

# ارایه الگویی جهت تبیین رابطه بین الزامات کیفیت و ابعاد کیفیت خدمات در دانشگاه‌های ایران

حسن سلطانی

استادیار گروه مدیریت، واحد شیراز، دانشگاه آزاد اسلامی، شیراز، ایران

**چکیده** این پژوهش با هدف ارائه الگویی جهت تبیین رابطه بین الزامات کیفیت و ابعاد کیفیت خدمات در دانشگاه‌های ایران انجام شده است. روش پژوهش توصیفی از نوع پیمایشی و جامعه آماری شامل خبرگان دانشگاهی، مدیران و کارکنان و نیز مشتریان دانشگاه‌های آزاد اسلامی استان فارس بوده است. با استفاده از روش نمونه‌گیری هدفمند تعداد ۳۰ نفر از خبرگان و با روش تصادفی طبقه‌ای تعداد ۴۱۵ نفر از مدیران و کارکنان و نیز تعداد ۴۶۴ نفر از مشتریان انتخاب شدند. ابزار جمع‌آوری داده‌ها پرسشنامه‌های الزامات کیفیت و ابعاد کیفیت خدمات بود که توسط محقق پس از مطالعه مبانی نظری و پیشینه تحقیق ساخته شد و روایی و پایایی آن برآورد و مورد تایید قرار گرفت. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از  $t$  تک نمونه‌ای و مدل معادلات ساختاری با کمک نرم‌افزار AMOS استفاده شده است. نتایج تحقیق بیانگر آن بود که وضعیت الزامات کیفیت ( $M = 3/57$ ) و وضعیت ابعاد کیفیت خدمات ( $M = 3/19$ ) در طیف نسبتاً مطلوب قرار دارد، به عبارت دیگر با توجه به سطح معناداری  $\alpha \geq 0/05$  و مناسب بودن شاخص‌های برازندگی می‌توان از این مدل برای تعیین میزان رابطه بین مؤلفه‌های الزامات کیفیت و ابعاد کیفیت خدمات در دانشگاه‌های آزاد اسلامی استان فارس استفاده کرد. همچنین نتایج تحقیق نشان داد که فقط الزام حرفه‌ای ابعاد کیفیت خدمات را پیش‌بینی می‌کند و الزام اخلاقی، رقابتی و پاسخگویی ابعاد کیفیت خدمات را پیش‌بینی نمی‌نمایند.

**کلید کلمات:** الزامات کیفیت، دانشگاه آزاد اسلامی، ابعاد کیفیت خدمات

## ۱- مقدمه

ابتدا باید مشخص شود که مشتری چه می‌خواهد و سپس در جستجوی وسیله تحقق آن برآمد[5].

سازمان‌ها با ارائه مزایای متنوع و خدمات رقابتی و تجدید ساختار خدماتشان به سوی استفاده از تکنولوژی سریع و در جهت برآورده کردن نیازهای در حال تغییر مشتریان، در حال گسترش یافتن از میان مرزها هستند. به دلیل این اقدامات، ماهیت خدمات و ارتباط با مشتریان دستخوش تغییرات شده است. محیط بسیار رقابتی و به سرعت در حال تغییری که سازمان‌ها مجبور به فعالیت در آن هستند آن‌ها را به سوی تجدید نظر در نگرش‌شان به سوی رضایت مشتری و بهینه‌سازی کیفیت خدمات سوق می‌دهد[6].

شدت گرفتن رقابت و سرعت گرفتن مقررات زدایی منجر شده بسیاری از کسب و کارهای خدماتی و خرده‌فروشی به دنبال راه‌های سود آوری، برای متمایز ساختن خود از رقبایشان باشند. یکی از استراتژی‌هایی که با موفقیت این کسب و کارها مرتبط بوده است، ارائه خدمات با کیفیت بالا می‌باشد. بر خلاف کیفیت کالاها که می‌توان آن را بصورت عینی از طریق شاخص‌هایی نظیر

امروزه سازمان‌ها دریافته‌اند که تا چه حد فقدان اطلاعات کافی درباره انتظارات و بازخورد ادراکات مشتریان از خدمات ارائه شده برای سازمان‌ها، مشکلاتی را ایجاد خواهد کرد [1]. چنانچه در دهه‌های اخیر موفقیت سازمان‌ها به توانایی و قابلیت آن‌ها در شناسایی نیازهای مشتریان و ارائه سریع و ارزان خدمات، مطابق با نیاز آن‌ها بستگی داشته است [2]. و این برتری یافتن در ارائه خدمات به مشتری، مستلزم داشتن تعهد کامل نسبت به مشتری و آگاهی از الزامات کیفیت است [3].

در طی دهه‌های اخیر، شدت یافتن رقابت میان بنگاه‌های اقتصادی در جهت بدست آوردن سهم بیشتری از بازار توجه آن‌ها را به سمت شناخت دقیق‌تر و عمیق‌تر نیازها و خواسته‌های مشتریان سوق داده است [4]. این امر با توجه به پیچیده‌تر شدن روز افزون سیستم‌های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی، خود به خود اتفاق نمی‌افتد، بلکه به روش‌ها و رویه‌هایی نظام‌مند نیاز دارد که این مفاهیم را به فرآیند سازمانی مبدل کند. از طرفی تغییر خواسته‌ها، نیازها و انتظارات مشتریان یک واقعیت انکارناپذیر است، بنابراین

\* (Corresponding author) soltani.hassan74@gmail.com

نظام آموزش عالی ایران در پیشینه خود از فرازها و فرودهای مختلفی عبور کرده و طی دهه اخیر، دچار تحولات عظیمی شده است. تعداد زیادی مؤسسات آموزشی جدید تأسیس شده و میزان ثبت نام نیز افزایش یافته و با تشدید رشد کمی در جمعیت دانشجویی، آشکارا به سوی تمرکزگرایی مفرط سیر کرده است که نتیجه آن کاهش شاخص‌های کیفی مراکز آموزش عالی کشور بوده است. البته، افزایش میزان ثبت نام دلیلی بر کیفیت آموزش عالی نیست، بلکه اداره صحیح، حفظ کردن و رضایتمندی دانشجویان نیز از وظایف اصلی دانشگاه‌هاست.

از آنجا که در بازار رقابتی، رضایت از خدمات، عامل تمایز است، رضایت دانشجویان عامل تعیین کننده‌ای برای ارزیابی مؤسسات آموزش عالی به شمار می‌رود. اما با توجه به این که عوامل ناملموس بسیاری در میزان رضایت مشتری از خدمات تأثیرگذار می‌باشد، ارزیابی کیفیت یک چالش است. مطالعات نشان می‌دهند که بین انتظارات و ادراکات دانشجویان از کیفیت خدمات آموزشی شکاف منفی وجود دارد و مراکز آموزش عالی نتوانسته‌اند انتظارات دانشجویان را برآورده نمایند که این امر موجب کاهش انگیزه و نارضایتی دانشجویان می‌گردد. دانشگاه آزاد اسلامی در سند راهبردی خود در اندیشه این است که در افق ۱۴۴۰ انتخاب برتر استعدادها، پرورش دهنده انسان‌های متدین، خلّاق و نوآور، حرفه‌ای و کارآمد باشد. لذا مشتری مداری و برآورده کردن انتظارات دانشجویان و مشتریان بهترین راهکار برای این منظور است.

بنابر این پژوهش حاضر در جستجوی بررسی وضعیت سیستم کیفیت خدمات در واحدهای دانشگاه آزاد اسلامی استان فارس می‌باشد و بررسی می‌شود که آیا بین وضعیت الزامات کیفیت، سیر تحول کیفیت، نگرش‌های کیفیت و ابعاد کیفیت خدمات در واحدهای با درجه جامع، بسیار بزرگ، بزرگ، متوسط و کوچک در دانشگاه‌های آزاد اسلامی استان فارس تفاوت معناداری وجود دارد؟ به بیانی دیگر در این تحقیق بررسی می‌شود که وضعیت سیستم کیفیت خدمات در واحدهای دانشگاه آزاد اسلامی استان فارس چگونه است؟ همچنین با توجه به مطالب عنوان شده این پژوهش به دنبال بررسی مطالعه تطبیقی سیستم کیفیت خدمات در واحدهای دانشگاه آزاد اسلامی استان فارس به منظور ارائه مدل مطلوب می‌باشد.

## ۲- ادبیات پژوهش

مروزه کیفیت خدمات می‌تواند به یک سازمان جهت متمایز کردن خود از دیگر سازمان‌ها و دستیابی به مزیت رقابتی پایدار کمک کند [12]. شرکت‌ها با ارائه خدمات با کیفیت می‌توانند مزایای

قابلیت دوام، تعداد نقائص و غیره شناخت؛ کیفیت خدمات ساختاری انتزاعی و مجرد دارد که نشأت گرفته از ویژگی‌های خدمات می‌باشد. بنابراین در نبود معیارهای عینی، سنجش ادراکات مشتریان از کیفیت یک روش مناسب برای ارزیابی کیفیت خدمات شرکتها می‌باشد [7].

سرمایه گذاری در افزایش کیفیت خدمات سازمان منجر به سود آوری شرکت می‌شود. اما ارتباط بین کیفیت خدمات و سودآوری یک رابطه ساده نیست. ارائه خدمات با کیفیت منجر به تکرار خرید و حفظ مشتریان می‌شود. این امر نیز از طریق عوامل گوناگون باعث افزایش حاشیه سود و فروش شرکت خواهد شد که در نهایت باعث سودآوری شرکت می‌شود [8].

