کیفیت خدمات دریافتی از دانشگاه رازی و اثر آن بر سطح رضایت‌مندی دانشجویان[1]

الهام بریموندی[2]
یوسف محمدی فر[3]

تاریخ دریافت: ۱۳۹۸/۰۴/۰۲
تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۰۵/۱۰
نوع مقاله: پژوهشی

چکیده

جلب رضایت دانشجویان ازجمله دغدغه‌های نظام آموزش عالی در کشور است که کمتر مورد پژوهش قرار گرفته است. مقاله حاضر برگرفته از پژوهشی است که با هدف شناسایی و اولویت‌بندی متغیرهای مؤثر بر رضایت دانشجویان انجام شده است. داده‌های این مقاله با استفاده از پرسشنامه‌ای محقق ساخته با نمونه‌ای به حجم ۴۰۹ نفر در ۱۱ دانشکده دانشگاه رازی جمع‌آوری و مورد تجزیه‌وتحلیل قرار گرفت. این بررسی شامل دو حوزه انتظار دانشجویان و برداشت ذهنی آنان از عملکرد دانشگاه بود.

رضایت‌مندی از متغیرهای مختلفی که به ابعاد کلان، میانی و خرد قابل‌تقسیم هستند، تأثیرپذیر است، در این مقاله تعدادی از متغیرهای خرد و میانی موردبررسی قرار گرفت. به‌صورت خلاصه یافته‌های این پژوهش نشان‌دهنده این واقعیت است که بین پنج متغیر موردمطالعه (تعامل استاد – دانشجو؛ تصویر برند دانشگاه؛ فضا و تجهیزات؛ رفتار کارکنان و تسهیلات فرهنگی ورزشی) و سطح رضایت‌مندی دانشجویان رابطه مثبت و معناداری وجود دارد؛ لکن آنچه حائز توجه است پایین‌تر بودن نمره خدمات دریافتی»(متأثر از عملکرد کنونی دانشگاه‌ها) از سطح انتظارات دانشجویان در تمامی شاخص‌های موردمطالعه است؛ بنابراین فارغ از اینکه چه عواملی زمینه تقلیل انتظار و یا افزایش سطح عملکرد دریافتی را فراهم می‌سازد؛ می‌توان گفت که میزان رضایت‌مندی پایین‌تر از سطح بایسته آن است و این

۱. برگرفته از پایان نامه کارشناسی ارشد است که در گروه آموزش مدیریت بازرگانی دانشگاه آزاد اسلامی واحد کرمانشاه

۲. کارشناسی ارشد مدیریت اجرایی از دانشگاه آزاد اسلامی واحد کرمانشاه. E_berimavandi@yahoo.com
۳. استادیار گروه مدیریت و کارآفرینی، دانشگاه رازی، کرمانشاه، ایران. پست الکترونیک: mohamadifar@razi.ac.ir

[Downloaded from ihej.ir on 2026-11-13]

[DOR: 20.1001.1.2008000.1398.11.3.4.8]

موضوع نشان از وجود ضعف در سیستم مدیریت خدمت‌رسانی دانشگاه رازی است. از دیگر یافته‌های مهم این پژوهش سطح تأثیرگذاری بسیار زیاد تعامل استاد –دانشجوبر رضایت‌مندی دانشجویان است.

واژگان کلیدی: رضایت‌مندی دانشجویان، خدمات دریافتی، دانشگاه رازی

مقدمه و بیان مسئله

آموزش عالی یکی از مهم‌ترین نهادها در جهت آموزش، توسعه و تأمین منابع انسانی و رکن اصلی در پیشرفت همه‌جانبه هر کشور است. مهم‌ترین رکن در آموزش عالی که می‌بایست تمامی برنامه‌ها و اقدامات را هدایت کند؛رضایت دانشجویان» است که امروزه به یکی از دغدغه‌های اصلی مدیران اجرایی دانشگاه‌ها تبدیل شده است. توسعه نظام آموزش عالی کشور مستلزم رشد متعادل، متوازن و موازی هر دو بعد کمی و کیفی است. گسترش کمی نظام آموزش عالی، بدون توجه به توسعه کیفی، پیامدهایی همچون افت تحصیلی، وابستگی علمی، فرار مغزها و نبود کارآفرینی و ضعف تولید دانش را در پی خواهد داشت (آقا مولایی و همکاران،۲۰۰۶)؛ بنابراین می‌بایست به دنبال توسعه کیفی نیز بود. یکی از مسائل مهم در توسعه کیفی، توجه به رضایت دانشجویان است. رضایت احساس یا نگرش یک مخاطب به یک محصول یا خدمت بعد از استفاده از آن است (جمال و ناصر،[1] ۲۰۰۲). به عقیده کاتلر سطح رضایت تابعی است از تفاوت بین ادراک از عملکرد و انتظارهای فرد. کاتلر معتقد است که اگر عملکرد سازمان انتظارات مخاطب را برآورده کند، مخاطب احساس رضایت و در غیر این صورت، احساس نارضایتی می‌کند (کاتلر و همکاران[2]، ۲۰۰۱). اهمیت رضایت مخاطبین تا جایی توسعه یافته است که امروزه از آن به‌عنوان مهم‌ترین هدف شرکت‌ها و سازمان‌های خصوصی و دولتی یاد می‌کنند. هرچند که این مفهوم ابتدا در حوزه کالا مطرح شده؛ اما امروزه در حوزه خدمات از جایگاه ویژه‌ای برخوردار شده است. برخی از صاحب‌نظران معتقدند که آموزش همچون محصولی است که به مشتریان نظام آموزشی یا همان دانشجویان ارائه می‌شود و ازاین‌رو باید قدم‌هایی برای همگامی با تغییرات برداشته شود. یکی از این گام‌ها، اندازه‌گیری سطح کیفیت خدمات مؤسسات آموزشی به‌منظور برآورده سازی نیازهای مخاطبین است (میرفخرالدینی و همکاران،۲۰۰۹).

1.Jamal& naser
2.Kotler& Et al

[Downloaded from ihej.ir on 2026-11-13]

[DOR: 20.1001.1.20088000.1398.11.3.4.8]

رضایت‌مندی[1] دانشجویان می‌تواند به‌عنوان یک شاخص مهم برای اندازه‌گیری موفقیت دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی موردتوجه قرار گیرد، بر این اساس دانشگاه‌هایی که در فراهم کردن خدمات ایدئال در حال تلاش هستند، رضایت را به‌عنوان یک عامل استراتژیک برای مأموریت و اولویت‌بندی برنامه‌هایشان برای آینده مدنظر قرار داده‌اند (تلفورد و ماسون[2]،۲۰۰۵)؛ اما علی‌رغم اهمیت توجه به رضایت‌مندی دانشجویان، تاکنون تحقیقی که به‌صورت جامع این موضوع را در دانشگاه‌های کشور موردبررسی قرار داده باشد انجام نشده است؛ بنابراین مسئله‌ای که در این مقاله دنبال می‌شود عبارت است از اینکه: «چه متغیرهایی بر رضایت‌مندی دانشجویان مؤثر است و این متغیرها دارای چه اولویت‌بندی هستند؟» با پاسخ به این مسئله، می‌توان به ابهامات و سؤالات متعددی که برای صاحب‌نظران و مدیران اجرایی در خصوص رضایت دانشجویان مطرح است، پاسخ داد. از سویی با توجه به اینکه گسترش دانشگاه‌ها در کشور از مرحله کمی به سمت کیفی سوق داده شده است؛ ضرورت انجام چنین پژوهش‌هایی بیش‌ازپیش احساس می‌شود. درمجموع این مطالعه جدای از پر کردن خلأ تئوری‌های موجود در تبیین رضایت‌مندی دانشجویان؛ کاربردهای عملی نیز در سطح مدیریت مطلوب خدمت‌رسانی در دانشگاه‌ها خواهد داشت.

مبانی نظری و پیشینه پژوهش

در حوزه رضایت دانشجویان و متغیرهای مؤثر بر آن مطالعاتی انجام شده است ازجمله این موارد می‌توان به پژوهشی که توسط مونیکا مور[3] ۲۰۱۱ صورت پذیرفته است، اشاره کرد. این پژوهش رضایت تحصیلی دانشجویان دانشکده هنر و علوم در دانشگاه جان هاپکینزرا موردبررسی قرارداد. یافته‌های این پژوهش نشان داده انعطاف‌پذیری در ارائه دروس، تخصص و کیفیت بالای آموزش، حمایت اعضای هیئت‌علمی از اهداف تحصیلی دانشجویان، دسترسی به اعضای هیئت‌علمی، خارج از کلاس درس، کیفیت سیستم مدیریتی، کلاس‌ها، امکانات، تجهیزات و منابع کتابخانه‌ای از عوامل رضایت تحصیلی دانشجویان است.

