

Results Indicator of European Foundation Model of Quality Management

بررسی میزان رضایت مندی دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد سنندج با استفاده از شاخص نتایج مشتری مدل EFQM^۱

Rafiq Hassani^۱ Mehdi Feizi^۲

Abstract:

This study investigated student's satisfaction of educational services in Islamic Azad University of Sanandaj. Method of this research is descriptive-survey. The statistical community includes 11741 students of Islamic Azad University of Sanandaj Using Stratified random sampling based on the Cochran's formula, 508 were selected as sample. Customer satisfaction questionnaire was administered to the students. After gathering and analysis of data, it was found that most of students are not content about educational services offered, after-graduation services, public conception of the Department, loyalty to the university and extracurricular activities and there isn't a significant difference between different departments of Islamic Azad University of Sanandaj in terms of customer satisfaction. The average satisfaction was higher in boys than girls and there is a significant difference about the satisfaction of educational services among students' attitudes in the second, third, and fourth years of schooling. Finally, dissatisfaction indicators in sequence are extracurricular activities, offering of educational services offered, after-graduation services, public conception of the department, and loyalty to the university.

Keywords: Students' satisfaction, education's quality, educational service, customer results indicator, European foundation model of quality management

رفیق حسنی^۲ مهدی فیضی^۱

تاریخ دریافت: ۹۰/۴/۵ تاریخ پذیرش: ۹۰/۷/۱۷

چکیده:

پژوهش حاضر با هدف بررسی میزان رضایت مندی دانشجویان از خدمات آموزشی دانشگاه آزاد اسلامی واحد سنندج انجام شده است. این پژوهش از نوع توصیفی-پیمایشی است. جامعه آماری آن شامل ۱۱۷۴۱ نفر از دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد سنندج است با نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای و براساس فرمول کوکران ۵۰۸ دانشجو به عنوان نمونه انتخاب شدند. از پرسش نامه سنجش رضایت مشتری برای جمع‌آوری اطلاعات استفاده شد. به منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها از آزمون‌های من-ویتنی، ویلکاکسون، کروسکال والیس، تحلیل واریانس یک‌طرفه و آزمون تی برای گروه‌های مستقل استفاده شد. نتایج پژوهش نشان داد که اکثر دانشجویان نسبت به خدمات آموزشی ارائه‌شده، خدمات پیگیرانه بعد از آموزش، تصورات کلی از گروه آموزشی، وفاداری نسبت به دانشگاه و فعالیت‌های فوق برنامه رضایت ندارند و بین دانشکده‌های مختلف دانشگاه آزاد اسلامی واحد سنندج از لحاظ مشتری مداری تفاوت معناداری وجود ندارد. میانگین رتبه ای رضایت پسران نسبت به دختران بیشتر بود و بین دیدگاه دانشجویان سال‌های دوم، سوم و چهارم در مورد میزان رضایت از خدمات آموزشی تفاوت معناداری وجود دارد و آخر اینکه شاخص فعالیت‌های فوق‌برنامه در صدر شاخص‌های عدم رضایت و به دنبال آن سایر شاخص‌های خدمات آموزشی ارائه شده، پیگیری پس از ارائه خدمات، تصورات کلی از گروه آموزشی و وفاداری به سازمان قرار دارند.

کلیدواژه‌ها: رضایت مندی دانشجویان^۱، کیفیت آموزشی^۲، خدمات آموزشی^۳، شاخص نتایج مشتری^۴، مدل EFQM^۵.

Evaluation of Student's Satisfaction in Islamic Azad University of Sanandaj Using Customer

۱- این مقاله برگرفته از طرحی است که با حمایت مالی دانشگاه آزاد اسلامی واحد سنندج اجرا شده است.

۲- عضو هیأت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد سنندج
hasani.rafiq@gmail.com

۳- مدرس دانشگاه آزاد اسلامی واحد سنندج
m_feizi1359@yahoo.com

^۱ Assistant Professor, Islamic Azad University, Sanandaj Branch (E-mail: hasani.rafiq@gmail.com)

^۲ Islamic Azad University, Sanandaj Branch (E-mail: m_feizi1359@yahoo.com)

مقدمه

در سال‌های آغازین هزاره سوم هم گام با روند سریع جهانی شدن، توسعه سازمان‌های خدماتی و گسترش فرآیندهای عرضه خدمات در سطح جهان بیش از هر زمان دیگر مشهود است. توسعه بازار رقابت در سطح ملی، منطقه‌ای و بین‌المللی و علاقه روزافزون سازمان‌ها به پیاده سازی سامانه‌های مدیریت کیفیت، اندازه‌گیری رضایت مندی مشتریان را به یک الزام گریز ناپذیر تبدیل نموده است؛ در زمینه و شرایط اقتصادی اجتماعی جدید بخش خدمات به طور فزاینده‌ای اهمیت یافته است (اولیوریرا^۸، ۲۰۰۹) با توجه به اهمیت بخش خدمات، تعالی کیفیت خدمات در این بخش نیز اهمیت ویژه‌ای پیدا کرده است، به نحوی که ارائه خدمات با کیفیت از چالش‌های مهم قرن حاضر در سازمان‌های خدماتی به شمار می‌رود. مدیران این سازمان‌ها می‌کوشند تا اندیشه و فرهنگ مشتری محور را در سازمان‌های خود توسعه داده و از طریق تمرکز بر نیازهای مشتریان و پاسخگویی صحیح به خواسته‌های آنان، ضمن ایجاد مزیت رقابتی، زمینه‌های دستیابی به تعالی عملکرد سازمان خود را فراهم سازند (بروکس، لینکس و بوچن^۷، ۱۹۹۹). در بین دانشگاه‌ها، دانشگاه آزاد اسلامی بیش از هر دانشگاه دیگری برای تداوم و بقای خود نیازمند بازنگری و ارزیابی فعالیت‌ها و خدمات آموزشی خود از دید دانشجویان است. دلیل این امر ساده است، دانشگاه آزاد با مشتریانی سروکار دارد که حق انتخاب بالایی دارند و چون برای این انتخاب پول هزینه می‌کنند در نتیجه نگاه و دید دانشجویان نسبت به ارائه خدمات و عدم وفاداری به دانشگاه می‌تواند در شکست یا موفقیت آن بسیار مؤثر باشد. بنابراین دانشگاه‌ها به منظور به انجام رساندن وظایف خطیر و پویایی و ارتقای خود، نیازمند الگو و ابزار مناسب برای ارزیابی و اطمینان کیفی از روند برنامه‌ها و فرآیندهای مربوط و ارزیابی کارایی و اثربخشی دانش آموختگان خود و مهم تر از همه، میزان رضایت مندی آنان است. اما در یک دانشگاه مشتری کیست؟ می‌توانیم دانشجویانی را، که دریافت کننده مستقیم خدمات آموزشی بوده، به عنوان مشتریان به حساب آورده یا صنایع دولتی و خصوصی که

دانشجویان را استخدام می‌کنند را به عنوان مشتریان در نظر گیریم.

مؤلفان متعددی توافق دارند که برای رضایت مندی دانشجویان، مؤسسه‌ها باید ریسک مصالحه بر سر نیازهای کل جامعه را بپذیرند. این مؤلفان فرآیندی را ترجیح می‌دهند مرکز متناسبی را که دانشجویان اهداف بلندمدت خود را تعریف می‌کنند و برنامه پیش‌فرض را برای برخورد با این اهداف الگو قرار می‌دهند وجود داشته باشد. از سوی دیگر بقیه بریگام^۹، روباچ و استراتون^۹ عقیده دارند که نیاز است با دانشجویان به صورت مشتریان رفتار شود و آنها مفهوم تولید مشترک را که برای درگیر کردن و همکاری آموزگاران، دانشجویان، والدین برای دستیابی به پیامدهایی با خدمات آموزشی با کیفیت لازم است را به کار برند (به نقل از تانگ و هان، ۱۳۸۷).