امروزه بیش از هر زمان دیگری موضوع کیفیت خدمات به عنوان عاملی مهم برای رشد، موفقیت سازمان‌ها و به عنوان موضوعی راهبردی، مؤثر و فراگیر در دستور کار مدیریت سازمان‌ها قرار گرفته است [9]. ولی با وجودی که تنها حدود سه دهه از انجام تحقیقات در این زمینه می‌گذرد بسیاری از محققان معتقدند که یکی از چالش‌هایی که در بحث کیفیت مطرح است این است که، کیفیت کالا را می‌توان به وسیله معیارهای عینی مانند دوام یا تعداد نقایص موجود در کالا اندازه‌گیری کرد ولی کیفیت خدمات، ساختاری انتزاعی و مبهم دارد و این در حالی است که ارتقاء کیفیت خدمات از اهمیت زیادی برخوردار است [10]. سازمان‌های بخش دولتی و عمومی نیز دریافته‌اند که ارائه خدمات با کیفیت به مشتریان، از مقوله‌های راهبردی و استراتژیک بقای سازمان‌ها در سال‌های آینده می‌باشد. به همین دلیل به اهمیت بحث کیفیت و لزوم سنجش آن واقفند ولی مشکل آنجاست که این سازمان‌ها به درستی به ابعاد مختلف و عوامل مؤثر بر کیفیت خدمات واقف نمی‌باشند. مدیران بخش‌های خدماتی همواره درصد اثبات محوریت مشتریان در سازمان‌ها مجبورند ابتدا نیازها و انتظارات مشتریان خود را شناسایی نموده و سپس اندازه‌گیری ادراکات آن‌ها از خدمات دریافتی، فاصله میان انتظارات و ادراکات مشتریان از دریافت خدمات خود را شناسایی کنند. اصولاً سنجش کیفیت خدمات، بسیار پیچیده‌تر از سنجش کیفیت کالاها است [1].

نگرانی مربوط به کیفیت در آموزش عالی موضوع تازه‌ای نیست. دانشگاه‌های قرون وسطی، اجتماعی خودگردان متشکل از بخش‌هایی بودند که کیفیت خود را بهبود می‌بخشیدند. این سنت تا هنگامی که دانشگاه‌ها به عنوان مؤسسات خودگردان فعالیت می‌کردند، ادامه یافت. تا اینکه جهانی شدن، دیدگاه جهانی درباره چگونگی سازمان دهی، مدیریت و تامین بودجه آموزش عالی و پاسخگو نمودن آن از طریق فرآیندهای تضمین کیفیت را تا حد زیادی دگرگون ساخت [11].

در حقیقت بهبود کیفیت خدمات به عنوان یک استراتژی حیاتی برای موفقیت و بقاء در محیط رقابتی کنونی به شمار می‌رود. در این میان کلید ارائه خدمات اثربخش به مشتریان تعیین صحیح نیازها و خواسته‌های مشتریان و سپس پاسخگویی به آن‌ها به شکلی صحیح می‌باشد [20].

پرداختن به کیفیت خدمات اهمیت ویژه‌ای دارد و دلایل متعددی را می‌توان برشمرد که بدان جهت سازمان‌ها بایستی به دنبال ارائه خدمات با کیفیت‌تر به مشتریان خود باشند. از آنجا که تاکنون تحقیقی پیرامون بررسی سیر تحول کیفیت، الزامات کیفیت و نگرش‌های کیفیت خدمات در دانشگاه‌های آزاد اسلامی انجام نشده است، لذا انجام این تحقیق از جهات مختلف دارای اهمیت می‌باشد که مهم‌ترین آن‌ها عبارتند از:

۱- افزایش انتظارات مشتریان: واقعیت آن است که انتظارات مشتریان نسبت به گذشته افزایش یافته است. افزایش انتظارات مشتریان را می‌توان به چندین عامل ربط داد؛ از جمله، افزایش آگاهی‌ها و سطح دانش مشتریان، تبلیغات سازمان، عملکرد رقبا و غیره [21].

۲- فعالیت رقبا: رقبا با تغییر مداوم خدمات خود و چگونگی ارائه آن به مشتریان، مدام در حال متغیر کردن بازار هستند و از این راهکار درصددند تا سهم بازار خود را از بازار موجود افزایش دهند، این امر خود باعث افزایش انتظارات مشتریان می‌شود [22].

۳- عوامل محیطی: عوامل محیطی از جمله عوامل سیاسی و قانونی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی، سازمان‌ها را وادار به ارائه خدمات با کیفیت‌تر می‌کند. برای مثال می‌توان به "طرح تکریم مردم و جلب رضایت ارباب رجوع در نظام اداری" اشاره نمود [23].

۴- ماهیت خدمات: ارزیابی کیفیت خدمات با توجه به ویژگی‌های خدمات برای دریافت کنندگان آن مشکل می‌باشد. بدین دلیل مشتریان با توجه به شواهد فیزیکی احاطه کننده خدمات و نیز رفتار و برخورد کارکنان (که دو عامل اساسی در ارزیابی خدمات به شمار می‌روند) به ارزیابی کیفیت خدمات می‌پردازند [24].

۵- عوامل درون سازمانی: سازمان‌ها با فعالیت‌های ترفیعی خود انتظارات و خواسته‌های مشتریان را بالا می‌برند. در نتیجه مشتری زمانی که به سازمان مراجعه می‌کند، انتظار خدمات وعده شده را دارد، بنابراین عملکرد سازمان بایستی بگونه‌ای باشد که پاسخگویی انتظارات ایجاد شده در مشتریان باشد [25].

۶- مزایای ناشی از کیفیت خدمات: علاوه بر موارد بالا مزایای ناشی از کیفیت خدمات خود عامل دیگری است که سازمان‌ها را به ارائه خدمات با کیفیت ترغیب می‌کند. یکی از اثرات مستقیم

رقابتی از نظر جایگاه کسب کنند. شرکت‌هایی که عمیقاً کیفیت گرا می‌شوند در هر دو جنبه فرهنگ درونی و شهرت بیرونی، توسعه می‌یابند به گونه‌ای که تقلید آن توسط رقبا مشکل می‌باشد [13]. اگر چه تعاریف زیادی در خصوص کیفیت خدمات ارائه شده است با این حال اغلب تعاریف کیفیت خدمات در مقوله مشتری محور قرار می‌گیرد.

در سال‌های اخیر، توجه زیادی به نیازهای مشتریان در رابطه با سطوح کیفیت خدمات شده است. سطوح بالای ارائه خدمت به مشتریان به عنوان ابزاری در جهت نیل به مزیت‌های رقابتی استفاده می‌شود.

فیلیپ و دیگران<sup>۱</sup> در تحقیقات خود به این نتیجه رسیدند که کیفیت محصولات و خدمات واحدهای تجاری استراتژیک، مهم‌ترین عاملی است که بر عملکرد این واحدها اثرگذار است. آن‌ها عنوان می‌کنند که کیفیت برتر، سودهای بیشتری از طریق قیمت‌های بالاتر ایجاد می‌کند و نیز راهی است برای رشد واحدها. بعلاوه بازل و گال اظهار می‌کنند که به دلیل اثر کیفیت بر ارزش ادراک شده از سوی مشتریان، کیفیت خدمات نه تنها با قابلیت سودآوری سازمان، بلکه با رشد سازمان نیز در ارتباط است. همچنین زیتمال و دیگران در تحقیقات خود دریافتند که شرکت‌های خدماتی رهبر در آمریکا نسبت به کیفیت عالی و سواس دارند. در حقیقت، کیفیت عالی، کلیدی است برای متمایز بودن، بهره‌وری و کارایی [14]. در گذشته به دلیل محدود بودن رقابت، به خواسته‌های مشتریان توجه چندانی نمی‌شد و افراد مجبور بودند خدمات را با هر کیفیتی دریافت کنند ولی امروزه به خاطر افزایش رقابت، توجه به کیفیت خدمات و اندازه‌گیری ابعاد آن، شرط لازم برای دستیابی به موفقیت است [15]. اولین قدم برای ارائه خدمات با کیفیت به مشتری و جلب رضایت او، شناخت ابعاد کیفیت خدمات و میزان اهمیت هر یک از این ابعاد برای مشتری می‌باشد [16].

در چنین فضایی به ویژه برای سازمان‌های عمومی، ارائه خدمات مناسب‌تر و توجه بیشتر به ارباب رجوع ضرورت پیدا می‌کند، چرا که داور نهایی کیفیت خدمات عمومی ارباب رجوع است. بنابراین بهبود کیفیت در سازمان‌های عمومی مستلزم تعاملات این سازمان‌ها در ارائه خدمات با کیفیت به مردم است [17]. پس در سازمان‌های دولتی و خدماتی یکی از ابعاد مهمی که باید مورد توجه قرار گیرد، خدمت و کیفیت ارائه خدمت به مشتری می‌باشد [18]. زبایی کیفیت خدمات، از جمله گام‌های اساسی در تدوین برنامه‌های ارتقا کیفیت محسوب می‌شود [19].

<sup>1</sup> Philip et al

۷- نبود ساختار مشخص و مناسب برای بررسی وضعیت سیستم کیفیت خدمات در دانشگاه آزاد اسلامی و عدم اهتمام بر تغییر وضعیت موجود

لذا این پژوهش در پی پاسخ به این سؤال است که آیا بین الزامات کیفیت و ابعاد کیفیت خدمات در دانشگاه‌های آزاد اسلامی استان فارس رابطه معناداری وجود دارد؟

### ۳- روش تحقیق

با توجه به موضوع تحقیق حاضر تحت عنوان بررسی رابطه بین الزامات کیفیت و ابعاد کیفیت خدمات در واحدهای دانشگاه آزاد اسلامی استان فارس، نوع روش تحقیق توصیفی از نوع پیمایشی می‌باشد. این تحقیق از نظر هدف، کاربردی و توسعه‌ای است که به شیوه تحقیقات میدانی به جمع‌آوری داده‌ها پرداخته است.

پژوهش حاضر دارای دو جامعه آماری به شرح زیر می‌باشد:

الف) جامعه آماری مدیران و کارکنان در واحدهای دانشگاه آزاد اسلامی استان فارس ۲۴۱۴ نفر می‌باشد که بر اساس فرمول کوکران تعداد ۳۳۲ نفر از مدیران و کارکنان به عنوان نمونه پاسخ دهندگان انتخاب می‌شوند و روش نمونه‌گیری طبقه‌بندی تصادفی متناسب با حجم جامعه می‌باشد.