ساهین۴ (۲۰۰۷) در پژوهش دیگری که در ترکیه انجام داد، به دنبال بررسی رابطه بین متغیرهای پیش‌بینی کننده‌ای همچون حمایت استاد، تعاملات و همکاری‌ها، یادگیری مؤثر، یادگیری فعال و اختیاری دانشجویان بر رضایت دانشجویان بود. نتایج این تحقیق نشان داد بین چهار متغیر ارتباط شخصی، پشتیبانی استاد، یادگیری فعال و یادگیری

1. satisfaction
2.Telford & Masson
3.Monika moor
4.Sahin

[Downloaded from ihej.ir on 2026-11-13]

[DOR: 20.1001.1.20088000.1398.11.3.4.8]

مؤثر با رضایت دانشجویان ارتباط مثبت و معناداری وجود دارد. در بعد نظری نیز رضایت موردتوجه مطالعات متعددی بوده است که در ذیل به‌صورت خلاصه و بر اساس مدل مورداستفاده در این پژوهش به بررسی ابعاد موضوع می‌پردازیم. با بررسی ادبیات علمی منتشرشده در این حوزه و در چارچوب مفهومی این مقاله، سه رکن برای بررسی رضایت‌مندی از دانشگاه‌ها در نظر گرفته شده است:

خدمت مورد انتظار[1]: نخستین رکن الگوی مفهومی که تابعی از تجربه‌های گذشته، نیازهای شخصی و ارتباط‌های کلامی است؛

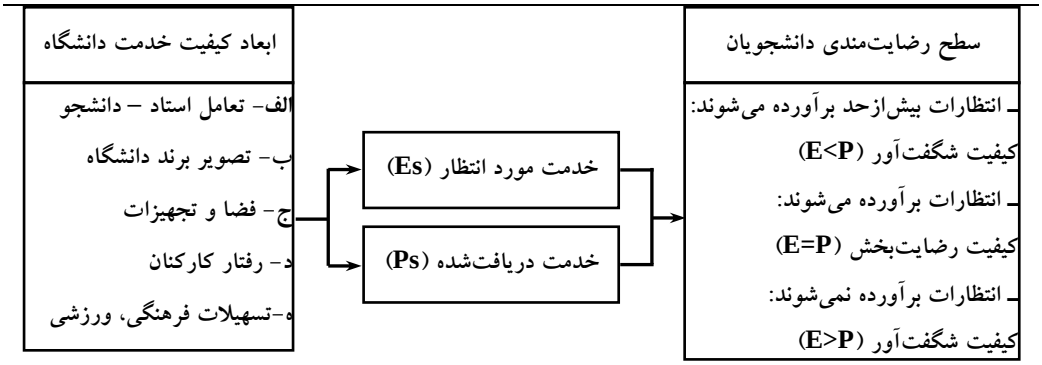
خدمت دریافت شده[2]: استنباط مخاطب از خدمت که پس از دریافت خدمت ایجاد می‌شود (اکبر و پاروز، ۲۰۰۹:۲۵)

کیفیت خدمت درک شده[3]: رابطه بین دو متغیر خدمت مورد انتظار و خدمت دریافت شده، کیفیت خدمت درک شده را شکل می‌دهد؛ به عبارتی، مخاطبین انتظارات خود را باارزش دریافت شده مقایسه می‌کند. اگر انتظار برآورده نشود، با نارضایتی مواجه هستیم و هرچه تفاوت این دو متغیر بیشتر باشد، میزان نارضایتی نیز افزایش می‌یابد. نقطه مقابل زمانی است که خدمت دریافت شده بهتر و کاراتر از خدمت مورد انتظار باشد. در این حالت، باکیفیت شگفت‌آور مواجه هستیم که زمینه خشنودی ارباب‌رجوع را فراهم می‌آورد. در حالتی که خدمت دریافت شده برابر خدمت مورد انتظار باشد، باکیفیتی رضایت‌بخش مواجه خواهیم شد (جیمز و مونو فینتزمونس[4] ۱۹۹۴: ۱۹۰)

1. Expected Service
2. Perceived Service
3. Perceived Service Quality
4- Fitzsimmons, James A. & Mono J. Fitzsimmons

[Downloaded from ihej.ir on 2026-11-13]

[DOR: 20.1001.1.20088000.1398.11.3.4.8]



شکل ۱: چهارچوب مفهومی پژوهش؛ بررسی عوامل مؤثر بر رضایت‌مندی مراجعین
جیمز و مونو فینتز مونس ۱۹۹۴؛ قانعی راد ۱۳۸۵؛ محمدی فر و همکاران،۱۳۹۰[1]

الف- تعامل استاد –دانشجو: یکی از متغیرهایی شناسایی‌شده تأثیرگذار بر رضایت دانشجویان که در مصاحبه‌های اکتشافی اولیه و همچنین در بررسی ادبیات موضوعی به آن اشاره‌شده بود؛ تعامل استاد – دانشجو بود. به‌روز بودن سطح علمی اساتید و شیوه انتقال آن، تعامل مبتنی بر احترام، همدلی، دلسوزی و در دسترس بودن اساتید جهت پاسخگویی به سؤالات؛ ازجمله ابعاد شناسایی‌شده در این حوزه است.

منظور از تعاملات، روابط و مناسبات دانشجویان با استادان در درون و بیرون از کلاس‌های درس است. این متغیر علاوه بر جنبه‌های عینی، بر اساس نگرش‌ها و تمایلات دانشجویان نیز ارزیابی می‌شود (قانعی راد،۱۳۸۵:۱۴). تعامل دانشجویان با اساتید از عوامل شخصیتی و ساختاری تأثیر می‌پذیرد. بر اساس یافته‌های مطالعات صورت پذیرفته؛ تعاملات دانشجویان و اساتید دارای پیامدهای عاطفی نیز بوده و تأثیر زیادی بر رضایت‌مندی دانشجویان از جنبه‌های مختلف تجربه زندگی دانشگاهی آنان دارد. تعاملات دانشجویان –اساتید بر عوامل شخصیتی مثل پیچیدگی شناختی تأثیر می‌گذارد و برای بیشتر دانشجویان روابط شخصی با اساتید به‌طور معناداری احترام به خویش اجتماعی و ادراک خویش را بهبود می‌بخشد (واتکینز،۱۹۹۲)

وجود تعاملات و ارتباطات عمیق بین ذینفعان آموزش در دانشگاه‌ها بیانگر جدی بودن آموزش و به‌طورکلی توسعه‌یافتگی علمی است وضع مناسبات دانشگاهی با افزایش مشکلات علمی در پیوند است. ارتباط دانشجویان با

[1] . Perez and Torres. 2017, Afzall and Ahmad. 2011

[Downloaded from ihej.ir on 2026-11-13]
[DOR: 20.1001.1.20088000.1398.11.3.4.8]

اساتید خود یکی از عرصه‌های بااهمیت و تأثیرگذار تعامل دانشگاهی است. اهمیت روابط اساتید با دانشجویان تا حدی است که آموزش عالی انگلستان با نمونه‌های دانشگاهی آکسفورد و کمبریج از طریق ایجاد ارتباطات غیررسمی استاد و دانشجو از سایر الگوهای آموزش عالی متمایز می‌شود (قانعی راد،۱۳۸۵:۴).

تشویق تماس‌های استادان با دانشجویان از مهم‌ترین عوامل در انگیزش دانشجویان شناخته شده است. برخورد احترام‌آمیز اساتید با دانشجویان باعث می‌شود که دانشجویان اندیشه‌ها و راهنمایی‌های مربیان خود را بهتر بپذیرند. کمیت و استحکام این تعاملات تأثیر زیادی بر رشد و توسعه فکری دانشجویان دارد. در مطالعه پارسکارلا و ترنزینی، فراوانی تماس‌های غیررسمی بالاترین همبستگی را با نمرات دانشجویان نشان داده است.

ب-تصویر از دانشگاه: دومین متغیر بررسی‌شده تصویری است که دانشجو از دانشگاه محل تحصیل دارد؛ شهرت دانشگاه، احساس اعتبار مدرک دانشگاه، ارزیابی روانی آهنگ رشد دانشگاه و تصویر دانشجو از شهر محل تحصیل، از ابعاد شناسایی‌شده در این متغیر است که ارتباط آن با سطح رضایت دانشجویان موردبررسی قرارگرفته است. مطالعات پیشین نشان‌دهنده آن است که امروزه برخورداری از تصویر متمایز برای دانشگاه‌ها به‌منظور ماندن در عرصه رقابت برای جذب دانشجویان، اساتید و نیروهای پژوهشی و دستیابی به منابع خارجی جدید برای سرمایه‌گذاری در دانشگاه ضروری به نظر می‌رسد (پالاسیو، منزز و پیریز[1]، ۲۰۰۲) چراکه تصویر ذهنی مثبت از برند تأثیر بسزایی در تصمیم‌گیری برای ورود به یک دانشگاه دارد (گاتمن، میا اولیس[2]،۲۰۰۳) ازآنجایی‌که دانشگاه‌ها به اهمیت جذب دانشجویان و داشتن تصاویر ذهنی متمایز در بازار رقابتی پی برده‌اند، تصویر ذهنی از دانشگاه‌ها موضوع جدیدی است که توجه بسیاری از دانشگاه‌ها را در دنیا به خود جلب کرده است به‌طوری‌که باعث افزایش رقابت میان دانشگاه‌ها بر سر جذب دانشجو گردیده است. (سانگ و یانگ[3]، ۲۰۰۸). ارزیابی تصویر ذهنی برای دانشگاه نشان‌دهنده این است که بر روی کدام نقاط قوت خود باید تأکید کند و چگونه آن‌ها را منتقل کند. ایجاد تصویر ذهنی از برند قوی برای دانشگاه مفهومی است که از اوایل دهه ۱۹۷۰ بیان شده است؛ اما توجه جدی به این موضوع در طی بیست سال اخیر مطرح شده است. در این راستا در مطالعاتی که ویلسون[4] (۱۹۹۹) در زمینه تصویر ذهنی برند دانشگاه انجام داد مشخص کرد که تصویر ذهنی یک فرایند شناختی و ارتباطی است. به‌علاوه تصویر ذهنی از