هم چنین دانشگاه برای حفظ پویایی خود نیازمند برنامه‌ریزی‌های توسعه‌ای و راهبردی بهبود فرآیندها و روش‌ها و کنترل مستمر کیفیت است. در همین رابطه، یکی از معیارهای عمده در زمینه کیفیت و بهبود مستمر آن، ایجاد و حفظ رضایت مشتری است که در سازمان‌های آموزشی یادگیرندگان به عنوان مخاطبان اصلی فرایند آموزشی تلقی می‌شوند و به تعبیر تریسی^{۱۰} در گرو «موقعیت» و «برتری» است. منظور از موقعیت، این است که مشتری و مخاطب آموزشی در غیاب سازمان یا مؤسسه آموزشی، درباره آن، چه فکر می‌کنند و چه می‌گویند؟ بر مبنای همین ذهنیت است که مشتری یا مخاطب آموزشی تصمیم می‌گیرد که آیا از خدمات آموزشی مورد نظر استفاده کند؟ و دوباره آن را مورد استفاده قرار دهد و هم چنین دیگران را نیز به استفاده از خدمات آموزشی سازمان تشویق کند یا خیر؟ منظور از برتری نیز، متمایز کردن سازمان و خدمات آموزشی مربوطه از موارد مشابه در بازار است، باید خدمات آموزشی مجموعه مورد نظر امتیازی داشته باشد که بتواند در رقابت بازار به صورت دائمی برنده باشد، یا به عبارتی امتیاز مجموعه آموزشی بایستی از مزیت نسبی برخوردار باشد. در صورتی که خدمات آموزشی ارائه شده جنبه ویژه‌ای داشته باشد و به قدری برای مشتری‌ها و مخاطبان آموزشی مهم باشد که خدمات مشابه که

سازمان‌های دیگر ارائه می‌دهند نتواند رضایت آنها را جلب کند باعث می‌شود مشتریان و مخاطبان آموزشی تصمیم بگیرند، ضمن استفاده از خدمات مربوطه، دیگران را نیز ترغیب و تشویق به استفاده از خدمات آموزشی نمایند (ایزدی، صالحی و قره‌باغی، ۱۳۸۷). حال این سؤال مطرح است که تعیین درصد ارائه خدمات، در اختیار کیست و معیار برای ارزشیابی یک خدمت در دانشگاه چیست؟

در پاسخ به این سؤال می‌توان گفت که، دانشگاهی برنده خواهد بود که به نیازهای مشتریان خود آگاه و حساس بوده و سعی در رفع آن نیازها نماید و به اصطلاح عام «مشتری مدار»^{۱۱} باشد. در نتیجه دانشگاه باید به طور فراگیر نتایج مهم مرتبط با مشتریان خود را اندازه گیری نماید و هم چنین مشخص کند که در ارتباط با مشتریان خود چه نتایجی به دست می‌آورد، تا کاستی‌ها مشخص و برنامه‌ها بر پایه آن، مسیر رشد و بهینه شدن را طی کند. با توجه به رسالت دانشگاه و مسأله رقابت در بازارهای داخلی و جهانی در عرضه آموزش و رشد سریع مقوله جهانی شدن این سؤال پیش می‌آید که آیا دانشگاه آزاد اسلامی واحد سنندج یک دانشگاه مشتری مدار است؟ و تا چه اندازه توانسته براساس معیار رضایت مشتری در مدل تعالی سازمان عمل نماید؟

گالوی^{۱۲} در پژوهشی به این نتیجه رسید که بین ابعاد سروکوال بعد جلوه ظاهری (ملموسات) کم‌ترین و بعد پاسخگویی بیشترین تأثیر را بر رضایت دانشجویان از کیفیت خدمات آموزشی ارائه شده داشته است (به نقل از زواربهرنگی، عسکریان و نادری، ۱۳۸۶). هاسون^{۱۳} (۲۰۰۳) در پژوهشی با عنوان بررسی رضایت دانشجویان نتیجه گرفت که ۷۸٪ دانشجویان به‌طور کلی از خدمات دانشگاه رضایت داشته و میزان رضایتمندی آنها از خدمات آموزشی ۷۰٪، امکانات موجود دانشگاه ۶۶٪، منابع موجود در کتابخانه ۷۲٪، و ایمن بودن محیط دانشگاه ۷۰٪ گزارش گردید. چو^{۱۴} (۲۰۰۶) در مطالعه‌ای با عنوان بررسی انتظارات از آموزش عالی به این نتیجه رسید که براساس نظرات دانشجویان در هر پنج بُعد خدمت و تمام عبارات مربوط به هر پنج بُعد شکاف کیفیت وجود دارد، بیشترین شکاف کیفیت خدمات در بعد تضمین (۱/۸-) و بعد از آن به ترتیب ابعاد

پاسخگویی (۱/۷-)، ثبات و پایایی (۱/۳-)، بُعد ظاهری (۰/۸۴-) و همدلی (۰/۷۱-) بوده است. آرامبیولا و هال^{۱۵} (۲۰۰۶) در مطالعه‌ای دریافتند که تفاوت معنادار بین ادراک و انتظارات دانشجویان از کیفیت خدمات آموزشی ارائه شده بوده است. این پژوهشگران اظهار نموده‌اند که بعد ظاهری (ملموسات) بیشترین تأثیر را بر رضایت دانشجویان داشته است. برادلی^{۱۶} (۲۰۰۶) در مطالعه‌ای با عنوان بررسی ادراک و انتظار دانشجویان چینی از کیفیت خدمات آموزشی در دوره تحصیلات تکمیلی در پی تعیین ادراک و انتظار دانشجویان چینی از کیفیت خدمات آموزشی در دوره تحصیلات تکمیلی بوده است، مطالعه مذکور نیز با روش پیمایشی و پرسش نامه انجام گرفته است، نتایج مطالعه مذکور نشان می‌دهد که در تمامی ابعاد خدمت، شکاف کیفیت وجود دارد. مطالعه‌ای در دانشگاه فنی گورتین (۲۰۰۷) نشان داد که به طور کلی ۷۵٪ دانشجویان از خدمات دانشگاه رضایت دارند و میزان رضایت از سلف سرویس دانشگاه ۷۸٪، بخش ثبت نام ۷۰٪، سیستم رسیدگی به شکایات ۳۹٪، پارکینگ دانشگاه ۲۴٪ و خدمات کتابخانه و واحدهای اطلاع رسانی ۷۵٪ است. اولیوریرا (۲۰۰۹) در پژوهشی به این نتیجه رسیده است که بیشترین شکاف در کیفیت خدمات ارائه شده در بعد پاسخ گویی (۰/۹۶۱-) بوده و بعد به ترتیب ابعاد همدلی، اعتبار، تضمین و بُعد ظاهری در مراحل بعدی قرار داشته‌اند. بنابراین وی نتیجه می‌گیرد که ادراک دانشجویان از کیفیت خدمات ارائه شده در تمامی ابعاد پایین تر از انتظارات دانشجویان بوده است.

در پژوهش انجام شده توسط منصوریان (۱۳۸۲) نشان داده شد که بیشترین امتیاز مدیریت کیفیت جامع مربوط به امور آموزشی، پس از آن به کتابخانه مرکزی و کمترین امتیاز به امور خوابگاه‌ها و سلف سرویس تعلق گرفته است. وی رابطه مثبت و معناداری بین نمره مدیریت کیفیت جامع واحدهای ارائه دهنده خدمات و رضایتمندی دانشجویان مشاهده کرد. کبریایی و رودباری (۱۳۸۴) دریافتند که اکثریت دانشجویان (۸۱/۶٪) قایل به وجود شکاف منفی کیفیت بودند. از میان ابعاد پنج گانه خدمت، بعد پاسخگویی دارای بیشترین میانگین شکاف (۱/۰۴±۱/۷۳-) و بعد اطمینان دارای کمترین