ب) مشتریان و ارباب رجوع که جامعه آماری نامحدود دارند و بر اساس جدول ایزرائیل تعداد نمونه کافی برای جامعه‌ای با بیش از یکصد هزار نفر با سطح دقت ۵٪، ۴۰۰ نفر می‌باشد [27]. بنابراین تعداد نمونه در این پژوهش ۴۰۰ نفر در نظر گرفته شد.

### ۴- ابزار جمع‌آوری داده‌ها

یکی از نکات ضروری آن است که پژوهشگر باید درباره‌ی نوع داده‌ها و ابزار گردآوری آن‌ها تصمیم‌گیری کند. ابزار گردآوری تحت تأثیر تصمیم‌هایی است که پژوهشگر درباره‌ی نوع داده‌هایی که قرار است گردآوری شوند، اتخاذ می‌کند. این تصمیم هم یک تصمیم نظری و هم یک تصمیم عملی است [27]. پرسشنامه‌های استفاده شده در این پژوهش مطابق جدول ۱ می‌باشد.

ارائه خدمات با کیفیت، افزایش توانایی سازمان جهت ارائه خدمات صورتی کارا به مشتریان می‌باشد، چرا که سازمان دریافت‌کننده است که مشتریان چه خواسته و نیازهایی دارند، لذا از خدمات غیر ضروری کاسته و یا آن‌ها را حذف می‌نماید. با افزایش کارایی و اثربخشی در ارائه خدمات سودآوری سازمان افزایش خواهد یافت. همچنین ارائه خدمات بهتر به مشتریان باعث تکرار خرید و گسترش تبلیغات دهان به دهان مثبت به مشتریان بالقوه می‌گردد [26].

در دو دهه گذشته، تغییرات اقتصادی-اجتماعی، سرعت گسترش اطلاعات و تغییرات فناوری‌ها و جهانی شدن اقتصاد از یک سو، و عدم تناسب محتوای برنامه‌های دانشگاه‌ها با نیازهای جامعه و مطلوب نبودن سطح دانش و مهارت اکتسابی دانش‌آموختگان دانشگاه‌ها از سوی دیگر، نظام‌های آموزش عالی را وارد دوران جدیدی کرده است که "رقابت" و "کیفیت" از مشخصه‌های اصلی آن محسوب می‌شود. در این میان دانشگاه آزاد اسلامی با داشتن حدود چهل درصد جمعیت دانشجویی کشور باید برای مقوله کیفیت و رقابت، اهمیت ویژه‌ای قابل شود، لذا انجام این پژوهش در دانشگاه آزاد اسلامی به دلایل زیر از اهمیت برخوردار می‌باشد:

۱- نبود یک چشم انداز و برنامه راهبردی در حوزه ارزشیابی کیفیت در دانشگاه آزاد اسلامی و به تبع آن نبود زبان و اندیشه مشترک از مفاهیم و اصطلاحات مذکور از جمله کیفیت

۲- عدم توجه به دانش و تجربه بین‌المللی، نتایج پژوهش‌ها، فعالیت‌ها و تجارب ملی در زمینه ساختارسازی و روش‌های علمی ارزشیابی کیفیت در دانشگاه آزاد اسلامی

۳- عدم تبعیت کامل از یک الگوی جامع ارزشیابی کیفیت و اهتمام در پیاده کردن کلیه مراحل آن و به تبع نبود نظام بازخورد در دانشگاه آزاد اسلامی

۴- عدم وجود پایگاه‌های اطلاعاتی مناسب و به روز، متناسب با نیازهای اطلاعاتی ارزشیابی، اعتبارسنجی و تضمین کیفیت در دانشگاه آزاد اسلامی

۵- عدم ارتباط و زبان مشترک بین مدیران و تصمیم‌گیران حوزه‌های ذیصلاح و صاحب‌نظران حوزه‌های ارزشیابی کیفیت در دانشگاه آزاد اسلامی در خصوص مفاهیم، اصول، پیش‌بایست‌ها و الگوهای ارزشیابی سیستم کیفیت خدمات در دانشگاه آزاد اسلامی

۶- عدم استفاده درست از دانش و تخصص حداقل نیروی تخصصی و کارشناس در حوزه کیفیت و نداشتن برنامه‌ای برای تربیت نیروی انسانی متخصص در دانشگاه آزاد اسلامی در کلیه سطوح، خصوصاً در سطح تحصیلات تکمیلی

جدول ۱- پرسشنامه‌ها، پاسخ دهندگان و تعداد آنها

| پرسشنامه  | موضوع پرسشنامه    | پاسخ دهندگان         | تعداد |
|-----------|-------------------|----------------------|-------|
| شماره یک  | طراحی و تأیید مدل | خبرگان               | ۳۰    |
| شماره دو  | الزامات کیفیت     | مدبران و کارکنان     | ۴۱۵   |
| شماره پنج | ابعاد کیفیت       | مشتریان و ارباب رجوع | ۴۶۴   |

## ۵- روایی ابزار سنجش

در این پژوهش برای سنجش اعتبار ابزار اندازه گیری، از اعتبار صوری، اعتبار محتوا و اعتبار سازه استفاده شده است.

### ۱-۵- تحلیل عاملی مؤلفه‌های الزام کیفیت

از روش تحلیل عاملی در نرم‌افزار SPSS<sup>23</sup> جهت پی بردن به متغیرهای زیر بنایی یک پدیده یا تلخیص مجموعه‌ای از داده‌ها استفاده می‌شود. داده‌های اولیه برای تحلیل عاملی، ماتریس همبستگی بین متغیرها است [28]. قدرت رابطه بین عامل (مؤلفه‌ها) و متغیر قابل مشاهده (شاخص‌ها) بوسیله بار عاملی نشان داده می‌شود. بار عاملی مقداری بین صفر و یک است. اگر بار عاملی کمتر از ۰/۳ باشد رابطه ضعیف در نظر گرفته شده و از آن صرف‌نظر می‌شود. بار عاملی بین ۰/۳ تا ۰/۶ قابل قبول است و اگر بزرگتر از ۰/۶ باشد خیلی مطلوب است [29].

نتایج حاصل از تحلیل عاملی اکتشافی که به روش مؤلفه‌های اصلی و با چرخش واریماکس انجام گردید، حاکی از آن بود که یک ساختار چهار عاملی، روش مناسبی برای توصیف گویه‌های مربوطه است. این چهار عامل بر روی هم ۵۵/۶۸ درصد از واریانس مقیاس را تبیین می‌کردند. در ضمن برای بررسی کفایت نمونه‌گیری محتوایی از آزمون کایزر- مایر- اولکین (KMO) استفاده شد که برابر با ۰/۷۶ و مقدار آزمون بارتلت برای معنی‌داری ماتریس همبستگی بین گویه‌ها، در سطح ۰/۰۰۱ معنی‌دار بود. جدول ۲ نتایج حاصل از این تحلیل‌ها را نشان می‌دهد.

جدول ۲- نتایج آزمون کایزر- مایر- اولکین (KMO) و بارتلت

| آزمون KMO | مقدار کای دو | درجه آزادی | سطح معناداری |
|-----------|--------------|------------|--------------|
| ۰/۷۶      | ۲۲۶۱/۵۴      | ۱۵۳        | ۰/۰۰۱        |

### ۲-۵- تحلیل عاملی مؤلفه‌های ابعاد کیفیت

نتایج حاصل از تحلیل عاملی اکتشافی که به روش مؤلفه‌های اصلی و با چرخش واریماکس انجام گردید، حاکی از آن بود که یک ساختار چهار عاملی، روش مناسبی برای توصیف گویه‌های مربوطه است. این چهار عامل بر روی هم ۶۷/۶۲ درصد از واریانس مقیاس را تبیین می‌کردند. در ضمن برای بررسی کفایت نمونه‌گیری محتوایی از آزمون کایزر- مایر- اولکین (KMO) استفاده شد که برابر با ۰/۷۹ و مقدار آزمون بارتلت برای معنی‌داری ماتریس همبستگی بین گویه‌ها، در سطح ۰/۰۰۱ معنی‌دار بود. جدول ۳ نتایج حاصل از این تحلیل‌ها را نشان می‌دهد.

جدول ۳- نتایج آزمون کایزر- مایر- اولکین (KMO) و بارتلت

| آزمون KMO | مقدار کای دو | درجه آزادی | سطح معناداری |
|-----------|--------------|------------|--------------|
| ۰/۷۹      | ۸۰۴۹/۲۹      | ۷۸۰        | ۰/۰۰۱        |

### ۶- پایایی (اعتبارسنجی) پرسشنامه‌های پژوهش

برای تعیین پایایی پرسشنامه محقق ساخته، ابتدا این پرسشنامه بر روی یک نمونه ۳۵ نفری که به صورت تصادفی ساده از جامعه مورد نظر انتخاب شده بودند، اجرا شد و با روش الفای کرونباخ و با استفاده از SPSS<sup>23</sup> پایایی چهار پرسشنامه (الزامات کیفیت، سیر تحول کیفیت خدمات، نگرش‌های کیفیت و ابعاد کیفیت خدمات) به ترتیب ۰/۸۷، ۰/۹۶، ۰/۹۲ و ۰/۸۲ بدست آمد که این مقدار بیانگر پایایی بالای پرسشنامه بود. با تأیید پرسشنامه، کار پژوهش آغاز و پرسشنامه‌ها توزیع و جمع‌آوری گردید. در ادامه دوباره پایایی کلی چهار متغیر پژوهش با روش الفای کرونباخ و با استفاده از SPSS<sup>23</sup> سنجیده شد که نتایج در جدول ۴ آورده شده است. بنا به عقیده صاحب نظران چنانچه ضرایب پایایی بالاتر از ۰/۷۰ باشد، می‌توان به نتایج بدست آمده اعتماد نمود. با توجه به نتایج جدول ۴ چهار متغیره مورد بررسی در این پژوهش دارای ضرایبی بالای ۰/۷۰ بوده‌اند. بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که ابزار اندازه‌گیری از پایایی قابل قبولی برخوردار است.

