

طراحی الگوی داده‌بنیاد کیفیت محوری آموزش در آموزش عالی

امیرامیری رشخوار^۱

مهدی زیرک^۲

محمود قربانی^۳

علی حسین‌زاده^۴

چکیده

هدف پژوهش حاضر طراحی الگوی کیفیت محوری آموزش مبتنی بر رضایت دانشجویان بود. روش پژوهش از نوع کیفی و کمی و جامعه آماری برای بخش کیفی اعضای هیئت علمی و خبرگان دانشگاه آزاد اسلامی به تعداد ۲۰ نفر و در بخش کمی کلیه دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد مشهد به تعداد ۳۲۰۰۰ نفر بودند که طبق فرمول کوکران تعداد ۳۸۴ نفر به روش تصادفی ساده به عنوان نمونه آماری انتخاب شدند. ابزار جمع‌آوری اطلاعات شامل مصاحبه و پرسش‌نامه ۵۳ سوالی محقق‌ساخته بود. بر اساس تجزیه و تحلیل داده‌های کیفی حاصل از مصاحبه‌های عمیق و اکتشافی و کدگذاری و تحلیل محتوای متن مصاحبه‌ها و در عین حال مطابقت آنها با مبانی نظری،

۱. دانشجوی دکتری رشته مدیریت آموزشی، واحد تربت حیدریه، دانشگاه آزاد اسلامی، تربت حیدریه، ایران.

amiriamir@mshdiau.ac.ir

۲. استادیار گروه علوم تربیتی، واحد تربت حیدریه، دانشگاه آزاد اسلامی، تربت حیدریه، ایران. (نویسنده مسئول)

Mehdizirak45@gmail.com

۳. دانشیار گروه علوم تربیتی، واحد مشهد، دانشگاه آزاد اسلامی، مشهد، ایران. mhgh2020@gmail.com

۴. استادیار گروه مدیریت، واحد تربت حیدریه، دانشگاه آزاد اسلامی، تربت حیدریه، ایران.

hosseinzadeh56@gmail.com

یافته‌های مقاله در بخش کیفی بیانگر آن بود که در عوامل اصلی تأثیرگذار در کیفیت خدمات آموزش، عامل امکانات و تجهیزات آموزشی (۴ مؤلفه)، عامل کارکنان دانشگاه (۷ مؤلفه)، عامل خدمات آموزشی (۷ مؤلفه)، عامل دانشجویان (۴ مؤلفه)، عامل اساتید دانشگاه (۸ مؤلفه) شناسایی شدند. در بخش کمی مقاله یافته‌ها نشان داد، بعد امکانات و تجهیزات آموزشی با بار عاملی ۰/۸۹ رتبه اول، اساتید دانشگاه با بار عاملی ۰/۸۲۸ رتبه دوم، خدمات آموزشی با بار عاملی ۰/۸۲۱ رتبه سوم، دانشجویان با بار عاملی ۰/۷۷ در رتبه چهارم ضریب تأثیرگذاری و بعد کارکنان و مسئولین دانشگاه با بار عاملی ۰/۶۳ کمترین ضریب تأثیرگذاری را در عوامل مؤثر در کیفیت خدمات آموزش نقش دارند.

واژگان کلیدی: کیفیت، خدمات آموزشی، رضایت‌مندی، دانشجویان، اساتید دانشگاه

مقدمه

دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزش عالی همواره به عنوان مهمترین مراکز اندیشه ورزی و تولید علم، وظایف و نقش‌های مختلفی را بر عهده داشته و متفکران، محققان دانش پژوهان و دانشجویان دانشگاهی در اعتلای علمی و جهت بخشیدن به حرکت‌های فکری، اعتقادی، فرهنگی، اقتصادی و سیاسی جامعه نقش اساسی ایفاء کرده‌اند. این نقش امروزه به مراتب پیچیده‌تر و سنگین‌تر از گذشته بوده و دانشگاه‌ها به منظور به انجام رساندن وظایف خطیر خود و پویایی و ارتقای آنها، نیازمند ارزیابی مستمر کمیت و کیفیت فعالیت‌ها و اقدامات خود به منظور اطمینان از صحت روند برنامه‌ها و فرایندهای اجرایی می‌باشند. بخش مهمی از توسعه اقتصادی، اجتماعی، صنعتی و سیاسی هر کشور متأثر از پیشرفت‌های علمی و فرهنگی آن جامعه است. در آستانه هزاره سوم دانشگاه به عنوان مهم‌ترین رکن نظام آموزشی کشور می‌تواند در ایجاد توسعه علمی نقش مهم و حیاتی را ایفا کند. نظام آموزش عالی نقش اساسی و محوری در فرایند توسعه ملی و

ایجاد موازنه بین ابعاد مختلف توسعه یافتگی کشور دارد. سرمایه گذاری اصولی در این بخش نقش مهمی در ایجاد امکانات و تسهیلات برای نسل های آینده و اقدام صحیح در جهت توسعه علمی کشور ایفا می کند. مجموعه پژوهش های یو^۱ (۲۰۱۰) نشان می دهد که توسعه جوامع رابطه بسیار زیادی با نظام آموزش عالی آنها دارد (کاوایانی و نصر، ۱۳۹۵). از این رو، آموزش عالی به عنوان اصلی ترین نهاد توسعه دهنده منابع انسانی تخصصی، در مسیر دستیابی به توسعه پایدار مبتنی بر ملاحظات جهانی شدن نقش حساسی را بر عهده دارد (بارنت^۲، ۲۰۰۹). دانشگاه ها به مثابه یکی از مهم ترین اجزای نهاد آموزش کشورها، از مهم ترین عوامل شکل دهی جهان آینده تلقی می شوند. در دنیای رقابتی امروز، کشورهایی برنده اند که در دانش آفرینی و خلق دانش، گوی سبقت را از بقیه کشورها ربوده باشند (تیان^۳ و همکاران، ۲۰۰۶). بالدرستون^۴ (۲۰۰۰) بر این اعتقاد است که آموزش عالی به عنوان اصلی ترین نهاد توسعه دهنده منابع انسانی تخصصی، در مسیر دستیابی به توسعه پایدار مبتنی بر ملاحظات جهانی شدن، نقش حساسی را بر عهده دارد (دوماس وهانچنس^۵، ۲۰۱۰). در این راستا، نهاد آموزش عالی با بحران های ضد و نقیضی در جهان امروز روبه روست، چنان که به اعتقاد صاحب نظران این حوزه، آموزش عالی دچار وضعیت پیچیده ای شده است (فاضلی، ۱۳۹۳).