مدیریت خدمات آموزشی دانشگاه علوم پزشکی رضایت ندارند. بین نظرات مدرسان و دانشجویان دختر و پسر دوره تحصیلات تکمیلی تفاوت معناداری وجود نداشت. آقاملایی، زارع زاده و عابدینی (۱۳۸۵) در مطالعه‌ای به این نتیجه رسیدند که براساس نظرات دانشجویان در هر پنج بعد خدمت و تمام عبارات مربوط به هر پنج بعد شکاف کیفیت وجود دارد، بیشترین شکاف کیفیت خدمات در بعد پاسخگویی (۱/۱۴-) و بعد از آن به ترتیب ابعاد همدلی (۰/۹۵)، تضمین (۰/۸۹-)، بُعد ظاهری (۰/۸۴-) و اطمینان (۰/۷۱-) بوده است، بر این اساس پژوهشگران نتیجه گرفته‌اند که انتظارات دانشجویان فراتر از درک آنها از وضعیت موجود بوده است و در هیچ کدام از ابعاد، خدمت انتظارات آنها برآورده نشده است. شیرازی و براتکو (۱۳۸۲) در مطالعه ای دریافته‌اند که بین انتظارات و ادراکات دانشجویان از خدمات آموزشی با آنچه که آنان دریافت می‌کنند تفاوت خیلی زیادی وجود دارد و تنها متغیر وضعیت ظاهری کارکنان از دید دانشجویان مطلوب بوده است. همچنین پژوهشگران در مورد ابعاد دربرگیرنده کیفیت خدمات پژوهش خود سه بعد را ذکر کرده‌اند که عبارتند از: عوامل التزامی، اعتماد و عملی بودن انتظارات. این ابعاد با آنچه پاراسورمان ذکر کرده تفاوت زیادی دارد. زوار و همکاران (۱۳۸۶) در مطالعه‌ای به این نتیجه رسیده‌اند که میانگین شکاف ادراک و انتظار دانشجویان از کیفیت خدمات مراکز آموزشی در همه مؤلفه‌ها و ابعاد منفی و در آزمون t و در سطح ۰/۰۰۱ معنادار بوده است، پژوهشگران به این نتیجه رسیده‌اند که دانشجویان از کیفیت خدمات مراکز آموزشی دانشگاه پیام نور راضی نیستند، میانگین کل ادراک دانشجویان ۲/۶۸ درصد (زیر متوسط) و انتظار آنها ۴/۴۴ درصد (بالای زیاد) بوده است. یافته‌های پژوهش بیانگر این است که در مقایسه جنسیت و سال تحصیلی دانشجویان تفاوتی در چگونگی کیفیت خدمات نداشته‌اند. در بین رشته تحصیلی دانشجویان فقط سطح نارضایتی دانشجویان کامپیوتر نسبت به سایر دانشجویان در آزمون F معنادار بوده است. ایزدی و همکاران (۱۳۸۷) در پژوهشی دریافتند که تنها حدود ۴۰ درصد از افراد نمونه از خدمات آموزشی ارائه شده رضایت دارند و در بین دانشکده‌ها،

میانگین شکاف کیفیت (۰/۹۹±۱/۱۰-) بودند. تفاوت شکاف مشاهده شده بین ابعاد پنج گانه خدمت با یکدیگر معنادار بود و از نظر اکثریت قریب به اتفاق دانشجویان، در هر پنج بعد خدمات آموزشی شکاف منفی کیفیت وجود داشت. آربونی، شغلی، بدری پشته و مهاجری (۱۳۸۷) در پژوهشی در مورد شکاف بین انتظارات و خدمات آموزشی ارائه شده در دانشگاه علوم پزشکی زنجان نشان دادند که در هر پنج بعد کیفیت خدمات شکاف وجود دارد. براساس نتایج این پژوهش، از میان ابعاد پنج‌گانه خدمت، بُعد همدلی، دارای بیشترین میزان شکاف (۱/۶۷) و بعد از آن به ترتیب در ابعاد پاسخ‌گویی (۱/۶۲-) قابلیت اطمینان (۱/۵۴-)، فیزیکی (۱/۵۲-) مشاهده شده است و کمترین شکاف در بعد تضمین (۱/۴۶-) بوده است. در تمامی ابعاد خدمات بین واقعیت‌ها و انتظارات تفاوت معنادار بوده است. و دانشجویان مقاطع بالاتر به‌طور معناداری شکاف خدمات در تمام ابعاد را بیشتر ارزیابی کرده‌اند. در پژوهش انجام شده به وسیله احمدی و قلیچ‌لی (۱۳۸۴) نشان داده شد که از دیدگاه دانشجویان بین میانگین وضعیت موجود و مورد انتظار از سطح کیفی کلی خدمات منطقه ده دانشگاه (شامل چهار مرکز موجود) تفاوت معنادار وجود دارد. به عبارت دیگر، میانگین کلی نظرات دانشجویان مراکز آموزشی (نمونه آماری) در منطقه ده برای وضعیت موجود کیفیت خدمات آموزشی ۲/۸ بوده در حالی که میانگین نظرات آنها برای وضعیت مورد انتظار کیفیت خدمات آموزشی ۴/۵ بوده است. تفاوت بین وضعیت موجود و مورد انتظار کیفیت خدمات آموزشی ۱/۷- بوده است. براساس نتایج این پژوهش، میانگین کلی نظرات دانشجویان مراکز آموزشی به تفکیک بدین شرح بوده است: تفاوت بین وضعیت موجود و مورد انتظار کیفیت خدمات آموزشی در ابعاد پنج‌گانه در مرکز ورامین ۰/۹۴-، در مرکز قم ۱/۵-، در مرکز کرج ۲/۰۶ و در مرکز تهران ۲/۱- بوده است و در نهایت در تمامی ابعاد خدمات بین واقعیت‌ها و انتظارات تفاوت معنادار بوده است. شمس، همایی، سیادت و غریبی (۱۳۸۴) در پژوهشی دریافتند که مدرسان و دانشجویان دوره تحصیلات تکمیلی از هیچ یک از چهارحیطه عملکرد آموزشی، اداری، کیفیت پاسخگویی و نظارت و راهنمایی

۴- میزان وفاداری دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد سنندج به این دانشگاه چقدر است؟

۵- دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد سنندج، چه نظری نسبت به فعالیت‌های فوق‌برنامه دانشگاه دارند؟

۶- کدام یک از گروه‌های آموزشی دانشگاه آزاد اسلامی واحد سنندج، در مقایسه با دیگر گروه‌ها مشتری محورتر است؟

۷- آیا تفاوتی بین دانشجویان دانشکده‌های مختلف در مورد خدمات ارائه شده توسط دانشگاه وجود دارد؟

۸- آیا تفاوتی بین میزان رضایت دانشجویان دختر و پسر از خدمات آموزشی دانشگاه وجود دارد؟

۹- دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد سنندج در طول دوران تحصیل چه تصویر و نگرشی از دانشگاه کسب کرده‌اند؟

روش

پژوهش حاضر از لحاظ هدف از نوع کاربردی و از نظر روش از نوع پژوهش‌های زمینه‌یابی است.

جامعه آماری، نمونه و روش نمونه‌گیری

جامعه آماری پژوهش حاضر شامل کلیه دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد سنندج، در قالب دانشکده‌های علوم انسانی، پرستاری و مامایی، کشاورزی و دامپروری، علوم پایه و فنی و مهندسی است که در سال تحصیلی ۸۸-۸۹ به تحصیل اشتغال داشته‌اند و در مجموع شامل ۱۱۷۴۱ دانشجو است که با نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای و براساس فرمول کوکران ۵۰۸ دانشجو به عنوان نمونه در نظر گرفته شد.

دانشکده حقوق و علوم سیاسی و در بین گروه‌ها، گروه علوم سیاسی از سایر گروه‌ها مشتری مدارتر بوده‌اند. سماوی، رضایی مقدم و برادران (۱۳۸۷) در پژوهشی دریافتند که وضعیت مشتری مداری در دو دانشکده کشاورزی و منابع طبیعی رامین و دانشکده کشاورزی دانشگاه شهید چمران اهواز مطلوب نیست. هم چنین تفاوت معناداری بین دیدگاه دانشجویان و اعضای هیأت علمی دو دانشگاه در خصوص میزان مشتری مداری وجود دارد. محمدیان و خان بابازاده (۱۳۸۸) در مطالعه‌ای پی بردند که هیچ کدام از واحدهای دانشگاه نمره بالاتر از متوسط کسب ننموده‌اند و دو واحد آموزش دانشکده‌ها و مدیریت آموزشی نمره متوسط از رضایت دانشجویان را کسب کردند و میانگین بقیه واحدها پایین تر از حد متوسط استخراج گردید. دانشجویان بومی دانشگاه از دانشکده‌ها و مدیریت آموزشی رضایت بیشتری داشتند در حالی که میانگین رضایت دانشجویان غیر بومی از حوزه مدیریت دانشجویی فرهنگی و مرکز مشاوره بیشتر بود.

