			مناسب	نامناسب
	جامعیت صوری اثر (از فهرست مطالب تا نمایه)	۱	۱۰۰٪	۰٪
	کیفیت چاپی و فنی اثر (حروف‌نگاری، صفحه‌آرایی، طرح جلد و...)	۲	۱۰۰٪	۰٪
	رعایت قواعد عمومی نگارش و ویرایش تخصصی اثر	۳	۹۶٪	۴٪
ارزیابی شکلی	میزان روان و رسا بودن نگارش اثر	۴	۹۳,۸٪	۶,۲٪
	تغییرات شکلی اثر در مقایسه با چاپ‌های قبلی در صورت چاپ دوم به بعد بودن	۵	۴۲,۵٪	۵۷,۵٪
	کیفیت اثر در استفاده از فن برجسته‌سازی (رنگ، طرح حروف، چاپ مات، و...)	۶	۷۷,۵٪	۲۲,۵٪
	ماندگاری و دوام فیزیکی کتاب	۷	۹۱,۶٪	۸,۴٪

نقاط ضعف و قوت کتب درسی رشته مدیریت بازرگانی در شاخص‌های ظاهری (شکلی)

یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد که کتب درسی دانشگاهی رشته مدیریت بازرگانی در برخی معیارها ضعیف هستند و در برخی دیگر نیز دارای نقاط قوتی بوده‌اند. معیار شناسایی نقاط قوت و ضعف، معنی‌دار بودن میانگین گویه در مقایسه با عدد معیار (در اینجا عدد ۳) آزمون تی تست تک نمونه‌ای در سطح اطمینان ۹۵ درصد است. جدول ۳ حاوی میانگین، انحراف معیار، چولگی و سطح معنی‌داری هر یک از آن‌ها است. پنج گویه (شامل جامعیت صوری، کیفیت چاپی و فنی، نگارش و ویرایش تخصصی، رسایی نگارش و دوام فیزیکی) در میان هفت گویه مورد ارزیابی دارای بیشترین مقدار میانگین بوده‌اند. برای حصول اطمینان از ذکر این پنج معیار به‌عنوان نقاط قوت کتب، بر روی داده‌ها آزمون تی تست تک نمونه‌ای انجام شد تا معنی‌دار بودن یا نبودن میانگین مشاهده‌شده آن‌ها را نشان دهد. هر پنج گویه با سطح معنی‌داری ۰,۰۰۰ معنی‌دار هستند، زیرا از مقدار ۰,۰۵ کوچک‌تر هستند. از این‌رو، با ۹۵ درصد اطمینان می‌توان این پنج معیار را از نقاط قوت کتب رشته مدیریت بازرگانی در بعد ظاهری

به‌شمار آورد. میانگین بالای این پنج گویه و منفی بودن چولگی آن‌ها نیز تأییدی بر این مدعا است (منفی بودن چولگی نشان‌دهنده آن است که انبوه داده‌های یک گویه در سمت راست نمودار توزیع و در بخش امتیازات بالا قرار دارند). گویه «تغییرات شکلی» با کمترین میانگین (۲,۳۸) و سطح معنی داری کمتر از ۰,۰۵ نیز به لحاظ مقایسه میانگین معنی‌دار است و با توجه به مثبت شدن چولگی و مقدار واریانس می‌توان نتیجه گرفت که کتب حوزه مدیریت بازرگانی به‌لحاظ ایجاد تغییرات شکلی در چاپ‌های بعدی ضعیف تلقی می‌شوند. گویه «برجسته‌سازی» با میانگین ۳,۲۲ را نمی‌توان نقطه قوت ظاهری کتب این حوزه نام برد، زیرا آزمون تی تک نمونه‌ای عدم معنی‌داری (۰,۱۵۴) در میانگین مشاهده شده در این گویه را نشان داد.

جدول (۳): وضعیت ظاهری کتب درسی دانشگاهی رشته مدیریت بازرگانی

معیارها	میانگین	انحراف معیار	چولگی	سطح معنی‌داری در آزمون تی تک نمونه‌ای
جامعیت صوری اثر (از فهرست مطالب تا نمایه)	۴,۱۴	۰,۶۴۵	-۰,۱۳۸	۰,۰۰۰
کیفیت چاپی و فنی اثر (حروف‌نگاری، صفحه‌آرایی، طرح جلد و...)	۴,۲۰	۰,۶۷۶	-۰,۲۷۱	۰,۰۰۰
رعایت قواعد عمومی نگارش و ویرایش تخصصی اثر	۴,۰۰	۰,۸۱۶	-۰,۴۷۹	۰,۰۰۰
میزان روان و رسا بودن نگارش اثر	۳,۸۶	۰,۸۹۰	-۰,۲۶۴	۰,۰۰۰
تغییرات شکلی اثر در مقایسه با چاپ‌های قبلی در صورت چاپ دوم به بعد بودن	۲,۳۸	۱,۱۹۰	۰,۵۷۴	۰,۰۰۱
کیفیت اثر در استفاده از فن برجسته‌سازی (رنگ، طرح حروف، چاپ مات و ...)	۳,۲۲	۱,۰۸۵	-۰,۳۶۸	۰,۱۵۴
ماندگاری و دوام فیزیکی کتاب	۳,۵۰	۰,۷۱۵	-۰,۳۶۵	۰,۰۰۰