1. Palacio& Meneses& Perez
2. Gutman& Miaoulis
3. Sung& Yang
4. Wilson

[Downloaded from ihej.ir on 2026-11-13]

[DOR: 20.1001.1.20088000.1398.11.3.4.8]

دانشگاهی دیدگاه ادراکی از یک سازمان بوده که از عناصر سازمانی ملموس و غیرملموس متأثر است. پالاسیو و همکارانش در سال (۲۰۰۲) در تحقیقی که در زمینه تصویر ذهنی از دانشگاه انجام دادند، با پشتیبانی از یافته‌های کندی اثبات کردند که تصویر برند از طریق دو جز شناختی و مؤثر، شکل می‌گیرد. همچنین دریافتند اگرچه جز مؤثر بر تصویر ذهنی تأثیرگذارتر است اما اثبات کردند که جز شناختی بر جز مؤثر تأثیرگذار است. در تحقیق دوآرت و همکاران[1] (۲۰۱۰) مانند تحقیقات آرپان و همکاران (۲۰۰۳)، پالاسیو و همکاران (۲۰۰۲) و کازولیاس و همکاران[2] (۲۰۰۱)، تصویر ذهنی از دانشگاه سازه‌های چندبعدی در نظر گرفته‌شده که چهار بعد فرصت‌های شغلی، ارتباطات، زندگی اجتماعی دانشگاه و تصویر ذهنی رشته‌ها بر روی آن تأثیرگذاراست.

ج- رفتار کارکنان: از متغیرهای مهم شناسایی‌شده در سطح رضایت‌مندی مخاطبین در پژوهش‌های مرتبط، رفتار کارکنان است که در قالب شاخص‌هایی مانند نوع برخورد و نحوه پاسخگویی، سرعت انجام کار، احساس مسئولیت‌پذیری و ... در این پژوهش موردبررسی قرار گرفته است. رفتار کارکنان از ابعاد مختلفی قابل‌بررسی است، یکی از این ابعاد مهارت‌های ارتباطی کارکنان است که در سطوح مختلف سازمان اهمیت می‌یابد، اینکه کارکنان در ارتباطات خود با مخاطبین، می‌بایست واجد چه ویژگی‌هایی باشند، از اهمیت زیادی برخوردار است (مزینانی و همکاران، ۱۳۹۳) از دیگر شاخص‌های مهم تمایل مثبت به ارائه خدمات» است. تمایل مثبت یک شاخص روان‌شناختی محسوب می‌شود که درعین‌حال می‌تواند با اختیارات سازمانی نیز رابطه داشته باشد. در تمایل مثبت، فراتر رفتن از حد وظیفه اداری ظاهری، مطرح است. این موضوع در صورتی در بلندمدت دوام و توسعه می‌یابد که سازمان برای آن حرمت قائل باشد؛ آن را تشویق نماید و اهمیت آن را در تحقق اهداف سازمان نشان دهد. بااین‌وجود، نوع شخصیت کارکنان نیز از عوامل مؤثر محسوب می‌شود (رضائیان و همکاران، ۱۳۹۴)؛ بنابراین دانستن میزان تأثیر رفتار کارکنان بر روی رضایت دانشجو برای سازمان‌های آموزشی و دانشگاهی که نوعی از سازمان‌های خدماتی می‌باشند بسیار ارزشمند است. چراکه فعالیت‌هایی که کارکنان فراتر از وظایف خود انجام می‌دهند از عوامل کلیدی تأثیرگذار بر کیفیت خدمات ارائه‌شده و رضایت دانشجویان است (یون و سو[3]،۲۰۰۳). رفتار کارکنان در محیط کاری، توجه بسیاری از محققان را در دهه‌های گذشته به خود جلب کرده است. انواع گوناگونی از رفتارها، هنگام تحلیل مفهوم رفتار کارکنان در محیط موردتحقیق قرار گرفته است. تحقیقات اخیر بر این موضوع صحه

1. Duarte& Et al
2.Kazoleas&Et al
3. Yoon & Suh

[Downloaded from ihej.ir on 2026-11-13]

[DOR: 20.1001.1.20088000.1398.11.3.4.8]

می‌گذارند که رفتار کارکنان و نگرش‌هایشان تأثیر بسزایی در شیوه عملکرد آن‌ها و درنهایت عملکرد سازمانی خواهند داشت (کاسترو و همکاران،۲۰۰۴[1]). گونزالس و گرازو[2] (۲۰۰۶) نیز در پژوهش‌های خویش رفتارهای کارکنان را بر آینده ارتباطی خدماتی سازمان مؤثر دانستند و در این راه فعالیت‌های فرا نقشی نظیر رفتار شهروندی سازمانی را از فاکتورهای مهم تأثیرگذار بر رضایت مخاطبین بیان کردند.

د- فضا و تجهیزات: از دیگر متغیرهایی که در این پژوهش رابطه آن با سطح رضایتمندی دانشجویان موردبررسی قرار گرفت، فضا و تجهیزات بود. فضای فیزیکی به‌عنوان یکی از اجزای محیط یادگیری، بر کیفیت آموزش و همچنین میزان یادگیری تأثیر بسزایی دارد و از عوامل مهم و مؤثر بر یادگیری و جزء جدایی‌ناپذیر فرایند تدریس محسوب می‌شود. در تأمین محیط فیزیکی باید کلیه وجوه این محیط، ازجمله درجه حرارت، میزان روشنایی، تهویه مناسب، طرز چینش صندلی‌ها و مساحت دانشگاه و همچنین نیازهای گروه هدف در نظر گرفته شود. اندازه و مساحت کلاس فضای آموزشی به‌عنوان یکی از مهم‌ترین اجزای محیط فیزیکی است که در یک محیط آموزشی نیازمند بررسی است (حقانی و همکاران،۱۳۸۷). در تعلیم و تربیت جدید، فضای کالبدی آموزشی باید چنان باشد که به‌عنوان عاملی زنده و پویا، در کیفیت فعالیت‌های آموزشی و تربیتی فراگیران ایفای نقش کند. بدین معنا که فعالیت‌های آموزشی و پرورشی دانشگاه بایستی در فضاهای مناسب و دارای ابعاد استاندارد و بر اساس نیازها و علایق دانشجویان انجام پذیرد تا معلم در تدریس و شاگرد در یادگیری احساس رغبت و انگیزه نموده و از فعالیت خود لذت برند (طبائیان و همکاران،۱۳۹۰: ۹۴). ولک[3] (۲۰۰۸) در پژوهشی به بررسی شادمانی در دانشگاه» پرداخت و متوجه شد که جذاب کردن فضای دانشگاه، وجود کتاب‌های مناسب برای مطالعه و ایجاد کلاس‌های ورزشی و هنری رضایت دانشجویان را افزایش می‌دهد.

ه-تسهیلات فرهنگی و امکانات ورزشی: پنجمین عامل شناسایی‌شده در مصاحبه‌های اکتشافی اولیه و همچنین بررسی ادبیات موضوع، تسهیلات فرهنگی و امکانات ورزشی بود که در قالب متغیرهایی مانند برنامه‌های فرهنگی (اردو، مسابقات و ...)؛ امکانات ورزشی (سالن‌ها، تجهیزات و ...)؛ مدیریت فضای عمومی و ...بررسی شد. وجود این فضاها برای پیشگیری از افسردگی، گوشه‌گیری و خشونت بسیار مؤثر و ضروری است (پاکزاد،۱۳۸۳)؛ بنابراین کمیت و کیفیت این فضاها معیار سنجشی برای میزان مطلوبیت یا عدم مطلوبیت محیط و رضایت

1. Castro & Et al
2. Gonzalez &Garazo
3. Wolk

[Downloaded from ihej.ir on 2026-11-13]

[DOR: 20.1001.1.20088000.1398.11.3.4.8]

دانشجویان محسوب می‌شود که باید موردسنجش و ارزیابی قرار گیرد. در سال‌های اخیر توسعه ورزش همگانی و تفریحی و مشارکت بیشتر دانشجویان در فوق‌برنامه ورزشی دانشگاه‌ها به‌عنوان یکی از مسائل مهم جامعه علمی ورزش کشور در دستور کار وزارت علوم، تحقیقات و فناوری قرار گرفته است. لذا توجه به این امر در راستای ارتقا سلامت روحی و جسمی دانشجویان بسیار مهم می‌نماید. فعالیت‌های ورزشی فوق‌برنامه را می‌توان بر روی یک پیوستار ترسیم کرد که در یک انتهای آن فعالیت‌های تفریحی، همگانی، سرگرم‌کننده و فاقد سازمان‌دهی قوی قرار دارند و فعالیت‌های ورزشی نیازمند برنامه‌ریزی و رعایت قوانین و مقررات که حتماً باید توسط افراد حرفه‌ای، تجهیزات مناسب و داوران باتجربه هدایت شوند در انتهای دیگر پیوستار قرار می‌گیرند (مقصودی و همکاران ۱۳۹۰).