با توجه به پیشینه و هدف پژوهش حاضر سؤالات پژوهش به شرح ذیل است:

۱- دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد سنندج چه دیدی نسبت به خدمات آموزشی ارائه شده به وسیله دانشگاه دارند؟

۲- دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد سنندج چه نظری نسبت به ارائه خدمات پیگیرانه بعد از ارائه آموزش دارند؟

۳- دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد سنندج چه تصویری از گروه آموزشی دارند؟

جدول ۱- حجم نمونه برآورد شده به تفکیک گروه‌ها

نام دانشکده	نام گروه	سهم از نمونه	تعداد کل
	آبیاری	۵	۹۱
	دامپزشکی و علوم دامی	۲۲	۵۰۰
کشاورزی	زراعت و تولیدات گیاهی	۱۲	۲۸۰
	صنایع غذایی	۳۰	۶۶۷
	ماشین‌های کشاورزی	۳	۲۴
دانشکده فنی و مهندسی	آب و فاضلاب	۷	۱۰۷

نام دانشکده	نام گروه	سهم از نمونه	تعداد کل
	مهندسی صنایع و تولید صنعتی	۲۰	۴۷۴
	عمران	۵۹	۱۳۶۴
	معماری	۱۴	۳۲۹
	برق	۵	۷۰
	مهندسی شیمی	۷	۱۴۶
	مهندسی فناوری اطلاعات	۲۱	۴۹۳
	مکانیک	۴۰	۹۲۹
	علوم تربیتی	۱۱	۲۶۶
	روانشناسی	۵	۷۴
	آموزش زبان انگلیسی	۱۲	۲۸۸
دانشکده علوم	تربیت بدنی	۱۰	۲۳۸
	علوم تجربی	۷	۱۰۸
	زیست شناسی	۱۴	۳۳۴
	شیمی کاربردی	۱۰	۱۶۷
	سلولی مولکولی و میکروبیولوژی	۲۲	۵۷۳
	اقتصاد	۱۱	۲۴۶
	علوم اجتماعی	۱۷	۴۰۶
	حسابداری	۴۹	۹۴۲
دانشکده علوم انسانی	حقوق	۱۴	۳۴۵
	ادبیات فارسی	۱۴	۳۲۵
	مدیریت	۴۵	۹۷۷
دانشکده پرستاری و مامایی	پرستاری	۲۲	۵۰۲

ابزار پژوهش

ابزار اصلی گردآوری اطلاعات در این پژوهش، پرسش نامه است. این پرسش نامه براساس مؤلفه نتایج مشتری مدل اروپایی تعالی سازمان که شامل پارامترهای تصورات کلی از گروه آموزشی^{۱۷}، خدمات آموزشی ارائه شده^{۱۸}، ارائه خدمات آموزشی پیگیرانه^{۱۹}، وفاداری به دانشگاه^{۲۰} و فعالیت‌های فوق برنامه^{۲۱} دانشگاه می‌باشد، ساخته شده است.

پرسش نامه مورد استفاده در این پژوهش، پرسش نامه استاندارد است که قبلاً توسط ایزدی و همکارانش (ایزدی و همکاران، ۱۳۸۷، ص ۴۴) استفاده شده و روایی آن مورد تأیید قرار گرفته است. برای محاسبه

پایایی پرسش نامه نیز، مطالعه‌ای مقدماتی با توزیع ۳۰ پرسش نامه در بین دانشجویان انجام شد. سپس با استفاده از نرم افزار SPSS مقدار آلفا، برای هر سؤال و برای کل پرسش نامه به شرح زیر به دست آمده است (۰/۸۹۱=α). در پژوهش‌های علوم انسانی، ضریب آلفای بالاتر از ۰/۷۵ قابل قبول است (آذر و مؤمنی، ۱۳۸۳). لذا با توجه به اینکه هم آلفای درونی تک تک سؤالات و هم آلفای کلی پرسش نامه بیش از ۰/۷۵ است، می‌توان پایایی پرسش نامه مذکور را مطلوب ارزیابی کرد. همچنین ایزدی و همکاران آلفای کرونباخ را ۰/۸۸ برآورد کرده‌اند.

جدول ۲- ساختار پرسش نامه

سؤالات مربوطه	ابعاد کیفیت خدمات
سؤال ۱۰	قابلیت دسترسی
سؤال ۱۳	ارتباطات
سؤال ۱۲	شفافیت
سؤال ۳	انعطاف پذیری و پاسخگویی
سؤال ۱	اعتبار
سؤال ۵	کیفیت
سؤال ۶	ارزش
سؤال ۴	نوآوری در طراحی
سؤال ۱۱	قابلیت اطمینان
سؤال ۲۲	متون مستندات فنی تهیه شده برای دانشجویان
سؤال ۱۸	رسیدگی به شکایات
سؤال ۱۹	آموزش به کارگیری خدمات آموزشی
سؤال ۲۰	زمان پاسخگویی
سؤال ۷	تصمیم به استفاده مجدد
سؤال ۹	میزان ملزم بودن به رعایت قوانین
سؤال ۲	تمایل به معرفی و توصیه سازمان به دیگران
سؤال ۸	دفاع از دانشگاه در مقابل انتقادات
سؤال ۲۱	مشاوره و راهنمایی خارج از کلاس درس
سؤال ۱۴	اردوها و مسافرتها
سؤال ۱۷	برگزاری کلاسهای ورزشی و هنری
سؤال ۱۵	برگزاری کارگاههای آموزشی
سؤال ۱۶	برگزاری سخنرانیهای علمی در دانشگاه

یافته ها

در مورد این شاخص نتایج به دست آمده برای پنج سؤال زیر مجموعه این شاخص با هم جمع شده اند و سپس با توجه به برش در طیف لیکرت و تقسیم آن به دو گروه موافق (گزینه های متوسط، زیاد و بسیار زیاد) و مخالف (گزینه های کم و بسیار کم)، آزمون دوجمله ای ناپارامتری من-ویتنی براساس فرضیات صورت گرفته است. براساس نتایج جدول زیر چون در سطح اطمینان ۹۵ درصد، سطح معناداری مشاهده شده ($Sig=0/00$) کمتر از ۰/۰۵ است، فرضیه H_0 رد و فرضیه مقابل تأیید گردیده است و بین دو گروه موافق و مخالف تفاوت معناداری

در این قسمت برای بررسی هر سؤال ابتدا اجزای تشکیل دهنده هر شاخص به صورت تک تک مورد توصیف قرار گرفته سپس با جمع کردن پاسخ کلیه سؤالات یک شاخص با هم و تشکیل شاخص مورد نظر، آزمون های آماری لازم جهت رسیدن به پاسخ سؤال مذکور صورت گرفته است.

سؤال ۱: دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد سنندج چه دیدی نسبت به خدمات آموزشی ارائه شده به وسیله دانشگاه دارند؟ برای بررسی دیدگاه دانشجویان

وجود دارد. بدین معنی که اکثر دانشجویان نظری مخالف دارند. به عبارت دیگر اکثراً کیفیت خدمات آموزشی ارائه نسبت به خدمات آموزشی ارائه شده به وسیله دانشگاه شده را در سطح کم و خیلی کم دانسته‌اند.

جدول ۳- آزمون دو جمله‌ای ناپارامتری من- ویتنی^{۲۲}

رتبه میانگین	تعداد	خدمات آموزشی
۵۶/۵	۱۱۲	موافق
۳۱۰/۵	۳۹۶	مخالف
	۵۰۸	کل
آزمون آماره‌ها ^a		
خدمات آموزشی		
مشتری محوری		۰/۰۰۰
آماره کای دو		۶۳۲۸
درجه آزادی		-۱۶/۲۳۵
سطح معناداری		۰/۰۰۰

اطمینان ۹۵ درصد سطح معناداری مشاهده شده (Sig=۰/۰۰) کمتر از ۰/۰۵ است، فرضیه H_0 رد و فرضیه مقابل تأیید می‌گردد. یعنی بین دیدگاه دو گروه اختلاف معناداری وجود دارد. بنابراین اکثریت اعضای نمونه از خدمات پیگیرانه بعد از آموزش در دانشگاه آزاد واحد سنندج رضایت ندارند.

