

## طراحی مدلی جامع جهت ارتقاء رضایتمندی دانشجویان دانشگاه‌های دولتی

سید مهدی معافی مدنی\*  
رضا شعبان‌نژاد خاص\*\*  
نادرقلی قورچیان\*\*\*  
افسانه زمانی مقدم\*\*\*\*

### چکیده

هدف از این تحقیق ارائه مدلی جامع جهت ارتقاء رضایتمندی دانشجویان دانشگاه‌های دولتی در استان زنجان است. روش پژوهش، آمیخته (کمی - کیفی) از نوع اکتشافی - تأییدی است. جامعه آماری این تحقیق در بخش کیفی متخصصان آموزش عالی می‌باشند. از روش نمونه‌گیری هدفمند با بهره‌گیری از فن گلوله برفی و بکارگیری معیار اشباع نظری در مصاحبه‌ها استفاده شد. در نهایت مصاحبه‌هایی نیمه ساختاریافته از ۱۰ نفر از متخصصان فعال در دانشگاه‌های دولتی صورت گرفت. جامعه آماری در بخش کمی پژوهش را کلیه دانشجویان فعال به تحصیل در دانشگاه‌های دولتی (۹۹۷۱ نفر) در نیمسال دوم تحصیلی ۹۶-۹۷ تشکیل دادند. تعداد ۳۸۴ نمونه طلایی به کمک جدول جرسی و مورگان و با استفاده از روش نمونه‌گیری طبقه‌ای نسبتی انتخاب گردید. روش جمع‌آوری اطلاعات در بخش کمی پرسشنامه محقق ساخته است. در خصوص تعیین روایی پرسشنامه، محقق از مساعدت و همفکری متخصصان این حوزه استفاده کرده است. پایایی اولیه سؤالات پرسشنامه با استفاده از روش آلفای کرونباخ، در سطح ۰/۹۰، مورد تأیید واقع گردید. برای بررسی سؤالات از آزمون KMO، بارتلت و روش تحلیل عاملی تأییدی، آزمون رتبه‌بندی فریدمن، و برای تعیین اعتبار و تناسب مدل طراحی شده از شاخص‌های روایی همگرا (AVE) و روایی واگرا (فورنل و لارکر) و پایایی ترکیبی (CR) و آلفای کرونباخ استفاده شد. برای برازش مدل تحلیل عاملی تأییدی از ضرایب معنی‌داری T، معیار  $R^2$  و معیار  $Q^2$  استفاده گردید. همچنین برازش مدل کلی پژوهش با معیار GOF انجام پذیرفت. از نرم‌افزارهای آماری Smart-PLS 2 و spss ۲۲ برای تجزیه و تحلیل داده‌ها استفاده شد. نتایج پژوهش مدل نهایی را که شامل ۹ بعد اصلی (آموزشی، پژوهشی، اداری/ مالی، رفاهی، فرهنگی، سیاسی، تکنولوژی، مجازی و

---

این مقاله برگرفته از رساله دکتری مدیریت آموزش عالی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران است.

\* دانشجوی دکتری مدیریت آموزش عالی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.

\*\* استادیار گروه مدیریت آموزشی، واحد تاکستان، دانشگاه آزاد اسلامی، تاکستان، ایران. (نویسنده مسئول)

Phd\_shabannejad@yahoo.com

\*\*\* استاد گروه مدیریت آموزش عالی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.

\*\*\*\* دانشیار گروه مدیریت آموزش عالی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.

بین‌المللی)، ۲۳ مؤلفه و ۷۰ شاخص در حوزه ارتقاء رضایتمندی دانشجویان می‌باشند را مورد تأیید قرار داد.

**واژه‌های کلیدی:** دانشگاه‌های دولتی استان زنجان، رضایتمندی دانشجویان، ابعاد، مؤلفه‌ها و شاخص‌های رضایتمندی دانشجویان، نظام آموزش عالی ایران

#### مقدمه

در چند دهه‌ی اخیر، نگرش سازمان‌ها به مشتری دچار دگرگونی شده است. نگاه صرف به مشتری به عنوان مصرف‌کننده جای خود را به مشتری به عنوان یک همکار، شریک، خالق ارزش، توسعه‌دهنده دانش و مزیت رقابتی داده است (مارتلو، باروسو و سپتا، ۲۰۱۳). امروزه تأمین رضایت مشتری یکی از الزامات اساسی نظام‌های مدیریت کیفیت و تعالی است (کاوسی و سقائی، ۱۳۹۵).

سازمان‌های تولیدی و خدماتی با درک این موضوع، قدم در مسیر شناسایی نیازها و خواسته‌های مشتریان برداشته‌اند تا با ارائه‌ی خدماتی به موقع و مناسب به بهترین نحو پاسخگوی نیاز مشتریان خود باشند. باید خاطر نشان کرد توجه به این موضوعات در سازمان‌های خدماتی به علت نوع ساختار، ماهیت و نحوه‌ی ارتباطات با مشتریان پررنگ‌تر است (ژانگ، فو، کای و لو، ۲۰۱۴).

مؤسسات آموزشی نقش حیاتی را در توسعه جهانی و ملی ایفاء می‌کنند (یی وو<sup>۳</sup> و همکاران، ۲۰۱۲). آموزش عالی یکی از مهم‌ترین نهادهای خدماتی در جهت آموزش، توسعه و تأمین منابع انسانی و رکن اصلی در پیشرفت همه جانبه هر کشور است. این نهاد کارکردها و وظایف عمده‌ای در جهت رشد و توسعه پایدار دارد و به عنوان یک نهاد ساختارمند، نیازمند ملاحظه علمی تمام بخش‌ها و جنبه‌های مختلف آن است. مدیریت بر سازمان‌های آموزشی از حساسیت ویژه‌ای برخوردار است، زیرا این سازمان‌ها با انسان سروکار داشته و در حال پرورش آن‌ها برای تبدیل شدن به انسان‌های مبتکر، خلاق و آگاه هستند (بوهم<sup>۴</sup> و همکاران، ۲۰۰۸).

- 
1. Martelo, Barroso, Cepeda
  2. Zhang, Fu, Cai & Lu
  3. Yi Wu
  4. Bohm

وینچ<sup>۱</sup> (۱۹۹۶)، با اشاره به ابهام در تعریف مشتریان در آموزش دلایل آن را به صورت زیر برمی‌شمرد: اول، معلوم نیست که ارباب‌رجوعان سیستم همان مشتریان سیستم باشند. دوم این که ذینفعان این سیستم بسیار گسترده هستند و سوم برخی از این ذینفعان مشارکت کنندگان مالی می‌باشند و چهارم این که در بازار اقتصادی کلاسیک، مشتری حق خروج از سیستم را دارد، به نظر می‌رسد در آموزش عالی این حق کمتر به مشتری داده می‌شود. مشتریان به عنوان ذینفعان در مؤسسات آموزش عالی می‌توانند از دو دسته باشند: داخلی و بیرونی. شاید مناسب باشد که دانشجویان تحت آموزش را مشتریان اولیه بیرونی و استخدام کنندگان و والدین را به عنوان مشتریان بیرونی ثانویه و سایر موارد مانند دولت، فارغ‌التحصیلان و بازار کار را به عنوان مشتریان بیرون ثالث و خود پرسنل آموزش نیز به عنوان مشتریان داخلی در نظر گرفته شود (ونکچمن<sup>۲</sup>، ۲۰۰۷).

مادو<sup>۳</sup> (۱۹۹۴) نگاهی متفاوت به مشتریان داشته و آن‌ها را به مشتریان ورودی، مشتریان تبدیل و مشتریان خروجی تقسیم‌بندی می‌کند. والدین و دانشجویان، مشتریان ورودی هستند، دانشکده‌ها مشتری تبدیل و سازمان‌ها و جامعه مشتریان خروجی هستند. مایکل<sup>۴</sup> دانشجویان را به عنوان مشتریان کلیدی دانشگاه نام می‌برد. الیوت و شین<sup>۵</sup> نیز اظهار می‌کنند که مشتریان اصلی دانشگاه‌ها دانشجویان هستند و آموزش عالی تأکید زیادی بر برآورده کردن انتظارات و نیازهای دانشجویان دارد (جورکوویچ<sup>۶</sup>، ۲۰۰۶).

با تمام ابهامات بیان شده در خصوص مشتری در نظام آموزش عالی، پیداست که دانشجویان به عنوان اصلی‌ترین مشتری مؤسسات آموزش عالی نمی‌توانند از دایره مشتریان خارج شوند و تقریباً در تمام تحقیقات به عنوان مشتری مؤسسات آموزش عالی در نظر گرفته شده‌اند (زنجیرچی و همکاران، ۱۳۹۰).

- 
1. winch
  2. Venkatraman
  3. Mado
  4. Micheal
  5. Elliott & Shane
  6. Jurkowitsch

رضایت، یک ساختار و ادراک چندبعدی است و عامل اصلی تعیین‌کنندگی رضایت و نارضایتی، مصرف‌کننده است (گائو و متیلا<sup>۱</sup>، ۲۰۱۴). رضایت دانشجوی نگرشی است که از ارزیابی تجربه‌اش درباره خدمات آموزشی دریافت شده ناشی می‌شود (الیوت و هیلی<sup>۲</sup>، ۲۰۰۱). عوامل مختلفی بر رضایت دانشجوی تأثیر گذارند که به دو دسته فردی و سازمانی تقسیم می‌شوند. عوامل فردی به دانشجوی مربوط می‌شود و شامل سن و جنسیت است و عوامل سازمانی شامل سبک تدریس استاد، کیفیت تدریس، تسهیلات زیربنایی و غیره است (توماس<sup>۳</sup>، ۲۰۱۱). بنابراین، رضایتمندی دانشجویان به عنوان پاسخ مؤثر در زمان (t)؛ یعنی زمانی که دانشجویان در دانشگاه تحصیل می‌کنند، از ارزیابی خدمات آموزشی دریافتی ناشی می‌شود که این رضایتمندی به صورت انتظارات دانشجویان قبل از ورود به دانشگاه (t-1)، ایده آل‌های مرتبط با دانشگاه و متغیرهای درگیر در جزء شناختی رضایت تعیین می‌شود (پالاسیو و همکاران، ۲۰۰۲).

از طرفی، در حالی که کیفیت خدمات یک ارزیابی کلی از عملکرد به شمار می‌رود، رابطه کیفیت یک جهت‌گیری استراتژیک است که بر بهبود روابط مشتری تمرکز دارد (سوئو و همکاران، ۲۰۱۶). کیفیت اشاره به پشتیبانی همه‌جانبه توسط ارائه‌دهنده خدمات دارد (هسوئو و همکاران، ۲۰۱۵). تمرکز بر رضایت دانشجوی نه تنها دانشگاه را قادر به مهندسی مجدد سازمان خود برای انطباق با نیازهای دانشجویان می‌سازد بلکه به دانشگاه اجازه می‌دهد به توسعه یک سیستم نظارتی مستمر برای برخورد اثربخش با نیازهای دانشجویان بپردازد (جورکوویچ، ۲۰۰۶).