روش پژوهش

این تحقیق ازنظر نوع، پژوهشی پیمایشی است که در طی مراحل اجرای آن به دنبال بررسی روابط بین متغیرهای اثرگذار بر خدمات دریافتی دانشجویان و سطح رضایت‌مندی دانشجویان دانشگاه رازی است. جامعه آماری این پژوهش شامل دانشجویان دانشگاه رازی به تعداد ۱۰۲۷۹ نفر است که با استفاده از جدول مورگان حجم نمونه به تعداد ۳۸۴ نفر مشخص و فرایند جمع‌آوری داده‌ها انجام شد. به دلیل اینکه حجم نمونه تعریف‌شده برای برخی از دانشکده‌ها کمتر از حد نرمال بود و قابلیت استناد ضعیفی داشت، لذا با افزایش تعداد نمونه در آن دانشکده‌ها حجم نمونه مقداری افزایش و درنهایت به ۴۰۹ نفر رسید. روش نمونه‌گیری روش سهمیه‌ای تصادفی که ابتدا سهم هر دانشکده‌ای مشخص سپس از روش تصادفی ساده پاسخگویان انتخاب و داده‌های موردنیاز با استفاده از پرسشنامه‌ای محقق ساخته گردآوری شد.

برای بررسی اعتبار پرسشنامه مورداستفاده و اطمینان از اینکه سؤالات طرح‌شده دقیقاً مفاهیم موردنظر را اندازه‌گیری می‌کنند، نمونه‌ای از اساتید انتخاب و پرسشنامه جهت اظهارنظر به آن‌ها ارائه و نکته نظرات و اصلاحات موردنظر ایشان گردآوری و اعمال شد و درنهایت پرسشنامه‌ها پس از اصلاح نهایی و پیش‌آزمون، بین آزمودنی‌ها توزیع گردید. برای بررسی پایایی پرسشنامه نیز از آزمون آلفای کرونباخ بهره‌گیری شد که میزان محاسبه‌شده در محدوده قابل‌قبول قرار داشت.

پس از بررسی توصیفی داده‌های گردآوری‌شده به‌منظور بررسی رابطه بین متغیرهای مستقل و وابسته و بررسی فرضیه‌های پژوهش، از آزمون‌های آماری بهره‌گیری شد و در ادامه با توجه به نتیجه آزمون کلموگروف–اسمیرنف.

[Downloaded from ihej.ir on 2026-11-13]

[DOR: 20.1001.1.2008800.1398.11.3.4.8]

معادلات ساختاری روابط بین متغیرها مدل‌سازی گردید. همچنین به‌منظور مجموعه روابط علت و معلولی بین متغیرها و مؤلفه‌های موردبررسی با استفاده از نرم‌افزار (لیزرل)LISREL معادلات ساختاری روابط بین متغیرها مدل‌سازی شده است.

دامنه تحلیل و شیوه قضاوت در خصوص متغیرها: رضایت دانشجویان از دانشگاه‌ها در سه سطح «کلان»، «میانی» و «خرد» قابل‌طرح و متأثر از عواملی است که ممکن است ذهنی و یا عینی باشند؛ در بعد خرد رضایت دانشجویان از فعالیت‌های انجام‌شده در دانشگاه، نگرش آن‌ها به رشته تحصیلی‌شان را متأثر می‌سازد این تأثیر در جهت ایجاد انگیزش و حفظ و ارتقای کیفیت آموزشی است (خلج و همکاران،۲۰۰۱)، از سویی رضایت دانشجویان با پذیرش و ماندگاری آن‌ها ارتباط تنگاتنگی دارد؛ بنابراین بررسی رضایتمندی دانشجویان موضوعی است که باید به‌طور منظم موردتوجه مسئولین قرار گیرد. از طرف دیگر، تنها بررسی سطح رضایت کافی نیست بلکه شناخت عوامل مؤثر بر رضایت دانشجویان نیز بسیار مهم است چراکه می‌تواند موجب شناسایی فعالیت‌های لازم جهت ارتقا و ماندگاری رضایت آنان شود (داگلاس ای و همکاران،[1] ۲۰۰۶). در بعد میانی می‌توان به رقابت دانشگاه‌ها در جذب دانشجو اشاره کرد که به علت کاهش تقاضا از یک‌سو و توسعه مراکز متعدد آموزشی، هرکدام به‌نوعی سعی در جذب افراد بیشتری دارند. هدف مدیران دانشگاه باید سعی در افزایش رضایت دانشجویان و حداقل کردن نارضایتی به‌منظور حفظ دانشجو و بهبود تصویر ذهنی دانشگاه در بین دانشگاه‌های دیگر باشد. موقعیت علمی دانشگاه در بین سایر دانشگاه‌ها بر روی تصمیمات دانشجویان در انتخاب دانشگاه خویش تأثیر به سزایی دارد و این موقعیت دانشگاهی در جذب دانشجویان بااستعداد و نخبه بسیار مؤثراست (جیمز و همکاران[2]،۱۹۹۹). در بعد کلان نیز متغیرهایی چون سطح رضایت کلی شهروندان و سایر متغیرهای اجتماعی، سیاسی و. قرار می‌گیرد.

هرچند که در این تقسیم‌بندی می‌بایست به این نکته توجه کرد که از یک‌سو تفکیک سطوح و تعیین مرز برای متغیرهای خرد، میانی و کلان به‌راحتی ممکن نیست و از سوی دیگر در بررسی هر یک از سطوح، آثار سطح دیگر را نمی‌توان نادیده گرفت، به عبارتی سطوح رضایت مخاطبین همانند سطوح مختلف سیستم‌ها همدیگر را تحت تأثیر قرار می‌دهند و در تعامل با یکدیگر عمل می‌کنند؛ اما این‌گونه تفکیک‌ها برای دقت در انجام تحقیق، دارای کارکردی مثبت است. هرچند در این پژوهش تلاش شد تا در تحلیل یافته‌ها به تعامل بین سطوح توجه شود؛ لکن در جمع‌آوری داده‌ها و تحلیل و بررسی آن، سطح خرد و میانی، موردتوجه قرار گرفت؛ در این سطح، رضایت‌مندی

1. Douglas A & Et al
2. James & Et al

[Downloaded from ihej.ir on 2026-11-13]

[DOR: 20.1001.1.20088000.1398.11.3.4.8]

دانشجویان دربرگیرنده ادراک و تفسیر وی از رفتارها و واکنش‌های اساتید و کارکنان و همچنین دستاوردهایی است که از محیط دانشگاه کسب کرده‌اند. باوجوداین، امکان ورود به‌تمامی این مقولات نیز میسر نشد و می‌توان آن را جزئی از محدودیت‌های این تحقیق دانست.

از سوی دیگر در این تحقیق متغیرهایی مطرح‌اند که در ادراک افراد قابل‌پیگیری و اندازه‌گیری هستند. به همین دلیل گزارش افراد ازآنچه تجربه کرده‌اند، مبنای سنجش متغیرها خواهد بود؛ بنابراین، رضایت آن‌گونه که در دانشجویان تبلوریافته و گزارش می‌گردد موردنظر است؛ نه آن‌گونه که اسناد و مدارک مربوطه نشان می‌دهند. برای قضاوت در-باره نمره عملکرد کسب‌شده، در تحلیل داده‌ها از طبقه‌بندی زیر استفاده شده است:

جدول ۱: شیوه قضاوت در خصوص نمرات ارزیابی

ردیف	دامنه نمره	قضاوت
۱	کمتر از ۵۰ درصد	نامطلوب
۲	۵۰ تا ۷۵ درصد	نسبتاً مطلوب
۳	۷۵ تا ۹۰ درصد	مطلوب
۴	بیش از ۹۰ درصد	عالی

یافته‌ها

تحلیل مشخصات پاسخگویان نشان داد که ۵۵ درصد از کل نمونه مرد (۲۲۵ نفر) و ۴۵ درصد را زنان تشکیل می‌دهند. میانگین سنی آزمودنی‌ها حدود ۲۲ سال با دامنه تغییرات ۱۷ سال است. از سوی دیگر ۳۴۶ نفر معادل ۸۴/۶ درصد از پاسخگویان در حال تحصیل در مقطع کارشناسی، ۱۳/۹ درصد در مقطع کارشناسی ارشد و ۶ نفر معادل ۱/۵ درصد از کل، در مقطع دکترا در حال تحصیل بوده‌اند. در ادامه به بررسی فرضیات پژوهش و روابط بین متغیرهای موردمطالعه می‌پردازیم.

[Downloaded from ihej.ir on 2026-11-13]

[DOR: 20.1001.1.2008800.1398.11.3.4.8]

بررسی فرضیات پژوهش

فرضیه اول: بین چگونگی تسهیلات فرهنگی و ورزشی و سطح رضایت‌مندی دانشجویان رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.

با توجه به سطح معنی‌داری به‌دست‌آمده از تحلیل داده‌ها با اطمینان ۹۵ درصد می‌توان ادعا کرد که بین خدمات فرهنگی، ورزشی و عمومی و رضایتمندی دانشجویان رابطه معنی‌داری وجود دارد. ضریب همبستگی به‌دست‌آمده برابر ۰/۵۷ و از نوع مثبت است. نتایج به‌دست‌آمده این فرضیه همسو با پژوهش مان[1] (۱۹۸۹)، رحمانی فیروز جاه و همکاران، (۱۳۹۰) و پاکزاد (۱۳۸۳) است.