جدول ۴- ضرایب آلفای کرونباخ پرسشنامه‌های پژوهش

| متغیر         | تعداد گویه | ضریب آلفای کرونباخ |
|---------------|------------|--------------------|
| الزامات کیفیت | ۱۸         | ۰/۷۵               |
| ابعاد کیفیت   | ۴۰         | ۰/۸۳               |

## ۷- روش تجزیه و تحلیل داده‌ها

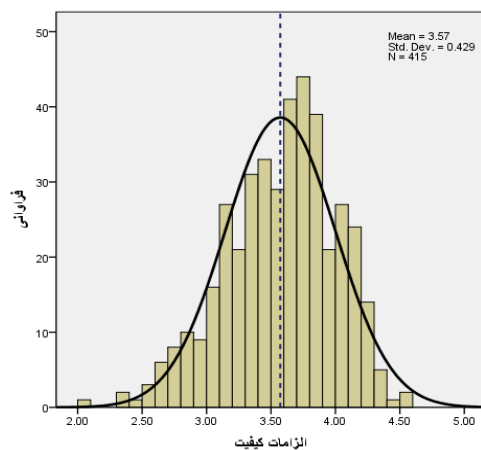
## ۸- توصیف متغیرهای پژوهش

## ۸-۱- توصیف الزامات کیفیت

همان‌طوری که جدول ۵ نشان می‌دهد میانگین وضعیت الزامات کیفیت برابر ۳/۵۷ و انحراف استاندارد آن نیز برابر ۰/۴۳ بوده است و به طور متوسط از نمره ۵ کمترین نمره‌ای که توسط کارکنان و اساتید به این متغیر داده شده ۲/۰۵ و بیشترین آن ۴/۵۳ بوده است. نمودار ۱ نیز، وضعیت الزامات کیفیت را نشان می‌دهد.

جدول ۵- آماره‌های توصیفی الزامات کیفیت

| آماره متغیر   | میانگین | انحراف استاندارد | کمترین | بیشترین | وضعیت        |
|---------------|---------|------------------|--------|---------|--------------|
| الزامات کیفیت | ۳/۵۷    | ۰/۴۳             | ۲/۰۵   | ۴/۵۳    | نسبتاً مطلوب |



نمودار ۱ - هیستوگرام وضعیت الزامات کیفیت

## ۸-۲- وضعیت متغیر ابعاد کیفیت خدمات

همان‌طوری که جدول ۶ نشان می‌دهد میانگین وضعیت متغیر ابعاد کیفیت خدمات برابر ۳/۱۹ و انحراف استاندارد آن نیز برابر ۰/۲۷ بوده است و به طور متوسط از نمره ۵ کمترین نمره‌ای که

تجزیه و تحلیل داده‌های پژوهش در سطح آمار توصیفی (فراوانی، میانگین، انحراف استاندارد، کمترین، بیشترین، کجی و کشیدگی، جدول و نمودار) و آمار استنباطی (آزمون t تک نمونه‌ای برای بررسی چگونگی وضعیت متغیرها و مؤلفه‌های پژوهش) با استفاده از نرم‌افزار SPSS<sup>23</sup> و روش الگویی معادلات ساختاری با استفاده از نرم‌افزار AMOS<sup>23</sup> انجام گرفت. به منظور ارزیابی الگوی پیشنهادی، رویکرد دو مرحله‌ای آندرسون و گرینگ<sup>۴</sup> (۱۹۸۸) مورد استفاده قرار گرفت. در مرحله اول الگوی اندازه‌گیری و در مرحله دوم بخش ساختاری الگو بر پایه نتایج مرحله اول و با استفاده از الگویی معادلات ساختاری<sup>۵</sup> (SEM) برآورد شدند. مدل‌یابی معادلات ساختاری یک تکنیک تحلیل چند متغیری بسیار کلی و نیرومند از خانواده رگرسیون چند متغیری و به بیان دقیق‌تر بسط «مدل خطی کلی»<sup>۶</sup> است. که به پژوهشگر امکان می‌دهد مجموعه‌ای از معادلات رگرسیون را به گونه هم‌زمان مورد آزمون قرار دهد. مدل‌یابی معادله ساختاری یک رویکرد جامع برای آزمون فرضیه‌هایی درباره روابط متغیرهای مشاهده شده و مکنون است که گاه تحلیل ساختاری کوواریانس، مدل‌یابی علی نامیده شده است اما اصطلاح غالب در این روزها، مدل‌یابی معادله ساختاری یا به گونه خلاصه SEM است [30].

جهت آزمون اثرهای واسطه‌ای در الگوی پیشنهادی و معنی‌داری آن‌ها از روش بارون و کنی<sup>۷</sup> (۱۹۸۶) و آزمون سوبل<sup>۸</sup> (۱۹۸۲) استفاده شد. تعیین کفایت برازش الگوی پیشنهادی با استفاده از چندین شاخص برازندگی انجام گرفت، این شاخص‌ها عبارتند از: مقدار کای‌دو<sup>۹</sup>، شاخص هنجار شده مجذور کای دو<sup>۱۰</sup> (نسبت مجذور کای بر درجات آزادی)، شاخص نیکویی برازش<sup>۱۱</sup> (GFI)، شاخص نیکویی برازش تعدیل یافته<sup>۱۲</sup> (AGFI)، شاخص برازندگی هنجار شده<sup>۱۳</sup> (NFI)، شاخص برازندگی تطبیقی<sup>۱۴</sup> (CFI)، شاخص برازندگی افزایشی<sup>۱۵</sup> (IFI)، شاخص تاکر-لویس<sup>۱۶</sup> (TLI) و جذر میانگین مجذورات خطای تقریب<sup>۱۶</sup> (RMSEA).

10. Goodness-of-fit index
11. Adjusted goodness-of-fit index
12. Normed fit index
13. Comparative fit index
14. Incremental fit index
15. Tucker-Lewis index
16. Root-mean-square error of approximation

2. statistical package for social science
3. Alpha Micro Operating System
4. Anderson & Gerbing
5. Structural Equation Modeling
6. General linear model
6. Baron & Kenny
7. Sobel
8. Chi-square
9. Normed X2 index

جدول ۷- الگوی ساختاری مسیر و ضریب استاندارد آن در رگرسیون

چندگانه (تحلیل مسیر)

| سطح معناداری | ضرایب مسیر |                        |                       | مسیر                             |
|--------------|------------|------------------------|-----------------------|----------------------------------|
|              | مقدار Z    | پارامتر استاندارد نشده | پارامتر استاندارد شده |                                  |
| ۰/۳۰۳        | ۱/۰۳       | ۰/۰۳                   | ۰/۰۷                  | الزام اخلاقی ← ابعاد کیفیت خدمات |

فرضیه  $H_1$ : بین الزام رقابتی و ابعاد کیفیت خدمات در دانشگاه‌های آزاد اسلامی استان فارس رابطه‌ی معناداری وجود دارد.

با توجه به اطلاعات جدول ۸، بین الزام رقابتی و ابعاد کیفیت خدمات در دانشگاه‌های آزاد اسلامی استان فارس رابطه معناداری با ضریب استاندارد (-۰/۰۴) و ( $Z = -۰/۳۹$ ) و سطح معناداری (۰/۵۶) وجود ندارد. مقدار Z کوچکتر از ۱/۹۶ نشان دهنده این است که الزام رقابتی نمی‌تواند بر روی ابعاد کیفیت خدمات در دانشگاه‌های آزاد اسلامی استان فارس تأثیرگذار باشد. بنابراین فرض خلاف رد می‌شود و فرض صفر مبنی بر این که بین الزام رقابتی و ابعاد کیفیت خدمات رابطه‌ی معناداری وجود ندارد، پذیرفته می‌شود. یعنی؛ با ۹۵ درصد اطمینان می‌توان نتیجه گرفت که الزام رقابتی کارکنان و اساتید دانشگاه‌های آزاد اسلامی استان فارس، ابعاد کیفیت خدمات آنان را پیش‌بینی نمی‌کند.

جدول ۸- الگوی ساختاری مسیر و ضریب استاندارد آن در رگرسیون

چندگانه (تحلیل مسیر)

| سطح معناداری | ضرایب مسیر |                        |                       | مسیر                             |
|--------------|------------|------------------------|-----------------------|----------------------------------|
|              | مقدار Z    | پارامتر استاندارد نشده | پارامتر استاندارد شده |                                  |
| ۰/۵۵۷        | -۰/۳۹      | -۰/۰۱                  | -۰/۰۴                 | الزام رقابتی ← ابعاد کیفیت خدمات |

فرضیه  $H_1$ : بین الزام پاسخگویی و ابعاد کیفیت خدمات در دانشگاه‌های آزاد اسلامی استان فارس رابطه‌ی معناداری وجود دارد.

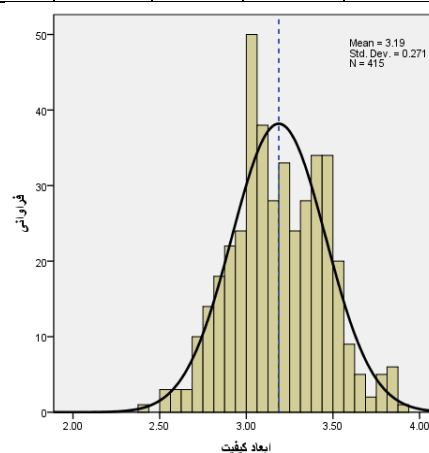
با توجه به اطلاعات جدول ۹، بین الزام پاسخگویی و ابعاد کیفیت خدمات در دانشگاه‌های آزاد اسلامی استان فارس رابطه معناداری با ضریب استاندارد (۰/۰۶) و ( $Z = ۰/۹۲$ ) و سطح معناداری (۰/۳۶) وجود ندارد. مقدار Z کوچکتر از ۱/۹۶ نشان دهنده این است که الزام پاسخگویی نمی‌تواند بر روی ابعاد کیفیت خدمات در دانشگاه‌های آزاد

جلد ۷- شماره ۴- زمستان ۱۳۹۶

توسط ارباب رجوع به این متغیر داده شده ۲/۳۹ و بیشترین آن ۳/۹۱ بوده است. نمودار (۴-۱۹) نیز، وضعیت ابعاد کیفیت خدمات را نشان می‌دهد. در ضمن با توجه به استاندارد بازرگان و همکاران میانگین وضعیت ابعاد کیفیت خدمات ( $M = ۳/۱۹$ ) در طیف نسبتاً مطلوب (۲/۶۶ - ۲/۳۴) قرار دارد.