با توجه به اینکه بازار خدمات دانشگاهی، هیچ‌گاه به این اندازه رقابتی نبوده است، در سراسر دنیا دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزشی (دولتی و غیر دولتی) تلاش می‌کنند تا از طریق نیل به مزایای منحصر به فرد و تولید و ارائه خدمات متنوع، نسبت به سایر رقبا به موقعیتی ممتاز دست یابند که بی‌تردید چنین موقعیتی به جذب و حفظ دانشجویان بر می‌گردد. در سال‌های اخیر امکان ارائه خدمات جدید، منحصر به فرد و مختلف در مؤسسات آموزشی زمینه افزایش عرضه نسبت به تقاضا را فراهم کرده است، برای

- 
1. Gao & Mattila
  2. Elliot & Healy
  3. Thomas
  4. Su
  5. Hsu

این‌گونه مؤسسات چاره‌ای جز جلب رضایت دانشجویان باقی نمانده است (درویش متولی و همکاران، ۱۳۹۰). در این بازار رقابت نیز تنها آن واحد دانشگاهی می‌تواند موفق‌تر عمل نماید که بتواند ضمن هماهنگ کردن عملکرد و فعالیت‌های خود با نیازها و خواسته‌های دانشجویان، جلب رضایت وی و کسب سهم بیشتری از بازار، منافع و سود حاصل را برای خویش افزایش دهد (عبدل و الحسن<sup>۱</sup>، ۲۰۰۵).

بنابراین بررسی رضایتمندی دانشجویان موضوعی است که باید به طور منظم مورد توجه مسئولین قرار گیرد. از طرف دیگر، تنها بررسی سطح رضایت کافی نیست و شناخت عوامل مؤثر بر رضایت دانشجویان نیز بسیار مهم است؛ چرا که می‌تواند موجب شناسایی فعالیت‌های لازم جهت ارتقاء و ماندگاری رضایت آنها شود (داگلاس<sup>۲</sup> و همکاران، ۲۰۰۶). همچنین به منظور ایجاد تغییرات سازنده، وجود اطلاعات توصیفی در مورد وضع موجود و اطلاع در مورد نگرش دانشجویان از خدمات ارائه شده ضروری است. با استفاده از این اطلاعات می‌توان ضمن تقویت عوامل مثبت و اصلاح عوامل منفی، رضایت هرچه بیشتر دانشجویان را فراهم آورد (سهرابی پورتنجی و همکاران، ۱۳۸۹).

با در نظر گرفتن اوضاع کنونی کشور ایران (رشد تعداد دانشگاه‌ها و کاهش دانشجویان)، دانشگاه‌ها باید به دانشجویان به عنوان مشتریان اصلی نگاه کرده و در جهت جذب دانشجویان جدید و حفظ دانشجویان موجود درصدد جلب رضایت آنها برآیند. این رضایتمندی کلید موفقیت دانشگاه است.

با توجه به تنوع ابعاد، مؤلفه‌ها و شاخص‌های رضایتمندی دانشجویان و همچنین نبود دید جامع و مورد توافق در نمونه‌های مطالعه شده، این تحقیق درصدد است با بررسی ابعاد، مؤلفه‌ها و شاخص‌های مشترک و مورد توافق، به ارائه مدلی جامع به منظور ارتقاء رضایتمندی دانشجویان بپردازد تا مدیران آموزش عالی بتوانند از این الگو که برآمده از نتایج بدست آمده از پژوهش حاضر است، بهره‌مند شوند.

در ادامه به گزیده‌ای از تحقیقات انجام شده خارجی و داخلی در موضوع پژوهش

اشاره می‌گردد:

- 
1. Abdul&Alhassan
  2. Douglas

الیوریا سانتینی و همکاران<sup>۱</sup> (۲۰۱۷) مطالعه‌ای را با عنوان رضایت دانشجویان در آموزش عالی: یک مطالعه فرا تحلیل، انجام داده‌اند. در این مطالعه ۸۳ پژوهش معتبر و مرتبط با هدف تحقیق، شناسایی و مورد بررسی قرار گرفت. این مطالعات از سال ۱۹۸۶ تا ۲۰۱۶ منتشر شده‌اند و ابعاد ارزش خدمات آموزشی ادراک شده، منابع ارائه شده به دانشجو، کیفیت خدمات ادراک شده، جهت‌گیری بازاریابی، هویت مؤسسه آموزش عالی، محیط دانشگاه و یک بعد نتیجه مربوط به رضایتمندی دانشجویان مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند. این ۷ بعد در مجموع ۵۱ رابطه را در حوزه رضایتمندی دانشجویان از آموزش عالی نشان داده‌اند. کارتر و چو<sup>۲</sup> (۲۰۱۶) در تحقیقی با عنوان رضایت دانشجویان به عنوان مشتریان، پیش‌بینی حفظ و ابقاء با مفاهیم بازاریابی، نشان دادند که مؤلفه‌های تجربه علمی، کیفیت تدریس، زندگی دانشجویی، امکانات و مورد حمایت قرار دادن دانشجو در رضایت دانشجویان به عنوان مشتریان اصلی آموزش عالی مؤثر هستند. ماتیروسیان<sup>۳</sup> (۲۰۱۵) در تحقیقی با عنوان بررسی عوامل مؤثر در رضایت دانشجویان ابعاد رضایت دانشجویان شامل خدمات هیأت علمی، تجربه علمی، امکانات حمایت از دانشجویان، ادغام زندگی دانشگاهی و اجتماعی و ابعاد جمعیت شناختی شامل سن، جنس، طبقه اجتماعی، رشته تحصیلی، نوع مؤسسه، محل مؤسسه، وضعیت مسکن، وضعیت اقامت دائم، وضعیت کمک‌های مالی و وضعیت اشتغال را مورد بررسی و تجزیه و تحلیل قرار داد و نتایج این تحقیق نشان داد که این عوامل در رضایتمندی دانشجویان مؤثر می‌باشند. پاراهو<sup>۴</sup> و همکاران (۲۰۱۵) در تحقیق خود با عنوان طراحی یک مدل پیش‌بینی رضایت دانشجویان در یادگیری آنلاین به مؤلفه‌هایی چون تعاملات دانشجو، همدلی اعضای هیأت علمی، بازخورد هیأت علمی، تعاملات بخش تکنولوژی اطلاعات، اعتبار دانشگاه، امکانات فیزیکی پرداختند و به این نتیجه رسیدند که باید به این ابعاد و مؤلفه‌ها در رضایتمندی دانشجویان توجه گردد. داگلاس<sup>۵</sup> و همکاران (۲۰۱۴) در مطالعه خود رضایت و نارضایتی دانشجویان را مورد پژوهش قرار داده و دریافتند که مؤلفه‌هایی از قبیل دسترسی، ملموس بودن، توجه،

- 
1. Oliveira Santini et al
  2. Carter & Chu
  3. Martirosyan
  4. parahoo
  5. Douglas

مراقبت، نظافت، آسایش، تعهد، ارتباطات، صلاحیت، حسن‌نیت، انعطاف‌پذیری، دوستی، قابلیت، یکپارچگی، انگیزش، ستایش، قابلیت اطمینان، پاسخ، امنیت، شمول اجتماعی، سودمندی، ارزش پول، دستاورد و سایر دانشجویان در رضایتمندی دانشجویان تأثیرگذار می‌باشند. تحقیقی توسط سلیم احمد و محمد مهدی مسعود<sup>۱</sup> (۲۰۱۴) با عنوان اندازه‌گیری خدمات یک مؤسسه آموزش عالی نسبت به رضایت مشتری انجام گرفت. این مطالعه ۷ بعد از کیفیت خدمات را مورد بررسی قرار داد که عبارتند از: خدمات اجرایی، امکانات فیزیکی، برنامه‌های علمی، کارکنان علمی، مسئولیت‌پذیری کارکنان علمی، ضمانت و اطمینان، و همدلی. اطلاعات به کمک آنالیز مدل‌سازی معادلات ساختاری (SEM) مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند که ۵ عامل مسئولیت‌پذیری کارکنان علمی، امکانات فیزیکی، همدلی و ضمانت و اطمینان و برنامه‌های آکادمیک مورد تأیید قرار گرفتند.

متفکر (۱۳۹۵) در تحقیق خود با هدف بررسی سطح رضایتمندی دانشجویان نشان داد که عواملی چون کیفیت خدمات رفاهی، فعالیت‌ها و فضای مذهبی دانشگاه، انواع کتاب و پایان‌نامه‌های کتابخانه دانشگاه، شرایط خوابگاه، شرایط کلاس از نظر حرارت، روشنایی و سیستم سرمایش، کیفیت مواد غذایی سلف سرویس، فعالیت‌های کمیته علمی و مراکز فرهنگی دانشگاه، خدمات حمل و نقل، سایت دانشکده و اینترنت دانشگاه در رضایتمندی دانشجویان مؤثر می‌باشند. جعفری راد و همکاران (۱۳۹۴) در تحقیقی با عنوان بررسی وضعیت رضایت دانشجویان تحصیلات تکمیلی از کیفیت خدمات دانشگاه‌های دولتی تهران نشان دادند که ارائه خدمات مطلوب آموزشی، پژوهشی، رفاهی و اداری، در ارتقاء رضایتمندی دانشجویان مؤثر می‌باشند. دهقانی و همکاران (۱۳۹۳) تحقیقی با عنوان عوامل مؤثر بر رضایتمندی تحصیلی با دیدگاه دانشجویان علوم پزشکی جهرم انجام دادند. ابعاد رضایتمندی تحصیلی را در ۶ بعد فردی، آموزشی، اخلاقی، مدیریتی، رفاهی و شغلی مورد بررسی قرار دادند. مهم‌ترین متغیرهای مرتبط با رضایتمندی تحصیلی از دیدگاه دانشجویان به ترتیب شامل استفاده از کادر آموزشی مجرب برای ارائه دروس، القاء اعتماد به نفس توسط اساتید و مسئولین و ارتباط مناسب همراه با احترام متقابل بین دانشجویان با اساتید بود. کمترین عوامل

مؤثر در رضایتمندی تحصیلی نیز به ترتیب شامل برگزاری کلاس‌ها در نوبت صبح، شیوه تدریس سخنرانی و ایجاد انگیزه و علاقه کافی توسط اساتید در دانشجویان بود. حسنی و فیضی (۱۳۹۱) پژوهشی را با عنوان بررسی میزان رضایتمندی دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد سنندج با استفاده از شاخص نتایج مشتری مدل EFQM با هدف بررسی میزان رضایتمندی دانشجویان از خدمات آموزشی انجام داده‌اند. متغیرهای این تحقیق که شامل ابعاد کیفیت خدمات بوده عبارتند از: تصورات کلی از گروه آموزشی، خدمات آموزشی ارائه شده، پیگیری پس از ارائه خدمات آموزشی، وفاداری به سازمان و فعالیت‌های فوق برنامه. نتایج نشان داد که اکثر دانشجویان نسبت به این ابعاد رضایت ندارند. میانگین رتبه‌ای 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. درویش متولی و همکاران (۱۳۹۰) نیز در مطالعه‌ای با عنوان سنجش رضایت دانشجو با بهره‌گیری از رویکرد فازی، مؤلفه‌ها و ابعاد شهریه پرداختی، کیفیت خدمات، دسترسی آسان به امکانات، رسیدگی به شکایات را مورد بررسی قرار دادند که نتایج این تحقیق نشان داد که این عوامل در رضایتمندی دانشجویان مؤثر می‌باشند.