امروزه اهمیت برند و شهرت سازمان یا مؤسسه در بازار به خوبی شناخته شده است و مهم بودن آن در نگرش منبع محور ریشه دارد که تمرکز اصلی آن بر توسعه تصویر

1 . Yu

2 . Barnett

3 . Tian et al

4 . Baldeston

5 . Dumas & Hanchans

سازمان برای ذی‌نفعان درونی و بیرونی است (علیزاده ثانی و نجات، ۱۳۹۵). در نظریه منبع محور می‌توان شهرت، برند و نام سازمان را منبع ارزشمند و نامحسوسی در نظر گرفت که می‌تواند برای سازمان مزیت رقابتی ایجاد کند (نجفی سیاهرودی، علوی و ابراهیمی، ۱۳۹۴). از جمله سازمانهایی که برند و شهرت آنها بیش از پیش اهمیت یافته است، دانشگاه‌ها و مؤسسه‌های آموزش عالی هستند که اغلب آنها امروزه به سمت بازارگرایی و بازاریابی خدمات خود سوق داده شده‌اند (عباسی نیکو، یاسینی، تابان و پوراشرف، ۱۳۹۴).

طی دوره‌های مدید، دانشگاه‌ها به عنوان مؤسسه‌هایی تلقی می‌شدند که آموزش را فقط به افرادی ارائه می‌کردند که شرایط ورود به آنجا را داشتند. بدین معنا که برنامه‌های بازاریابی آنها محدود به چند اقدام و تلاش‌های ارتباطی آنها به طور معمول یک طرفه بود. امروزه ایجاد تغییرات متعدد در فضای جهانی، تأثیرات شایان توجهی بر مؤسسه‌های آموزش عالی گذاشته است، به نحوی که آنها را به تجدید نظر در استراتژی‌های کلی خود سوق داده و فعالیت‌های بازاریابی آنها را به سمت دانشجو محوری و توجه به نیازهای ارتباطی و اطلاعاتی دانشجویان به عنوان مشتریان اصلی دانشگاه و موسسه‌های آموزش عالی، کشانده است (سیموز و سوارز، ۲۰۱۰). تغییر روش، رویکرد بازاریابی و توجه دانشگاه به بازارهای جانبی، از یک سو موجب شده است که دانشگاه‌ها تغییرات سازمانی را متحمل شوند و از سوی دیگر، توجه دانشگاه به گروه‌های هدف، به برقراری ارتباطات چندجانبه و بازار گراتر شدن دانشگاه‌ها منجر شده است. این مسئله دانشگاه‌ها را برای جذب دانشجو، وارد عرصه رقابت کرده است. با افزایش رقابت بین دانشگاه‌ها برای جذب دانشجو، به کارگیری اصول بازاریابی برای کسب موفقیت و دستیابی به اهداف سازمانی ضرورت یافته است (ویس، وان هریدن، جوردن و نورث، ۲۰۰۹). در چند سال گذشته، بودجه و حمایت مالی دولت در قبال

دانشگاه‌ها کاهش یافته و دانشگاه‌ها به ناچار برای تأمین بخشی از بودجه خود، به افزایش ظرفیت جذب دانشجوی و دریافت شهریه اقدام کرده‌اند (میرفخرالدینی، ابراهیم زاده پزشکی و جلیلیان، ۱۳۹۲). با کاهش نقش دولت در تأمین بودجه مورد نیاز آموزش عالی، مؤسسه‌های آموزش عالی به میزان زیادی رقابتی و بازار محور شده‌اند. از سوی دیگر، دولت در اصول ارائه خدمات رفاه عمومی و اجتماعی مردد شده و با رواج نگرش تجاری، نقش آموزش عالی خصوصی گسترش یافته است و تعداد بیشماری از فراهم کنندگان جدید آموزش عالی از قبیل بخش‌های انتفاعی، مؤسسه‌های غیرانتفاعی، مؤسسه‌های مجازی و سایر مراکز آموزش عالی وارد عرصه شده، به سرعت با تغییرات جامعه، وضعیت بازار و علاقه‌های دانشجویان سازگار شدند و خدمات و تسهیلات نوینی را برای آنها فراهم آوردند (آراسته و اسفندیاری، ۱۳۸۹). علی‌رغم تسهیل شرایط پذیرش دانشجو در تمام مقاطع آموزش عالی و افزایش ظرفیت جذب دانشجو، بعضی از دانشگاه‌ها در برخی رشته‌های تحصیلی با عدم تکمیل ظرفیت مواجه‌اند، در حالی که برخی دیگر از دانشگاه‌ها در همان رشته‌ها متقاضی فراوان دارند (روشن، ۱۳۹۲). نتایج آمارهای رسمی نشان می‌دهد به دلیل تغییر ساختار جمعیتی کشور، کاهش درصد باروری از سال‌های پایانی دهه ۶۰ آغاز شده و در پی کاهش جمعیت جوان کشور، تقاضا برای آموزش عالی به طور چشمگیری کاهش یافته است (شیری و نوراللهی، ۱۳۹۱). همچنین نتایج پژوهش‌ها نشان می‌دهد تعداد متقاضیان آموزش عالی در مقطع کارشناسی و کارشناسی ارشد در حال کاهش است، به طوری که تا سال ۱۴۰۴، تعداد متقاضیان مقطع کارشناسی به حدود ۶۰۰ هزار نفر، یعنی نصف مقدار کنونی خواهد رسید (قویدل، فرجادی، رزاقی و بدیعی، ۱۳۹۱). از سوی دیگر، جمعیت ۱۸ تا ۲۴ سال ایران به صورت تصاعدی رو به کاهش است. این مسئله تهدیدی برای دانشگاه‌ها محسوب می‌شود، به طوری که در دانشگاه آزاد حدود ۷۰۰۰ رشته تعطیل