در راستای سؤال نخست پژوهش و تحلیل ظاهری کتب، یافته‌ها نشان داد که اکثر کتاب‌های چاپ‌شده در رشته مدیریت بازرگانی در ایران از لحاظ معیارهای ظاهری در سطح مناسبی قرار دارند. کیفیت کتب در پنج معیار «جامعیت صوری»، «کیفیت چاپی و فنی»، «نگارش و ویرایش تخصصی»، «رسایی نگارش» و «دوام فیزیکی» بسیار مناسب ارزیابی شد و این پنج معیار به‌عنوان نقاط قوت و معیار «تغییرات شکلی اثر» و به‌عنوان نقطه ضعف ظاهری این کتب شناسایی شد. البته این نتیجه‌گیری در حالت کلی مصداق دارد چراکه برخی از کتب برای نمونه کتاب حقوق تجارت (بازرگانی) در گویه «دوام فیزیکی» نمره بسیار پایینی دریافت نموده بودند. این در حالی است که کتاب مدیریت استر/تئریک نوشته فرد آر. دیوید به لحاظ «دوام فیزیکی» و کیفیت چاپ نمره بسیار بالایی را کسب نمود. ذکر ترجمه و تألیفی بودن کتب مورد ارزیابی در پرسشنامه، امکان مقایسه آن‌ها را نیز فراهم نمود که از لحاظ معیار «شیوایی و روان بودن نگارش متن» کتب تألیفی در مقایسه با کتب ترجمه‌شده

این رشته در وضعیت بسیار بهتری قرار داشتند. اما تفاوت معنی داری میان کتب تألیفی و ترجمه در ارزیابی ظاهری مشاهده نشد.

۲. کتب درسی دانشگاهی در رشته مدیریت بازرگانی از نظر محتوایی دارای چه وضعیتی هستند و نقاط قوت و ضعف آن‌ها چیست؟

جدول ۴ وضعیت محتوایی کتب در دو دسته‌ی مناسب و نامناسب را نشان می‌دهد. آنچه بیشتر از این جدول به چشم می‌خورد، تجمع و قابل ملاحظه بودن بیشترین فراوانی در گزینه‌های «ضعیف» و «بسیار ضعیف» و متعاقباً ضعیف بودن کتب رشته مدیریت بازرگانی در چهار گویه «روزآمدی اطلاعات»، «بومی‌سازی محتوای اثر با فرهنگ ملی»، «سازگاری محتوا با مبانی اسلامی» و «پیوند نظریه‌ها با مشاغل مرتبط و تجارب زندگی در اثر» است. بر اساس این پژوهش، کتب این حوزه به لحاظ این چهار گویه در وضعیت نامناسبی هستند. پنج معیار «نظم و انسجام در کل اثر»، «نظم و انسجام درون فصول»، «اعتبار علمی»، «دقت در استنادات و ارجاعات» و «تناسب و جامعیت موضوعی» با بیشترین مقدار (۱۰۰ درصد) و «میزان مطابقت اثر با سرفصل‌های مصوب وزارت علوم»، «مروری نظام‌یافته از مطالب در اثر» و «ارائه مبانی مقدماتی به قدر کفایت در اثر» با مقدار (بیشتر از ۹۵ درصد) نشان می‌دهند که وضعیت این کتب در این چند معیار بسیار عالی است. کیفیت معیارهای «رعایت امانت در ذکر مآخذ»، «بی‌طرفی علمی»، «انطباق محتوای اثر با فهرست»، «مطابقت با سرفصل‌های مصوب»، «استفاده از ابزارهای علمی»، «دقت در اصطلاحات تخصصی»، «کاربرد در برنامه آموزشی»، «مروری نظام‌یافته مطالب» و «ارائه مبانی مقدماتی» در کتب نیز بسیار مطلوب ارزیابی شد.