سؤالات پژوهش از قرار زیر است:

- ابعاد و مؤلفه‌های رضایتمندی دانشجویان دانشگاه‌های دولتی کدامند؟
- وضعیت موجود رضایتمندی دانشجویان در دانشگاه‌های دولتی استان زنجان چگونه است؟
- مدل پیشنهادی ارتقاء رضایتمندی دانشجویان دانشگاه‌های دولتی چگونه است؟
- درجه تناسب مدل پیشنهادی به چه میزان است؟

## روش

از نظر فرایند اجرای پژوهش از روش پژوهش آمیخته<sup>۱</sup> اکتشافی<sup>۲</sup>، به عنوان روش پژوهش استفاده گردیده است. و از میان روشهای تحقیق آمیخته اکتشافی، از روش پژوهش آمیخته متوالی - اکتشافی استفاده شده است. در این طرح ابتدا داده‌های کیفی

- 
1. Mixed Method
  2. Exploratory



گردآوری و تحلیل می‌شوند، سپس در مرحله دوم داده‌های کمی گردآوری و تحلیل می‌شوند. در نهایت نیز، هر دو تحلیل کیفی و کمی یکجا مورد تفسیر قرار می‌گیرند (طیبی و همکاران، ۱۳۹۵).

در پژوهش حاضر، سؤالات مبنای تصمیم‌گیری قرار گرفتند. برای این منظور برای سؤال اول از رویکرد فراترکیب<sup>۱</sup> استفاده شد، که با استفاده از چارچوب‌های نظری و پژوهش‌های مرتبط پیشین انجام گرفت و همچنین از طرح نظامند برای بررسی دیدگاه خبرگان و متخصصان در استخراج ابعاد، مؤلفه‌ها و شاخص‌های رضایتمندی دانشجویان استفاده گردید.

طرح نظام‌مند توسط استراس و کوربن<sup>۲</sup> در سال ۱۹۹۸ به سطح بالای از نظریه‌های داده بنیاد ارتقا پیدا کرد، ایجاد شد. بر اساس این دیدگاه، محقق برای تحلیل داده‌های کیفی گردآوری شده، سه مرحله‌ی کدگذاری باز، کدگذاری محوری و کدگذاری گزینشی را باید پشت سر گذارد و همچنین به عرضه پارادایم منطقی یا تصویری تجسمی از یک نظریه در حال تکوین می‌پردازد (بازرگان، ۱۳۹۵).

بنابراین با توجه به کیفی بودن داده‌ها، از یکی از معروفترین شیوه تجزیه و تحلیل داده‌های کیفی استفاده شده است که کدگذاری باز نام دارد. در این شیوه کدگذاری، کدها از متن مقاله استخراج می‌شود (کدگذاری باز) و سپس بر روی این کدهای استخراج شده مجدداً کدگذاری دیگری صورت می‌گیرد که مفاهیم را شکل می‌دهد (کدگذاری محوری) و در نهایت بر روی مفاهیم نیز کدگذاری دیگری (کدگذاری انتخابی) صورت می‌گیرد تا مقوله‌ها حاصل شود (متن - کد - مفهوم - مقوله) (طیبی و همکاران، ۱۳۹۵).

جامعه آماری این تحقیق در بخش کیفی متخصصان آموزش عالی فعال در دانشگاه‌های دولتی استان زنجان می‌باشند. از روش نمونه‌گیری هدفمند و بهره‌گیری از فن گلوله برفی و بکارگیری معیار اشباع نظری در مصاحبه‌ها استفاده شد. در نهایت مصاحبه‌هایی نیمه ساختاریافته از ۱۰ نفر از متخصصان صورت گرفت. جامعه آماری در بخش کمی پژوهش را کلیه دانشجویان فعال به تحصیل در دانشگاه‌های دولتی (دانشگاه

---

1. Meta-synthesis  
2. Strauss & Corbin

زنجان و مرکز تحصیلات تکمیلی در علوم پایه زنجان)، (۹۹۷۱ نفر) در نیمسال دوم تحصیلی ۹۶-۹۷ تشکیل دادند. تعداد ۳۸۴ نمونه طلایی به کمک جدول جرسی و مورگان با استفاده از روش نمونه‌گیری طبقه‌ای نسبتی انتخاب گردید. روش جمع‌آوری اطلاعات در بخش کمی پرسشنامه محقق ساخته است که شامل دو بخش است: بخش اول اطلاعات فردی و اطلاعات عمومی (سن، جنسیت، وضعیت تأهل، مقطع تحصیلی، رشته تحصیلی و ترم تحصیلی) و بخش دوم که بخش اصلی و مربوط به سؤالات و مدل پژوهش است، مشتمل بر ۷۰ سؤال بسته دو وجهی (وضعیت موجود و وضعیت مطلوب) در طیف ۰ تا ۱۰۰.

پس از شناسایی گویه‌ها و مؤلفه‌ها، پرسشنامه محقق ساخته تنظیم و مورد استفاده قرار گرفت که روایی صوری و محتوایی آن در بخش کیفی به تأیید ۱۰ نفر از استادان صاحب نظر و متخصصین این حوزه در دانشگاه‌های دولتی رسید و در بخش کمی نیز از روش ضریب نسبی روایی محتوا (CVR<sup>۱</sup>) و شاخص روایی محتوا (CVI<sup>۲</sup>) استفاده شد. ضریب نسبی روایی محتوا (CVR=۰/۷۹) و شاخص روایی محتوا (CVI=۰/۸۶) تعیین شد که بالاتر از میزان تعیین شده در جدول لاوشه (۰/۶۲) است. پایایی ابزار نیز با اجرای آزمایشی روی ۳۰ نفر از دانشجویان و محاسبه ضریب آلفای کرونباخ مورد تأیید قرار گرفت که نتایج به شرح جدول ذیل است:

جدول ۱. پایایی سؤالات پرسشنامه

ابعاد	تعداد سؤالات	آلفای کرونباخ
آموزشی	۱۳	۰/۹۰۶
پژوهشی	۸	۰/۸۷۷
اداری / مالی	۷	۰/۹۰۲
رفاهی	۱۴	۰/۸۸۸
فرهنگی	۵	۰/۸۸۹
سیاسی	۳	۰/۸۸۳
تکنولوژی	۵	۰/۸۸
مجازی	۱۱	۰/۸۸۱
بین‌المللی	۴	۰/۸۸۵
کل پرسشنامه	۷۰	۰/۹۰

1. Content Validity Ratio
2. Content Validity Index

برای بررسی سؤالات از آزمون آزمون KMO<sup>۱</sup>، بارتلت و روش تحلیل عاملی تأییدی، آزمون رتبه‌بندی فریدمن، و برای تعیین اعتبار و تناسب مدل طراحی شده از شاخص‌های روایی همگرا (AVE)<sup>۲</sup> و روایی واگرا (فورنل و لارکر) و پایایی ترکیبی (CR)<sup>۳</sup> و آلفای کرونباخ استفاده شد. برای برازش مدل تحلیل عاملی تأییدی از ضرایب معنی‌داری T و معیار R Square، R<sup>2</sup> و معیار Q<sup>2</sup> استفاده گردید. همچنین برازش مدل کلی پژوهش با معیار GOF<sup>۴</sup> انجام پذیرفت که نتایج در بخش یافته‌ها ارائه می‌گردد.

### یافته‌ها

سؤال اول پژوهش: ابعاد و مؤلفه‌های رضایتمندی دانشجویان در دانشگاه‌های دولتی کدامند؟

در پاسخ به سؤال فوق، ابتدا به مطالعه و مرور ادبیات و پیشینه پژوهش در داخل و خارج از کشور (۹۱ مورد) پرداخته شد. بر اساس چارچوب نظری پژوهش، ۹ بعد اصلی ارتقاء رضایتمندی دانشجویان دانشگاه‌های دولتی بر اساس رویکرد این پژوهش تعریف، مؤلفه‌ها و شاخص‌های آن با کمک آزمون تحلیل عاملی و نظر خواهی از متخصصان و اساتید راهنما و مشاور، شناسایی و تعیین گردید که به شرح ذیل می‌باشند:

۱. مؤلفه‌های بعد آموزشی: تدریس و مدرس، دانشجو، محتوای آموزشی و مدیریت سیستم آموزشی.

۲. مؤلفه‌های بعد پژوهشی: همایش، سمینار، کنفرانس، سخنرانی، کمیته‌ها و انجمن‌های علمی - تخصصی، تولیدات علمی و آثار پژوهشی و امکانات و خدمات پژوهشی.

۳. مؤلفه‌های بعد اداری/ مالی: مدیریت دانشگاه، کارکنان، خدمات اداری و تسهیلات.

۴. مؤلفه‌های بعد رفاهی: امکانات و خدمات افاهی

۵. مؤلفه‌های بعد فرهنگی: همایش‌ها، انجمن‌ها، تشکل‌ها، هم‌اندیشی‌ها و نشریات دانشجویی و فرهنگی و فعالیتهای فوق برنامه.

۶. مؤلفه‌های بعد سیاسی: مشارکت، امنیت و عدالت سیاسی.

- 
1. Kaiser-Meyer-Olkin
  2. Average Variance Extracted
  3. Composite Reliability
  4. Goodness Of Fit

۷. مؤلفه‌های بعد تکنولوژی: سخت‌افزارهای آموزشی، نرم‌افزارهای آموزشی و زیرساخت‌های تکنولوژی.
۸. مؤلفه‌های بعد مجازی: آموزش الکترونیکی، ارزیابی الکترونیکی و مدیریت و پشتیبانی مجازی.
۹. مؤلفه‌های بعد بین‌المللی: دانشگاه و آموزش.
- به منظور کفایت داده‌ها و روایی سازه (امکان انجام تحلیل عاملی)، از آزمونهای KMO و بارتلت استفاده شد.

جدول ۲. نتایج آزمون KMO بارتلت

KMO	Sig سطح معنی‌داری بارتلت	کل پرسشنامه (سؤالات ۱ تا ۷۰)
۰.۹۵۳	۰.۰۰۰	

همانطور که در جدول بالا مشاهده می‌شود مقدار KMO بیشتر از ۰.۷ است و سطح معنی‌داری آزمون بارتلت زیر ۰.۰۵ است. بنابراین روایی سازه پرسشنامه تأیید می‌شود. لذا می‌توان نتیجه گرفت داده‌های تحقیق برای تحلیل عاملی مناسب است.