سؤال ۲: دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد سنندج چه نظری نسبت به ارائه خدمات پیگیرانه بعد از آموزش دارند؟

پس از جمع کردن پاسخ‌های مربوط به چهار سؤال پشتیبان کننده این شاخص و انجام آزمون دو جمله‌ای ناپارامتری در میان دو گروه موافق و مخالف، براساس فرضیات این نتیجه حاصل شد که چون در سطح

جدول ۴- آزمون دو جمله‌ای ناپارامتری من- ویتنی

رتبه میانگین	تعداد	پیگیری
۴۱/۵	۸۲	موافق
۲۹۵/۵	۴۲۶	مخالف
	۵۰۸	کل
آزمون آماره‌ها ^a		
خدمات پیگیرانه بعد از آموزش		
مشتری محوری		۰/۰۰
آماره کای دو		۳۴۰۳
درجه آزادی		-۱۴/۴۲۶
سطح معناداری		۰/۰۰۰

نتایج آزمون دو جمله‌ای ناپارامتری در مورد تصورات کلی از گروه آموزشی در قالب دو گروه موافق و مخالف با

سؤال ۳: دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد سنندج چه تصویری از گروه آموزشی دارند؟

چهار مؤلفه تعریف شده برای شاخص تصورات کلی از گروه آموزشی، دارای دیدگاه مخالف هستند یعنی بیشتر آنها گزینه‌های کم و بسیار کم را انتخاب کرده‌اند یا به تفسیری دیگر اکثر دانشجویان تصور قابل قبولی از گروه آموزشی خود ندارند.

توجه به فرضیه های زیر نشان می‌دهند که چون در سطح اطمینان ۹۵ درصد معناداری مشاهده شده (Sig= ۰/۰۰) کمتر از ۰/۰۵ است، فرضیه H_0 رد و فرضیه مقابل H_1 تأیید می‌گردد. که این خود بیانگر این واقعیت است که بین این دو گروه تفاوت معناداری وجود دارد. به بیان دیگر اکثریت دانشجویان با توجه به

جدول ۵- آزمون دوجمله‌ای ناپارامتری من - ویتنی

رتبه میانگین	تعداد	تصورات کلی از گروه آموزشی
۸۱/۵	۱۶۲	موافق
۳۳۵/۵	۳۴۶	مخالف
	۵۰۸	کل
تست آماره‌ها ^۴		
		تصورات کلی از گروه آموزشی
مشتری محوری		۰/۰۰۰
آماره کای دو		۱۳۲۰۳
درجه آزادی		-۱۸/۲۷۸
سطح معناداری		۰/۰۰۰

۹۵ درصد سطح معناداری مشاهده شده (Sig=۰/۰۰)، کمتر از ۰/۰۵ است، لذا فرضیه H_0 رد و فرضیه مقابل H_1 تأیید می‌گردد. بنابراین بین این دو گروه تفاوت معناداری وجود دارد. یعنی اکثر دانشجویان وفاداری کمی نسبت به دانشگاه آزاد واحد سنندج دارند که البته این نتیجه‌گیری با توجه به وضعیت سایر شاخص‌ها منطقی به نظر می‌رسد.

سؤال ۴: میزان وفاداری دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد سنندج به این دانشگاه چقدر است؟ برای رسیدن به نتیجه‌گیری نهایی در مورد میزان وفاداری دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد سنندج به این دانشگاه آزمون دوجمله‌ای ناپارامتری بین دو گروه موافق و مخالف براساس فرضیه های زیر صورت گرفته است. که براساس نتایج به دست آمده، در سطح اطمینان

رتبه میانگین	تعداد	میزان وفاداری به سازمان
۱۲۶	۲۵۱	موافق
۳۸۰	۲۵۷	مخالف
	۵۰۸	کل
آزمون آماره‌ها ^۴		
		میزان وفاداری به سازمان
مشتری محوری		۰/۰۰۰
آماره کای دو		۳۱۶۲۶
درجه آزادی		-۱۹/۵۹۳
سطح معناداری		۰/۰۰۰

سؤال ۵: دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد سنندج، چه نظری نسبت به فعالیت‌های فوق برنامه دانشگاه دارند؟

برای رسیدن به نتیجه‌گیری نهایی در مورد دیدگاه و نظر دانشجویان نسبت به فعالیت‌های فوق برنامه دانشگاه آزاد اسلامی واحد سنندج آزمون دوجمله‌ای ناپارامتری بین دو گروه موافق و مخالف با توجه به فرضیات زیر صورت گرفته است. که براساس نتایج به دست آمده، در سطح اطمینان ۹۵ درصد، سطح معناداری مشاهده شده

سؤال ۶: کدام یک از گروه‌های آموزشی دانشگاه آزاد اسلامی واحد سنندج، در مقایسه با دیگر گروه‌ها مشتری محورتر است؟

برای بررسی دیدگاه پاسخ دهندگان براساس گروه آموزشی از آزمون تحلیل واریانس یک طرفه و آزمون کروسکال-والیس^{۲۳} استفاده شده است. براساس نتایج به دست آمده از آزمون‌های تحلیل واریانس یک طرفه و کروسکال-والیس در سطح اطمینان ۹۵ درصد، چه در آزمون تحلیل واریانس یک طرفه و چه در آزمون کروسکال-والیس سطح معناداری مشاهده شده کمتر از

جدول ۷- آزمون دوجمله‌ای ناپارامتری من-ویتنی

رتبه میانگین	تعداد	فعالیت‌های فوق برنامه
۱۶/۵	۳۲	موافق
۲۷۰/۵	۴۷۶	مخالف
	۵۰۸	کل
آزمون آماره‌ها ^{۲۴}		
فعالیت‌های فوق برنامه		
مشتری محوری		۰/۰۰۰
آماره کای دو		۵۲۸
درجه آزادی		-۹/۵۳۱
سطح معناداری		۰/۰۰۰

سؤال ۸- آزمون تحلیل واریانس یک طرفه^{۲۴} در مورد مشتری محوری گروه‌های مختلف آموزشی دانشگاه

۰/۰۵ است، لذا فرضیه H_0 رد و فرضیه مقابل H_1 پذیرفته می‌گردد. یعنی بین گروه‌های مختلف آموزشی از لحاظ مشتری محوری تفاوت معناداری وجود دارد. هم چنین براساس میانگین رتبه‌ای به دست آمده گروه‌های مکانیک، ادبیات فارسی، تربیت بدنی و گروه دامپزشکی و علوم دامی جزو گروه‌های با بالاترین سطح مشتری محوری و گروه‌های حقوق، مهندسی صنایع و گروه صنایع غذایی در پایین‌ترین سطح مشتری محوری قرار دارند.

جدول ۸- آزمون تحلیل واریانس یک طرفه^{۲۴} در مورد مشتری محوری گروه‌های مختلف آموزشی دانشگاه

مجموع مربعات	درجه آزادی	میانگین مربعات	آماره (F)	سطح معناداری (Sig)
۷۸۴۰/۴۹۶	۲۷	۲۹۰/۳۸۹	۱/۹۹۵	۰/۰۰۲
۶۹۸۸۴/۱۰۸	۴۸۰	۱۴۵/۵۹۲		
۷۷۷۲۴/۶۰۴	۵۰۷			

H_0 قبول و فرضیه مقابل H_1 رد می‌گردد. یعنی نتایج این دو آزمون بیانگر این امر هستند که بین دانشکده‌ها مختلف دانشگاه آزاد اسلامی واحد سنندج از لحاظ مشتری مداری تفاوت معناداری وجود ندارد، اما با توجه به میانگین رتبه‌ای دانشکده‌های مختلف، دانشکده کشاورزی دارای بالاترین رتبه و بعد از آن به ترتیب دانشکده‌های فنی، علوم، علوم انسانی و پرستاری و مامایی قرار دارند.