شده است. موارد نام برده نشانه‌هایی از وجود رقابت بین دانشگاه‌هاست که در یکی دو سال اخیر نمایان شده و در حال افزایش است. عدم تأمین منابع مالی در نتیجه عدم تکمیل ظرفیت، برای دانشگاه‌ها مشکلات جدی به وجود می‌آورد، زیرا اغلب دانشگاه‌های کشورمان برای تأمین بودجه فقط به کمک‌های مالی دولت و شهریه‌های دانشجویی تکیه می‌کنند. ضمن اینکه جذب دانشجویان مستعد و علاقه‌مند به پژوهش برای ارتقای رتبه علمی دانشگاه، همواره در کانون توجه دانشگاه‌ها بوده است. در چنین وضعیتی، دانشگاه‌ها باید از اصول و قواعد بازاریابی، بالا بردن خدمات و کیفیت آموزش و رضایت مندی دانشجویان پیروی کنند تا بتوانند اهداف خود را محقق ساخته و به مزیت رقابتی دست یابند (آراسته و رضایی، ۱۳۹۳). پژوهش‌های بازاریابی در حوزه آموزش عالی در کشورهای توسعه یافته چندان جدید نیست، اما پژوهش‌های انجام شده در این کشورها فقط بر شناسایی عوامل مؤثر بر انتخاب دانشگاه، اعم از عوامل فردی و محیطی، متمرکز شده و به معیارهای انتخاب دانشگاه به صورت خاص توجه نکرده‌اند. ضمن اینکه این پژوهش‌ها نتوانستند مدلی ارائه دهند که مؤلفه‌ها و معیارهای انتخاب دانشگاه در بعد ارائه خدمات مطلوب آموزشی به جهت بالا بردن کیفیت آموزش و رضایت مندی دانشجویان قدم موثری برداشته باشد. در حقیقت مسئله اساسی که دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزش عالی با آنها مواجه هستند فقدان یک سیستم نهادی است که به کلیه فعالیت‌های دانشگاهی مشروعیت علمی و قانونی ببخشد، مطالعات جهانی مؤید این امر است که برای پویا کردن و ارتقای کیفی، نظام آموزش عالی کشور ما نیازمند تدوین استاندارد ملی مدیریت کیفیت آموزش عالی می‌باشد که به‌عنوان هسته‌ای قانونمند با عنایت به نظام ارزشیابی جامعه جهت سنجش وضع موجود با استانداردهای از قبل تعیین شده، اقدام نماید. از این‌رو این تحقیق بر آن است تا با همکاری خبرگان و مسئولین امر آموزش در دانشگاه آزاد اسلامی بتواند الگوی کیفیت

خدمات آموزشی مبتنی بر رضایت دانشجویان را در این دانشگاه و سایر دانشگاه‌های تحت پوشش وزارت علوم، تحقیقات و فناوری، طراحی نموده و تلاش نماید تا آن را برای اجراء به سازمان سنجش آموزش کشور پیشنهاد تا پس از تصویب به‌عنوان الگوی استاندارد ملی مدیریت کیفیت در آموزش عالی منتشر گردد.

روش‌شناسی

مقاله حاضر از نظر هدف کاربردی است و از نظر ماهیت و روش اجرا توصیفی-پیمایشی است. روش پژوهش از نوع کیفی و کمی و جامعه آماری در بخش کیفی شامل اعضای هیئت علمی و خبرگان دانشگاه آزاد اسلامی که در حوزه مطالعات کیفیت خدمات آموزشی و به اصطلاح خبرگان به تعداد ۲۰ نفر و در بخش کمی پژوهش شامل ۳۲۰۰۰ نفر از دانشجویان مقاطع مختلف تحصیلی در تمامی رشته‌های تحصیلی و در سطح تمامی دانشکده‌های دانشگاه آزاد اسلامی مشهود می‌باشد. جامعه آماری پژوهش حاضر ۳۲۰۰۰ نفر بود. که از این میان با توجه به حجم جامعه آماری و بر طبق فرمول کوکران تعداد ۳۸۴ نفر به عنوان نمونه آماری انتخاب شدند. برای انتخاب هر کدام از اعضای نمونه آماری بخش کمی پژوهش از روش تصادفی ساده استفاده شد.

پرسش‌نامه پژوهش محقق ساخته بوده، سؤالات و مؤلفه‌های آن با استفاده از ادبیات پژوهش و نتایج حاصل از مطالعه کیفی تدوین شد. از مجموع ابعاد و مؤلفه‌های استخراج شده و کدهای استخراج شده از متن مصاحبه‌ها، پرسش‌نامه‌ای با ۵۳ مؤلفه آماده شد که تمامی آنها بر مبنای طیف لیکرت ۵ درجه‌ای: خیلی کم (۱)، کم (۲)، متوسط (۳)، زیاد (۴)، خیلی زیاد (۵) طراحی شدند. آزمون مقدماتی پرسش‌نامه بر روی ۳۰ نفر از نمونه آماری انجام شد، مشکلات مربوط به روشن بودن، قابلیت درک و قابل پذیرش بودن سؤالات پرسش‌نامه پس از اجرای مقدماتی بازنگری شد و شرکت کنندگان بعدی نسخه اصلاح شده پرسش‌نامه را تکمیل کردند. پرسش‌نامه‌ها به

صورت، مراجعه حضوری و پست الکترونیکی برای نمونه‌های مورد نظر ارسال شد. در این پژوهش تعداد ۳۸۴ پرسش‌نامه بین نمونه آماری توزیع و جمع‌آوری شد. که با استفاده از داده‌های به‌دست آمده به کمک نرم‌افزار اس‌پی‌اس‌اس، میزان ضریب آلفای کرونباخ محاسبه گردید، که مقدار آن محاسبه شد، که بیانگر پایایی لازم است. ضریب آلفای کرونباخ محاسبه شده برای ابعاد مختلف پرسش‌نامه که در جدول ۱ آمده است.