جدول ۲: ضریب همبستگی پیرسون رابطه‌ی بین متغیرهای موردمطالعه و رضایت‌مندی دانشجویان

	تسهیلات فرهنگی، ورزشی	عملکرد و تعامل استاد و دانشجو	**فضا و تجهیزات**	تصویر برند دانشگاه	رفتار کارکنان
ضریب همبستگی پیرسون	۰/۵۷۳	۰/۷۱۹	**۰/۶۲۷**	۰/۷۲۸	۰/۷۱۰
سطح معنی‌داری	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰
F = سطح معنی‌داری ۰/۰۰۰	F = ۱۹۸/۹۳۱	F = ۴۳۴/۷۹۶	F = ۲۶۳/۲۶۰	F = ۴۶۰/۲۶۲	F = ۴۱۳/۰۹۵
R^2 (ضریب تعیین) = ۰/۳۲۸	R = ۰/۵۷۳	R = ۰/۷۱۹	R = ۰/۶۲۷	R = ۰/۷۲۸	R = ۰/۷۱۰

فرضیه دوم: بین تعامل استاد و دانشجو و سطح رضایت‌مندی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.

با توجه به داده‌های آماری می‌توان با اطمینان گفت که بین عملکرد تعامل استاد و دانشجو و رضایتمندی دانشجویان رابطه معنی‌داری وجود دارد. ضریب همبستگی پیرسون به‌دست‌آمده حدود ۰/۷۲ و از نوع مثبت است؛ بنابراین

1. Mann
2.walker
3. Heine & Maddox

[Downloaded from ihej.ir on 2026-11-13]

[DOR: 20.1001.1.20088000.1398.11.3.4.8]

فرضیه پژوهشی فوق پذیرفته می‌گردد. نتایج به‌دست‌آمده از این فرضیه همسو با تحقیق والکر[1] (۲۰۰۱)، هنه و مادوکس[2] (۲۰۰۸)، فلدمن[3] (۱۹۹۳)، ساهین[4] (۲۰۰۷)، محمدی و ترک‌زاده (۱۳۹۰) است.

فرضیه سوم: بین چگونگی فضا و تجهیزات و سطح رضایت‌مندی دانشجویان رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.

در خصوص این فرضیه نیز با توجه به سطح معنی‌داری به‌دست‌آمده از تحلیل داده‌ها با اطمینان ۹۵ درصد می‌توان ادعا کرد که بین چگونگی فضا و تجهیزات و رضایتمندی دانشجویان رابطه معنی‌داری وجود دارد. ضریب همبستگی پیرسون به‌دست‌آمده برابر ۰/۶۳ و از نوع مثبت است؛ بنابراین فرضیه پژوهشی فوق پذیرفته می‌شود. نتایج به‌دست‌آمده در خصوص این فرضیه با تحقیق مور (۲۰۱۱)[5]، دانشگاه ساندیاگو[6] (۲۰۰۲)، معین پور و همکاران (۱۳۸۳)، پور آتشی و همکاران (۱۳۸۷) و پژوهش وینینگ[7] (۲۰۰۶) همخوان و هم‌راستا است.

فرضیه چهارم: تصویر از دانشگاه بر سطح رضایت‌مندی دانشجویان تأثیر مثبت و معناداری دارد.

با توجه به سطح معنی‌داری به‌دست‌آمده از تحلیل داده‌های این فرضیه، با اطمینان ۹۵ درصد می‌توان ادعا کرد که بین تصویر دانشگاه و رضایتمندی دانشجویان رابطه معنی‌داری وجود دارد». ضریب همبستگی پیرسون به‌دست‌آمده حدود ۰/۷۳ و از نوع مثبت است. نتایج این تحقیق همسو با تحقیق کارا و دیشلدز[8] (۲۰۰۴)، باقری و عرفانی فر (۲۰۱۰)، حسینی و فرهادی نهاد (۲۰۱۳) است.

فرضیه فرعی پنجم: بین رفتار کارکنان و سطح رضایت‌مندی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.

در خصوص رابطه رفتار کارکنان و سطح رضایت‌مندی دانشجویان نیز می‌توان ادعا نمود که با اطمینان ۹۵ درصد بین این دو متغیر رابطه معنی‌داری وجود دارد. ضریب همبستگی پیرسون بین این دو متغیر ۰/۷۱ است؛ یافته‌های

1.walker

2. Heine & Maddox
3.Feldman
4.Sahin

5. Moore.
6. San Diego Community College District
7. Vining

8. Kara, A. & DeShields, W. O

[Downloaded from ihej.ir on 2026-11-13]

[DOR: 20.1001.1.2008800.1398.11.3.4.8]

به‌دست‌آمده در این فرضیه با پژوهش یزدانی و همکاران،۱۳۹۰، قره چه و دابوئیان (۱۳۹۰)، یون و سو[1] (۲۰۰۳) و گونزالس و گرازو[2] (۲۰۰۶) همسو و هم‌راستا است.

همبستگی بین متغیرهای موردبررسی

به‌منظور بررسی رابطه بین متغیرهای اثرگذار بر خدمات دریافتی با متغیر وابسته رضایت‌مندی دانشجویان، از ماتریس همبستگی استفاده شد، جدول زیر، همبستگی بین متغیرهای تحقیق را نشان می‌دهد.

جدول ۳: ماتریس همبستگی بین متغیرهای پژوهش

		Y	X1	X2	X3	X4	X5
رضایتمندی دانشجویان	Y	۱					
تسهیلات فرهنگی، ورزشی	X1	۰/۵۷۳**	۱				
عملکرد و تعامل استاد و دانشجو	X2	۰/۷۱۹**	۰/۲۶۴**	۱			
چگونگی فضا و تجهیزات	X3	۰/۶۲۷**	۰/۳۵۲**	۰/۲۴۵**	۱		
تصویر برند دانشگاه	X4	۰/۷۲۸**	۰/۳۸۹**	۰/۴۰۴**	۰/۳۲۷**	۱	
چگونگی رفتار کارکنان دانشگاه	X5	۰/۷۱۰**	۰/۲۱۶**	۰/۴۲۱**	۰/۳۵۶**	۰/۳۸۷**	۱

** در سطح خطای ۰/۰۱ درصد

با توجه به داده‌های موجود در جدول فوق مشاهده می‌شود متغیرهای مستقل تحقیق علاوه بر اینکه با رضایت‌مندی دانشجویان رابطه دارند با یکدیگر نیز دارای رابطه خطی می‌باشند و این رابطه‌ها در حدی نیستند که وقتی در رگرسیون چندگانه وارد شدند، باعث شود که سطوح تحمل و معنی‌داری ضرایب بتا تحت تأثیر قرار بگیرد و باعث خروج متغیرها از مدل رگرسیونی شود. نتایج به‌دست‌آمده از تحلیل رگرسیون چند چندگانه برای بررسی سهم هر یک از متغیرهای مستقل بر متغیر رضایت‌مندی در جدول زیر ارائه گردیده است.

1. Yoon & Suh
2. Gonzalez & Garazo

[Downloaded from ihej.ir on 2026-11-13]

[DOR: 20.1001.1.20088000.1398.11.3.4.8]

جدول ۴: تحلیل رگرسیون چند متغیره برای بررسی متغیرهای پژوهش

	ضرایب رگرسیونی β	مقدار t	سطح معنی‌داری
عرض از مبدأ	-۰/۰۱	-۱/۴۳۳	۰/۱۵۲
تسهیلات فرهنگی، ورزشی	۰/۲۰۴	۲۱/۳۳۳	۰/۰۰۰
عملکرد و تعامل استاد و دانشجو	۰/۳۴۸	۳۵/۴۵۳	۰/۰۰۰
چگونگی فضا و تجهیزات	۰/۲۶۱	۲۷/۱۱۷	۰/۰۰۰
تصویر برند دانشگاه	۰/۳۰۴	۲۹/۹۳۸	۰/۰۰۰
چگونگی رفتار کارکنان	۰/۳۰۹	۳۰/۹۲۲	۰/۰۰۰
۰/۰۰۰ = سطح معنی‌داری F			F =۲۶۹۸/۵۱۹
۰/۹۷۱ = (ضریب تعیین) R^2			R = ۰/۹۸۵

بررسی مدل اصلی تحقیق در جدول شماره ۵ وضعیت تأثیر متغیرهای موردمطالعه (چگونگی خدمات، عملکرد و تعامل، چگونگی فضا و تجهیزات، تصویر از دانشگاه و چگونگی رفتار کارکنان) بر متغیر وابسته، یعنی رضایتمندی دانشجویان بررسی شده است. همان‌طور که نتایج نشان می‌دهد این متغیرها به ترتیب دارای تأثیر ۲۰، ۳۵، ۲۶، ۳۰ و ۳۱ درصدی بر متغیر وابسته است.