جدول ۶- آماره‌های توصیفی ابعاد کیفیت خدمات

| آماره متغیر       | میانگین | انحراف استاندارد | کمترین | بیشترین | وضعیت        |
|-------------------|---------|------------------|--------|---------|--------------|
| ابعاد کیفیت خدمات | ۳/۱۹    | ۰/۲۷             | ۲/۳۹   | ۳/۹۱    | نسبتاً مطلوب |



نمودار ۲- هیستوگرام وضعیت ابعاد کیفیت خدمات

## ۹- آمار استنباطی

فرضیه  $H_1$ : بین الزام اخلاقی و ابعاد کیفیت خدمات در دانشگاه‌های آزاد اسلامی استان فارس رابطه‌ی معناداری وجود دارد.

با توجه به اطلاعات جدول ۷، بین الزام اخلاقی و ابعاد کیفیت خدمات در دانشگاه‌های آزاد اسلامی استان فارس رابطه معناداری با ضریب استاندارد (۰/۰۷) و ( $Z = ۱/۰۳$ ) و سطح معناداری (۰/۳۰) وجود ندارد. مقدار Z کوچکتر از ۱/۹۶ نشان دهنده این است که الزام اخلاقی نمی‌تواند بر روی ابعاد کیفیت خدمات در دانشگاه‌های آزاد اسلامی استان فارس تأثیرگذار باشد. بنابراین فرض خلاف رد می‌شود و فرض صفر مبنی بر این که بین الزام اخلاقی و ابعاد کیفیت خدمات رابطه‌ی معناداری وجود ندارد، پذیرفته می‌شود. یعنی؛ با ۹۵ درصد اطمینان می‌توان نتیجه گرفت که الزام اخلاقی کارکنان و اساتید دانشگاه‌های آزاد اسلامی استان فارس، ابعاد کیفیت خدمات آنان را پیش‌بینی نمی‌کند.

نشریه مهندسی و مدیریت کیفیت

فرضیه H<sub>1</sub>: بین مؤلفه‌های الزامات کیفیت و ابعاد کیفیت خدمات در دانشگاه‌های آزاد اسلامی استان فارس رابطه وجود دارد.

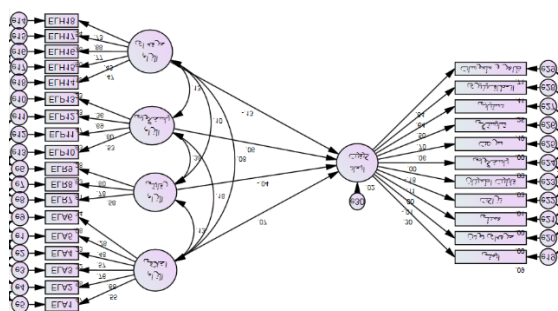
به منظور پاسخگویی به این سؤال، رگرسیون چندگانه (تحلیل مسیر) با استفاده از نرم‌افزار AMOS<sub>23</sub> انجام شد.

از آنجا که یکی از مفروضات استفاده از تحلیل رگرسیون نبود رابطه خطی مشترک چندگانه بین متغیرهاست. ضرایب همبستگی بین متغیرهای پیش‌بین مورد نظر در این سؤال، به منظور بررسی نبود رابطه خطی مشترک چندگانه بین متغیرها، محاسبه شد. درباره این که چه مقدار همبستگی بین متغیرهای پیش‌بین نشان دهنده وجود هم خطی چندگانه است اختلاف نظرهایی وجود دارد، ولی در مجموع اغلب صاحب نظران ضرایب بالاتر از ۰/۷ و ۰/۸ را به عنوان وجود هم خطی چندگانه پذیرفته‌اند. نتایج جدول ۱۱ نشان داد که بین اکثر متغیرهای پیش‌بین ضرایب همبستگی مثبت و معناداری بدست آمده است ولی بین این متغیرها، رابطه خطی مشترک چندگانه وجود نداشته است.

جدول ۱۱- ماتریس همبستگی بین مؤلفه‌های الزامات کیفیت

| متغیرها           | ۱     | ۲      | ۳      | ۴     | ۵ |
|-------------------|-------|--------|--------|-------|---|
| ۱. الزام اخلاقی   | ۱     |        |        |       |   |
| ۲. الزام رقابتی   | ۰/۱۰* | ۱      |        |       |   |
| ۳. الزام پاسخگویی | ۰/۱۰* | ۰/۴۰** | ۱      |       |   |
| ۴. الزام حرفه‌ای  | ۰/۰۹  | ۰/۰۹   | ۰/۱۴** | ۱     |   |
| ۵. ابعاد کیفیت    | -۰/۰۲ | ۰/۰۳   | ۰/۰۰۲  | ۰/۱۱* | ۱ |

P<0/05\* p<0/01\*\*



RMSEA= 0.01, P-Value = 0.13, CMIN/DF = 1.09

شکل ۱- مدل برازش شده جهت بررسی میزان رابطه بین مؤلفه‌های الزامات کیفیت و ابعاد کیفیت خدمات در دانشگاه‌های آزاد اسلامی استان فارس

با توجه به نتایج حاصل از جدول ۱۲، تحلیل برازش مدل با عنایت به شاخص‌های برازندگی، می‌توان گفت که مدل تحلیل عاملی برای سؤال مورد نظر دارای برازش مناسبی می‌باشد. به عبارت دیگر با توجه به سطح معناداری  $\alpha \geq 0/05$  و مناسب بودن شاخص‌های برازندگی می‌توان از این مدل برای تعیین میزان رابطه بین مؤلفه‌های

اسلامی استان فارس تأثیرگذار باشد. بنابراین فرض خلاف رد می‌شود و فرض صفر مبنی بر این که بین الزام پاسخگویی و ابعاد کیفیت خدمات رابطه‌ی معناداری وجود ندارد، پذیرفته می‌شود. یعنی؛ با ۹۵ درصد اطمینان می‌توان نتیجه گرفت که الزام پاسخگویی کارکنان و اساتید دانشگاه‌های آزاد اسلامی استان فارس، ابعاد کیفیت خدمات آنان را پیش‌بینی نمی‌کند.

جدول ۹- الگوی ساختاری مسیر و ضریب استاندارد آن در رگرسیون چندگانه (تحلیل مسیر)

| مسیر                               | ضرایب مسیر            |                        |         |
|------------------------------------|-----------------------|------------------------|---------|
|                                    | پارامتر استاندارد شده | پارامتر استاندارد نشده | مقدار Z |
| الزام پاسخگویی ← ابعاد کیفیت خدمات | ۰/۰۶                  | ۰/۰۴                   | ۰/۹۲    |

فرضیه H<sub>1</sub>: بین الزام حرفه‌ای و ابعاد کیفیت خدمات در دانشگاه‌های آزاد اسلامی استان فارس رابطه‌ی معناداری وجود دارد.

با توجه به اطلاعات جدول ۱۰، بین الزام حرفه‌ای و ابعاد کیفیت خدمات در دانشگاه‌های آزاد اسلامی استان فارس رابطه معناداری با ضریب استاندارد (-۰/۱۳) و ( $Z = -۲/۰۰$ ) و سطح معناداری (۰/۰۴) وجود دارد. مقدار Z بزرگتر از ۱/۹۶ نشان دهنده این است که الزام حرفه‌ای می‌تواند بر روی ابعاد کیفیت خدمات در دانشگاه‌های آزاد اسلامی استان فارس تأثیرگذار باشد. بنابراین فرض صفر رد می‌شود و فرض خلاف مبنی بر این که بین الزام حرفه‌ای و ابعاد کیفیت خدمات رابطه‌ی معناداری وجود دارد، پذیرفته می‌شود. یعنی؛ با ۹۵ درصد اطمینان می‌توان نتیجه گرفت که الزام حرفه‌ای کارکنان و اساتید دانشگاه‌های آزاد اسلامی استان فارس، ابعاد کیفیت خدمات آنان را پیش‌بینی می‌کند. بنابراین به هر میزان الزام حرفه‌ای کارکنان و اساتید دانشگاه‌های آزاد اسلامی استان فارس افزایش یابد، ابعاد کیفیت خدمات آنان از دیدگاه ارباب رجوع کاهش می‌یابد.

جدول ۱۰- الگوی ساختاری مسیر و ضریب استاندارد آن در رگرسیون چندگانه (تحلیل مسیر)

| مسیر                              | ضرایب مسیر            |                        |         |
|-----------------------------------|-----------------------|------------------------|---------|
|                                   | پارامتر استاندارد شده | پارامتر استاندارد نشده | مقدار t |
| الزام حرفه‌ای ← ابعاد کیفیت خدمات | -۰/۱۳                 | -۰/۰۴                  | -۲/۰۰   |



|       |       |       |       |                                       |
|-------|-------|-------|-------|---------------------------------------|
| ۰/۳۵۷ | ۰/۹۲  | ۰/۰۴  | ۰/۰۶  | الزام پاسخگویی ←<br>ابعاد کیفیت خدمات |
| ۰/۰۴۶ | -۲/۰۰ | -۰/۰۴ | -۰/۱۳ | الزام حرفه‌ای ←<br>ابعاد کیفیت خدمات  |
| ۰/۰۴۶ | ۲/۰۰  | ۰/۰۵  | ۰/۱۳  | الزام اخلاقی ↔<br>الزام رقابتی        |
| ۰/۰۰۱ | ۴/۱۰  | ۰/۱۱  | ۰/۳۸  | الزام رقابتی ↔<br>الزام پاسخگویی      |
| ۰/۰۴۱ | ۲/۰۴  | ۰/۰۳  | ۰/۱۳  | الزام پاسخگویی ↔<br>الزام حرفه‌ای     |
| ۰/۰۱۳ | ۲/۴۸  | ۰/۰۳  | ۰/۱۸  | الزام اخلاقی ↔<br>الزام پاسخگویی      |
| ۰/۰۶۶ | ۱/۸۴  | ۰/۰۶  | ۰/۱۰  | الزام رقابتی ↔<br>الزام حرفه‌ای       |
| ۰/۱۸۹ | ۱/۳۲  | ۰/۰۳  | ۰/۰۸  | الزام اخلاقی ↔<br>الزام حرفه‌ای       |

الزامات کیفیت و ابعاد کیفیت خدمات در دانشگاه‌های آزاد اسلامی استان فارس استفاده کرد.