جدول ۳. نتایج حاصل از آزمون کفایت نمونه‌برداری

KMO	Sig سطح معنی‌داری بارتلت	تعداد گویه‌ها	ابعاد
۰.۹۴۱	۰.۰۰۰	۱۳	آموزشی
۰.۷۳۵	۰.۰۰۰	۸	پژوهشی
۰.۸۶۷	۰.۰۰۰	۷	اداری / مالی
۰.۹۷۱	۰.۰۰۰	۱۴	رفاهی
۰.۷۲۵	۰.۰۰۰	۵	فرهنگی
۰.۸۳۲	۰.۰۰۰	۳	سیاسی
۰.۷۶۴	۰.۰۰۰	۵	تکنولوژی
۰.۷۴۷	۰.۰۰۰	۱۱	مجازی
۰.۷۳۴	۰.۰۰۰	۴	بین‌المللی

همانطور که در جدول بالا مشاهده می‌شود، با توجه به سطح معنی‌داری ۰.۰۰۰، چون مقدار KMO برای تمام ابعاد وضعیت موجود بیشتر از ۰.۷ است، پس روایی سازه

پرسشنامه تأیید می‌گردد. جدول زیر ابعاد ارتقاء رضایتمندی دانشجویان به همراه بار عاملی هر یک را نشان می‌دهد:

جدول ۴. ابعاد ارتقاء رضایتمندی دانشجویان و بار عاملی هر یک از آنها

ابعاد	تعداد گویه‌ها	بارهای عاملی تأییدی
آموزشی	۱۳	۰.۹۰۸
پژوهشی	۸	۰.۶۳۸
اداری / مالی	۷	۰.۶۲۰
رفاهی	۱۴	۰.۷۳۳
فرهنگی	۵	۰.۵۷۷
سیاسی	۳	۰.۵۸۹
تکنولوژی	۵	۰.۶۱۰
مجازی	۱۱	۰.۶۶۴
بین‌المللی	۴	۰.۶۱۱

سؤال دوم پژوهش: وضعیت موجود رضایتمندی دانشجویان در دانشگاه‌های دولتی استان زنجان چگونه است؟

به منظور مشخص نمودن وضعیت موجود رضایتمندی دانشجویان، رتبه هر یک از عوامل بر اساس پاسخ‌دهندگان و با استفاده از شاخص رتبه‌بندی فریدمن، به شرح ذیل ارائه می‌گردد:

جدول ۵. نتایج آزمون فریدمن

تعداد نمونه	۳۸۴
Chi-Square	۷.۳۶۵
درجه آزادی	۸
سطح معنی داری	۰.۴۹۸

با توجه به جدول فوق و سطح معنی‌داری برای ابعاد وضعیت موجود، می‌توان گفت که ابعاد با هم اختلاف معنی‌داری ندارند. نتایج رتبه‌بندی عوامل، در جدول زیر ارائه گردیده است:

جدول ۶. نتایج رتبه‌بندی ابعاد مؤثر در ارتقاء رضایتمندی دانشجویان

رتبه (اهمیت)	میانگین رتبه‌ها	ابعاد
۱	۵.۲۴	آموزشی
۳	۵.۰۷	پژوهشی
۲	۵.۱۷	اداری / مالی
۴	۵.۰۳	رفاهی
۶	۴.۹۹	فرهنگی
۵	۵.۰۱	سیاسی
۷	۴.۸۸	تکنولوژی
۸	۴.۸۷	مجازی
۹	۴.۸۴	بین‌المللی

با توجه به جدول فوق، به ترتیب بالاترین رتبه مربوط به بعد آموزشی و پایین‌ترین رتبه مربوط به بعد بین‌المللی است. نتایج رتبه‌بندی مؤلفه‌های هر یک از ابعاد (به غیر از بعد رفاهی و سیاسی که فقط یک مؤلفه داشته‌اند):

جدول ۷. نتایج رتبه‌بندی مؤلفه‌های ابعاد رضایتمندی دانشجویان

دانشگاه‌های دولتی		مؤلفه‌ها	ابعاد
رتبه (اهمیت)	میانگین		
۱	۲.۶۲	تدریس و مدرس	آموزشی
۳	۲.۴۵	دانشجو	
۴	۲.۴۳	محتوای آموزشی	
۲	۲.۵۰	مدیریت سیستم آموزشی	
۱	۲.۰۴	همایش، سمینار، کنفرانس، سخنرانی، کمیته‌ها و انجمنهای علمی - تخصصی	پژوهشی
۲	۲.۰۰	تولیدات علمی و آثار پژوهشی	
۳	۱.۹۶	امکانات و خدمات پژوهشی	
۴	۲.۴۶	مدیریت دانشگاه	اداری / مالی
۱	۲.۵۴	کارکنان	
۳	۲.۴۷	خدمات اداری	
۲	۲.۵۳	تسهیلات	
۱	۱.۵۱	همایش‌ها، انجمن‌ها، تشکل‌ها، هم‌اندیشی‌ها و نشریات دانشجویی و فرهنگی	فرهنگی
۲	۱.۵۰	فعالیت‌های فوق برنامه	

دانشگاه‌های دولتی		مؤلفه‌ها	ابعاد
رتبه (اهمیت)	میانگین		
۱	۲.۰۶	سخت افزارهای آموزشی	تکنولوژی
۲	۱.۹۹	نرم افزارهای آموزشی	
۳	۱.۹۵	زیرساخت‌های تکنولوژی	
۱	۲.۰۴	آموزش الکترونیکی	مجازی
۳	۱.۹۶	ارزیابی الکترونیکی	
۲	۲.۰۰	مدیریت و پشتیبانی مجازی	
۲	۱.۴۹	دانشگاه	بین‌المللی
۱	۱.۵۱	آموزش	

با توجه به جدول فوق، بیشترین اولویت بعد آموزشی مربوط به مؤلفه تدریس و مدرس و کمترین اولویت مربوط به مؤلفه محتوای آموزشی است. در بعد پژوهشی، بیشترین اولویت مربوط به مؤلفه همایش، سمینار، کنفرانس، سخنرانی، کمیته‌ها و انجمنهای علمی - تخصصی و کمترین اولویت مربوط به مؤلفه امکانات و خدمات پژوهشی است. بیشترین اولویت بعد اداری / مالی مربوط به مؤلفه کارکنان و کمترین اولویت مربوط به مؤلفه مدیریت دانشگاه است. در بعد فرهنگی، بیشترین اولویت مربوط به مؤلفه همایش‌ها، انجمن‌ها، تشکل‌ها، هم‌اندیشی‌ها و نشریات دانشجویی و فرهنگی و کمترین اولویت مربوط به مؤلفه فعالیت‌های فوق برنامه است. بیشترین اولویت بعد تکنولوژی مربوط به مؤلفه سخت‌افزارهای آموزشی و کمترین اولویت مربوط به مؤلفه زیرساخت‌های تکنولوژی است. در بعد مجازی، بیشترین اولویت مربوط به مؤلفه آموزش الکترونیکی و کمترین اولویت مربوط به مؤلفه ارزیابی الکترونیکی است. و بیشترین اولویت بعد بین‌المللی مربوط به مؤلفه آموزش و کمترین اولویت مربوط به مؤلفه دانشگاه است.

سؤال سوم پژوهش: مدل پیشنهادی ارتقاء رضایتمندی دانشجویان دانشگاه‌های دولتی چگونه است؟

در نهایت، بر اساس یافته‌های پژوهش مدل نهایی به شکل زیر ارائه می‌گردد:



نمودار ۱. مدل ارتقاء رضایتمندی دانشجویان دانشکده های دولتی

سؤال چهارم پژوهش: درجه تناسب مدل پیشنهادی به چه میزان است؟  
 برای تعیین اعتبار و تناسب مدل طراحی شده و بررسی برازش مدل اندازه‌گیری تحقیق از شاخص‌های روایی همگرا (AVE) و روایی واگرا (فورنل و لارکر) و پایایی ترکیبی (CR) و آلفای کرونباخ استفاده شد. برای برازش مدل تحلیل عاملی تأییدی از



ضرایب معنی داری T و معیار R Square،  $R^2$  و معیار  $Q^2$  استفاده گردید. همچنین برازش مدل کلی پژوهش با معیار 'GOF' انجام پذیرفت.

جدول ۱۴. نتایج آزمون شاخص روایی همگرا، پایایی ترکیبی و آلفای کرونباخ

ابعاد تحقیق	AVE	پایایی ترکیبی	آلفای کرونباخ
آموزشی	۰.۶۵۲	۰.۹۵۷	۰.۹۴۹
پژوهشی	۰.۶۷۳	۰.۹۳۴	۰.۸۹۸
اداری / مالی	۰.۷۲۵	۰.۹۴۹	۰.۸۹۹
رفاهی	۰.۶۴۴	۰.۹۴۸	۰.۹۵۴
فرهنگی	۰.۶۹۴	۰.۹۶۳	۰.۸۸۹
سیاسی	۰.۷۹۲	۰.۸۹۱	۰.۷۹۹
تکنولوژی	۰.۶۹۹	۰.۹۶۹	۰.۸۸۴
مجازی	۰.۶۵۹	۰.۹۴۵	۰.۹۵۶
بین المللی	۰.۶۸۸	۰.۸۹۹	۰.۸۶۲
رضایتمندی دانشجویان	۰.۶۶۱	۰.۹۸۶	۰.۹۸۹

نتایج نشان می‌دهد که AVE (میانگین واریانس استخراج شده) برای ابعاد رضایتمندی دانشجویان ۰.۶۶۱ به دست می‌آید. و با توجه به اینکه مقدار مناسب برای آلفای کرونباخ ۰.۷، برای پایایی ترکیبی ۰.۷ و برای AVE، ۰.۵ است و تمامی معیارها در قسمت سنجش بارهای عاملی مقدار مناسبی دارند، در نتیجه روایی همگرایی مدل و مناسب بودن برازش مدل‌های اندازه‌گیری تأیید می‌شود. ماتریس فورنل و لارکر برای بررسی روایی واگرا در زیر ترسیم شده است:

جدول ۱۵. نتایج آزمون روایی واگرا (معیار فورنل و لارکر) جهت تعیین کیفیت مدل

ابعاد تحقیق	آموزشی	پژوهشی	اداری/ مالی	رفاهی	فرهنگی	سیاسی	تکنولوژی	مجازی	بین‌المللی
آموزشی	۰.۸۰۷								
پژوهشی	۰.۷۲۲	۰.۸۲۰							
اداری/ مالی	۰.۷۱۷	۰.۶۱۹	۰.۸۵۱						
رفاهی	۰.۷۲۸	۰.۶۱۳	۰.۶۰۹	۰.۸۰۲					
فرهنگی	۰.۷۲۳	۰.۵۶۳	۰.۵۷۴	۰.۵۸۱	۰.۸۳۳				

ابعاد تحقیق	آموزشی	پژوهشی	اداری/ مالی	رفاهی	فرهنگی	سیاسی	تکنولوژی	مجازی	بین‌المللی
سیاسی	۰.۷۵۱	۰.۵۵۳	۰.۶۲۶	۰.۵۸۵	۰.۵۶۴	۰.۸۹۰			
تکنولوژی	۰.۷۲۵	۰.۵۹۳	۰.۵۶۴	۰.۶۲۷	۰.۵۶۴	۰.۵۸۷	۰.۸۳۶		
مجازی	۰.۷۴۱	۰.۶۰۶	۰.۵۵۰	۰.۶۲۶	۰.۵۶۸	۰.۵۷۲	۰.۵۹۵	۰.۸۱۲	
بین‌المللی	۰.۷۵۶	۰.۵۹۵	۰.۵۹۹	۰.۵۹۶	۰.۵۶۷	۰.۶۴۲	۰.۵۹۱	۰.۵۸۵	۰.۸۲۹

همانگونه که در جدول فوق ملاحظه می‌شود، مقدار شاخص روایی واگرا در مورد ابعاد مدل بالاتر از ۰.۷۰ را نشان می‌دهد. لذا مدل مورد تأیید است. **برازش مدل تحلیل عاملی تأییدی:** بعد از بررسی برازش مدل‌های اندازه‌گیری نوبت به برازش مدل تحلیل عاملی تأییدی پژوهش می‌رسد.