جدول ۱ ضرایب پایایی پرسش‌نامه بر حسب ابعاد

| ردیف | ابعاد | شماره سؤال | ضریب پایایی |
|------|---------------------------|------------|-------------|
| ۱ | امکانات و تجهیزات آموزشی | ۴ | ۰/۷۸۲ |
| ۲ | کارکنان و مسئولین دانشگاه | ۷ | ۰/۷۳۷ |
| ۳ | خدمات آموزشی | ۷ | ۰/۸۵۷ |
| ۴ | دانشجویان | ۴ | ۰/۸۵۴ |
| ۵ | اساتید دانشگاه | ۸ | ۰/۹۲۵ |
| ۶ | کل سؤالات | ۳۵ | ۰/۸۹ |

با توجه به مقادیر ضرایب آلفای کرونباخ به دست آمده برای متغیرها می‌توان ادعا نمود پرسش‌نامه مزبور از اعتبار و پایایی قابل قبولی برخوردار می‌باشد در تحقیق حاضر جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها و بررسی صحت فرضیات تحقیق، با هماهنگی اساتید محترم راهنما، مشاور و مشاور آماری، از آمار استنباطی روش‌های تجزیه و تحلیل استنباطی آزمون رگرسیون غیرخطی با استفاده از نرم‌افزار SPSS و روش مدل ساختاری با نرم‌افزار PLS انجام گرفته است.

یافته‌ها

براساس تجزیه و تحلیل داده‌های کیفی حاصل از مصاحبه‌های عمیق و اکتشافی و کدگذاری و تحلیل محتوای متن مصاحبه‌ها و درعین حال مطابقت آنها با مبانی نظری، طبق نظر مشارکت‌کنندگان مقوله‌ها و مقوله‌ها و عوامل اصلی تأثیرگذار در کیفیت

خدمات آموزش را می توان در ۵ مقوله یا بعد اصلی و ۳۰ مؤلفه طبقه بندی نمود. ابعاد اصلی مؤثر عبارتند از: ۱- عامل امکانات و تجهیزات آموزشی (۴ مؤلفه) ۲- عامل کارکنان و مسئولین دانشگاه (۷ مؤلفه) ۳- عامل خدمات آموزشی (۷ مؤلفه) ۴- عامل دانشجویان (۴ مؤلفه) ۵- عامل اساتید دانشگاه (۸ مؤلفه) مورد بررسی و تحلیل قرار گرفت. برای تشخیص این مسئله که تعداد داده های مورد نظر (اندازه نمونه ها و رابطه بین متغیرها) برای تحلیل عاملی مناسب هستند یا خیر؟ از شاخص آزمون تناسب کایزر - مایر^۱ و آزمون بارتلت^۲ استفاده گردید. آزمون تناسب کایزر - مایر شاخصی از کفایت نمونه گیری است که کوچک بودن هبستگی جزئی بین متغیرها را بررسی می کند. این شاخص در دامنه صفر و یک قرار دارد. اگر مقدار شاخص بین (۰/۶۵ - ۰/۵۰) تحلیل عاملی متوسط، بین (۰/۷۵ - ۰/۶۵) خوب، بین (۰/۸۵ - ۰/۷۵) و از ۰/۸۵ به بالا به میزان عالی تحلیل عاملی برای داده ها مناسب خواهند بود.

جدول ۲: تحلیل عاملی اکتشافی مبانی نظری

| ابعاد (عوامل اصلی) | عدد آزمون تناسب کایزر مایر و آزمون بارتلت | مؤلفه ها (عوامل فرعی) | واریانس کل ابعاد |
|------------------------------|---|--------------------------|------------------|
| امکانات و تجهیزات آموزشی | KMo=0.758 Bartlett=591.955 Df=45 Sig=0/000 | ۶ | ۶۳/۷۵۸ |
| کارکنان و مسئولین دانشگاه | KMo=0.742 Bartlett=465.722 Df=45 Sig=0/000 | ۶ | ۶۹/۷۶۹ |
| خدمات آموزشی | KMo=0.851 Bartlett=1106.611 Df=120 Sig=0/000 | ۷ | ۵۵/۱۰۵ |

1.KMO(Kaiser-Meyer-Olkin Measure of sampling Adequacy

2Bartlets Test of sphericity

| | | | |
|--------|----|---|---------------------------|
| ۶۴/۹۸۴ | ۵ | KMo=0.841 Bartlett=1477.536 Df=136 Sig=0/000 | دانشجویان |
| ۶۰/۱۴۵ | ۱۱ | KMo=0.742 Bartlett=465.722 Df=45 Sig=0/000 | اساتید دانشگاه |
| ۶۸/۵۴۰ | ۳۵ | Kmo=0/843 Bartlett5410.737 Df=1378 Sig=0/000 | تحلیل عاملی اکتشافی کل |