جدول ۱۲ - شاخص‌های برازندگی برای مدل برازش شده شکل ۱

| شاخص‌های برازندگی الگو | الگوی برازش شده | مقادیر مطلوب |
|------------------------|-----------------|--------------|
| CMIN                   | ۳۵۰/۹۹          | = df         |
| DF                     | ۳۲۲             | -            |
| CMIN/DF                | ۱/۰۹            | < ۳          |
| NPAR                   | ۱۱۳             | -            |
| P                      | ۰/۱۳            | > ۰/۰۵       |
| GFI                    | ۰/۹۵            | > ۰/۹۰       |
| AGFI                   | ۰/۹۳            | > ۰/۹۰       |
| IFI                    | ۰/۹۹            | > ۰/۹۰       |
| TLI                    | ۰/۹۹            | > ۰/۹۰       |
| CFI                    | ۰/۹۹            | > ۰/۹۰       |
| NFI                    | ۰/۸۹            | > ۰/۹۰       |
| RMSEA                  | ۰/۰۱            | < ۰/۰۸       |

با توجه به اطلاعات جدول ۱۳، از بین مؤلفه‌های الزامات کیفیت، فقط بین مؤلفه‌ی الزام حرفه‌ای و ابعاد کیفیت خدمات در دانشگاه‌های آزاد اسلامی استان فارس رابطه معناداری با ضریب استاندارد (-۰/۱۳) و ( $Z = -۲/۰۰$ ) و سطح معناداری (۰/۰۴) وجود دارد. مقدار  $Z$  بزرگتر از ۱/۹۶ نشان دهنده این است که الزام حرفه‌ای می‌تواند بر روی ابعاد کیفیت خدمات در دانشگاه‌های آزاد اسلامی استان فارس تأثیرگذار باشد و این تأثیرگذاری در سطح  $\alpha \leq ۰/۰۵$  معنادار می‌باشد. همچنین نتایج نشان داد که تأثیر دوطرفه‌ی بین الزام اخلاقی و الزام رقابتی ( $\beta = ۰/۱۳, t = ۲/۰۰, P < ۰/۰۵$ )، بین الزام رقابتی و الزام پاسخگویی ( $\beta = ۰/۳۸, t = ۴/۱۰, P < ۰/۰۵$ )، بین الزام پاسخگویی و الزام حرفه‌ای ( $\beta = ۰/۱۳, t = ۲/۰۴, P < ۰/۰۵$ )، بین الزام اخلاقی و الزام پاسخگویی ( $\beta = ۰/۱۸, t = ۲/۴۸, P < ۰/۰۵$ ) معنادار است و تأثیر دوطرفه‌ی بین الزام رقابتی و الزام حرفه‌ای ( $\beta = ۰/۱۰, t = ۱/۸۴, P > ۰/۰۵$ )، بین الزام اخلاقی و الزام حرفه‌ای ( $\beta = ۰/۰۸, t = ۱/۳۲, P > ۰/۰۵$ ) معنادار نیست.

جدول ۱۳- الگوی ساختاری مسیر و ضرایب استاندارد آن‌ها در رگرسیون چندگانه (تحلیل مسیر)

| مسیر                             | ضرایب مسیر |                        |                       |
|----------------------------------|------------|------------------------|-----------------------|
|                                  | مقدار $Z$  | پارامتر استاندارد نشده | پارامتر استاندارد شده |
| الزام اخلاقی ← ابعاد کیفیت خدمات | ۱/۰۳       | ۰/۰۳                   | ۰/۰۷                  |
| الزام رقابتی ← ابعاد کیفیت خدمات | -۰/۳۹      | -۰/۰۱                  | -۰/۰۴                 |

#### ۱۰- یافته‌های پژوهش

نتایج تحقیق نشان داد که بین الزام اخلاقی و ابعاد کیفیت خدمات در دانشگاه‌های آزاد اسلامی استان فارس رابطه معناداری با ضریب استاندارد (۰/۰۷) و ( $t = ۱/۰۳$ ) و سطح معناداری (۰/۳۰) وجود ندارد. مقدار  $t$  کوچکتر از ۱/۹۶ نشان دهنده این است که الزام اخلاقی نمی‌تواند بر روی ابعاد کیفیت خدمات در دانشگاه‌های آزاد اسلامی استان فارس تأثیرگذار باشد. یعنی؛ با ۹۵ درصد اطمینان می‌توان نتیجه گرفت که الزام اخلاقی کارکنان و اساتید دانشگاه‌های آزاد اسلامی استان فارس، ابعاد کیفیت خدمات آنان را پیش‌بینی نمی‌کند.

در این خصوص آراین پور و محرابی (۱۳۹۵)، پژوهشی تحت عنوان "الزامات و راهبردهای اخلاق حرفه‌ای در نظام آموزش عالی" انجام داده‌اند. نتایج تحقیق نشان داد که الزامات اخلاق حرفه‌ای در آموزش عالی در قالب کلی آموزش عالی در فرآیند توسعه و در حوزه‌های تدریس و تحقیق قابل بررسی هستند. همچنین با عنایت به اهمیت اخلاق در حوزه‌های مختلف و بررسی‌های انجام شده می‌توان نتیجه گرفت که تمامی فرآیندهای آموزش و پژوهش ماهیت اخلاقی دارد و از این رو رعایت الزامات اخلاقی یک ضرورت است.

نتایج تحقیق نشان داد که بین الزام رقابتی و ابعاد کیفیت خدمات در دانشگاه‌های آزاد اسلامی استان فارس رابطه معناداری با ضریب استاندارد (-۰/۰۴) و ( $t = -۰/۳۹$ ) و سطح معناداری (۰/۵۶) وجود

آموزش عالی از یک طرف و نیز کاهش منابع مالی برای تامین نیازهای آن از طرف دیگر بوده است. مطالعات تطبیقی آموزش عالی نشان می‌دهد، دانشگاه‌هایی موفق هستند که از یک نظام چرخه زندگی دانشگاهی یعنی: نظام برنامه ریزی و توسعه، نظام نگهداری و ارزشیابی و اعتبارسنجی و نظام تولید و توزیع برخوردار باشند. این نظام، نقش ارزشیابی و اعتبارسنجی را کلیدی و آن را عامل احیای زندگی دانشگاهی تلقی می‌نماید. [32]. از این رو، سازوکارهای پیش و ارزشیابی در آموزش عالی باید به طور دقیق بیانگر وضعیت این نظام در حوزه‌های مختلف و در ارتباط با اجرای وظایف و مراحل گذار آن بوده [33]. و در مواقعی که آموزش عالی به اثربخشی لازم دست نیابد، نظام مدیریت کیفیت آن، مهمترین نقش را ایفا کند [34].

چشم انداز و ضرورت انجام ارزیابی به معنای فرایند منظم گردآوری داده‌ها و اطلاعات و قضاوت درباره فعالیت‌ها و عملکرد واحدهای آموزش عالی با هدف رشد موزون و هماهنگ کیفیت همپای رشد کمی آموزش عالی و کارآمد کردن نظام ارزیابی و اعتبارسنجی علمی دانشگاه‌ها و موسسات آموزش عالی، در برنامه سوم توسعه و از سال ۱۳۷۹ مطرح گردید. نقطه عطف این حوزه، در نظر گرفتن یک ردیف اعتباری در برنامه سوم و واگذاری آن در قالب یک طرح مطالعاتی به سازمان سنجش آموزش کشور و ایجاد مرکز مطالعات، تحقیقات و ارزشیابی آموزشی در این سازمان، در جهت تمرکز خاص بر این مهم بود. در برنامه چهارم توسعه در بخش آموزش عالی، استقرار نظام جامع تضمین کیفیت برای تثبیت دستاوردهای ارزشمند فعالیت راهبردی ارزشیابی و اعتبارسنجی علمی دانشگاه‌ها و موسسات آموزش عالی مورد توجه خاص قرار گرفته است.

امروزه پرداختن به کیفیت کالاها و خدمات در کلیه زمینه‌ها در زمره اولویت‌های هر سازمان است. اما میتوان گفت تعریف کیفیت در آموزش عالی نیز مانند صنعت، سیر تکاملی داشته است. متخصصان ده‌ها سال تلاش کرده‌اند تا یک تعریف کوتاه و معنی دار و کاربردی از کیفیت دانشگاه‌ها ارائه دهند که آخرین تعریف درباره کیفیت خدمات در دانشگاه‌ها که هنوز هم اعتبار خود را حفظ کرده است این است که "تطابق درون داد، فرآیند، برون داد و پیامدهای این نظام با استانداردهایی که به منظور بهبود فعالیت‌های آموزش عالی و با توجه به رسالت‌ها، اهداف و انتظارات آموزش عالی تعریف و تدوین شده، می‌باشد" [35]. در بررسی سیر تحول کیفیت در راستای اجرای کنترل کیفیت، فرایندهای بازرسی و استفاده از فنون آماری میتواند سازمان را در جهت شناسایی و حل مشکلات یاری دهد و فنون آماری به حل و حتی پیشگیری از مشکلات کمک کرده و زمینه بهبود مداوم را

ندارد. مقدار  $t$  کوچکتر از  $1/96$  نشان دهنده این است که الزام رقابتی نمی‌تواند بر روی ابعاد کیفیت خدمات در دانشگاه‌های آزاد اسلامی استان فارس تأثیرگذار باشد. یعنی؛ با  $95$  درصد اطمینان می‌توان نتیجه گرفت که الزام رقابتی کارکنان و اساتید دانشگاه‌های آزاد اسلامی استان فارس، ابعاد کیفیت خدمات آنان را پیش‌بینی نمی‌کند.