جدول (۴): کیفیت محتوایی کتب درسی رشته مدیریت بازرگانی

نامناسب	مناسب	شاخص	ردیف	ابعاد
۰٪	۱۰۰٪	نظم منطقی و انسجام مطالب در کل اثر (بین فصول کلی و اصلی کتاب)	۱	ارزیابی محتوایی
۰٪	۱۰۰٪	نظم منطقی و انسجام مطالب در درون هر فصل	۲	
۰٪	۱۰۰٪	اعتبار منابع از جهت علمی (در صورت تألیفی بودن کتاب)	۳	
۸٫۶٪	۹۱٫۴٪	میزان دقت در استنادات و ارجاعات (توجه به اصول منبع دهی علمی)	۴	
۷٪	۹۳٪	رعایت امانت در ذکر مآخذ (در صورت تألیفی بودن کتاب)	۵	
۱۹٫۲٪	۸۰٫۸٪	وجود نقد و بررسی و تحلیل‌های علمی در اثر	۶	
۷٫۶٪	۹۲٫۴٪	رعایت بی‌طرفی علمی (در صورت تألیفی بودن کتاب)	۷	
۲۷٫۱٪	۷۲٫۹٪	وجود نمونه‌هایی از نوآوری در اثر	۸	
۴۷٪	۵۳٪	روزآمدی اطلاعات و داده‌ها	۹	
۸٫۴٪	۹۱٫۶٪	میزان سازگاری محتوای اثر با مبانی و پیش‌فرض‌های اثر	۱۰	
۵۲٫۳٪	۴۷٫۷٪	میزان سازگاری محتوای اثر با مبانی و پیش‌فرض‌های اسلامی	۱۱	

ردیف	ابعاد	شاخص	مناسب	نامناسب
۱۲		میزان انطباق محتوای اثر با عنوان و فهرست آن	٪۹۴	٪۶
۱۳		میزان بومی‌سازی محتوای اثر با فرهنگ ملی	٪۴۱٫۶	٪۵۸٫۴
۱۴		تناسب و جامعیت موضوعی و محتوایی اثر با اهداف درس	٪۱۰۰	٪۰
۱۵		میزان مطابقت اثر با سرفصل‌های مصوب وزارت علوم	٪۹۷٫۸	٪۲٫۲
۱۶		میزان استفاده از ابزارهای علمی برای تفهیم موضوع (در صورت تألیفی بودن)	٪۹۲٫۵	٪۷٫۵
۱۷		دقت در کاربرد اصطلاحات تخصصی و معادل‌سازی‌ها	٪۹۴	٪۶
۱۸		کاربرد اثر در برنامه آموزشی	٪۹۳٫۸	٪۶٫۲
۱۹		تناسب محتوا اثر با سطح درک دانشجویان	٪۸۷٫۸	٪۱۲٫۲
۲۰		میزان مطالب فرعی و کمکی (بانک آزمون مفید، راهنمای مدرسان) اثر	٪۸۱٫۲	٪۱۸٫۸
۲۱		پیوند نظریه‌ها با مشاغل مرتبط و تجارب زندگی در اثر	٪۳۸٫۷	٪۶۱٫۳
۲۲		مروری نظام‌یافته از مطالب در اثر	٪۹۸	٪۲
۲۳		ارائه مبانی مقدماتی به‌قدر کفایت در اثر	٪۹۶	٪۴
۲۴		قابلیت مرجع شدن اثر برای ادامه تحصیل دانشجویان	٪۸۹٫۸	٪۱۰٫۲

نقاط ضعف و قوت کتب درسی رشته مدیریت بازرگانی در شاخص‌های محتوایی

براساس جدول ۴، معیارهای «نظم و انسجام در کل اثر»، «نظم و انسجام درون فصول»، «تناسب و جامعیت موضوعی»، «انطباق محتوای اثر با فهرست»، «دقت در اصطلاحات تخصصی» و «کاربرد در برنامه آموزشی»، «اعتبار منابع از جهت علمی»، «رعایت امانت در ذکر مآخذ»، «رعایت بی‌طرفی علمی»، «میزان سازگاری محتوای اثر با مبانی و پیش‌فرض‌های اثر»، «میزان مطابقت اثر با سرفصل‌های مصوب»، «استفاده از ابزارهای لازم علمی»، «تناسب محتوای اثر با سطح درک»، «مروری نظام‌یافته مطالب»، «ارائه مبانی مقدماتی»، «قابلیت مرجع شدن اثر» دارای حداکثر فراوانی در گزینه‌های «بسیار خوب» و «خوب» هستند. معیارهای مذکور در جدول ۵ نیز دارای سطح معنی‌داری کمتر از ۰٫۰۵ هستند. پس می‌توان نتیجه گرفت که با اطمینان ۹۵ درصد، این شانزده معیار از نقاط قوت کتب این رشته در ارزیابی محتوایی هستند. میانگین بالای این گویه‌ها و منفی بودن چولگی آن‌ها نیز گویای همین مطلب است. در این میان، گویه‌های «دقت در استنادات و ارجاعات»، «نقد و بررسی تحلیل‌های علمی»، «وجود نقد و بررسی و تحلیل‌های علمی در اثر» و «نوآوری در اثر» اگرچه مقدار بالاتر از میانگین را کسب نموده‌اند، اما با توجه به عدم معنی‌داری در آزمون تی تست تک نمونه‌ای، جزء نقاط قوت کتب این حوزه محسوب نمی‌شوند. گویه «میزان مطالب فرعی و کمکی» نیز با سطح معنی‌داری ۰٫۰۵۰ در مرز معنی‌داری است و اندکی تلاش برای بهبود آن در کتب این حوزه، می‌تواند این گویه را نیز جزء نقاط قوت این کتب بگرداند.