جدول ۱۶. نتایج برازش مدل تحلیل عاملی تأییدی

ابعاد تحقیق	T- Value	R <sup>2</sup>	Q <sup>2</sup>	
			CV Com	CV Red
آموزشی	۲۱۴.۶۶۹	۰.۹۰۸	۰.۵۲۶	۰.۵۷۳
پژوهشی	۳۷.۵۴۶	۰.۶۳۸	۰.۳۶۱	۰.۵۴۱
اداری/ مالی	۳۴.۶۴۲	۰.۶۲۰	۰.۳۸۱	۰.۶۰۶
رفاهی	۵۸.۷۲۰	۰.۷۳۳	۰.۳۹۵	۰.۵۳۳
فرهنگی	۳۰.۹۷۴	۰.۵۷۷	۰.۳۸۳	۰.۶۳۵
سیاسی	۳۶.۴۶۸	۰.۵۸۹	۰.۴۱۰	۰.۷۱۱
تکنولوژی	۳۵.۸۵۸	۰.۶۱۰	۰.۴۰۳	۰.۶۳۳
مجازی	۴۱.۸۷۱	۰.۶۶۴	۰.۳۶۲	۰.۵۳۹
بین‌المللی	۳۵.۷۲۸	۰.۶۱۱	۰.۴۰۱	۰.۶۷۰

برازش مدل کلی:

معیار GOF (Goodness Of Fit): معیار GOF مربوط به بخش کلی مدل‌های تحلیل عاملی تأییدی است. بدین معنی که توسط این معیار محقق می‌تواند پس از بررسی برازش بخش اندازه‌گیری و بخش تحلیل عاملی تأییدی مدل کلی پژوهش خود، برازش بخش کلی را نیز کنترل نماید. مقدار این معیار بین صفر تا یک قرار دارد. مقادیر نزدیک به یک نشانگر کیفیت مناسب مدل است. این معیار از طریق رابطه زیر محاسبه می‌شود:

$$GOF = \sqrt{(\text{Communalities}) * R^2}$$

به طوری که Communalities نشانه میانگین مقادیر اشتراکی هر سازه هست و  $R^2$  نیز مقدار میانگین مقادیر R Square سازه‌های درون‌زای مدل است.

جدول ۱۷. برازش مدل کلی تحقیق

R Square	Communality	ابعاد تحقیق
۰.۹۰۸	۰.۶۷۳	آموزشی
۰.۶۳۸	۰.۶۳۹	پژوهشی
۰.۶۲۰	۰.۷۶۳	اداری / مالی
۰.۷۳۳	۰.۶۳۲	رفاهی
۰.۵۷۷	۰.۷۹۴	فرهنگی
۰.۵۸۹	۰.۸۷۲	سیاسی
۰.۶۱۰	۰.۷۷۹	تکنولوژی
۰.۶۶۴	۰.۶۹۹	مجازی
۰.۶۱۱	۰.۷۳۸	بین‌المللی
۰.۶۶۱	۰.۷۳۲	میانگین

با توجه به سه مقدار ۰.۰۱، ۰.۲۵ و ۰.۳۶ که به عنوان مقادیر ضعیف، متوسط و قوی برای GOF معرفی شده است و حصول مقدار ۰.۶۹۶، برای GOF، نشان از برازش قوی و مناسب مدل پژوهشی دارد.

### بحث و نتیجه گیری

جهان امروز دائماً در انتقالی حیرت‌انگیز به سر می‌برد و بازارهای بین‌المللی به دلیل تغییرپذیری ماهوی خود، نمی‌توانند پذیرای خدماتی باشند که به صورت عمومی طراحی و تولید می‌شوند. در سراسر دنیا دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزش عالی تلاش می‌کنند تا از طریق نیل به مزایای منحصر به فرد و تولید و ارائه‌ی خدمات متنوع، نسبت به سایر رقبا به موقعیتی ممتاز دست یابند. در هر گوشه از کشورمان نیز دانشگاه‌های مختلفی دایر شده است که همگی در پی افزایش رضایت دانشجویان در قبال خدمات ارائه شده از سوی خود هستند. امروزه که اقتصاد رقابتی در آموزش عالی، فضای انحصاری را درهم می‌شکند، نگرش دانشجو‌مداری و کسب رضایت دانشجو، قانون کسب و کار تلقی شده و عدم اجرای این قانون سبب حذف از صحنه بازار می‌گردد.

با توجه به تنوع ابعاد، مؤلفه‌ها و شاخص‌های مؤثر بر رضایتمندی دانشجویان و همچنین نبود دید جامع و مورد توافق در مطالعات صورت گرفته، این پژوهش درصدد بوده است با بررسی ابعاد، مؤلفه‌ها و شاخص‌های مشترک، به ارائه مدلی جامع به منظور ارتقاء رضایتمندی دانشجویان دانشگاه‌های دولتی استان زنجان بپردازد تا مدیران آموزش عالی بتوانند از این الگویی که برآمده از نتایج بدست آمده از پژوهش حاضر است، بهره‌مند شوند.

۱. در مورد بعد نخست مدل ارتقاء رضایتمندی دانشجویان که بعد آموزشی است، ۴ مؤلفه: تدریس و مدرس، دانشجو، محتوای آموزشی و مدیریت سیستم آموزشی با کمک تحلیل عاملی تأیید گردید و با بررسی پیشینه مشخص شد مؤلفه‌های ذکر شده در پژوهش‌های: الیوریا سانتینی و همکاران (۲۰۱۷)، کارتر و چو (۲۰۱۶)، پاراهو و همکاران (۲۰۱۵)، مارتیروسیان (۲۰۱۵)، الغمدی<sup>۱</sup> (۲۰۱۵)، هیلالی<sup>۲</sup> و همکاران (۲۰۱۵)، احمد و مسعود (۲۰۱۴)، دانجوما و راسلی (۲۰۱۲)، سینگه و سیری<sup>۳</sup> (۲۰۱۰)، بات و رحمان<sup>۴</sup> (۲۰۱۰)، بیلگلی و یونال<sup>۵</sup> (۲۰۰۸)، ووس و همکاران<sup>۶</sup> (۲۰۰۷)، هادی و همکاران (۱۳۹۵)، قاسمی و شهریاری فرد (۱۳۹۵)، جعفری راد و همکاران (۱۳۹۴)، حقدوست و همکاران (۱۳۹۴)، مطهری نژاد و احمدی ده قطب الدینی (۱۳۹۳)، دهقانی و همکاران (۱۳۹۳)، سلیمی و همکاران (۱۳۹۳)، فتحی واجارگاه و همکاران (۱۳۹۲)، صادقی (۱۳۹۲)، سلیمانی و شکاری (۱۳۹۲)، حاتمی فر و همکاران (۱۳۹۲)، زریباف و همکاران (۱۳۹۱)، بندی (۱۳۹۱)، لیث و همکاران (۱۳۹۱)، فکری و همکاران (۱۳۹۱)، خراسانی و زمانی منش (۱۳۹۱)، حسنی و فیضی (۱۳۹۱)، عصاره و همکاران (۱۳۹۰)، مذبوجی و همکاران (۱۳۹۰)، درویش متولی و همکاران (۱۳۹۰)، طاهری و همکاران (۱۳۹۰)، الهی و همکاران (۱۳۹۰)، سهرابی یورتچی و همکاران (۱۳۸۹)، بارانی و همکاران (۱۳۸۹)، ایزدی یزدان‌آبادی وفدایی شهاب (۱۳۸۹)، باقرزاده خواجه و مفتاحی خواجه (۱۳۸۷)، عارفی و همکاران (۱۳۸۷)، یعقوبی و همکاران (۱۳۸۷)، سعیدی

- 
1. Alghamdi
  2. Hilali
  3. singhe & siri
  4. Butt & Rehman
  5. Bilgili & Unal
  6. Voss et al

مهرآباد و مهتدی (۱۳۸۷)، آراسته (۱۳۸۵) اشاره شده است و نتایج پژوهش حاضر با نتایج این تحقیقات همسو و هم جهت است.

۲. در مورد بعد دوم مدل ارتقاء رضایتمندی دانشجویان که بعد پژوهشی است، ۳ مؤلفه: همایش، سمینار، کنفرانس، سخنرانی، کمیته‌ها و انجمن‌های علمی - تخصصی، تولیدات علمی و آثار پژوهشی و امکانات و خدمات پژوهشی با کمک تحلیل عاملی تأیید گردید و با بررسی پیشینه مشخص شد مؤلفه‌های ذکر شده در پژوهش‌های: مارتیروسیان (۲۰۱۵)، الغمدی (۲۰۱۵)، متفکر (۱۳۹۵)، هادی و همکاران (۱۳۹۵)، جعفری راد و همکاران (۱۳۹۴)، حقدوست و همکاران (۱۳۹۴)، هاشمی و همکاران (۱۳۹۳)، فتحی واجارگاه و همکاران (۱۳۹۲)، زریباف و همکاران (۱۳۹۱)، حسنی و فیضی (۱۳۹۱)، درویش متولی و همکاران (۱۳۹۰) اشاره شده است و نتایج پژوهش حاضر با نتایج این تحقیقات همسو و هم جهت است.

۳. در مورد بعد سوم مدل ارتقاء رضایتمندی دانشجویان که بعد اداری/ مالی است، ۴ مؤلفه: مدیریت دانشگاه، کارکنان، خدمات اداری و تسهیلات با کمک تحلیل عاملی تأیید گردید و با بررسی پیشینه مشخص شد مؤلفه‌های ذکر شده در پژوهش‌های: الیوریا سانتینی و همکاران (۲۰۱۷)، کارتر و چو (۲۰۱۶)، پاراهو و همکاران (۲۰۱۵)، الغمدی (۲۰۱۵)، هیلالی و همکاران (۲۰۱۵)، داگلاس و همکاران (۲۰۱۴)، احمد و مسعود (۲۰۱۴)، اولالک و همکاران (۲۰۱۴)، میترا دبناس و شانکار<sup>۱</sup> (۲۰۱۲)، راسلی<sup>۲</sup> و همکاران (۲۰۱۱)، سینگه و سیری (۲۰۱۰)، بیلگلی و یونال (۲۰۰۸)، لارسن و همکاران<sup>۳</sup> (۲۰۰۴)، جعفری راد و همکاران (۱۳۹۴)، حقدوست و همکاران (۱۳۹۴)، دهقانی و همکاران (۱۳۹۳)، نجفی و همکاران (۱۳۹۳)، غلامی اوریمی (۱۳۹۳)، میرفخرالدینی و همکاران (۱۳۹۲)، زریباف و همکاران (۱۳۹۱)، حسنی و فیضی (۱۳۹۱)، درویش متولی و همکاران (۱۳۹۰)، سهرابی یورتچی و همکاران (۱۳۸۹)، رجالی و همکاران (۱۳۸۹) اشاره شده است و نتایج پژوهش حاضر با نتایج این تحقیقات همسو و هم جهت است.