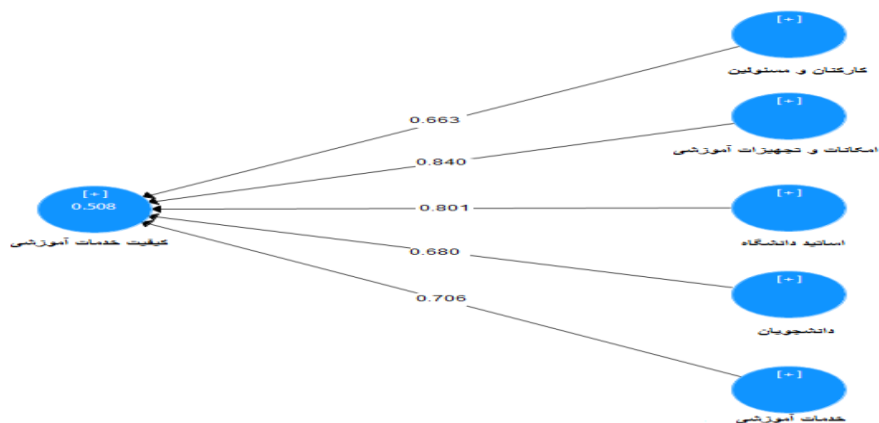
همان گونه که در جدول ۲ مقدار آماره آزمون تناسب کایزر - مایر در تمامی ابعاد بیشتر از ۰/۷ بوده و مقدار sig نیز بیش از سطح معنی داری می باشد. این نشان دهنده این مطلب است که تحلیل عاملی برای این داده ها بسیار مناسب می باشد. در صد واریانس تبیین شده کل مؤلفه ها نیز در ستون آخر جدول ۴-۱۰، درصدی از تغییر پذیری سؤالات را که توسط مؤلفه های استخراجی قابل توضیح است، بیان می کند که در تمامی ابعاد درصد واریانس تبیین شده نسبتاً بالاست. لذا داده های آزمون تناسب کایزر - مایر و آزمون بارتلت در تمامی ابعاد مناسب است بنابراین بر اساس تحلیل عاملی اکتشافی از ۳۰ مؤلفه استخراج شده از مبانی نظری و بخش کیفی پژوهش، ۱- عامل امکانات و تجهیزات آموزشی (۴ مؤلفه) ۲- عامل کارکنان و مسئولین دانشگاه (۷ مؤلفه) ۳- عامل خدمات آموزشی (۷ مؤلفه) ۴- عامل دانشجویان (۴ مؤلفه) ۵- عامل اساتید دانشگاه (۸ مؤلفه) مبنای تحلیل آماری قرار گرفتند. در جدول ۴-۱۱، نتایج تحلیل عاملی اکتشافی نشان داده شده است.

جدول ۳: نتایج تحلیل عاملی کل، هر یک از ابعاد شناسایی شده

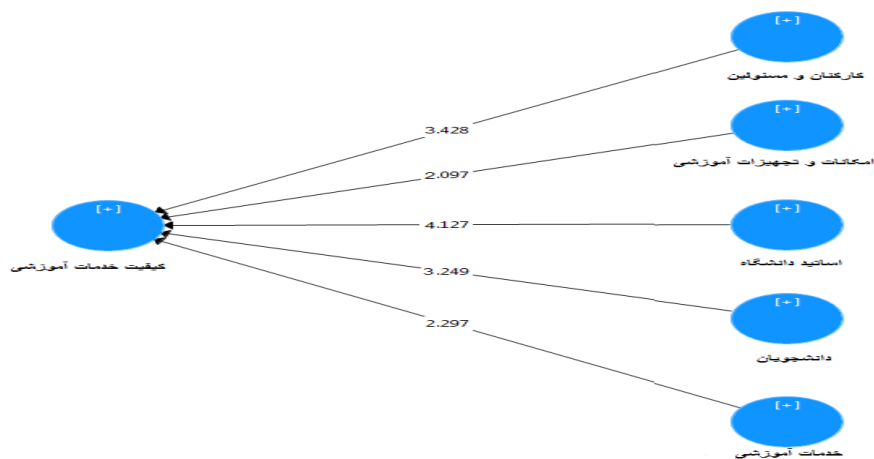
| ردیف | ابعاد | بار عاملی استاندارد | ضریب تعیین R^2 | آماره t | نتیجه |
|------|---------------------------|---------------------|------------------|---------|---------------|
| ۱ | امکانات و تجهیزات آموزشی | ۰/۸۹۱ | ۰/۴۳ | ۷/۵۶۱ | معنی دار است. |
| ۲ | کارکنان و مسئولین دانشگاه | ۰/۶۳۰ | ۰/۶۰ | ۴/۲۱۴ | معنی دار است. |

| | | | | | |
|---|----------------|-------|------|-------|---------------|
| ۳ | خدمات آموزشی | ۰/۸۲۱ | ۰/۳۶ | ۳/۵۴۹ | معنی دار است. |
| ۴ | دانشجویان | ۰/۷۷ | ۰/۲۳ | ۲/۷۵۳ | معنی دار است. |
| ۵ | اساتید دانشگاه | ۰/۸۲۸ | ۰/۵۰ | ۳/۳۶ | معنی دار است. |

همان طور که در جدول ۳ مشاهده می شود، بعد امکانات و تجهیزات آموزشی با بار عاملی ۰/۸۹ رتبه اول، اساتید دانشگاه با بار عاملی ۰/۸۲۸ رتبه دوم، خدمات آموزشی با بار عاملی ۰/۸۲۱ رتبه سوم، دانشجویان با بار عاملی ۰/۷۷ در رتبه چهارم ضریب تأثیر گذاری و بعد کارکنان و مسئولین دانشگاه با بار عاملی ۰/۶۳ کمترین ضریب تأثیر گذاری را در عوامل مؤثر در کیفیت خدمات آموزش دارند.