در خصوص نقاط ضعف نیز می‌توان بیان داشت که از میان معیارهای ارزیابی محتوایی، «روزآمدی اطلاعات»، «سازگاری با پیش‌فرض‌های اسلامی»، «بومی‌سازی محتوای اثر» و «پیوند نظریه‌ها با

مشاغل» دارای حداقل فراوانی در دو گزینه مزبور «ضعیف» و «بسیار ضعیف» و کمترین میانگین (به ترتیب: ۲,۵۴، ۲,۶۴، ۲,۴۸ و ۲,۴۵) بوده‌اند. تست آزمون معنی‌داری برای سه گویه «روزآمدی اطلاعات» و «بومی‌سازی محتوای اثر» و «پیوند نظریه‌ها با مشاغل» سطح معنی‌داری کمتر از ۰,۰۵ را نشان می‌دهد. بنابراین با ۹۵ درصد اطمینان می‌توان این سه مورد را نقاط ضعف این کتب به‌شمار آورد. اما میزان sig به‌دست آمده برای گویه دیگر یعنی «سازگاری با پیش‌فرض‌های اسلامی» نشان می‌دهد که این گویه در مرز معنی‌داری قرار دارد.

جدول (۵): وضعیت محتوایی کتب درسی دانشگاهی رشته مدیریت بازرگانی

سطح معنی‌داری در آزمون تی تک نمونه‌ای	چولگی	انحراف معیار	میانگین	معیارها
۰,۰۰۰	-۰,۲۲۵	۰,۶۶۷	۴,۱۸	نظم منطقی و انسجام مطالب در کل اثر (بین فصول کلی و اصلی کتاب)
۰,۰۰۰	-۰,۳۴	۰,۵۶۹	۴,۲۷	نظم منطقی و انسجام مطالب در درون هر فصل
۰,۰۰۰	-۰,۴۵۵	۰,۷۴۲	۴,۲۵	اعتبار منابع از جهت علمی (در صورت تألیفی بودن کتاب)
۰,۰۷۳	۰,۳۷۴	۰,۶۳۷	۳,۱۷	میزان دقت در استنادات و ارجاعات (توجه به اصول منبع دهی علمی)
۰,۰۰۰	-۱,۱۶۴	۰,۹۵۰	۴,۰۷	رعایت امانت در ذکر مآخذ (در صورت تألیفی بودن کتاب)
۰,۰۷۹	-۰,۵۸۹	۱,۰۵۷	۳,۲۸	وجود نقد و بررسی و تحلیل‌های علمی در اثر
۰,۰۰۰	-۱,۴۰۹	۰,۹۰۳	۴,۰۳	رعایت بی‌طرفی علمی (در صورت تألیفی بودن کتاب)
۰,۰۶۱	-۰,۰۵۰	۱,۰۵۱	۳,۲۹	وجود نمونه‌هایی از نوآوری در اثر
۰,۰۰۱	۰,۲۱۳	۰,۹۲۲	۲,۵۴	روزآمدی اطلاعات و داده‌ها
۰,۰۰۰	-۰,۸۸۷	۰,۹۲۲	۳,۸۵	میزان سازگاری محتوای اثر با مبانی و پیش‌فرض‌های اثر
۰,۰۵۱	۰,۳۳۶	۱,۲۰۳	۲,۶۴	میزان سازگاری محتوای اثر با مبانی و پیش‌فرض‌های اسلامی
۰,۰۰۰	-۱,۰۷۲	۰,۸۰۰	۴,۱۶	میزان انطباق محتوای اثر با عنوان و فهرست آن
۰,۰۰۲	۰,۵۴۳	۱,۰۷۲	۲,۴۸	میزان بومی‌سازی محتوای اثر با فرهنگ ملی
۰,۰۰۰	-۰,۲۵۹	۰,۶۳۶	۴,۲۵	تناسب و جامعیت موضوعی و محتوایی اثر با اهداف درس
۰,۰۰۰	-۰,۵۸۴	۰,۷۵۹	۴,۱۵	میزان مطابقت اثر با سرفصل‌های مصوب وزارت علوم
۰,۰۰۰	۰,۰۴۷	۰,۸۱۳	۳,۵۸	چگونگی بهره‌گیری از ابزارهای لازم علمی برای تفهیم موضوع
۰,۰۰۰	-۰,۷۲۱	۰,۷۸۹	۳,۹۶	دقت در کاربرد اصطلاحات تخصصی و معادل‌سازی‌ها
۰,۰۰۰	-۱,۶۱۶	۰,۹۱۷	۴,۳۷	کاربرد اثر در برنامه آموزشی
۰,۰۰۰	-۰,۸۱۰	۰,۹۵۷	۳,۹۶	تناسب محتوای اثر با سطح درک دانشجویان
۰,۰۵۰	-۰,۳۶۰	۱,۱۸۵	۳,۵۰	میزان مطالب فرعی و کمکی (بانک آزمون مفید، راهنمای مدرسان) اثر
۰,۰۰۰	۰,۵۳۵	۱,۰۰۱	۲,۴۵	پیوند نظریه‌ها با مشاغل مرتبط و تجارب زندگی در اثر