1. Mitra Debnath & Shankar

2. Rasli

3. Larsen et al

۴. در مورد بعد چهارم مدل ارتقاء رضایتمندی دانشجویان که بعد رفاهی است، ۱ مؤلفه: امکانات و خدمات افاهی با کمک تحلیل عاملی تأیید گردید و با بررسی پیشینه مشخص شد مؤلفه‌های ذکر شده در پژوهش‌های: الیوریا سانتینی و همکاران (۲۰۱۷)، کارتر و چو (۲۰۱۶)، مارتیروسیان (۲۰۱۵)، الغمدی (۲۰۱۵)، پاراهو و همکاران (۲۰۱۵)، داگلاس و همکاران (۲۰۱۴)، احمد و مسعود (۲۰۱۴)، بات و رحمان (۲۰۱۰)، اوزکان و کوستلر<sup>۱</sup> (۲۰۰۹)، بیلگلی و یونال (۲۰۰۸)، قاسمی و شهریارفرد (۱۳۹۵)، متفکر (۱۳۹۵)، هادی و همکاران (۱۳۹۵)، جعفری راد و همکاران (۱۳۹۴)، دوستار و همکاران (۱۳۹۴)، حقدوست و همکاران (۱۳۹۴)، مطهری نژاد و احمدی ده‌قطب‌الدینی (۱۳۹۳)، دهقانی و همکاران (۱۳۹۳)، غلامی اوریمی (۱۳۹۳)، زریباف و همکاران (۱۳۹۱)، درویش متولی و همکاران (۱۳۹۰) اشاره شده است و نتایج پژوهش حاضر با نتایج این تحقیقات همسو و هم جهت است.

۵. در مورد بعد پنجم مدل ارتقاء رضایتمندی دانشجویان که بعد فرهنگی است، ۲ مؤلفه: همایش‌ها، انجمن‌ها، تشکل‌ها، هم‌اندیشی‌ها و نشریات دانشجویی و فرهنگی و فعالیتهای فوق برنامه با کمک تحلیل عاملی تأیید گردید و با بررسی پیشینه مشخص شد مؤلفه‌های ذکر شده در پژوهش‌های: کارتر و چو (۲۰۱۶)، مارتیروسیان (۲۰۱۵)، الغمدی (۲۰۱۵)، ماسونی<sup>۲</sup> (۲۰۱۱)، بیلگلی و یونال (۲۰۰۸)، اسکوت کارسو (۲۰۰۸)، فرزانه و امیریان زاده (۱۳۹۵)، دوستار و همکاران (۱۳۹۴)، حقدوست و همکاران (۱۳۹۴)، جعفری راد و همکاران (۱۳۹۴)، رنجبران (۱۳۹۴)، مطهری نژاد و احمدی ده-قطب‌الدینی (۱۳۹۳)، گلچین و همکاران (۱۳۹۳)، دانشور حسینی (۱۳۹۱)، زریباف و همکاران (۱۳۹۱)، حسنی و فیضی (۱۳۹۱)، نقیب‌زاده و جانزاده (۱۳۹۰)، سهرابی یورتچی و همکاران (۱۳۸۹)، رجالی و همکاران (۱۳۸۹)، حاجیلری (۱۳۸۷)، شفیع‌ا (۱۳۸۰) اشاره شده است و نتایج پژوهش حاضر با نتایج این تحقیقات همسو و هم جهت است.

۶. در مورد بعد ششم مدل ارتقاء رضایتمندی دانشجویان که بعد سیاسی است، ۱ مؤلفه: مشارکت، امنیت و عدالت سیاسی با کمک تحلیل عاملی تأیید گردید و با بررسی

پیشینه مشخص شد مؤلفه‌های ذکر شده در پژوهش‌های: بیلگلی و یونال (۲۰۰۸)، فرزانه و امیریان زاده (۱۳۹۵)، دوستار و همکاران (۱۳۹۴)، رنجبران (۱۳۹۴)، امام‌جمعه زاده و همکاران (۱۳۹۲)، مصلاهی و همکاران (۱۳۹۱)، خانیکی و سرشار (۱۳۹۱)، نقیب‌زاده و جانزاده (۱۳۹۰)، عصاره و همکاران (۱۳۹۰)، غفاری هاشجین و همکاران (۱۳۸۹) اشاره شده است و نتایج پژوهش حاضر با نتایج این تحقیقات همسو و هم جهت است.

۷. در مورد بعد هفتم مدل ارتقاء رضایتمندی دانشجویان که بعد تکنولوژی است، ۳ مؤلفه: سخت‌افزارهای آموزشی، نرم‌افزارهای آموزشی و زیرساخت‌های تکنولوژی با کمک تحلیل عاملی تأیید گردید و با بررسی پیشینه مشخص شد مؤلفه‌های ذکر شده در پژوهش‌های: الیوریا سانتینی و همکاران (۲۰۱۷)، کارتر و چو (۲۰۱۶)، الغمدی (۲۰۱۵)، اوزکان و کوستلر (۲۰۰۹)، آرمبولا و هال<sup>۱</sup> (۲۰۰۷)، قاسمی و شهریاری فرد (۱۳۹۵)، متفکر (۱۳۹۵)، حقدوست و همکاران (۱۳۹۴)، جعفری راد و همکاران (۱۳۹۴)، صفری و طاهری (۱۳۹۳)، مطهری‌نژاد و احمدی ده‌قطب‌الدینی (۱۳۹۳)، فتحی واجارگاه و همکاران (۱۳۹۲)، میرفخرالدینی و همکاران (۱۳۹۲)، درویش متولی و همکاران (۱۳۹۰)، سهرابی یورتچی و همکاران (۱۳۸۹)، عارفی و همکاران (۱۳۸۷)، شفیعاً (۱۳۸۰) اشاره شده است و نتایج پژوهش حاضر با نتایج این تحقیقات همسو و هم جهت است.

۸. در مورد بعد هشتم مدل ارتقاء رضایتمندی دانشجویان که بعد مجازی است، ۳ مؤلفه: آموزش الکترونیکی، ارزیابی الکترونیکی و مدیریت و پشتیبانی مجازی با کمک تحلیل عاملی تأیید گردید و با بررسی پیشینه مشخص شد مؤلفه‌های ذکر شده در پژوهش‌های: الیوریا سانتینی و همکاران (۲۰۱۷)، الغمدی (۲۰۱۵)، پاراهو و همکاران (۲۰۱۵)، ازتکین<sup>۲</sup> (۲۰۱۳)، بوشیری<sup>۳</sup> (۲۰۱۲)، اسکندرنگلو<sup>۴</sup> و همکاران (۲۰۱۲)، کرال و سببی<sup>۵</sup> (۲۰۱۲)، بیلگلی و یونال (۲۰۰۸)، آرمبولا و هال (۲۰۰۷)، لارسن و همکاران (۲۰۰۴)، قاسمی و شهریاری فرد (۱۳۹۵)، جعفری راد و همکاران (۱۳۹۴)، فارغ‌زاده و

- 
1. Armbewela & Hall
  2. Oztekin
  3. Bhuasiri
  4. Iskenderoglu
  5. Karal & Cebi

کاشی (۱۳۹۳)، رضائی و موسویان (۱۳۹۳)، فتحی واجارگاه و همکاران (۱۳۹۲)، یزدان‌پناه و بیات (۱۳۹۱)، فتحی واجارگاه و همکاران (۱۳۹۲)، شاه‌محمدی و همکاران (۱۳۸۹)، سهرابی یورتچی و همکاران (۱۳۸۹)، عارفی و همکاران (۱۳۸۷)، یعقوبی و همکاران (۱۳۸۷) اشاره شده است و نتایج پژوهش حاضر با نتایج این تحقیقات همسو و هم جهت است.

۹. در مورد بعد نهم مدل ارتقاء رضایتمندی دانشجویان که بعد بین‌المللی است، ۲ مؤلفه: دانشگاه و آموزش با کمک تحلیل عاملی تأیید گردید و با بررسی پیشینه مشخص شد مؤلفه‌های ذکر شده در پژوهش‌های: خورسندی طاسکوه (۱۳۹۴)، سلیمی و همکاران (۱۳۹۴)، فتحی واجارگاه و همکاران (۱۳۹۲)، خراسانی و زمانی منش (۱۳۹۱)، بهجتی اردکانی و همکاران (۱۳۹۱)، نادری و اسماعیل‌نیا (۱۳۹۰)، آراسته (۱۳۸۵) اشاره شده است و نتایج پژوهش حاضر با نتایج این تحقیقات همسو و هم جهت است.

### پیشنهادات کاربردی

با توجه به یافته‌های پژوهش حاضر، بین وضعیت موجود با انتظارات دانشجویان (وضعیت مطلوب) تفاوت معنی‌داری وجود دارد. و به نظر می‌رسد که دانشگاه‌های مورد مطالعه در این پژوهش نتوانسته‌اند به صورت شایسته و مطلوب رضایتمندی دانشجویان را فراهم نمایند. لذا پیشنهادات کاربردی زیر در ارتباط با هریک از ابعاد ارتقاء رضایتمندی دانشجویان ارائه می‌گردد:

با توجه به نتایج پژوهش در بعد آموزشی، پیشنهاد می‌شود که:

- از جمله مؤلفه‌های اصلی بعد آموزشی، اساتید و مدرسان می‌باشند که دانشجویان به عنوان دریافت‌کنندگان خدمات آموزشی، بهترین منبع جهت شناسایی رفتارهای آموزشی مدرسان خود می‌باشند. در این راستا با شناسایی مسائل موجود در فرایند آموزشی و مهارتی دانشجویان و پس از آن اقدام در جهت رفع و اصلاح آنها موجب بهبود دستیابی به اهداف آموزشی و در نهایت تربیت افراد ماهر و ارائه خدمات با کیفیت بالا در دانشگاه‌ها می‌شود.
- محتوای آموزشی باید به گونه‌ای طراحی گردد که شناخت افراد را از مسائل اطراف خود و متناسب با آخرین تحولات روز بالا ببرد و قدرت تحلیل مسائل را به گونه‌ای متفاوت با دیگران



- به دانشجویان رشته‌های مختلف عطا کند. همچنین قدرت تحلیل ریسک و شناخت فرصتها را در آنها بیش از پیش گسترش دهد که متناسب با نیازهای فردی و اجتماعی دانشجویان باشد.
- ضروری است برنامه‌های آموزش کارآفرینی مبتنی بر رویکرد میان رشته‌ای تدوین گردد و از نگاه تک‌درسی به رویکرد مبتنی بر دوره یا رشته تغییر داده شود. و آموزش کارآفرینی باید ماهیت مبهم ورود به کسب و کار را روشن کند و هدف اساسی هر برنامه آموزش کارآفرینی باید ارتقاء شناخت فرصت‌ها در دانشجویان باشد. روش‌های سنتی آموزش (روش‌های منفعل)، شیوه مناسبی برای تقویت روحیه کارآفرینی و آموزش محتوای کارآفرین نیست بنابراین توجه ویژه به شیوه‌های جدید (روش‌های فعال) از قبیل روشهای پروژه، شیوه‌های تجربی و عملی و حل مسئله در تدریس کارآفرینی از ملاحظات اساسی است که باید مدنظر قرار گیرد.
  - کیفیت برنامه‌ریزی آموزشی در ارتباط با امور ثبت‌نام و انتخاب واحد، تشکیل کلاس، برنامه‌ریزی امتحانات، آشنا نمودن دانشجویان به مقررات و آیین‌نامه‌های آموزشی و ... افزایش یابد.
  - با توجه به اینکه خدمات آموزشی مهم‌ترین بخش کاری دانشگاه محسوب می‌شود، توصیه می‌شود با همکاری معاونت آموزشی و پژوهشی برای آگاهی بیشتر از نیازهای آموزشی دانشجویان در هر نیمسال تحصیلی یک نظرسنجی کلی، با استفاده از مدل‌های مختلف کیفیت، به منظور بررسی نواقص و کاستیهای خدمات آموزشی انجام و نتایج آن به صورت گزارش به مسئولان دانشگاه ارائه شود تا آنها برای بهبود ارائه خدمات چاره‌اندیشی کنند.
  - با توجه به نتایج پژوهش در بعد پژوهشی، پیشنهادت زیر ارائه می‌گردد:
  - دسترسی دانشجویان به کتاب‌ها، مجلات و پایان‌نامه‌های تخصصی داخلی و خارجی و پایگاه‌های استنادی و منابع به‌روز و معتبر، آزمایشگاه‌های مجهز و بسیاری از زیرساخت‌های مربوطه در دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی.
  - اطلاع رسانی و دسترسی مناسب از دستاوردهای علمی و یافته‌های پژوهشی دانشگاه به دانشجویان به طور وسیع در سطح دانشگاه و خارج از دانشگاه.
  - فعال کردن کمیته‌ها و انجمن‌های علمی در دانشگاه.
  - تشکیل کارگاه‌های آموزشی لازم برای انجام پژوهش‌های علمی.
  - حمایت مادی و معنوی از ایده‌ها، نوآوری‌ها، طرح‌ها، مقالات و پایان‌نامه‌های دانشجویان از طرف دانشگاه.