سؤال ۷: آیا تفاوتی بین دانشجویان دانشکده‌های مختلف در مورد خدمات ارائه شده توسط دانشگاه وجود دارد؟

براساس نتایج به دست آمده از آزمون‌های تحلیل واریانس یک طرفه و کروسکال-والیس در سطح اطمینان ۹۵ درصد، چه در آزمون تحلیل واریانس یک طرفه ($\alpha=0/588$) سطح معناداری) و چه در آزمون کروسکال-والیس ($\alpha=0/409$) سطح معناداری)، سطح معناداری مشاهده شده بیشتر از $0/05$ است، لذا فرضیه

جدول ۹- آزمون تحلیل واریانس یک طرفه در مورد مشتری محوری دانشکده‌های مختلف دانشگاه

منشاء اختلاف	مجموع مربعات	درجه آزادی	میانگین مربعات	F آماره	سطح معناداری
بین گروهی	۴۳۳/۷۶۰	۴	۱۰۸/۴۴۰	۱/۷۰۶	۰/۵۸۸
درون گروهی	۷۷۲۹۰/۸۴۵	۵۰۳	۱۵۳/۶۶		
کل	۷۷۷۲۴/۶۰۴۴	۵۰۷			

جدول ۱۰- آزمون کروسکال - والیس در مورد مشتری محوری دانشکده‌های مختلف دانشگاه

گروه	تعداد	رتبه میانگین
دانشکده کشاورزی	۷۲	۲۵۴/۳۸
فنی	۱۷۳	۲۶۰/۴۵
علوم	۹۱	۲۷۲/۵۹
علوم انسانی	۱۵۰	۲۳۶/۳۲
پرستاری و مامایی	۲۲	۲۵۷/۲۳
	۵۰۸	
آزمون آماره‌ها ^{a,b}		
مشتری محوری		
آماره کای دو	۳/۹۷۸	
درجه آزادی	۱۰	
سطح معناداری	۰/۴۰۹	
دانشکده		

براساس نتایج حاصل از آزمون T-Test، چون در سطح اطمینان ۹۵ درصد، سطح معناداری مشاهده شده

سؤال ۸: آیا تفاوتی بین میزان رضایت دختران و پسران از خدمات آموزشی دانشگاه وجود دارد؟

فرضیه H_0 قبول و فرضیه مقابل H_1 رد می‌گردد. یعنی فرضیه H_0 (سطح معناداری) بیشتر از $0/05$ است، لذا بین دیدگاه دختران و پسران در مورد خدمات آموزشی دانشگاه تفاوت معناداری وجود ندارد. ازسوی دیگر نتایج آزمون‌های من-ویتنی و کروسکال-والیس نیز ضمن تأیید این ادعا، بیانگر این امر هستند که میانگین رتبه‌ای رضایت پسران نسبت به دختران بیشتر است.

جدول ۱۱- نتایج آزمون T-Test (نمونه‌های مستقل) در مورد میزان رضایت دختران و پسران از خدمات آموزشی دانشگاه

جنسیت	تعداد	میانگین	انحراف معیار
مرد	۳۲۴	۸۱/۰۵۵۶	۱۲/۶۴۶۷۹
زن	۱۸۴	۸۰/۵۹۲۴	۱۱/۹۲۸۳۹

جدول ۱۲- نتایج آزمون t دو نمونه مستقل

تست لون (Levene's Test) برای برابری واریانس‌ها						
آزمون t برای برابری میانگین‌ها						
آماره F	سطح معناداری	آماره t	درجه آزادی	سطح معناداری (دو طرفه)	اختلاف میانگین‌ها	انحراف معیار اختلافات
۰/۵۶۱	۰/۴۵۴	۰/۴۰۵	۵۰۶	۰/۶۸۶	۰/۴۶۳۱۶	۱/۱۴۳۸۹

واریانس‌ها برابر فرض شده‌اند

جدول ۱۳- نتایج آزمون من-ویتنی در مورد میزان رضایت دختران و پسران از خدمات آموزشی دانشگاه

جنسیت	تعداد	میانگین رتبه
مرد	۳۲۴	۲۵۷/۸۱
زن	۱۸۴	۲۴۸/۶۷
کل	۵۰۸	

آزمون آماره‌ها^a

مشتری محوری	۲۸۷۳۵/۵
آماره کای دو	۴۵۷۵۵/۵
درجه آزادی	-۰/۶۷۵
سطح معناداری	۰/۵۰۰

جنسیت

جدول ۱۴- نتایج آزمون کروسکال- والیس در مورد میزان رضایت دختران و پسران از خدمات آموزشی دانشگاه

جنسیت	تعداد	میانگین رتبه
مرد	۳۲۴	۲۵۷/۸۱
زن	۱۸۴	۲۴۸/۶۷
کل	۵۰۸	
آزمون آمارهها ^b		
مشتری محوری		
مربع کای	۰/۴۵۵	
درجه آزادی	۱	
سطح معنی داری	۰/۵۰۰	
جنسیت		

چهارم در مورد میزان رضایت از خدمات آموزشی تفاوت وجود دارد به طوری که براساس آزمون توکی^{۲۴} این تفاوت میان سال دوم و سوم و سال سوم و چهارم از نظر آماری معنادار نبود اما میان سالهای دوم و چهارم تفاوت از نظر آماری معنادار است.

سؤال ۹: دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد سنندج در طول دوران تحصیل چه تصویری و نگرشی از دانشگاه کسب کرده اند؟
نتایج به دست آمده از آزمون تحلیل واریانس و نیز آزمون کروسکال- والیس نشان می دهد که در سطح اطمینان ۹۵ درصد بین دیدگاه دانشجویان سالهای دوم، سوم و

جدول ۱۵- نتایج آزمون تحلیل واریانس یک طرفه در مورد تصویر و نگرش دانشجویان از دانشگاه

منشاء اختلافات	مجموع مربعات	درجه آزادی	میانگین مربعات	آماره F	داری سطح معنی
بین گروهی	۱۲۵۵/۱۷۹	۲	۶۲۷/۵۸۹	۴/۱۴۵	۰/۰۱۶
درون گروهی	۷۶۴۶۹/۴۲۶	۵۰۵	۱۵۱/۴۲۵		
کل	۷۷۷۲۴/۶۰۴۴	۵۰۷			

جدول ۱۶- نتایج آزمون کروسکال- والیس در مورد تصویر و نگرش دانشجویان از دانشگاه

سطح تحصیل	تعداد	رتبه میانگین
سال دوم دانشگاه	۲۰۵	۲۴۱/۰۶
سال سوم دانشگاه	۱۵۰	۲۴۲/۷۳
سال چهارم دانشگاه	۱۵۳	۲۸۴/۰۶
کل	۵۰۸	
آزمون آمارهها		
مشتری محوری		
آماره کای دو	۸/۸۹۳	
درجه آزادی	۲	
سطح معناداری	۰/۰۱۲	

همچنین براساس نتایج حاصل از آزمون کروسکال-والیس میانگین رتبه‌های دانشجویان سال‌های دوم، سوم و چهارم به ترتیب ۲۴۱/۰۶، ۲۴۲/۷۳ و ۲۸۴/۰۶ است. بدین مفهوم که با افزایش سنوات تحصیلی افراد رضایت مندی آنها افزایش می‌یابد که شاید دلیل اصلی آن را بتوان در فاصله گرفتن دانشجویان از آرمان‌گرایی سال‌های اولیه ورود آنها به دانشگاه و آشنایی بیشتر با واقعیت‌های موجود، در سال‌های بالاتر دانست.

نتایج جانبی به عنوان یکی از نتایج جانبی می‌توان به رتبه بندی عوامل مؤثر در پایین بودن میزان رضایت مندی دانشجویان از خدمات دانشگاه اشاره کرد. براساس نتایج به دست آمده از آزمون فریدمن عوامل مؤثر بر پایین بودن میزان رضایت مندی از خدمات دانشگاه را می‌توان به شرح زیر طبقه‌بندی کرد.