شکل ۲ مدل ساختاری در حالت استاندارد



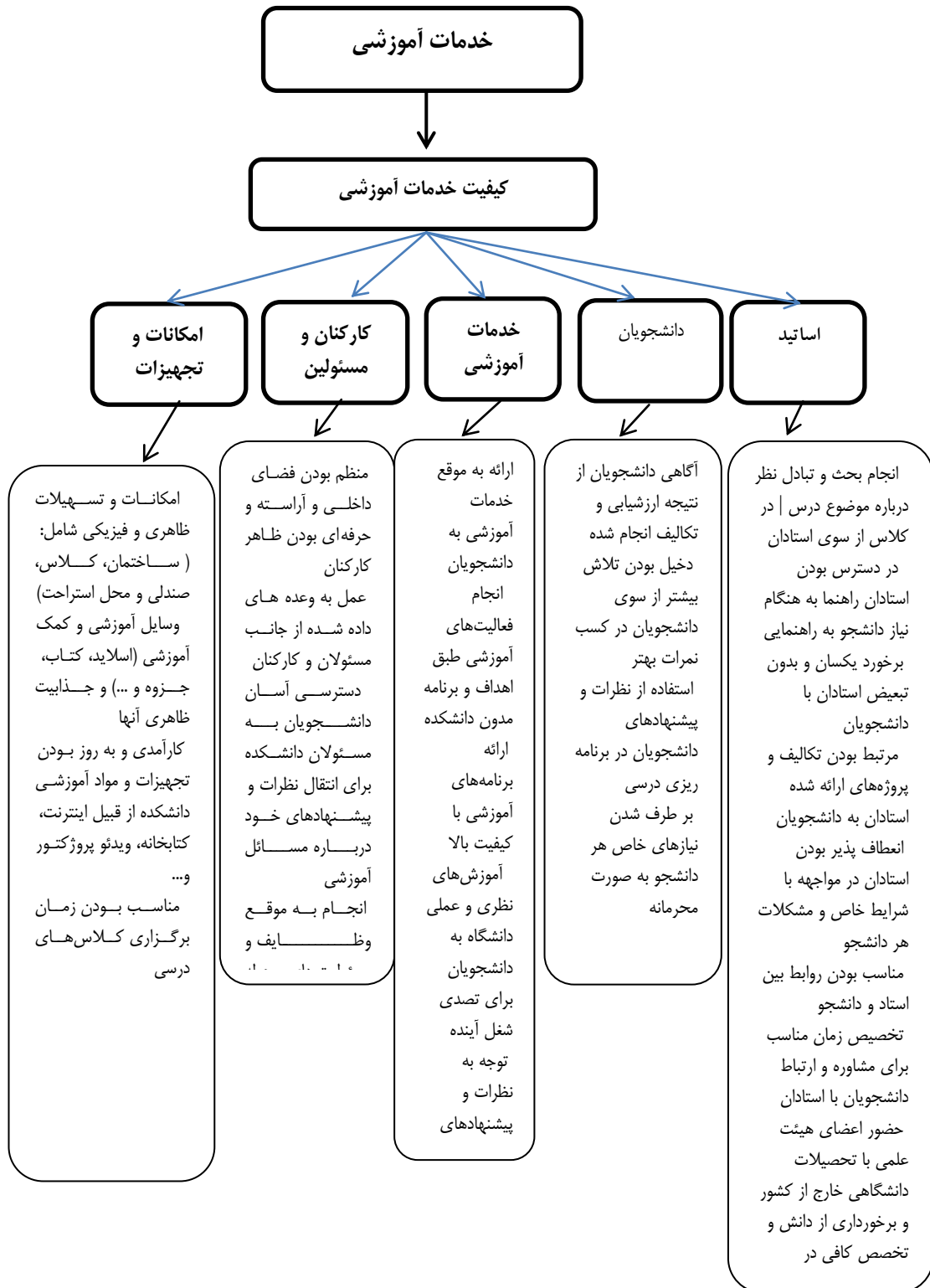
شکل ۳ مدل ساختاری در حالت معناداری

جدول ۴: ضرایب مستقیم مسیر ارتباطی هر یک از ابعاد اثرگذار در الگوی نهایی مقاله

| رتبه | نتیجه | معناداری | ضریب مسیر | بعد | ردیف |
|------|---------------|----------|-----------|---------------------------|------|
| ۱ | معنی دار است. | ۲/۰۹۷ | ۰/۸۴ | امکانات و تجهیزات آموزشی | ۱ |
| ۲ | معنی دار است. | ۴/۱۲۷ | ۰/۸۰ | اساتید دانشگاه | ۲ |
| ۳ | معنی دار است. | ۳/۲۴۹ | ۰/۶۸ | دانشجویان | ۳ |
| ۴ | معنی دار است. | ۲/۲۹۷ | ۰/۷۰۶ | خدمات آموزشی | ۴ |
| ۵ | معنی دار است. | ۳/۴۲۸ | ۰/۶۶ | کارکنان و مسئولین دانشگاه | ۵ |

با توجه به خروجی نرم افزار اسمارت پی آل اس و مقدار ضریب مسیر جدول فوق به دست آمده، بعد امکانات و تجهیزات آموزشی با ضریب استاندارد (۰/۸۴) بیشترین اثر گذاری را بین ابعاد و مؤلفه‌های شناسایی شده داشتند. در مرتبه دوم بعد نقش اساتید دانشگاه با مقدار ضریب مسیر ۰/۸۰ در مرتبه دوم و خدمات آموزشی با مقدار ضریب مسیر ۰/۶۸ در مرتبه سوم و بعد نقش دانشجویان با ضریب مسیر ۰/۷۶ در مرتبه چهارم و بعد کارکنان و مسئولین دانشگاه با ضریب ۰/۶۶ اهمیت قرار دارد.

شکل ۱: الگوی عوامل شناسایی شده در کیفیت خدمات آموزش بر اساس یافته‌های کیفی پژوهش



نتیجه‌گیری

ونگ شوسان (۲۰۱۸) معتقد است که فناوری‌ها و روش‌های قدیمی دیگر نمی‌توانند جوابگوی نیازهای فرایند یاددهی - یادگیری باشند و در نتیجه، بایستی روش‌های جدید آموزشی جایگزین روش‌های سنتی شوند. پاگرو نیز پیش‌بینی می‌کند که در صورت ناتوانی در رفع نیازهای فناورانه جامعه، دانشگاه دچار فروپاشی خواهند شد. اگر آموزش عالی، روش‌های آموزشی خود را با تغییرات علمی و فناورانه هماهنگ نکنند، مؤسسات آموزشی خصوصی با ارائه روش‌های نوین آموزشی تفوق و انحصار کنونی آنها را تهدید خواهند کرد. کلاس‌های رسمی و خشک و کسالت‌آور سنتی کم‌کم باید جای خود را به کلاس‌های مجهز به فناوری‌های نوین بدهند. این امر مسئولین و متولیان امر آموزش عالی ما را بر آن می‌دارد که به اثربخشی فناوری‌های نوین واقف شوند و همگام با تغییرات شیوه‌های آموزشی در دنیا گام بردارند و در تصمیم‌گیری‌ها و برنامه‌ریزی‌های آموزشی این مسئله را مورد توجه قرار دهند. آنچه امروزه در آموزش عالی مطرح است استفاده از فناوری‌های جدید و شیوه‌های بهره‌گیری از آنهاست.