- تعامل و ارتباط لازم با مؤسسات مختلف در خصوص یافته‌های پژوهشی دانشجویان و انعقاد تفاهم نامه همکاری بین مراکز دانشگاهی با واحدهای صنعتی برای حضور و بهره‌گیری دانشجویان از امکانات آنان و استفاده از توانمندی‌های بالقوه دانشجویان.
- با توجه به نتایج پژوهش در بعد اداری / مالی، پیشنهاد می‌شود که:
- مدیران و مسئولین دانشگاه‌ها بایستی استقبال مطلوبی از پیشنهادات و انتقادات دانشجویان داشته باشند و به نظرات و ایده‌های دانشجویان در موضوعات مختلف گوش فرا دهند. این عملکرد مدیران با تأکید بر مسئولیت‌پذیری و پاسخگویی می‌تواند باعث ایجاد اطمینان و اعتماد و در نهایت ارتقاء سطح رضایتمندی دانشجویان گردد.
- مدیران ارشد دانشگاه با نظارت و ارزیابی بیشتر و برگزاری دوره‌های آموزش ضمن خدمت در خصوص افزایش مهارت و توانایی‌های فنی و تخصصی کارکنان و همچنین آشنایی با مقررات و آیین‌نامه‌های به‌روز، اقدامات لازم را انجام دهند.
- مدیران دانشگاه با برگزاری جلسات ملاقات عمومی با دانشجویان در فواصل تحصیلی مناسب ارتباط رو در رو و مستقیم با دانشجویان برقرار نمایند.
- در زمینه بعد مالی نیز باید گفت، شهریه‌های تحصیلی دانشگاه‌ها بایستی با توجه به کیفیت خدمات ارائه شده به دانشجویان، محاسبه، تعیین و ارزیابی گردند.
- جهت ارتقاء سطح رضایتمندی دانشجویان از حوزه مالی، دادن تسهیلات مالی به دانشجویان از جمله دادن کمک هزینه‌های تحصیلی، انواع وام‌های کم بهره و... می‌تواند مؤثر واقع گردد.
- با توجه به نتایج پژوهش در بعد رفاهی، پیشنهاد می‌شود که:
- با توجه به زندگی دانشجویی و مسائلی که دانشجویان در محیط دانشگاه با آن مواجه می‌شوند، و از طرفی نیازها و تقاضاهای متنوعی که لازمه این دوره از زندگی برای آنان است؛ توجه هرچه بیشتر به بهبود کیفیت زندگی تحصیلی این قشر تأثیرگذار و برنامه‌ریزی برای ارتقاء رفاه آنان باید در دستور کار دانشگاه‌ها و متصدیان آموزش عالی قرار گیرد. بر اساس تحقیقات انجام شده و جمع‌بندی این پژوهش، مؤلفه‌های رفاه مادی، رفاه جسمی و سلامت محیط در فرایند سیاست‌گذاری کیفیت زندگی دانشجویان، دارای اهمیت است. بهبود این مؤلفه‌ها در ارتقاء سطح رضایتمندی دانشجویان می‌تواند مؤثر واقع گردند.
- با توجه به گویه‌هایی که برای سنجش بعد رفاهی بکار گرفته شده‌اند، پیشنهاد می‌گردد دانشگاه اقداماتی را جهت بهبود فضاهای آموزشی، امکانات آزمایشگاهی و کارگاهی، کیفیت خوابگاه و مسکن دانشجویی، کیفیت غذا، وضعیت بهداشتی سالن غذاخوری، سرویس حمل و

نقل، امکانات و فضای ورزشی، مراکز خدماتی در دانشگاه‌ها، کیفیت محوطه و فضای عمومی و فضای سبز دانشگاه به عمل آورد.

- مأموریت معاونت فرهنگی دانشگاه‌ها عبارت است از توسعه و گسترش فرهنگ و ارزش‌های اسلامی و انقلابی و پرورش انسان‌های متعهد و متخلق به اخلاق اسلامی، حفظ هویت معنوی و اسلامی در محیط دانشگاه، تقویت کارکردهای فرهنگی با رویکرد اسلامی ایرانی. به همین دلیل، توجه به امر تأثیرگذاری برنامه‌های فرهنگی به جای کمیت‌گرایی ضرورتی اجتناب‌ناپذیر است. اما متأسفانه به علل گوناگون از جمله بی‌توجهی به نیازها، شخصیت و علایق دانشجویان و استفاده نکردن از کارشناسان و صاحب‌نظران، شرکت ندادن مخاطبان در تصمیم‌گیری‌ها، برنامه‌ریزی‌ها و اجرای برنامه‌ها، به روز نبودن و ناتوانی متولیان در برقراری ارتباط موفق با جوانان، میزان تأثیرگذاری برنامه‌های فرهنگی معمول از نظر دانشجویان در حد مطلوب نیست. از این رو، پیشنهادات کاربردی زیر می‌تواند تا حد زیادی تأثیرگذاری برنامه‌های فرهنگی را در محیط‌های دانشگاهی بهبود بخشد:

- انتصاب و بکارگیری مدیرانی با ویژگی‌های خدمت‌گزاری. مدیرانی که باور داشته باشند هدف‌های متعالی رشد انسانی در صورت برطرف شدن نیازهای فرهنگی و انسانی افراد محقق می‌شود و مسئولیت اخلاقی برای آن‌ها مهم و حیاتی باشد.

- توسعه و پرورش مهارت‌های اعتقادی دانشجویان، از راه برگزاری کارگاه‌های آموزشی، سمینارها و همایش‌ها، انجمن‌های فرهنگی و ...

- مشارکت دادن هرچه بیشتر دانشجویان در تدوین هدف‌ها و برنامه‌ریزی‌های بخش‌های گوناگون فرهنگی.

- برگزاری اردوهای علمی و تفریحی مورد نیاز.

- برگزاری مراسمات مختلف، جشن‌ها و مسابقات فرهنگی - مذهبی، ورزشی و ...

- ایجاد مراکز خدمات مشاوره‌ای فعال در حوزه‌های مختلف تحصیلی، روان‌شناسی و مذهبی.

- تجدید نظر در محتوا، شکل و خط‌مشی نشریات دانشجویی جهت بالا بردن کیفیت آنها.

- با توجه به گسترش روزنامه نگاری الکترونیک پیشنهاد می‌شود نشریات دانشجویی نیز به سمت الکترونیکی بودن و وبلاگ نویسی حرکت کنند تا از مزایای تکنولوژی در این حوزه بهره‌مند گردند.

- در فرهنگ سیاسی، نقش فعالان سیاسی مانند نخبگان سیاسی و جوانان (مانند دانشجویان) دارای اهمیت بسزایی است. از آنجایی که فرهنگ سیاسی نمی‌تواند در خلأ انجام گیرد، هرگونه

عدم انطباق فرهنگ سیاسی با بستر سیاسی به معنای فعال شدن یک بستر سیاسی حاشیه است که آرمانها و ارزشهایی را تبلیغ می‌کند که با ارزشهای سیاسی جامعه منافات دارد؛ بنابراین، عدم رضایت سیاسی در جامعه به بیگانگی سیاسی تعبیر می‌شود که پیامدهای منفی بسیاری برای جامعه دارد؛ بنابراین، باید برای افزایش رضایتمندی سیاسی نخبگان و دانشجویان چاره‌ای اندیشید.

با توجه به نتایج پژوهش حاضر، پیشنهادات زیر در ارتباط با ارتقاء رضایتمندی دانشجویان از حوزه سیاسی دانشگاه‌ها ارائه می‌گردد:

- فراهم آوردن شرایط لازم برای ابراز نظرات، پیشنهادات و انتقادات دانشجویان از فعالیت‌های سیاسی دانشگاه.
- تدارک جلسات نقد و بررسی و برگزاری کرسی‌های آزاداندیشی جهت ابراز دیدگاه‌های مختلف سیاسی دانشجویان توسط دانشگاه.
- برقراری امنیت سیاسی جهت مشارکت فعال دانشجویان در فعالیت‌های سیاسی.
- فراهم آوردن شرایط برابر برای کلیه دانشجویان جهت فعالیت و مشارکت در تشکل‌ها و احزاب مختلف سیاسی.

با توجه به نتایج پژوهش در بعد تکنولوژی، پیشنهاد می‌شود که:

- دانشگاه‌ها مجهز به تکنولوژی‌های نوین آموزشی و کمک آموزشی شوند و هر مدرسی با این تکنولوژی‌ها آشنا شود.
- در ارزیابی و انتخاب استاد، ضریب بالاتری از سایر شاخصها، به تسلط بر تکنولوژی آموزشی مد نظر قرار گیرد.
- توسعه زیرساخت شبکه با پهنای باند و بستر مخابراتی مناسب.
- توسعه تجهیزات سخت‌افزاری و شبکه‌ای مورد نیاز از جمله سرویس گیرنده‌ها و ترمینال‌های با توان بالا، سیستم عامل‌های توزیع‌شده، حافظه‌های اولیه و ثانویه با ظرفیت بالا، پایگاه‌ها و مخازن داده، سوئیچ‌ها و واسط‌های سخت‌افزاری شبکه‌ای.
- آموزش نرم افزارهای تخصصی هر رشته به دانشجویان.
- به نظر می‌رسد که در دانشگاه‌های مورد مطالعه در این پژوهش در حال حاضر سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی مدونی در جهت تغییر نگرش‌های فعلی اساتید و دانشجویان، فرهنگ‌سازی، زیرساخت و پشتیبانی، آموزش اساتید، در جهت پذیرش و بسط راهکارهای آموزش مجازی در بستر دانشگاه وجود ندارد و یا با ساده‌انگاری مورد توجه و تأکید قرار می‌گیرند.