جدول ۱۷- نتایج آزمون فریدمن در مورد رتبه‌بندی عوامل مؤثر در پایین بودن میزان رضایت مندی دانشجویان از خدمات دانشگاه

رتبه میانگین	های رضایتمندی شاخص
۴/۷۷	برنامه‌های فوق‌فعالیت
۳/۹۶	خدمات آموزش ارائه شده
۲/۷۳	پیگیری پس از ارائه خدمات
۲/۰۳	تصورات کلی از گروه آموزشی
۱/۵	وفاداری به سازمان

براساس نتایج مندرج در این جدول ضعف شاخص فعالیت‌های فوق برنامه در صدر بوده و به دنبال آن سایر شاخص‌های خدمات آموزش ارائه شده، پیگیری پس از ارائه خدمات، تصور کلی از گروه آموزشی و وفاداری به سازمان قرار دارند.

بحث و نتیجه‌گیری

این پژوهش با هدف بررسی میزان رضایت مندی دانشجویان از خدمات آموزشی دانشگاه آزاد اسلامی واحد سنندج انجام شده‌است. بنابراین پس از تکمیل پرسش‌نامه‌ها و وارد کردن داده‌ها، به کمک برش در طیف لیکرت و تقسیم آن به دو طیف موافق و مخالف آزمون‌های آماری لازم جهت بررسی سؤالات پژوهش انجام شده است.

اکثریت قاطع دانشجویان از این خدمات رضایت ندارند. این یافته‌ها با نتایج پژوهش‌های کبریایی و رودباری (۱۳۸۴) آربونی و همکاران (۱۳۸۷)، احمدی و قلیچ لی (۱۳۸۴)، شمس و همکاران (۱۳۸۴)، زندی (۱۳۸۸)، آقاملایی و همکاران (۱۳۸۵)، شیرازی و براتکو (۱۳۸۶)، زوار و همکاران (۱۳۸۶) و آرامبیولا و هال (۲۰۰۶) انطباق دارد. براساس نتایج حاصل از آمارهای توصیفی و نیز نتایج آزمون دوجمله‌ای ناپارامتری، اکثر دانشجویان از خدمات پیگیرانه بعد از ارائه آموزش که در دانشگاه آزاد واحد سنندج ارائه می‌شود رضایت ندارند و آن را در سطح متوسط به پایین می‌دانند. این یافته با نتایج پژوهش‌های کبریایی و رودباری (۱۳۸۴)، آربونی و همکاران (۱۳۸۷)، شمس و همکاران (۱۳۸۴)، چو (۲۰۰۶)، برادلی (۲۰۰۶) و اولیوریرا (۲۰۰۹) همخوانی دارد. براساس نتایج حاصله از آمارهای توصیفی و نیز آزمون دوجمله‌ای ناپارامتری، اکثر دانشجویان گروه آموزشی خود را ضعیف دانسته‌اند. براساس نتایج به دست آمده از آمارهای توصیفی و نیز آزمون دوجمله‌ای

براساس نتایج حاصل از آمارهای توصیفی و نیز نتایج آزمون دوجمله‌ای ناپارامتری از دید دانشجویانی که مورد سؤال واقع شده اند خدمات آموزشی که به وسیله دانشگاه ارائه شده است در سطح پایینی قرار دارد. یعنی

همخوانی دارد. در پایان با توجه به نتایج تجزیه و تحلیل های آماری صورت گرفته می توان به این نتیجه رسید که میزان رضایت مندی دانشجویان از خدمات آموزشی دانشگاه آزاد اسلامی واحد سنندج بسیار پایین و ضعیف بوده و دانشگاه آزاد اسلامی واحد سنندج نسبت به نیازهای آموزشی دانشجویان به عنوان مشتریان خود در سطح ضعیفی عمل نموده است.

با توجه به نتایج به دست آمده از پژوهش پیشنهاد می شود:

۱- همان طور که اشاره شد شاخص های مؤثر بر پایین بودن مشتری محوری به ترتیب اهمیت عبارت بودند از: ضعف فعالیت های فوق برنامه، خدمات آموزشی ارائه شده، پیگیری پس از ارائه خدمات، تصورات کلی از گروه آموزشی و وفاداری به سازمان، بنابراین دانشگاه باید:

- در راستای افزایش کمی و کیفی کارگاه های آموزشی، اردوها و مسافرت های علمی- تفریحی، برگزاری سخنرانی های علمی توسط استادان داخل و خارج از دانشگاه، برگزاری کلاس های هنری- ورزشی برنامه ریزی و تلاش نماید.
- استادان باید وقت و فرصت بیشتری برای مشاوره و راهنمایی دانشجویان در خارج از کلاس درس صرف نمایند.
- باید تلاش بیشتری در راستای هماهنگی بین خدمات آموزشی ارائه شده توسط گروه و نیازهای دانشجویان به عمل آید. بدین منظور باید سرفصل های ارائه شده نو و به روز بوده، کیفیت خدمات به ویژه از نظر تعداد ساعات برگزاری کلاس ها و دوره ها و نیز کیفیت کلاس ها و نیز کیفیت مدرسان با شهریه پرداخت شده هماهنگ باشد.
- باید گروه آموزشی، دانشکده و نیز استادان در مقابل اعتراض ها و مسایل دانشجویان مسؤول و پاسخگو باشند.
- باید هر گروه یا حداقل هر دانشکده دارای یک مرکز مشاوره برای راهنمایی و ارائه مشاوره به دانشجویان در زمینه های مختلف باشد.
- باید گروه و دانشکده در کوتاه ترین زمان ممکن و به شیوه ای کاملاً رسمی مخصوصاً به صورت کتبی به

ناپارامتری میزان وفاداری دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد سنندج به این دانشگاه پایین است. براساس نتایج به دست آمده از آمارهای توصیفی و نیز آزمون دو جمله ای ناپارامتری اکثریت قاطع دانشجویان، فعالیت های فوق برنامه دانشگاه آزاد اسلامی واحد سنندج را بسیار ضعیف دانسته و از کم و کیف این فعالیت ها رضایتی ندارند. نتایج حاصل از آزمون های تحلیل واریانس و کروسکال- والیس نشان می دهند که بین گروه های مختلف آموزشی دانشگاه از لحاظ مشتری محوری تفاوت معناداری وجود دارد و در این میان گروه های مکانیک، ادبیات فارسی، تربیت بدنی، دامپزشکی و علوم دامی در صدر و گروه های حقوق، مهندسی صنایع و گروه صنایع غذایی در پایین ترین سطح مشتری محوری قرار دارند. نتایج حاصل از انجام آزمون های تحلیل واریانس، کروسکال- والیس و من- ویتنی بیانگر این امر هستند که با اینکه بین دانشکده های مختلف از لحاظ مشتری محوری تفاوت معناداری وجود ندارد اما با توجه به میانگین رتبه ای آنها دانشکده کشاورزی در صدر و بعد از آن به ترتیب دانشکده های فنی، علوم، علوم انسانی، پرستاری و مامایی قرار دارند. نتایج حاصل از آزمون من- ویتنی و کروسکال- والیس بیانگر عدم اختلاف بین دیدگاه پسران و دختران در مورد میزان رضایت از خدمات آموزشی دانشگاه است. این یافته ها با نتایج پژوهش های شمس و همکاران (۱۳۸۴)، زوار و همکاران (۱۳۸۶) و زندی (۱۳۸۸) هماهنگی دارد. نتایج حاصل از آزمون های تحلیل واریانس، توکی و کروسکال- والیس نشان می دهد که میان سال های دوم و سوم و سال های سوم و چهارم از نظر آماری تفاوت معناداری وجود ندارد. اما میان سال های دوم و چهارم این تفاوت از نظر آماری معنادار است. همچنین براساس نتایج حاصل از آزمون کروسکال والیس میانگین رتبه ای دانشجویان سال های دوم، سوم و چهارم به ترتیب ۲۴۱/۰۶، ۲۴۲/۷۳ و ۲۸۴/۰۶ است بدین مفهوم که با افزایش سنوات تحصیلی افراد، میزان رضایتمندی آنها افزایش می یابد که شاید دلیل اصلی آن را بتوان در فاصله گرفتن دانشجویان از آرمان گرایی سال های اولیه ورود آنها به دانشگاه و آشنایی بیشتر با واقعیت های موجود، در سال های بالاتر دانست. نتایج این پژوهش با نتایج پژوهش زندی (۱۳۸۸)