پژوهش‌های انجام‌شده در خصوص استفاده از رایانه، چندرسانه‌ای‌ها و... در امر یادگیری نشان‌دهنده گسترش استفاده از این گونه ابزارها و وسایل در آموزش عالی و بیانگر مؤثر بودن آنها در روند یادگیری است. به طور کلی، می‌توان این گونه جمع‌بندی کرد که فناوری‌ها و رسانه‌های جدید مورد استفاده در امر آموزش در دانشگاه هوشمند قادرند محیط‌های یادگیری را دگرگون و جذاب کنند، سبب جذب دانشجویان به فرایند یادگیری شوند، محرک‌های انگیزاننده و تقویت‌کننده‌ای به روند آموزش و یادگیری تزریق نمایند تا کیفیت آموزشی بهبود یابد و محیط‌های خشک و کسالت‌بار آموزش سنتی به فضاهایی غنی و پربار و سرشار از لذت یادگیری تبدیل شوند.

این نتایج ما را به این نکته رهنمون می‌سازد که با توجه به نقش کاربرد مواد و رسانه‌های آموزشی، طراحی منظم آموزشی و ارزشیابی صحیح و اصولی توسط اساتید در دانشگاه، در افزایش میزان یادگیری دانشجویان و توجه به این موضوع که هنوز هم در عصر فناوری، دانایی محوری و عصر خرد، فناوری آموزشی از بعد محتوایی ناشناخته است و به بعد سخت افزاری هم زیاد توجه نشده است، لازم است تصمیم‌گیرندگان نظام آموزشی در آموزش عالی، ضمن تجهیز دانشگاه‌ها به امکانات لازم در آموزش علوم مورد نیاز؛ آمادگیهای لازم را در دانشجویان از طریق روش‌های بدو ورود و ضمن خدمت، آموزش‌هایی در خصوص توجه به مفاهیم، ابعاد و کاربرد فناوری آموزشی (طراحی آموزشی و مراحل مختلف آن، رسانه‌های آموزشی و ارزشیابی) ایجاد نمایند (آتشک، ۱۳۹۸).

اگرچه ما شاهد افزایش امکانات آموزشی و توسعه کمی دانشگاه‌ها، تنوع در رشته‌های مختلف تحصیلی و سهل شدن ورود به دانشگاه‌ها و افزایش روز به روز تعداد دانشگاه‌ها با شکل‌های گوناگون هستیم اما فقیر بودن آموزش دانشگاهی از عوامل شناسایی شده مؤثر بر کیفیت آموزش در این پژوهش سبب بی‌کیفیت بودن آموزش و محتوای آموزشی و نهایتاً ضعیف نظام آموزش عالی و ناکارآمدی آن شده است. هم‌راستا بودن نتایج یافت شده پژوهش با نتایج برخی از پژوهش‌های صورت گرفته پیشین، حاکی از مشکلات جدی در کیفیت آموزش در آموزش عالی است. نتایج این پژوهش نشان داد که مؤلفه‌های روش تدریس استاد، سازماندهی محتوای آموزشی، امکانات و تجهیزات دانشکده‌ها، وضعیت دانشجو (مکان، زمان، استعداد فردی)، صلاحیت حرفه‌ای استاد (آموزشی-پژوهشی) و تکنولوژی‌های نوین از جمله عوامل تأثیرگذار بر کیفیت آموزش در آموزش عالی کشور هستند.

منابع

- آراسته، ح.ر.، اسفندیاری، ت. (۱۳۸۹) خصوصی سازی در آموزش عالی. نشاء علم. (۱) ۱، (۲۰-۱۱)
- بازرگان، عباس و همکاران، (۱۳۷۴) رویکرد مناسب ارزیابی درونی برای ارتقاء مستمر کیفیت گروههای آموزشی در دانشگاه‌های علوم پزشکی «مجله روانشناسی و علوم تربیتی دانشگاه تهران. دوره جدید، سال پنجم، شماره ۲، صص ۲۶-۷.
- بررسی‌های آمار رسمی ایران، (۲۳) ۱، (۱۰۲-۸۳)
- بهروان، حسین. (۱۳۸۹) جامعه‌شناسی سازمانی تحقیقات، علوم انسانی و اجتماعی در ایران- بررسی عوامل مؤثر بر انگیزه و توان تحقیق اعضای علمی علوم انسانی و اجتماعی دانشگاه فردوس مشهد، رساله دکترا- دانشگاه تهران، علوم انسانی. ۲۲۲۱۷۶- علوم تربیتی.
- پازارگادی، محمد. و آزادی احمد آبادی، قاسم. (۱۳۸۶)، کیفیت و ارزیابی کیفیت در دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزش عالی، تهران، انتشارات بشری.
- پازارگادی، محمد. و آزادی احمد آبادی، قاسم. (۱۳۸۶)، کیفیت و ارزیابی کیفیت در دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزش عالی، تهران، انتشارات بشری.
- تنکابنی، محمد. (۱۳۸۳) بررسی مقایسه‌ای نظرات اعضای هیئت علمی درباره برنامه درسی رشته‌های علوم انسانی و فنی مهندسی در دانشگاه‌های تهران و شهید بهشتی تهران، گزارش تحقیق، دانشکده علوم تربیتی دانشگاه تهران
- حصاری، محمد. (۱۳۹۳) بررسی ساختار مناسب برنامه ریزی درسی در دانشگاه اصفهان، مجموعه مقالات همایش انجمن برنامه ریزی درسی ایران، تهران، انتشارات سمت.