معیارها	میانگین	انحراف معیار	چولگی	معنی‌داری در تک نمونه‌ای
مروری نظام‌یافته از مطالب در اثر	۳,۹۲	۰,۷۵۹	-۱,۰۵۲	۰,۰۰۰
ارائه مبانی مقدماتی به‌قدر کفایت در اثر	۴,۰۰	۰,۷۹۱	-۰,۵۲۷	۰,۰۰۰
قابلیت مرجع شدن اثر برای ادامه تحصیل دانشجویان	۴,۱۴	۱,۰۴۱	-۰,۸۷۵	۰,۰۰۰

در پاسخ به سؤال دوم پژوهش و بررسی چگونگی کیفیت محتوایی کتب دانشگاهی در حوزه مدیریت بازرگانی نیز یافته‌ها نشان داد که کتب مورد ارزیابی در بسیاری از معیارها (نظم و انسجام در کل اثر، نظم و انسجام درون فصول، اعتبار علمی، دقت در استنادات و ارجاعات و تناسب و جامعیت موضوعی و مروری نظام‌یافته از مطالب، مطابقت با سرفصل‌های مصوب، مبانی مقدماتی، انطباق محتوای اثر با فهرست، دقت در اصطلاحات تخصصی، رعایت امانت در مآخذ، کاربرد در برنامه آموزشی، بی‌طرفی علمی، استفاده از ابزار علمی برای تفهیم موضوع و سازگاری محتوا با مبانی اثر) در وضعیت بسیار مناسبی قرار دارند. معیارهای «نظم و انسجام در کل اثر»، «نظم و انسجام درون فصول»، «دقت در استنادات و ارجاعات»، «تناسب و جامعیت موضوعی»، «انطباق محتوای اثر با فهرست»، «دقت در اصطلاحات تخصصی» و «کاربرد در برنامه آموزشی» به‌عنوان نقاط قوت و سه معیار «روزآمدی اطلاعات»، «بومی‌سازی محتوای اثر» و «پیوند نظریه‌ها با مشاغل» نیز به‌عنوان نقاط ضعف کتب این رشته در ارزیابی محتوایی شناخته شدند. گویه «سازگاری با پیش‌فرض‌های اسلامی» در مرز معنی‌داری قرار دارد. البته تلاش‌های اخیر مؤلفان و ناشران این حوزه در راستای تطبیق کتب با آیین اسلامی بی‌نتیجه نبوده است و تا حدودی توانسته موجبات بهبود کتب بازرگانی را در بحث اسلامی نمودن آن‌ها فراهم ساخته است. البته این نتیجه‌گیری نیز در حالت کلی مصداق دارد. کتاب مدیریت *استراتژیک* نوشته فرد آر. دیوید از جمله کتبی بود که در معیار «قابلیت مرجع شدن» نمره بسیار بالایی را کسب نموده بود. اگرچه همان‌طور که عنوان شد کتب این حوزه در معیار «دقت در کاربرد اصطلاحات تخصصی و معادل‌سازی‌ها» (گویه‌ای که در کتب ترجمه بیشتر مدنظر است) وضعیت مناسبی دارند اما از کتاب *جنگل استراتژی* در این گویه ارزیابی بسیار ضعیفی به عمل آمد و کتاب *مبانی فلسفی و تئوری‌های رهبری و رفتار سازمانی* نیز از لحاظ معیار «تناسب محتوا یا اثر در سطح درک دانشجویان» و «روان و رسا بودن» ضعیف ارزیابی شد. در خصوص مقایسه کتب ترجمه و تألیفی در معیارهای محتوایی نیز تفاوت معنی‌داری مشاهده نشد.

روش تحقیق کیفی و یافته‌های آن

در بخش کیفی، تعداد هفت نفر از اساتید رشته مدیریت بازرگانی در سه دانشگاه مختلف در غرب کشور به روش مصاحبه نیمه ساختاریافته مورد مصاحبه قرار گرفتند. یافته‌های حاصل از آن نیز در جداول ۸ و ۹ مشهود است.