- 19- track after offering of educational services
- 20- loyalty to the university
- 21- extracurricular activities
- 22- Mann-Whitney Test
- 23- Kruskal Wallis Test
- 24- Tukey HSD

منابع

- آذر، ع. و مؤمنی، م. (۱۳۸۳). آمار و کاربرد آن در مدیریت. تهران: انتشارات سمت.
- آربونی، ف. و همکاران. (۱۳۸۷). بررسی شکاف بین انتظارات و خدمات آموزشی ارائه شده به دانشجویان دانشگاه علوم پزشکی زنجان در سال ۱۳۸۴، گام هایی توسعه در آموزش پزشکی، مجله مرکز مطالعات و توسعه آموزش پزشکی، دوره پنجم، شماره اول، ص. ۱۷-۲۵.
- آقاملایی، ت. و همکاران. (۱۳۸۵). شکاف کیفیت خدمات آموزشی از دیدگاه دانشجویان دانشگاه علوم پزشکی هرمزگان، گام هایی توسعه در آموزش پزشکی، مجله مرکز مطالعات و توسعه آموزش پزشکی، دوره سوم، شماره دوم، ص. ۷۸-۸۵.
- احمدی، ع. و قلیچ لی، ب. (۱۳۸۴). طراحی مدل مدیریت کیفیت خدمات آموزشی در دانشگاه پیام نور، پیک نور، شماره ۱۱ ص. ۷۹-۱۰۰.
- ایزدی، ص. و همکاران. (۱۳۸۷). بررسی میزان رضایت مندی دانشجویان با توجه به معیار نتایج مشتری مدل *EFQM* (مطالعه موردی دانشجویان دانشگاه مازندران)، مجله آموزش عالی ایران، زمستان ۱۳۸۷، سال ۱، شماره ۳، ص. ۱۹-۵۳.
- تانگ، ل. و هان، ی. (۱۳۸۷). کاربرد نگرش *TQM* در فرآیند آموزش و یادگیری، ترجمه آقای سجادی. بازیابی شده از:
- <http://www.iranschools.org/>
- زندى، ا. (۱۳۸۸). بررسی میزان تفاوت بین انتظارات و ادراکات دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی شهر سنندج از کیفیت خدمات آموزشی بر اساس مدل پنج بعدی سروکوال (*Servqual*) در سال ۱۳۸۸، پایان نامه کارشناسی ارشد رشته مدیریت اجرایی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد سنندج.

- تقاضاهای دانشجویان پاسخ داده و هر نوع تغییری در برنامه‌ها، مقررات، آیین‌نامه‌ها و ... را به عنوان یک حق مسلم افراد به صورت کتبی و رسمی به دانشجویان اعلام نماید.
- توجه به افزایش دقت و سرعت عمل در ارائه خدمات آموزشی و نیز دسترسی سهل و آسان همگان به خدمات آموزشی امری ضروری است.
 - باید روحیه قانون‌گرایی و احترام به قوانین و مقررات در میان دانشجویان تقویت شود که البته باید قدم نخست از سوی دانشگاه برداشته شود.
 - باید دانشگاه تلاش گسترده‌ای در راستای ارتقای توان علمی استادان و مدرسان خود به عمل آورد.
 - تلاش‌ها و برنامه‌ها در راستای افزایش کیفیت فیزیکی کلاس‌ها، فضای دانشگاه، کتابخانه‌ها، سایت‌های کامپیوتر و اینترنت، منابع علمی، سلف سرویس‌ها، خوابگاه‌ها و ... باید افزایش یابد.
 - تدوین استانداردهای مشخص برای هر کدام از شاخص‌ها و انجام ارزیابی‌های مستمر جهت تحقق آنها، باید در دستور کار مسئولین دانشگاه قرار گیرد.
 - در نهایت می‌توان گفت باید دانشگاه نسبت به تدوین برنامه استراتژیک جامع برای واحد در سه مقطع کوتاه مدت، میان مدت و بلند مدت اقدام نماید.

یادداشت‌ها:

- 1- student's satisfaction
- 2- educational quality
- 3- educational service
- 4- customer results indicator
- 5- European Foundation model of Quality Management (EFQM)
- 6- Olivier
- 7- Brooks, Botschen and Lings
- 8- Brigham
- 9- Rubach & Stratton
- 10- Tracy
- 11- customer-centered
- 12- Galloway
- 13- Hasson
- 14- Chua
- 15- Arambewela, Rodney and Hall, John
- 16- Bradley
- 17- public conception of department
- 18- offered educational services

دانش: مجله دانشکده علوم پزشکی و خدمات بهداشتی درمانی گناباد، دوره ۹، شماره ۱، بهار و تابستان ۱۳۸۲، ص ۵۶-۶۱.

Annual Student Satisfaction Survey (2007). *Student Satisfied? Or not? Improvements made to University Services as a result of the 2007 Annual Student Satisfaction*, available from: www.shef.ac.uk/Ssid/news/survey

Arambewela, R., & J. Hall. (2006). A comparative analysis of international education satisfaction using SERVQUAL. *Journal of Services Research*, 6 (July), 141-163.

Bradley, R. B. (2006). *Analyzing service quality: The case of post-graduate Chinese students*. Retrieved from http://www.leeds.ac.uk/researchProgs/fileadmin/user_upload/documents

Brooks, R. F., Lings, I. N., & Botschen, M. A. (1999). Internal marketing and customer driven wavefronts. *Service Industries Journal*, 4, 49-67.

Chua, C. (2006). *Perception of quality in higher education*. AUQA Occasional Publication. Retrieved from: <http://www.auqa.edu.au/auqf/2004/program/papers/Chua>

Hasson, C. (2003). Student satisfaction survey. Retrieved from https://www.saddleback.edu/gov/senate/PDF/student_satisfaction_survey_2003.pdf

Oliverira, D. J. (2009). *Adaptation and application of the SERVEQUAL scale in higher education*. POMS 20th Annual Conference Orlando, Florida U.S.A.

زوار، ت. و همکاران. (۱۳۸۶). ارزشیابی کیفیت خدمات مراکز آموزشی دانشگاه‌های پیام نور استان های آذربایجان شرقی و غربی از دیدگاه دانشجویان، فصل نامه پژوهش و برنامه ریزی در آموزش عالی، شماره ۴۶، ص. ۹۰-۶۷.

سماوی، و همکاران. (۱۳۸۷). مشتری مداری و کاربرد آن در نظام آموزش عالی: مورد آموزش عالی کشاورزی در استان خوزستان. فصلنامه پژوهش و برنامه ریزی در آموزش عالی، شماره ۴۹، ص. ۱۲۱-۱۴۳.

شمس، ب. و همکاران. (۱۳۸۴). بررسی رضایت دانشجویان و مدرسان دوره تحصیلات تکمیلی از عملکرد مدیریت خدمات آموزشی دانشگاه علوم پزشکی اصفهان، مجله آموزش در علوم پزشکی، ص. ۹۳-۱۰۰.

شیرازی، م. و براتکو، ف. (۱۳۸۲). اندازه گیری کیفیت خدمات در آموزش عالی، مدیریت فردا، سال اول، شماره ۳ و ۴، ص. ۵۳-۵۶.

کبریایی، ع. و رودبازی، م. (۱۳۸۴). ارزیابی شکاف کیفیت خدمات آموزشی ارائه شده به دانشجویان دانشگاه علوم پزشکی زاهدان: دیدگاه دانشجویان از وضعیت موجود و مطلوب، مجله ایرانی آموزش در علوم پزشکی، دوره ۵، شماره ۱۳، ص. ۵۴-۶۱.

محمدیان، ع. و خانبازاده، م. (۱۳۸۸). بررسی میزان رضایت دانشجویان دانشگاه علوم پزشکی اردبیل از عملکرد دانشکده‌ها، مدیریت آموزشی، مدیریت دانشجویی، فرهنگی و اداره مشاوره، مجله علمی پژوهشی دانشگاه علوم پزشکی اردبیل، دوره ۹، شماره ۱، ص. ۵۵-۶۱.

منصوریان، م. (۱۳۸۲). مدیریت کیفیت جامع (TQM) خدمات آموزشی و دانشجویی دانشکده علوم پزشکی گناباد و انطباق آن با رضایت دانشجویان، افق