نتایج تحقیق نشان داد که بین الزام پاسخگویی و ابعاد کیفیت خدمات در دانشگاه‌های آزاد اسلامی استان فارس رابطه معناداری با ضریب استاندارد  $(0/06)$  و  $(t = 0/92)$  و سطح معناداری  $(0/36)$  وجود ندارد. مقدار  $t$  کوچکتر از  $1/96$  نشان دهنده این است که الزام پاسخگویی نمی‌تواند بر روی ابعاد کیفیت خدمات در دانشگاه‌های آزاد اسلامی استان فارس تأثیرگذار باشد. یعنی؛ با  $95$  درصد اطمینان می‌توان نتیجه گرفت که الزام پاسخگویی کارکنان و اساتید دانشگاه‌های آزاد اسلامی استان فارس، ابعاد کیفیت خدمات آنان را پیش‌بینی نمی‌کند.

نتایج تحقیق نشان داد که بین الزام حرفه‌ای و ابعاد کیفیت خدمات در دانشگاه‌های آزاد اسلامی استان فارس رابطه معناداری با ضریب استاندارد  $(-0/13)$  و  $(t = -2/00)$  و سطح معناداری  $(0/04)$  وجود دارد. مقدار  $t$  بزرگتر از  $1/96$  نشان دهنده این است که الزام حرفه‌ای می‌تواند بر روی ابعاد کیفیت خدمات در دانشگاه‌های آزاد اسلامی استان فارس تأثیرگذار باشد. یعنی؛ با  $95$  درصد اطمینان می‌توان نتیجه گرفت که الزام حرفه‌ای کارکنان و اساتید دانشگاه‌های آزاد اسلامی استان فارس، ابعاد کیفیت خدمات آنان را پیش‌بینی می‌کند. بنابراین به هر میزان الزام حرفه‌ای کارکنان و اساتید دانشگاه‌های آزاد اسلامی استان فارس افزایش یابد، ابعاد کیفیت خدمات آنان از دیدگاه ارباب رجوع کاهش می‌یابد.

نگرانی مربوط به کیفیت در آموزش عالی موضوع تازه ای نیست. دانشگاه‌های قرون وسطی، اجتماعی خودگردان متشکل از بخش‌هایی بودند که کیفیت خود را بهبود می‌بخشیدند. این سنت تا هنگامی که دانشگاه‌ها به عنوان موسسات خودگردان فعالیت می‌کردند، ادامه یافت. تا اینکه جهانی شدن، دیدگاه جهانی درباره چگونگی سازماندهی، مدیریت و تامین بودجه آموزش عالی و پاسخگو نمودن آن از طریق فرایندهای تضمین کیفیت را تا حد زیادی دگرگون ساخت [31]. در آغاز قرن بیست و یکم نیز سنجش کیفیت علمی دانشگاه‌ها و سایر مراکز آموزش عالی از اهمیت ویژه‌ای برخوردار شده است. از جمله دلایل این امر، جهانی شدن، توجه به اقتصاد دانایی محور در برنامه‌های توسعه پایدار و نیز ضرورت گسترش فرصت‌های آموزش عالی برای عده بیشتری از داوطلبان و در نتیجه افزایش هزینه‌های

میکنند که برآورده کردن حداقل نیازها به پیاده سازی استانداردها انجامیده است. این استانداردها به سازمان های تولیدی و خدماتی کمک میکنند تا فعالیت های خود را به طور اثربخش با کارایی بالا انجام دهند، تا دارای ساختاری کارآمد و اثربخش شده و به مشتریان این اطمینان و تضمین داده شود که کیفیت مورد نظر آنان بر اساس خواسته های بیان شده تحقق یافته و ارتقا خواهد یافت [39]. همچنین در فرایند یکپارچه کردن نظام های مدیریتی ضرورت دارد که سیستم های مدیریتی استاندارد بازننگری و سیستم های غیراستاندارد نیز هماهنگ و یکپارچه شوند. از آنجا که شرایط حاکم بر یک سازمان و تحولاتی که بر ساختار سازمان تأثیر میگذارند موجب میگردد که سیستم های مدیریتی همواره تا ابد هماهنگ و مناسب باقی نماند. لذا لازم است در مقاطعی این سیستم ها بازننگری شده و برای اجرای آنها به نحو مناسب، ممیزی، کنترل و نظارت شوند که البته لازم خواهد بود که این امور نیز با یکدیگر هماهنگ باشند [40]. همچنین پذیرش سیستم مدیریت کیفیت باید یک تصمیم راهبردی سازمان باشد. طراحی و بکارگیری سیستم مدیریت کیفیت تحت تأثیر مواردی از قبیل محیط سازمانی، اهداف سازمان، خدمات سازمان، فرایندها و اندازه و ساختار سازمان قرار میگیرد. الزاماتی که در کیفیت خدمات تعیین شده است مکمل الزامات و خواسته های مربوط به خدمات در سیستم های کیفیت میباشد همچنین استانداردها میتوانند توسط طرف های درون سازمانی و برون سازمانی جهت ارزیابی توانایی سازمان برای برآورده کردن خواسته مشتری و الزامات کیفیت مورد استفاده قرار گیرد [41]. زیرا کیفیت خدمات مهمترین عامل رضایتمندی ارباب رجوع میباشد و ملاک اصلی برای اندازه گیری رقابت در سازمان میباشد [42]. بنابراین درک و برآورده کردن انتظارات مشتری و توجه به خواسته های او یکی از عوامل موثر بر موفقیت سازمان های خدماتی است [43]. زیرا خدمات برجسته باید با توجه به خواسته و انتظارات مشتری مشخص شود. در صورتی که خدمات از نظر عرضه کننده خیلی جالب باشد اما نتواند مشتری را ارضا کند برجسته و مهم تلقی نمیشود [44]. همچنین بینتر بیان میکند که "رضایت رمندی شامل رضایت از رویارویی یا مواجه شدن با یک خدمت است [45]. با توجه به بررسی های انجام شده در مورد استقرار سیستم های کیفیت، به نظر میرسد مستندسازی فعالیت ها و الزامات کیفیت شرایطی را به منظور وضعیت موجود و رفع مشکلات و بهبود مستمر فعالیت ها فراهم آورده باشد [46]. ولی بنظر میرسد که در کشور ما اجرای مراحل سیر تکاملی کیفیت فقط جنبه اجرایی و نمایشی داشته و استانداردهای مشخص شده و نتایج بازرسی ها و دریافت گواهینامه های ایزو در زمینه کیفیت خدمات، جنبه نمادین داشته و با گذشت زمان به دست فراموشی سپرده میشود

در سازمان فراهم میکنند. در مرحله کنترل کیفیت، عملکرد با استانداردهای مورد انتظار مقایسه شده و در صورت اختلاف بین عملکرد واقعی و استاندارد، اقدامات اصلاحی انجام میگردد. علاوه کنترل کیفیت راهی برای یادگیری شخصی و حرفه ای کارکنان نیز میباشد [36].

کنترل کیفی خدمات به معنای پایان کار نیست بلکه در پایان عملیات کنترل کیفیت، اشتباهات و خطاها مشخص شده و کارکنان میتوانند از نتایج عملیات کنترل کیفی در جهت افزایش اطلاعات و دانش حرفه ای خود برای دستیابی به یک خدمت ایمن استفاده کنند، بنابراین کنترل کیفیت با استفاده از بازخوردی که در مورد کیفیت خدمات ارائه شده به کارکنان میدهد، میتواند به عنوان راهی برای افزایش دانش و مهارت های حرفه ای کارکنان بکار رود.

همچنین تضمین کیفیت، فرایند برنامه ریزی برای کیفیت، توسعه اهداف، وضع استانداردها، توسعه شاخصها و جمع آوری داده ها برای پایش میزان انحراف از استانداردهای وضع شده است. تضمین کیفیت موجب تقویت استانداردسازی آموزشی میشود و فرصت بهتری برای کسب نتایج مطلوب به دست میدهد. در بخش آموزش عالی کارکنان و اساتید اغلب بر بکارگیری منابع بهتر برای ارائه خدمات با کیفیت بهتر تأکید دارند. از طرف دیگر مدیران سعی در کنترل روند تزیادی هزینه ها دارند. بنابراین اینجاست که برنامه های تضمین کیفیت باید قادر به برآوردن نیازهای این دو گروه باشد [37]. تضمین کیفیت از طریق ارزیابی کیفیت، سنجش کیفیت و اقدام براساس ارزیابی و سنجش به عمل آمده در راستای تامین سطح مطلوبی از کیفیت قدم برداشته میشود. همچنین در بحث سیستم های کیفیت، استانداردها بخش بسیار مهم دانشگاه ها بوده و نقش مهمی در تعیین مفاهیم کیفی آموزشی و پژوهشی به عهده دارد. وقتی دانشگاه تعهدی در تعیین کیفیت آموزشی و پژوهشی دارد باید کیفیت را در قالب مفاهیم و واژه های عملیاتی تعریف کند. استانداردها این کار را انجام میدهند. سازمان از کیفیت بالای خدمات از طریق به کارگیری دقیق استانداردها مطمئن میشود استانداردها حالت های مورد انتظار برای داده ها، فرایندها و نتایج سیستم های آموزشی و پژوهشی است. به عبارت ساده تر استانداردها به ما میگوید برای خدمات آموزشی و پژوهشی با کیفیت بسیار بالا ما انتظار چه رویدادهایی را داریم. استانداردها مهم هستند چرا که سازمان به وسیله آنها کیفیت را به واژه های عملیاتی تبدیل میکند و سطوح کیفیت را اندازه میگیرد پس کیفیت، تنها از طریق کنترل و بازرسی قابل تامین نیست، بلکه کیفیت باید در تمامی بخش های سازمان مورد توجه قرار گیرد [38]. برخی صاحب نظران مسیری را برای اینکار پیشبینی

انظار عمومی ایفا کند [49]. همچنین الزام حرفه‌ای کارکنان، که مجموعه خاص از رفتارهای کارکنانی است که در ارائه خدمات به مشتریان، با آن‌ها تماس داشته و تعامل برقرار میکنند نیز میتواند تأثیر قابل توجهی بر ادراک مشتریان از کیفیت خدمات داشته باشد این رفتارها به عنوان مشارکت فرد در محیط کاری میباشد و خارج از محدوده الزامات ویژه نقش آن فرد میباشد و به طور مستقیم و صریحی، توسط سیستم رسمی پاداش مورد شناسایی قرار نمی‌گیرد [50]. همچنین چگونگی انگیزش کارکنان خدماتی که نقش‌ها و وظایف خود را به خوبی انجام میدهند تا نتیجتاً این اطمینان حاصل گردد که مشتریان، خدمات را با کیفیت بسیار بالایی دریافت نمایند نیز سازمان را قادر خواهد ساخت تا مشتریان موجود را حفظ نموده و همچنین مشتریان جدیدی را جذب نماید، پس با عمل کردن و رعایت الزامات کیفیت، دستیابی به ابعاد کیفیت کاری دشواری نیست [51].