سؤالات مصاحبه نیز در قالب دو پرسش باز و به صورت زیر مطرح شد:

۱. به نظر شما، در تدوین و ارزیابی ظاهری کتب درسی دانشگاهی رشته مدیریت بازرگانی چه گویه‌هایی را باید مدنظر و مورد تأکید قرار داد؟

جدول (۸): فراوانی معیارهای ظاهری مطرح شده در مصاحبه

گویه	فراوانی	درصد فراوانی
تغییرات شکلی	۴	٪ ۵۷
فن برجسته‌سازی حروف	۵	٪ ۷۱
دوام فیزیکی	۱	٪ ۱۴
نگارش و ویرایش تخصصی	۳	٪ ۴۳

۲. به نظر شما، در تدوین و ارزیابی محتوایی کتب درسی دانشگاهی رشته مدیریت بازرگانی چه گویه‌هایی را باید مدنظر و مورد تأکید قرار داد؟

جدول (۹): فراوانی معیارهای محتوایی مطرح شده در مصاحبه

گویه	فراوانی	درصد فراوانی
روزآمدی اطلاعات و محتوا	۶	٪ ۸۵
بومی‌سازی محتوا	۴	٪ ۵۷
دقت در معادل‌سازی‌ها	۳	٪ ۴۲
نوآوری در اثر	۳	٪ ۴۲
پیوند نظریه‌ها با مشاغل مرتبط	۶	٪ ۸۵
سازگاری محتوای با مبانی اسلامی	۵	٪ ۷۱
اعتبار علمی	۲	٪ ۲۸

جداول فوق به وضوح نشان می‌دهد که نتایج مصاحبه با نتایج کمی پژوهش هم‌سو است و به جهت پرهیز از اطناب کلام از توضیح جداول خودداری می‌شود.

بحث و نتیجه‌گیری

به عقیده (Fathi Vajargah and Aghazadeh, 2006) نظام آموزشی کشور ما نظامی کتاب‌محور است و بیش از ۷۵ درصد از زمان دانش‌پژوهان نیز به مطالعه کتب درسی سپری می‌شود (نقل از Gold, 1983)، از این رو توجه به کیفیت ظاهری و محتوایی آن‌ها امری بسیار ضروری به نظر می‌رسد و دقت و توجه فراوان متصدیان تألیف و چاپ کتب درسی یعنی مؤلفان و ناشران را می‌طلبد. ارزشیابی محتوای کتاب‌های درسی می‌تواند نقاط قوت و ضعف احتمالی کتاب‌های درسی را برای اصلاح و تغییر احتمالی محتوا متناسب با اهداف تعیین نموده و اصول علمی را در اختیار مدیران و برنامه‌ریزان و مؤلفان کتاب‌های درسی قرار دهد. اشکالات موجود در کتب درسی رشته مدیریت بازرگانی اغلب اساتید این رشته به معرفی مقالات و کتب خارجی به‌عنوان منبع آموزشی و امتحانی سوق می‌دهد و ملموس بودن مشکلات متعاقب این امر برای پژوهشگران، آن‌ها را بر آن داشت در قالب پژوهشی پیمایشی به بررسی نظر اساتید این حوزه بپردازند. یافته‌های حاصل از این پژوهش نشان داد که اکثر کتب چاپ‌شده در حوزه مدیریت بازرگانی در ایران از لحاظ شکلی و محتوایی نسبتاً در جایگاه مناسبی قرار دارند. به‌رغم مناسب بودن کتب این حوزه، اشکالات و نقاط ضعفی نیز در آن‌ها دیده شد که نیازمند توجه جدی مسئولان و مجریان حوزه تألیف و نشر کتب این حوزه است. در بحث ارزیابی ظاهری، یافته‌ها نشان داد که اکثر کتاب‌های چاپ‌شده در رشته مدیریت بازرگانی از لحاظ معیارهای ظاهری در سطح مناسبی قرار دارند. کتب در معیارهای «جامعیت صوری»، «کیفیت چاپی و فنی»، «نگارش و ویرایش تخصصی»، «رسایی نگارش» و «دوام فیزیکی» بسیار مناسب ارزیابی شد و این پنج معیار به‌عنوان نقاط قوت این کتب شناسایی شد. نقاط قوت کتب درسی این رشته در معیارهای «جامعیت صوری اثر»، «کیفیت چاپی و فنی»، «رعایت قواعد عمومی نگارش و ویرایش تخصصی» همسو با نتایج (Hosseini and Mator, 2012) در بررسی کتب دانشگاهی رشته علوم تربیتی است. معیار «تغییرات شکلی اثر» نیز به‌عنوان نقاط ضعف ظاهری این کتب شناسایی شدند و توجه و همت بیشتر ناشران این حوزه را می‌طلبد. زیاد بودن تعداد فراوانی در معیار «تغییرات شکلی اثر» و کم بودن تعداد فراوانی در گویه‌های «جامعیت صوری»، «کیفیت چاپی و فنی»، «نگارش و ویرایش تخصصی» و «رسایی نگارش» مصاحبه نیز مؤید نتیجه است.