سیلور، جی، ویلیام ام. الکساندر و آرتور جی. لوئیس، (۱۳۷۲) برنامه ریزی درسی برای تدریس و یادگیری بهتر، ترجمه غالمرضا خوی نژاد، تهران: انتشارات سمت با مشارکت انتشارات آستان قدس رضوی.

شیری، م.، نورالهی، ط. (۱۳۹۱) تغییرات ساختار جمعیت و تقاضای اجتماعی آموزش عالی در ایران، مجله

عباسی نیکو، م.، یاسینی، ع.، تابان، م.، پوراشرف، ی. (۱۳۹۴) شناسایی عوامل تأثیرگذار در بازاریابی آموزش عالی در ایران (مطالعه موردی: مؤسسات غیرانتفاعی شهر اصفهان). همایش علمی پژوهشی علوم تربیتی و روانشناسی آسیب‌های فرهنگی، قم، مرکز تحقیقات و مطالعات اسلامی سروش.

علیزاده ثانی، م.، نجات، س. (۱۳۹۴) بررسی تأثیر جذابیت برند کارفرما بر تمایل استخدام نخبگان (مطالعه موردی: شرکت‌های زیر مجموعه وزارت نفت). نشریه مدیریت بازرگانی، ۱ (۸)، ۲۲۸-۲۰۵

فاضلی، محمود و همکاران (۱۳۹۳) برنامه درسی: نظرگاه‌ها، رویکردها و چشم اندازها، تهران: انتشارات سمت.

کاویانی، حسن، نصر، احمدرضا (۱۳۹۵). سنتز پژوهی چالش‌های برنامه‌های درسی آموزش عالی کشور در دهه اخیر و راهکارهای پیش رو. دو فصلنامه مطالعات برنامه درسی آموزش عالی، ۷ (۱۳)، ۷-۳۶.

قنبر، اصغر. و تنکابنی، حسن. (۱۳۷۲) بررسی ساختار نظام مدیریت پژوهش وزارت فرهنگ و آموزش عالی (و مؤسسات وابسته)، پژوهش‌های تربیتی، شماره ۵

قویدل، ص.، فرجادی، غ.، رازقی، ح.، بدیعی، ح. (۱۳۹۱) برآورد تقاضای آموزش عالی برای دوره‌های کارشناسی و کارشناسی ارشد در افق ۱۴۰۴، فصلنامه پژوهش و برنامه ریزی در آموزش عالی، (۶۳)، ۴۳-۶۸.

منصوریان، ی. (۱۳۸۶) گراند تئوری چیست و چه کاربردی دارد. همایش اطلاعات و جامعه اطلاعاتی، اردیبهشت ۱۳۸۶، اصفهان

میرفخرالدینی، س. ح.، ابراهیم زاده پزشکی، ا.، جلیلیان، ن. (۱۳۹۲) ارائه مدلی جامع در جهت پیاده‌سازی مدیریت ارتباط با دانشجو با رویکرد تلفیقی مدلسازی ساختاری تفسیری و مدل سازی معادلات ساختاری (مورد مطالعه: دانشگاه یزد)، دو فصلنامه مطالعات برنامه ریزی آموزشی، (۲) ۴، (۳۶-۵).

نجفی سیاهرودی، م.، علوی، س.، ابراهیمی، ا. (۱۳۹۳) اثر هویت‌سازی برند بر اقدام‌های ضد‌برند با میانجی‌گری عشق به برند و حسادت به برند. نشریه مدیریت بازرگانی، (۷) ۳، (۵۶۲-۵)

Adams, J.N.(2006).Assessing college student perceptions of instructor customer service to student's questionnaire: Assessment in higher education. *J Assess Evalu High Educ*, 31(5), 535-49.

Baldeston, J. (2000). Knowledge & University. *Journal of Higher Education*, 26(1), 28-46.

Barnett, R. (2009). Knowing and becoming in the higher education curriculum. *Studies in higher education*, 34(4), 429-440.

Chickering, A. W. and Gamson, Z. F. (2003). Seven Principles for Good Practice in Undergraduate Education. Retrieved from <http://www.hcc.hawaii.edu>. Available from 2003/09/22 .

Dumas, A, & Hanchans, S. (2010). How does job-traning increase from performance? The case of morocco. *International Journal of Manpower*, 31(5), 585-602.

Ebrahimi, A., Alavi, S., & Najafi Siahrodi, M. (2014). Examine the effect of brand benefits on brand satisfaction and loyalty (Case study: Pars Khazar brand). *Quarterly Journal of Management Science of Iran*, 9(35), 95-117. (Persian)

Gardiner, L. F. (1994). Redesigning Higher Education: Producing Dramatic Gains in Student Learning, ERIC Digests.

Johnstone, B. (1992). Learning Productive: A New Imperative for American Higher Education. Stark, J., & Others (1997), Program and Level Curriculum Development. Research in Higher Education.

Karydis, A., Komboli-Kodovazeniti, M., Hatzigeorgiou, D., & Panis V. (2001). Expectations and perceptions of Greek patients regarding the quality of dental health care. *Int J Qual Health Care*, 13(5), 409-16

Simoes, C. & Soares, A.M. (2010). Applying to higher education: information sources and choice Factors. *Studies in Higher Education*, 35(4), 371-389.

Tian, J., Wierzbicki, A. P., Ren, H., Nakamori, Y. (2006). A Study on Knowledge Creation Support in a Japanese Research Institute. Conference: Knowledge Science, Engineering and Management, First International Conference, Guilin, China.

Wiese, M., van Heerden, N., Jordaan, Y. & North, E. (2009). A marketing perspective on choice factors considered by South African first-year students in selecting a higher education institution, *Southern African Business Review*, 13(1), 39-60.

Woodhall. M. (1989), International experience of financial support for students Grants, Loans or Graduate Tax? Kogan page, london, pp. 67 .

Woodley, A. & Brennan, J. (2000). Higher Education and Graduate employment in the United kingdom, *European Journal of Education*, 35(2), PP. 239-49..

Zafirooulos, C. (2007). Service Quality Assessment in a Greek Higher Education Institute. *Journal of Business Economic and Management*, 9, 33.