جدول ۵: بررسی فرضیات پژوهش با استفاده از مدل معادلات ساختاری

فرضیه‌های پژوهش	تأثیر	مقدار t	نتیجه فرض
تسهیلات فرهنگی و ورزشی بر رضایت‌مندی دانشجویان تأثیر دارد.	۰/۲۰	۲۱/۳۳	تأیید
عملکرد تعامل استاد و دانشجو بر سطح رضایت‌مندی دانشجویان تأثیر دارد.	۰/۳۵	۳۵/۴۵	تأیید
چگونگی فضا و تجهیزات بر سطح رضایت‌مندی دانشجویان تأثیر دارد.	۰/۲۶	۲۷/۱۲	تأیید
تصویر برند دانشگاه بر سطح رضایت‌مندی دانشجویان تأثیر دارد.	۰/۳۰	۲۹/۹۴	تأیید
چگونگی رفتار کارکنان دانشگاه بر سطح رضایت‌مندی دانشجویان تأثیر دارد.	۰/۳۱	۳۰/۹۲	تأیید

[Downloaded from ihej.ir on 2026-11-13]

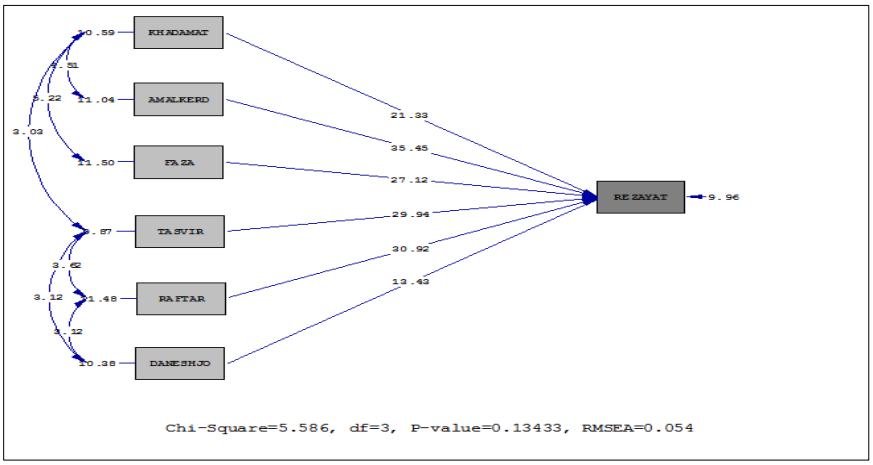
[DOR: 20.1001.1.2008800.1398.11.3.4.8]

جدول ۶ شاخص‌های برازش مدل را نشان می‌دهد. با توجه به نتایج به‌دست‌آمده و مقایسه آن با دامنه مطلوب ارائه‌شده در جدول می‌توان اذعان کرد تمامی شاخص‌های برازندگی مدل فوق در این دامنه قرارگرفته‌اند؛ بنابراین تناسب داده‌های گردآوری‌شده با مدل مطلوب است. لذا برازندگی مدل معادلات ساختاری مورد تأیید است.

جدول ۶: شاخص‌های برازش مدل معادلات ساختاری

	نتیجه	دامنه مطلوب	مقدار	عنوان شاخص
مجذور کای	تأیید مدل	$0 < \frac{x^2}{df} < 5$	۱/۸۶۲	$\frac{x^2}{df}$
ریشه خطای میانگین مجذورات تقریب	موردقبول	RMSEA < 0. 05	۰/۰۵۴	RMSEA
ریشه میانگین مربعات باقیمانده	تأیید مدل	RMR ≥ 0	۰/۰۰۶	RMR
نیکویی برازش	تأیید مدل	GFI > 0.9	۰/۹۹	GFI
شاخص نیکویی برازش اصلاح‌شده	تأیید مدل	AGFI > 0. 85	۰/۹۶	AGFI
شاخص برازش هنجار شده (بنتلر ـ بونت)	تأیید مدل	NFI > 0. 90	۰/۹۹	NFI
شاخص برازش تطبیقی	تأیید مدل	CFI > 0.90	۰/۹۹	CFI
شاخص برازش افزایشی	تأیید مدل	IFI > 0.90	۰/۹۹	IFI

شکل ۲: مدل معادلات ساختاری در حالت ضرایب معنی‌داری



[Downloaded from ihej.ir on 2026-11-13]

[DOR: 20.1001.1.20088000.1398.11.3.4.8]

مقایسه سطح تأثیر هر یک از متغیرهای موردمطالعه

به‌منظور اولویت‌بندی متغیرهای تأثیرگذار بر سطح رضایت‌مندی دانشجویان، از آزمون فریدمن استفاده شد. یافته‌های آماری تأییدکننده این ادعا هستند که عوامل مؤثر بر رضایتمندی دانشجویان از اهمیت یکسانی برخوردار نیستند و می‌توان آن‌ها را اولویت‌بندی کرد. در بین متغیرهای مطالعه شده عملکرد و تعامل استاد و دانشجو و رفتار کارکنان، بیشترین تأثیر را بر رضایت‌مندی دارد پس‌ازاین متغیرها، تصویر برند دانشگاه، فضا و تجهیزات و در پایان نیز متغیر خدمات فرهنگی، ورزشی و عمومی قرار دارد.

جدول ۷: آزمون فریدمن به‌منظور مقایسه تأثیر عوامل مؤثر بر رضایتمندی دانشجویان

عوامل	میانگین رتبه‌ها از ۱۰۰	میانگین رتبه‌ها از ۵	مقدار خی دو	درجه آزادی	سطح معنی‌داری
عملکرد و تعامل استاد و دانشجو	۷۷/۸	۳/۸۹	۲۵۹/۳۵۶	۴	۰/۰۰۰
رفتار کارکنان دانشگاه	۶۳ /۶	۳/۱۸			
تصویر برند دانشگاه	۶۱/۶	۳/۰۸			
فضا و تجهیزات	۵۱/۶	۲/۵۸			
تسهیلات فرهنگی، ورزشی	۴۵/۴	۲/۲۷			

تعیین سطح شکاف خدمات

همچنان که در جدول زیر مشخص است بهترین وضعیت عملکرد دانشگاه در شاخص سطح علمی و تعامل استاد- دانشجو بوده است و ضعیف‌ترین کیفیت خدمات دریافتی مربوط به تسهیلات ورزشی و فرهنگی و همچنین شاخص فضا و تجهیزات (بافاصله اندک) است. از سویی مهم‌ترین شاخص ازنظر پاسخگویان نیز تعامل استاد- دانشجو و کمترین سطح اهمیت مربوط به تسهیلات فرهنگی و ورزشی بوده است. همچنان که مشخص است شکاف بین تمامی شاخص‌های موردمطالعه منفی است که نشان‌دهنده آن است که سطح انتظار دانشجویان بیش از سطح خدمات دریافتی (عملکرد دانشگاه) است.

[Downloaded from ihej.ir on 2026-11-13]

[DOR: 20.1001.1.2008800.1398.11.3.4.8]

جدول ۸: شکاف بین انتظار – عملکرد درشاخص‌های موردمطالعه

عنوان شاخص	عملکرد دانشگاه	انتظارات دانشجویان	اختلاف/شکاف خدمت
تعامل استاد و دانشجو	۷۴/۲	۸۷/۱	-۱۲/۹
رفتار کارکنان دانشگاه	۶۸/۴	۸۱/۲	-۱۲/۸
تصویر برند	۶۸	۷۷/۶	-۹/۶
فضا و تجهیزات	۶۲/۵	۸۰/۴	-۱۸
تسهیلات فرهنگی و ورزشی	۶۲	۷۱/۲	-۹/۲

بحث و نتیجه‌گیری

کسب رضایت دانشجویان می‌بایست به‌عنوان مهم‌ترین اولویت در رأس برنامه‌های مدیران دانشگاه‌ها قرار گیرد. در این پژوهش تعدادی از متغیرهایی (سطح خرد و میانی) که رضایت دانشجویان را متأثر می‌سازد، موردبررسی قرار گرفتند که یافته‌ها نشان‌دهنده تأیید رابطه تمامی متغیرها موردمطالعه است.

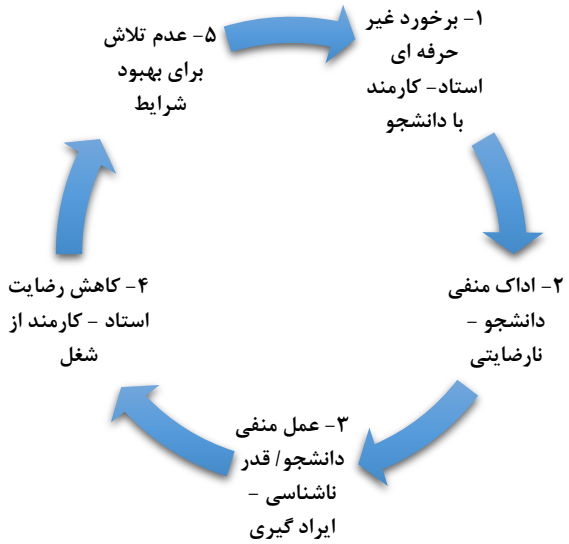
در این مقاله معیار آن بوده که عملکرد دانشگاه توسط دانشجویان در حد قابل‌قبول» ارزیابی شود و حد قابل‌قبول در محدوده‌ی سطح انتظار تعریف شده است؛ اما یافته‌ها نشان‌دهنده آن است که گرچه بخشی از رضایت دانشجویان متأثر از سطح عملکرد کنونی در قالب خدمات دریافتی از دانشگاه است (با عنایت به تعریفی که در این بررسی، مبنای تحلیل قرار گرفته است)؛ اما باید به این موضوع توجه کرد که انتظار دانشجویان یعنی "آنچه باید باشد "؛ وضع مطلوب را نشان می‌دهد و این سطح در تمامی شاخص‌های مطالعه شده، بسیار بالاتر از سطح عملکرد فعلی در دانشگاه موردمطالعه بوده؛ بنابراین فارغ از اینکه چه عواملی زمینه تقلیل انتظار و یا افزایش سطح عملکرد دریافتی را فراهم می‌سازد؛ می‌توان گفت که میزان رضایت‌مندی دانشجویان پایین‌تر از سطح بایسته آن است و این موضوع نشان از وجود ضعف در سیستم مدیریت خدمت‌رسانی دانشگاه است؛ چراکه مطابق مبانی نظری، زمانی که عملکرد با سطح فعلی انتظار همسان شود رضایت عادی وجود دارد و درصورتی‌که عملکرد ضعیف‌تر از انتظار مخاطبین باشد، نارضایتی به وجود می‌آید و با شدت گرفتن این فاصله سطح نارضایتی نیز افزایش خواهد یافت.