در ارزیابی محتوایی، معیارهای زیادی (در بخش یافته‌ها کامل تشریح شده است) به‌عنوان نقاط قوت شناسایی شدند که به لحاظ معیارهای «نظم و انسجام در کل اثر»، «نظم و انسجام درون فصول»، «تناسب و جامعیت موضوعی»، «انطباق محتوای اثر با فهرست»، «دقت در اصطلاحات تخصصی»، «اعتبار منابع از جهت علمی» و «رعایت بی‌طرفی علمی» با نتایج (Hosseini and Mator, 2012) در ارزیابی کتب رشته علوم تربیتی همسو است و داده‌های حاصل از مصاحبه نیز تأییدی بر این نتیجه است. یکی از نقاط ضعف محتوایی شناسایی‌شده معیار «روزآمدی اطلاعات» است که با نتایج پژوهش (Hosseini and Mator, 2012) از کتب علوم تربیتی و نتایج (Shadfar, Liaghatdar

(and Sharif, 2012) در رشته مدیریت و برنامه‌ریزی آموزشی (گویه معادل «لحاظ کردن مسائل جهانی» است) همخوانی دارد و لزوم توجه جدی به این معیار را در کتب دانشگاهی نمایان می‌سازد. اگرچه به دلیل ماهیت و سرعت پیشرفت علم در هر رشته‌ای مفهوم «روزآمد» بودن متفاوت است (Mansourian, 2013)، اما «نیم‌عمر اطلاعات» یا همان اعتباربخشی ماده درسی تقریباً شش سال است؛ بدین معنا که تقریباً هر شش سال یک بار نیمی از اطلاعات هر رشته دانشگاهی بلااستفاده و از اعتبار ساقط می‌گردد (Ghourchian, 1992). آماده ساختن دانشجویان برای مشاغل بیش‌ازپیش مستلزم گنجاندن مطالب و محتوای آموزشی به‌روز و همگام با مسائل و پیشرفت‌های جهانی است و نیازمند تلاش و همت مؤلفان کتب دانشگاهی به‌ویژه کتب رشته مدیریت بازرگانی است. یکی دیگر از معیارهایی که در مرز شناخته شدن به عنوان نقطه ضعف قرار دارد «سازگاری با پیش‌فرض‌های اسلامی» است. (Smith, 2005) در مطالعه خود تحت عنوان «یک استراتژی جامع برای کتب درسی و مواد آموزشی» عواملی همچون دانش ملی و محلی (شامل ارزش‌های اجتماعی و خانوادگی، باورها، نگرش‌ها و رفتارها) را از جمله عوامل مؤثر در انتخاب محتوا قلمداد می‌کند. از آنجائی که بیشتر کتب این رشته برای سال‌های متمادی بدون اعمال هیچ تغییری تحت چاپ مجدد قرار گرفته‌اند، مطابقت محتوای آن‌ها با باورها، ارزش‌ها و مبانی اسلامی تا حدودی دور از انتظار می‌نماید. البته در سال‌های گذشته اقداماتی در این زمینه صورت گرفته است؛ اما نتایج این پژوهش نشان داد که این تلاش‌ها کافی نبوده است و اسلامی کردن محتوای کتب دانشگاهی از جمله اقدامات مناسبی است که باید در این راستا صورت گیرد. سومین نقطه‌ضعف محتوایی کتب رشته مدیریت بازرگانی ضعف در «بومی‌سازی محتوای اثر» است. این نتیجه با نتایج (Jamali Zavareh, Nasr, Armand and Nili, 2009) در بررسی کتب رشته‌های علوم تربیتی، مشاوره و روان‌شناسی همسو است. یکی از مهم‌ترین وظایف هر برنامه درسی و محتوای آموزشی آن، توجه کامل به حفظ و اشاعه میراث فرهنگی و نظام ارزشی (Ghourchian, 1992) و انتقال میراث فرهنگی به نسل‌های آتی در هر جامعه است. برنامه‌ریزان و مؤلفان کتاب‌های درسی باید در انتخاب محتوا، تناسب محتوا را با فرهنگ و تمدن و آداب‌ورسوم، که زیربنای فرهنگ هر کشور است، دقت لازم را به عمل آورند (Jamali Zavareh, Nasr, Armand and Nili, 2009). بیش‌تر آنچه تحت عنوان دانش مدیریت بازرگانی در ایران تدریس می‌شود تا حدود زیادی ترجمه دستاوردهایی است که در جوامع غربی و بالأخص آمریکا و متناسب با فرهنگ آن کشورها به دست آمده است و لزوم تعدیل آن ایده‌ها و تئوری‌ها و به نحوی بومی‌سازی آن‌ها با فرهنگ ملی نیز وجود دارد. آخرین نقطه‌ضعف شناسایی شده مربوط به عدم یا ضعف توجه به معیار «پیوند نظریه‌ها با مشاغل» بود که این نیز با نتایج حاصل از پژوهش (Shadfar, Liaghatdar and Sharif, 2012) و (Jamali Zavareh, Nasr, Armand and Nili, 2009) همخوانی دارد. با توجه به این که رسالت آموزش عالی آماده ساختن دانشجویان برای مشاغل و بازار کار است؛ بنابراین معیاری که در انتخاب محتوا در سطح آموزش عالی ضروری می‌نماید، ایجاد پیوند میان محتوای نظری و مشاغل مرتبط یا نیازهای بازار است تا هم آموزش

عالی به هدف اصلی خود نائل آید و هم دانش پژوهان به وسیله کتب درسی تا حدودی برای مشاغل مربوطه آماده شوند.