- در رابطه با استفاده از روش‌های جدید تدریس، آزمون و ارزیابی الکترونیکی و مجازی دانشجویان در مقایسه با روش‌های سنتی به منظور ارتقاء کیفیت آموزشی دانشجویان، به نظر می‌رسد که ترجیح اساتید در حال حاضر به صورت حضوری که از طریق آن بتوان کنترل و نظارت دقیقتری بر سلامت فضای کلاس و جلسه امتحان داشته باشد، است.
- با توجه به نتایج پژوهش در بعد مجازی، پیشنهادات زیر ارائه می‌گردد:
- دسترسی حداکثر دانشجویان به منابع و بسته‌های آموزشی به صورت برخط و الکترونیکی.
- تقویت ارتباطات همزمان (در زمان واقعی) و ارتباطات غیرهمزمان (از طریق ایمیل و ...) میان استاد و دانشجو.
- استفاده از مدرسان با قابلیت تدریس برخط و آشنا به مهارت‌های آموزشی برخط.
- استفاده از امکانات آموزشی مجازی مانند ویدئوکنفرانس، تلکنفرانس، نرم‌افزارهای آموزش مجازی و ...
- امکان اتصال به اینترنت و صفحات گسترده جهانی برای دانشجویان با هزینه‌های کمتر.
- امکان دسترسی راحت و انعطاف‌پذیر به محتوای آموزشی در هر زمان و هر مکان.
- با توجه به نتایج پژوهش در بعد بین‌المللی، پیشنهادات زیر ارائه می‌گردد:
- افزایش کمی و کیفی فعالیت‌های پژوهشی و آموزشی تنها برای کسب جایگاهی ممتاز در عرصه‌های بین‌المللی کافی نیست، بلکه ترسیم یک چشم‌انداز راهبردی و مدیریتی و طراحی فرآیند مناسبی متشکل از مجموعه فعالیت‌های سازمانی برای دستیابی به اهداف تعیین شده نیز بسیار حیاتی است. لذا پیشنهاد می‌گردد، برای تجدید زیرساخت‌های نظام آموزش عالی، گامی در جهت بین‌المللی کردن دانشگاه‌ها برداشته شود.
- سیاست‌گذاری‌های مناسب جهت بین‌المللی سازی برنامه‌های درسی آموزش عالی و تجدید نظر در برنامه‌های درسی هم از نظر محتوا و هم از نظر ارائه به دانشجویان به منظور رشد مهارت‌های ارتباطی و زبانی دانشجویان به خصوص زبانهایی که در روابط بین‌المللی بیشتر مورد استفاده قرار می‌گیرد، تدوین و اجرا گردد.
- افزایش جایگاه ارتباطات بین‌المللی در ساختار دانشگاه.
- پیش‌بینی و فراهم کردن پروژه‌های پژوهشی مشترک، مدارک تحصیلی و فارغ‌التحصیلی مشترک میان دو کشور یا بیشتر، ایجاد زمینه و تسهیلات بیشتر در ارتباط با برنامه‌های مبادلاتی نظیر تبادل دانشجو و استاد و محقق با مراکز دانشگاهی و پژوهشی معتبر جهان، حذف موانع و مشکلات اعزام استادان به فرصت‌های مطالعاتی خارج از کشور به منظور برقراری ارتباطات مستمر علمی با استادان و متخصصان سایر کشورها، فراهم‌سازی فرصت‌های تحقیقاتی و

مشارکت‌های مطالعاتی خارج از کشور برای دانشجویان داخلی، تسهیل همکاری‌های علمی بین‌المللی با دانشگاه‌های معتبر خارج از کشور و عقد تفاهمنامه همکاری و اجرایی کردن آن‌ها.  
 - برگزاری دوره‌هایی با موضوعات بین‌المللی مانند: مدیریت بین‌المللی، حقوق بین‌المللی، تجارت بین‌المللی، ارتباطات بین‌المللی - بین فرهنگی در دانشگاه‌ها برای دانشجویان.  
 - برگزاری همایش‌ها و سخنرانی‌های بین‌المللی در دانشگاه‌ها به منظور رشد و توسعه دانشجویان به عنوان شهروندان جهانی.

### منابع

- بازرگان، عباس (۱۳۹۵). مقدمه‌ای بر روش‌های تحقیق کیفی و آمیخته رویکردهای متداول در علوم رفتاری. تهران: نشر دیدار. ویرایش سوم، چاپ ششم، صص ۹۶، ۹۴.
- جعفری راد، علی؛ عزیزی شمامی، مصطفی؛ جعفری کرفستانی، زهرا (۱۳۹۴). بررسی وضعیت رضایت دانشجویان تحصیلات تکمیلی از کیفیت خدمات دانشگاه‌های دولتی شهر تهران. فصلنامه آموزش مهندسی ایران، سال هفدهم، شماره ۶۸، صص ۱۲۵ - ۱۱۳.
- حسینی، رفیق؛ فیضی، مهدی (۱۳۹۱). بررسی میزان رضایت‌مندی دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد سنندج با استفاده از شاخص نتایج مشتری مدل EFQM. فصلنامه اندیشه‌های تازه در علوم تربیتی، سال هفتم، شماره دوم (مسلسل ۲۶)، صص ۵۱ - ۳۵.
- درویش متولی، محمد حسین؛ درویش متولی، محمود؛ اصفهانی، سعید (۱۳۹۰). سنجش رضایت دانشجو با بهره‌گیری از رویکرد فازی. فصلنامه مدیریت (پژوهشگر)، سال هشتم، صص ۶۷ - ۵۱.
- دهقانی، علی؛ بهارلو، رسول؛ بن راضی غابش، آرمیتا؛ فرخ‌آبادی، فروغ؛ زارعی، زهرا؛ مهبوری، لیلا (۱۳۹۳). عوامل مؤثر بر رضایت‌مندی تحصیلی با دیدگاه دانشجویان علوم پزشکی جهرم. دو ماهنامه راهبردهای آموزشی در علوم پزشکی، دوره ۷، شماره ۳، صص ۱۵۴-۱۴۸.
- زنجیرچی، سید محمود؛ ابراهیم زاده پزشکی، رضا؛ عرب، سید محمد (۱۳۹۰). مدل کانو و کاربرد آن در ارزیابی نیازهای دانشجویان. پنجمین همایش ارزیابی کیفیت در نظام دانشگاهی، دانشگاه تهران، ص ۶.
- سهرابی یورتچی، بابک؛ موسی خانی، محمد؛ شفیعا، سپیده؛ یزدانی، حمیدرضا (۱۳۸۹). شناسایی عوامل مؤثر در شکل‌گیری رضایت دانشجویان. فصلنامه چشم انداز مدیریت دولتی، شماره ۴، صص ۶۱ - ۳۹.

- طیبی، سید جمال‌الدین؛ ملکی، محمدرضا؛ دلگشایی، بهرام (۱۳۹۵). تدوین پایان‌نامه، رساله، طرح پژوهشی و مقاله علمی. تهران: انتشارات فردوس. چاپ هشتم. صص ۴۳۲، ۱۷۹.
- کاوسی، سید محمدرضا؛ سقائی، عباس (۱۳۹۵). روش‌های اندازه‌گیری رضایت مشتری. تهران: نشر آمه، چاپ پنجم، صص ۱۷، ۲۸۹ و ۲۹۲.
- Abdul, Muhmin., Alhassan, G. (2005). Instrumental and Interpersonal Determinants of Relationship satisfaction and Commitment in industrial markets. *Journal of Business Research*, Vol. 58, pp. 619 – 628.
- Ahmad Selim, Muhammad Mehdi Masud. (2014). Measuring Service Quality of a Higher Education Institute towards Student Satisfaction. *American Journal of Educational Research*, vol. 2, No. 7, pp. 447 – 455.
- Bohm, U., Narciss, S. & Korndle, H. (2008). Developing Mathematics and Multimedia Literacy Through a Hybrid Learning Environment on Stochastic. In *proceedings of World Conference on Educational Multimedia, Hypermedia and Telecommunications*, Chesapeake, VA: AACE, pp. 3121 – 3129.
- Carter, Stephen . Chu-May Yeo, Amy.(2016). Students-as-customers' satisfaction, predictive retention with marketing implications: The case of Malaysian higher education business students, *International Journal of Educational Management*, Vol. 30 Iss: 5, pp.635 – 652.
- Douglas J, Douglas A, Barnes B. (2006). Measuring student satisfaction at a UK University. *Quality assurance in education*.;14(3),pp.251-267.
- Douglas, Jacqueline Ann; Douglas, Alexander; McClelland, Robert James; Davies, John. (2014). Understanding student satisfaction and dissatisfaction: an interpretive study in the UK higher education context, *Studies in Higher Education*.
- Elliot, K. M., & Healy, M. A. (2001). Key factors influencing student satisfaction related to recruitment and retention. *Journal of marketing for Higher Education*, 10(4), pp. 1 – 11.
- Gao, Y., Mattila, A. (2014). Improving consumer satisfaction in green hotels: The roles of perceived warmth, perceived competence, and CSR motive. *International Journal of Hospitality Management* 42, pp. 20 – 31.
- Hsu. P. F, Yen. H. R, Chung. J.C. (2015). Assessing ERP post – implementation success at the individual level: Revisit.
- Jurkowitsch, S., Vignali, C., Rüdiger Kaufmann, H. (2006). A student satisfaction model for Austrian higher education providers considering aspects of marketing communication. *Special Edition on Consumer Satisfaction – Global Perspective*, Vol. 2, No. 3, pp. 9 – 23.
- Martirosyan, Nara. (2015). An examination of factors contributing to student satisfaction in Armenian higher education. *International Journal of Educational Management*, vol. 29, No. 2, pp. 177 – 191.
- Martelo Silvia, Barroso Carmen, Cepeda Gabriel. (2013). “The use of organizational capabilities to increase customer value” *Journal of Business Research* 66, pp.2042–2050.
- Motefakker, Niloofar. (2016). The Study of the Level of Satisfaction of the Students of the Faculty of Social Sciences with Welfare Services of Imam Khomeini International University of Qazvin. *Sciverse science Direct Procedira Economics and Finance* 36, pp. 399 – 407.
- Oliveira Santini, Fernando de; Wagner Junior Ladeira, Claudio Hoffmann Sampaio & Gustavo da Silva Costa. (2017). Student satisfaction in higher education: a

- meta-analytic study, *Journal of Marketing for Higher Education*, vol. 27, No. 1, pp. 1-18, DOI: 10.1080/08841241.2017.1311980.
- parahoo, k., sanjai, santally, mohammadissack, rajabalee, yousra, harvey, heatherlea. (2015). Designing a predictive model of student satisfaction in online learning, *journal of marketing for higher education*, pp. 1-19.
- Palacio, A.B., Meneses, G.D., & 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), pp. 486-505.
- Su, L., Swanson, S. R., Chen. (2016). The effects of perceived service quality on repurchase intentions and subjective well-being of Chinese tourists: The mediating role of relationship quality, *Tourism Management*, Volume 52, pp. 82 – 95.
- Thomas, S. (2011). What drives student loyalty in universities: An empirical model from India. *International Business Research*, 4(2), pp. 183-192.
- Venkatraman, S., (2007). A framework for implementing TQM in higher education programs, *Quality Assurance in Education* Vol. 15 No. 1, pp. 92-112.
- Yi Wu, Hung, Chen, Jui – Kuei, Chen, I- Shuo, Hui Zhuo, Hsin. (2012). Ranking universities based on performance evaluation by a hybrid MCDM model. Contents lists available at sciverse science Direct, *Measurement*, pp. 856 – 880.
- Zhang H., Fu X., Liping A., Cai, Lu. L. (2014). Destination image and tourist loyalty: A meta-analysis. *Tourism Management*, 40, pp. 213-223.