از سویی یافته‌های پژوهش نشان‌دهنده این واقعیت است که در بین متغیرهای موردمطالعه، دو عامل انسانی (تعامل استاد- دانشجو و رفتار کارکنان) بیشتر از سایر عوامل سطح رضایت دانشجویان را متأثر می‌سازد (بر اساس آزمون

[Downloaded from ihej.ir on 2026-11-13]

[DOR: 20.1001.1.20088000.1398.11.3.4.8]

فریدمن جدول ۷)؛ در ارتباط با این تعامل (استاد و کارمند – دانشجو) می‌بایست توجه کرد که ضعف در مدیریت فرایند ارتباط می‌تواند منجر به ایجاد چرخه‌ای شود که از آن می‌توان با نام فاصله تفاهمی» یاد کرد. منظور از فاصله تفاهمی آن است که باگذشت زمان، دانشجو نسبت به استاد و کارمند ادراک و نگرش منفی پیدا می‌کند و این نگرش منفی به شکل هم‌افزا در فرایند عمل افزایش می‌یابد. هم‌افزایی فاصله تفاهمی بدین معناست که در این شرایط، ادراک– عمل دانشجو منفی خواهد بود و این وضعیت بر ادراک– عمل اساتید و کارکنان نیز تأثیر منفی می‌گذارد و در یک فرایند تعاملی، بازتولید در چرخه‌ای منفی، تقویت می‌شود.



شکل ۳: چرخه بازتولید تعاملات استاد – کارمند با دانشجو در فرایند فاصله تفاهمی

در حوزه رفتار کارکنان به دلیل ماهیت خدماتی بودن دانشگاه‌ها، اهمیت توجه دوچندان می‌شود؛ چراکه خدمت را نمی‌توان از ارائه‌دهنده آن منفک کرد. ارائه‌دهنده خدمت به‌عنوان جزئی اساسی از فرآیند مبادله مطرح است که در برنامه‌های افزایش رضایت‌مندی دانشجویان می‌بایست به آن توجه شود؛ بنابراین نقش عامل انسانی در این تعامل دوطرفه، مؤثر و کارگشا خواهد بود. بر طبق این یافته پیشنهاد می‌گردد، دانشگاه‌ها ضمن بررسی وضعیت فعلی و شناسایی نقاط ضعف خود، بستر رفع نواقص موجود در این حوزه را فراهم آورند. این مهم با ارائه آموزش‌های کاربردی، همچنین طراحی سیستم انگیزشی مناسب و بهره‌گیری از سایر فنون مدیریت و رهبری قابل‌دستیابی است.

[Downloaded from ihej.ir on 2026-11-13]

[DOR: 20.1001.1.2008800.1398.11.3.4.8]

از شاخص‌های زیرمجموعه متغیر رفتاری کارکنان که دارای شکاف فراوان منفی بوده است؛ شاخص‌های "دقت، سرعت، نظم و انضباط و رعایت مقررات" در انجام امور است. اغلب شاخص‌های مطرح‌شده در این حوزه را می‌توان با برنامه‌هایی بهبود بخشید. سامانه سپاری، افزایش اختیارات مدیران عملیاتی برای تصمیم‌گیری سریع، زمان‌سنجی و تعیین بازه زمانی استاندارد انجام امور، ساده‌سازی فرایندها، حذف مراحل غیرضروری، الکترونیکی کردن جریان دریافت خدمات و ارائه آموزش‌های مرتبط؛ ازجمله عوامل سازمانی مؤثر بر سرعت و دقت در ارائه خدمات آموزشی و اداری هستند. همچنان که در جدول شماره ۸ مشخص شد؛ در این دو شاخص، نمره رضایت‌مندی دانشجویان فروتر از خط پایه است و در طبقه «نسبتاً مطلوب» قرار می‌گیرد. گرچه وضعیت نسبتاً مطلوب، اگر حرکت دانشگاه به‌سوی وضعیت مطلوب باشد، می‌تواند تا حدودی موردقبول قرار گیرد لکن می‌بایست به این نکته توجه کرد که افزایش سطح عملکرد دانشگاه ممکن است متناسب با افزایش سطح توقعات و انتظارات دانشجویان به دلیل تغییرات در محیط‌های اجتماعی، فرهنگی و ... نباشد و در این حال با پدیده تکامل انتظارات مواجه شویم که خود می‌تواند منشأ افزایش فاصله و درنتیجه افزایش سطح نارضایتی را فراهم سازد؛ به همین دلیل می‌بایست ضمن رصد سطح رضایت مراجعان؛ به روند تغییر در انتظارات نیز توجه کرد. از سویی در برنامه‌های بهبود رضایت‌مندی دانشجویان می‌بایست به این اصل اساسی توجه کرد که پیش‌نیاز افزایش رضایت دانشجویان؛ تدوین برنامه‌ای جامع جهت مدیریت مطلوب کارکنان آموزشی، اداری و پشتیبانی دانشگاه است. مدیریت صحیح، رهبری اثربخش و آموزش‌های مناسب، می‌تواند زمینه ارتقاء سطح کیفی خدمات را فراهم آورد و به دلیل تعامل مستقیم و انسانی، کارکنان با دانشجویان، حتی در بسیاری موارد ضعف عملکردی دانشگاه در حوزه‌های دیگر را پوشش داده و کمرنگ نماید.

هرچند که در بین این دو متغیر، عملکرد و تعامل "استاد و دانشجو"مهم‌تر بوده و نیازمند توجه بیشتر و جدی‌تر مدیران به این مؤلفه است، لذا بر اساس یافته‌های مفهومی و تجربی این مطالعه می‌توان روش‌هایی برای بهبود روابط استاد و دانشجو پیشنهاد و به اجرا درآورد که در زیر برخی از این موارد مطرح شده است:

- ✓ آموزش مهارت‌های کاربردی ارتباطی به اساتید و دانشجویان؛
- ✓ تنظیم کتابچه آشنایی دانشجویان با اساتید شامل اطلاعات فردی و سوابق آموزشی و پژوهشی آنان؛
- ✓ تدوین مشخصات دانشجویان به‌منظور آشنایی اساتید با ویژگی‌ها، علائق، توانایی‌ها و زمینه‌های فردی و اجتماعی آنان؛
- ✓ افزایش نقش گفت‌وگو در کلاس‌های درس و اهمیت دادن به روابط مشارکت دوجانبه؛

[Downloaded from ihej.ir on 2026-11-13]

[DOR: 20.1001.1.20088000.1398.11.3.4.8]

- ✓ برگزاری نشست‌ها و اردوهای دانشجویان جدید با اساتید بدون هدف آموزش رسمی و به‌منظور ایجاد فضای ارتباطی؛
- ✓ کاربرد اشکال زنده‌تر رابطه‌ی همکارانه بین دانشجویان و اساتید در فرایندهای آموزشی

[Downloaded from ihej.ir on 2026-11-13]

[DOR: 20.1001.1.20088000.1398.11.3.4.8]

فهرست منابع:

- پاکزاد، جهانشاه. (۱۳۸۳). راهنمای طراحی فضاهای شهری در ایران، وزارت مسکن و شهرسازی، معاونت شهرسازی و معماری، دبیرخانه شورای عالی شهرسازی و معماری.
- پور آتشی، مهتاب، محمدی موحد، حمید، شعبانعلی فمی، حسین (۱۳۸۷). بررسی و اولویت‌بندی عوامل مؤثر بر موفقیت تحصیلی دانش آموزان. فصلنامه جهاد، شماره ۲۸۳ و ۲۸۴.
- رحمانی، فیروزجاه، شارع پور، علی، رضایی، محمود، پاشا، صدیقه (۱۳۹۰). سنجش تمایز سرمایه اجتماعی جوانان با محوریت مشارکت ورزشی مطالعه موردی: دانشجویان ورزشکار و غیر ورزش‌کار دانشگاه مازندران. فصلنامه جامعه‌شناسی مطالعات جوانان؛۲(۲):۳۷-۶۲.
- رضائیان، علی، محمدی فر، یوسف، موسی پور، نعمت‌الله. (۱۳۹۴). میزان انطباق عملکرد دریافتی از رفتار کارکنان و انتظارات مراجعین از سازمان‌های دولتی. فصلنامه پژوهش‌های مدیریت منابع انسانی دانشگاه جامع امام حسین (ع)، س ۷، ش ۱، صص ۱-۱۸
- قانعی راد، محمدامین. (۱۳۸۵). نقش تعاملات دانشجویان و اساتید در تکوین سرمایه اجتماعی دانشگاهی. مجله جامعه‌شناسی ایران، دوره هفتم، شماره ۱.
- طبائیان، سیده مرضیه، حبیب، فرح، عابدی احمد. (۱۳۹۰). دیدگاه دانش آموزان دبیرستان‌های مطلوب و نامطلوب نسبت به رنگ فضای آموزشی و راه‌های بهبود کیفیت فضای تحصیلی. فصلنامه نوآوری‌های آموزشی. ۳۸: ۹۳- ۱۰۶.
- قره چه منیژه، دابوئیان منیره. (۱۳۹۰). وفاداری کارکنان در تعامل با وفاداری مشتریان صنایع خدماتی، دو فصلنامه علمی- پژوهشی تحقیقات بازاریابی نوین. شماره ۳، ص ۲۷-۴۶.
- محمدی، مهدی، ترک‌زاده، جعفر. (۱۳۹۰). مقایسه رضایت دانشجویان از کیفیت برنامه درسی و عملکرد استادان و کارکنان دانشکده علوم تربیتی و روان‌شناسی دانشگاه شیراز. مجله پژوهش‌های برنامه درسی،۱. ص ۴۹-۲۹.
- محمدی فر یوسف، موسی پور نعمت اله، دل انگیزان سهراب و احمدی محمد. (۱۳۹۰). بررسی متغیرهای تأثیرگذار بر رضایت ارباب‌رجوع از سازمان‌های دولتی. ۱۳۹۰.
- مقصودی ایمن حمیدرضا، هادوی، فریده، ابراهیمی، مهدی، اسماعیلی، محمد. (۱۳۹۰). تحلیل وضعیت هزینه کرد بودجه در برنامه‌های فوق‌برنامه ورزشی دانشگاه‌های ایران. پژوهش‌نامه مدیریت ورزشی و رفتار حرکتی.۷(۴): ۳۱-۵۰.

[Downloaded from ihej.ir on 2026-11-13]

[DOR: 20.1001.1.20088000.1398.11.3.4.8]

- معین پور حمیده، نصر اصفهانی احمدرضا، ساعدی عاطفه. (۱۳۸۳). تأثیر عوامل فیزیکی کلاس بر پیشرفت تحصیلی دانش آموزان. فصلنامه پژوهش‌های تربیتی و روان‌شناختی،۴:۶۸-۵۴.
- مزینانی، فرزانه؛ کامکار، منوچهر؛ منشئی، غلامرضا. (۱۳۹۳). رابطه مهارت‌های ارتباطی کارکنان با رضایت مشتریان. فصلنامه پژوهش‌های مدیریت منابع انسانی. سال ۶، ش ۴، دانشگاه جامع امام حسین (ع). صص ۹۳-۱۰۸.
- یزدانی، حمیدرضا؛ زارع میرک آباد، علی؛ نصیری، محمدحسین؛ اسد نژاد، مهدی. (۱۳۹۰). بررسی رابطه مشتری‌گرایی و رفتار شهروندی سازمانی. چشم‌انداز مدیریت بازرگانی. شماره ۶. ص ۶۹-۵۳.

- Akbar, M. M. and Parviz, N. (2009). Impact of Service Quality: Trust and Customers Satisfaction on Customers Loyalty' ABAC Journal (Vol. ۲۹, No. ۱)(January-April 2009, pp.24-38),
- Aghamollayi, T. Zare, Sh. &Abedini, S. (2006).Quality gap in educational services of students in Hormozgan University of Medical Sciences.Strides in Development of Medical Education, (2), 24-31(inPersian).
- Arpan,L. M. Raney,A. A and Zivnuska, S. (2003). A congnitive approach to understanding university image.Corporate Communication: AnInternational Journal, 8 (2), 97-113.
- Bagheri, M. & Erfanifar, A.(2010).Conceptual model design of effective factors on corporate image of Imam Sadiq (a. s) university.Strategic Management Thought, 4 (2), 34-75.
- Castro & Armario and Ruiz. (2004). the influence of employee organizational citizenship behavior customer Layalty: international. Journal of Service Industry Management, (Vol.15, N.1, pp.27-53).
- Chang, S, Yeung, Y,& Cheng, M. (2009).Ninth graders' learning interests, life experiences and attitudes.
- Douglas J, Douglas A, Barnes B.(2006);Measuringstudent satisfaction at a UK University.Quality assurance in education.14(3):251-67.

[Downloaded from ihej.ir on 2026-11-13]

[DOR: 20.1001.1.20088000.1398.11.3.4.8]

- Duarte, P. O. Alves,H. B and Raposo,M. B. (2010). Understanding university image: a structural eqution model approach.International Review onPublic and Non-Profit Marketing, 7,21-36.
- Feldman, K.A.(1993).College Students' Views of Male and Female College Teachers.Part 11: Evidence from Students' Evaluations of Their Classroom Teachers.Research in Higher Education, 34: 151-211.
- Fitzsimmons, James A.& Mono J. Fitzsimmons, (1994). Service Marketing; Printed in Singapore, McGraw-Hill Inc.1st Edt,Chap 9.
- Gonzalez J.V.and T.G.Garazo. (2006). Structural relationships between organizational service orientation;contact employee job satisfaction and citizenship behavior. International Journal of Service Industry Management,17 (1), pp.23-50.
- Gutman,J. and Miaoulis,G. (2003). Communicating a quality position in servicedeliveryan application in higher education. Journal of Managing Service Quality. (111-105).
- Hosseini, M.H. & Farhady Nahad, R.(2013).Identifying measurement scales of university brand mental image.Educational Measurement Quarterly, 8, 109-134.
- Heine, R.& Maddox, E.(2008).Student perceptions of the faculty course evaluation process: An explanatory study, Proceedings of ASBBS, 15 (1).
- Jamal, A,& Naser, K. (2002).Customer satisfaction and retail banking, an assessment of some of the key antecedents of customer satisfaction in retail banking.International Journal of Bank Marketing, 20, 146 -147.
- James,R. Baldwin, G.and McInnis, C. (1999). Which UniversityThe Factors Influencing the Choices of Prospective Undergraduates. Centre for the Study of Higher Education, University, Centre for the Study of Higher Education, University of Melbourne, Melbourne.
- Kazoleas, D. Kim,Y. and Moffit,M. A (2001). Institutional image: a case study. Corporate communication: An International Journal. 6 (4), 205-216.
- Khalaj AR, Jafariyan N, Heydari AA.Hamadan University of Medical Sciences Students' Attitudes towards factors associated Students' Attitudes towards factors associated with academic study in 1999.Sci J Hamadan Univ Med Sci.2001;7(4):30-5.[In Persian]
- Kotler, Ph. Gary, A. Saunders, A. & Wong, V. (2001).Principles ofMarketing.Third Edition, Pentice Hall UK.
- Mann, D.(1989)."Pedagogy and Politics: Effective Schools and American Educational Politics".En.
- Moore, M.M. (2011). Student Satisfaction and Graduate Part-Time Students. Continuing Higher Education Review, 75, 113,120.

[Downloaded from ihej.ir on 2026-11-13]

[DOR: 20.1001.1.20088000.1398.11.3.4.8]

- Mirfakhroldini, S.H. Oliya, M. S. & Jamali, R. (2009).Reengineering quality management in higher education institutions (Case study: Yazd University graduate students). Quarterly Journal of Research andPlanning in Higher Education, (53), 131-157 (in Persian).
- Palacio, A. B. Meneses, G. D.and Perez Perez, P. J. (2002). The configuration of the university image and its relationship with the satisfaction of the student.Journal of Educational administration, 40(5), 486-505.
- Sahin, I. (2007).Predicting student satisfaction in distance education and learning environments.Turkish Online Journal of Distance Education,8(2), 113- 119.
- San Diego Community College District.(2002).Student satisfaction Survey, Fall 2001. Availablefrom:http://www.eric.ed.gov/ERICWebPortal/contentdelivery/servlet/ERICServlet ac cno=ED478372.
- Sung,M.and Yang,S. U. (2008). Toward the model of university image:the influence of brand personality, external prestige, and reputation.Journal of Public Relations Research,20(4),357-376.
- Telford, R.and Masson, R.2005,,,The Congruence of Quality Values in Higher Education", Quality Assurance in Education, vol.13, no.2, pp.107-119.
- Walker, S.(2001).Evaluation, Discription and Effects of Distance educeation.Learning Environments in Higher Education.In R.Ham & J. Whoosley, Ninth Distance Education Zeegers, P.(2002).A revision of Biggs Study Process Questionnaire.
- Wilson, T.D.(1999).Models in information behavior research.Journal of Documentation, 55(3), 249-270.
- Wolk.S.(2008).Joy in School.The Positive Class room.66 (1): 8-15.
- Vining, D. (2006).The Effect of School Interior Environment on Student's Attitudes toward School: Suggestions for Philadelphia Public Schools.University of Pennsylvania.
- Watkins,D. (1992).FACULTY and student interaction. GLARK,B.R.andneave, G.R(edits), encyclopedia of highereducation.vol.3, pp: 1614-1605.
- Yoon, M.H.& Suh, J. (2003).Organizational citizenship behaviors and service quality as external effectiveness of contact employees.Journal of Business Research, 56, 597-611.

[Downloaded from ihej.ir on 2026-11-13]

[DOR: 20.1001.1.20088000.1398.11.3.4.8]

[Downloaded from ihej.ir on 2026-11-13]

[DOR: 20.1001.1.20088000.1398.11.3.4.8]