References:

- Abbasian, Gh., Shirmohammadi, J., & Nikoui, M. (2011). An Evaluation of Educational program at military setting and a proposal of an Appropriate Model (Focusing on an evaluation of English language program at Imam Ali University. *Military Management*, No. 43, 11-42. [In Persian]
- Angell, J., DuBravac, S., & Gonglewski, M. (2008). Thinking Globally, Acting Locally: Selecting Textbooks for College-Level Language Programs. *Foreign Language Annals*, 41(3), 562-573.
- Bartlett, L. E., & Morgan, J. A. (1991). Choosing the college textbook: A textbook selection checklist for instructor use. *Practicum presented at Nova University*, 1-39.
- Cohen, L., Manion, L., & Morrison, K. (2013). *Research methods in education*. Routledge.
- Doroudi, F. (2008). Factors Affecting Book Reviews. *Ketab 75*, 173-184. [In Persian]
- Fathi Vajargah, K., & Aghazadeh, M. (2006). *A Guide to Authoring textbooks*, Aeizh. [In Persian]
- Ghourchian, N. Gh. (1992). A Step on the Road to Selection of Curriculum Content. *Education*, No. 1 (33), 37-63. [In Persian]
- Hasanmoradi, N. (2009). *Content analysis of elementary textbooks*. Tehran: Aeizh. [In Persian]
- Heilenman, L. K. (1993). Of cultures and compromises: Publishers, textbooks, and the academy. *Publishing Research Quarterly*, 9(2), 55-67
- Hosseini, M. H., & Mator, M. (2012). A Critique on Iran's University Textbooks in the Field of Education. *University Textbooks, Research and Writing*, No. 26, 119-142. [In Persian]
- Jamali Zavareh, B., Nasr, A., Armand, M., & Nili, M. R. (2009). Explaining the Writing and Structure Criteria for Authoring and Developing Textbooks in Disciplines of Education, Psychology and Counseling. *Samt Word*, No. 21, 31-49. [In Persian]
- Maleki, H. (2006). College textbook critique: Principles and Criteria. *Samt Word*, No. 17, 9-20. [In Persian]
- Mansourian, Y. (2013). One Hundred Characteristics of Academic Efficient and Effective Books. *University Textbooks, Research and Writing*, No. 29, 1-17. [In Persian]
- Momeni Mahmuyee, M. (2009). Evaluation of Educational Program in High Education System. *Education Strategies*, Vol. 2, No. 2, 29-35. [In Persian]
- Morse, J. M. (2003). Principles of mixed methods and multimethod research design. *Handbook of mixed methods in social and behavioral research*, 1, 351-383. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Nicholls, A., & Nicholls, S. H. (1978). *Developing a curriculum: A practical guide*. London: Allen and Unwin.
- Niknafas, S., Aliabadi, Kh. (2013). Content Analysis of Textbooks in the Educational Process. *Global Media Journal*. Vol. 8, No.2, 124-150. [In Persian]
- Norouzzadeh, R., & Rezaee, N. (2009). College Textbooks: Prerequisites and Requisites. *Ayar*, No. 23, 117-138. [In Persian]
- Ornstein, C. (1996). *Curriculum foundation principles and issues*. London: Mc Cutahan Publishing.
- Pourmand, R., Norozi, D., zarei zavaraki, E., & Delavar, A. (2017). Investigating the Effect of the group Teaching Method on Simultaneous Learning of Common Topics with Different Complexity Levels on Students Learning in Multigrade Classes. *Research in Teaching*, Vol 5, No 3, Autumn. [In Persian]

- Rahmani, R., & Fathi Vajargah, K. (2008). Quality Assessment in Higher Education, *Education Strategies in Medical Sciences*, No. 1, 28-39. [In Persian]
- Razi, A. (2009). Indicators for Evaluation and Critique of University Textbooks. *Samt Word*, No. 21, 21-30. [In Persian]
- Shadfar, H., Liaghatdar, M.J., Sharif, M. (2012). Investigating Conformity Scope of Educational Planning and Administration Curriculum with Students' Needs. *Research and Planning in Higher Education*, 17 (4), 123-146. [In Persian]
- Sharif Moghaddam, H., & Ehsanian, Gh. A. (2014). A Study on the Textbooks Published by Payame Noor University and the Attitude of Students towards the Books Based on Standards in Writing Textbooks. *Information Science and Knowledge Management*, Vol. 1, issue 1, 7-19. [In Persian]
- Smith, P. (2005). *a Comprehensive Strategy for Textbooks and Learning Materials*, Paris: UNESCO.
- Textbook. (2015). In Oxford Advanced Learner's Dictionary (9th Ed.). retrieved from http://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/textbook_1
- Yarmohammadian, M. H., Armand, M., & Zarei, H. (2009). Evaluation of Human Resource Textbooks Based on Suitable Academic Textbooks Criteria. *Ayar*, No. 23, 36-58. [In Persian]