خدمت با کیفیت در بخش آموزش عالی عبارت است از درجاتی از خدمات ارائه شده به افراد و جوامع که احتمال نتایج مطلوب را افزایش داده و مطابق با دانش حرفه‌ای روز باشد. با در نظر گرفتن دانش روز خدمات آموزشی و پژوهشی ارائه شده مطابق نیاز ارباب رجوع باشد. انجام درست همیشگی یک کار مستلزم این است که در سازمان هر فردی به فرایند مدیریت کیفیت آگاهی داشته باشد که مستلزم این است که کارکنان دارای اطلاعات، مهارت‌ها و قابلیت‌های لازم باشند و نیازمند فرایند آموزش مداوم همه کارکنان است. بنابراین هر چقدر که کارکنان اداری سعی در افزایش اطلاعات و آگاهی‌های مرتبط با وظیفه خود داشته باشند و در حرفه‌ی خود آموزش ببینند و در برابر خدمات ارائه شده پاسخگو باشند میتواند خدمت با کیفیت تری را ارائه دهند. از طرفی مشتریان همیشه از سازمان‌هایی که کارمندان با اخلاق دارند به نیکی یاد میکنند که این میتواند نقش بسیار مهمی در درک مشتری از خدمت با کیفیت ارائه دهد و همچنین رعایت اصول اخلاقی هم باعث خشنودی خداوند و هم باعث رضایت و وفاداری ارباب رجوع می‌شود.

یکی از مفاهیم بسیار مرتبط با رضایتمندی مشتری، که اغلب در کنار آن و حتی به جای آن استفاده میشود، مفهوم "کیفیت خدمات" است. بینر و هابرت بیان میکنند که "رضایتمندی شامل رضایت از رویارویی یا مواجه شدن با یک خدمت است". کیفیت خدمات یکی از مهمترین ابزارهای ارزیابی میزان رضایتمندی مراجعان است و ارتباط نزدیکی میان کیفیت خدمات و میزان رضایت مندی وجود دارد. در واقع میزان رضایت مندی مراجعان به وسیله تولیدات و خدمات با سطح کیفی بالا معنا و مفهوم می‌یابد. امروزه اصل رضایت استفاده کنندگان از خدمات، اصلی مورد قبول در سطح جهانی است زیرا موضع استفاده کننده در مقابل خدمات دریافت شده میتواند به طور منطقی بیان کننده

که همین امر باعث دور شدن روز به روز دانشگاه‌ها از کیفیت مطلوب و مطابق با استانداردها میشود و مراحل سیر تحول کیفیت نتوانسته‌اند به خوبی ابعاد کیفیت را مشخص کنند و به آن برسند. مشکلی که اغلب سازمان‌ها با آن مواجهند این است که معمولاً مکان، زمان و شرایط استفاده از فنون آماری برای استفاده کنندگان روشن نبوده و گاهی بکارگیری غلط، بی موقع، شتابزده و نامناسب از این ابزارها خود مشکلی را به معضلات سازمان خواهد افزود. در واقع مسأله‌ای که باید برای استفاده کنندگان روشن باشد آن است که برای حل مشکلات سازمان، از میان فنون مختلف آماری باید از کدام ابزار، چه موقع، چگونه و کجا استفاده نمود تا بتوان افزایش کیفیت را با کاهش هزینه توأم نمود. بکارگیری کنترل آماری فرایند بدون توجه به اصول و مراحل صحیح آن میتواند باعث اتلاف وقت و دلسردی کارکنان شود، در صورتیکه توجه به پیشنیازها و مراحل کار، انتخاب نمودار کنترلی مناسب و نمونه برداری صحیح و منطقی باعث کاهش هزینه‌ها، افزایش کیفیت و بهبود سیستم خواهد شد ولی این نکته مورد توجه قرار نمی‌گیرد که همه کارها باید در همان دفعه اول به صورت درست انجام شود.

امروزه جامعه نسبت به اقدامات سازمان‌ها بسیار حساستر از قبل شده است و به ویژه در مقابل فعالیت‌های غیراخلاقی سازمان‌ها به سرعت و به طرق مختلف واکنش نشان می‌دهد. اخیراً بحث اخلاقیات در کار، توجه زیادی را به خود جلب نموده است درک مفهوم اخلاقیات به طور کلی و در معنای خاص آن در کسب و کار، زیربنای ایجاد و حفظ یک نظام اخلاقی در جامعه و به تبع آن در سازمان‌هاست [47]. اگر اخلاق در زندگی کاری انسان وجود و حضور داشته باشد، کار کردن شیرین و توأم با رضایت شغلی و احساس رضایتمندی و خودشکوفایی از یکسو و رضایت مردم و پیشرفت امور و شکوفایی کار از سوی دیگر است و در نتیجه موجبات رضایت خالق و بارش رحمت‌ها و برکات‌های او خواهد شد. همانطور که میزار (۱۹۹۳) بیان میکند که کیفیت و اخلاقیات به این خاطر شبیه هستند که از هر دو این معنا مستفاد میگردد "انجام دادن کارهای درست" پیترز (۱۹۸۸) می‌گوید کیفیت مسأله‌ای عملی و اخلاقی است. پیترسون (۱۹۷۴) معتقد است که اخلاقیات میتوانند به پرورش یک فرهنگ کیفیت کمک نمایند فرهنگی که در آن کارکنان تشویق میشوند راجع به بهبود فرایندهای کار فکر کنند و بحث نمایند. رعایت موازین اخلاقی از سوی سازمان‌ها در اقتصاد امروزی بسیار مهم و حیاتی بوده و رفتار اخلاقی سازمان‌ها نقشی اساسی را در شکل‌گیری و حفظ روابط بلند مدت میان سازمان و مشتریان باز می‌کند [48]. بی‌گمان تقویت اخلاقیات در بخش عمومی میتواند نقش مهمی در بهبود کیفیت خدمات ارائه شده از سوی سازمان‌های عمومی و افزایش مشروعیت این سازمان‌ها در

راهنما برای سیستم است که اجازه تغییرات و اختلافات نسبت به این استانداردها را به سیستم نمی‌دهد.

### ۱۱- محدودیت‌های تحقیق

از جمله محدودیت‌های این پژوهش عبارتند از:

۱- سختی توزیع و جمع‌آوری پرسشنامه‌ها به دلیل گستردگی جامعه آماری و حجم نمونه

۲- عدم رغبت پاسخگویان به تکمیل پرسشنامه‌ها به دلیل گستردگی سئوالات، اتلاف وقت زیاد

۳- پژوهش‌هایی که ارتباط چهار متغیر را در کنار هم بررسی نمایند، محدود بودند، بنابراین دسترسی به پیشینه مرتبط با پژوهش از جمله مهم‌ترین محدودیت‌های این پژوهش به شمار می‌آید.

۴- میزان دقت و صداقت پاسخگویان را در پاسخ به سوالات نمی‌توان کنترل نمود.

۵- نبودن انگیزه کافی در افراد مورد نظر برای پاسخ‌گویی و اختصاص وقت برای تکمیل پرسش‌نامه از دیگر مشکلات بود.

۶- در این پژوهش صرفاً سنجش تعامل متغیر وابسته و مستقل مدنظر بوده است و محدودیت زمانی این اجازه را به محقق نداده است تا نقش میانجی متغیرها نیز به صورت دقیق مورد بررسی قرار گیرند.

### ۱۲- پیشنهاد‌های مبتنی بر فرضیه‌های تحقیق

- با توجه به این که بین الزام اخلاقی و ابعاد کیفیت خدمات در دانشگاه‌های آزاد اسلامی استان فارس رابطه معناداری وجود نداشت. بر این اساس پیشنهاد می‌شود مدیران دانشگاه‌ها با بوجود آوردن سیستم‌های تشویقی و انگیزشی، حس مسئولیت‌پذیری را در کارکنان تقویت نمایند و جوی را بوجود آورند که کارکنان منافع سازمان را بر منافع خود ترجیح دهند.

- با توجه به این که بین مؤلفه‌ی الزام رقابتی و ابعاد کیفیت خدمات در دانشگاه‌های آزاد اسلامی استان فارس رابطه معناداری وجود نداشت. بر این اساس پیشنهاد می‌شود مدیران دانشگاه‌ها نسبت به افزایش سطح اطلاعات، مهارت‌ها و قابلیت‌های کارکنان اقدام نمایند تا کارکنان با آگاهی بیشتر بتوانند در راستای سیاست‌ها و اهداف دانشگاه در ارائه خدمات موفق شوند. در نظام

کارایی خدمات ارائه شده باشد. با ارائه خدمات با کیفیت و استاندارد درک روشنی به کارکنان داده می‌شود که میتوان برای بهبود کار از بازخوردهای مشتری استفاده نمود و مبنای کار را استفاده از روش‌های علمی برای ناظران داخلی و کیفیت دریافتی قرار داد. خط مشی اصلی سازمان بالا بردن رضایت مشتریان است و لذا باید از تکنیک‌ها و ابزارها استفاده نمود تا توجه به مشتری از طرف تمامی کارکنان فراهم گردد. همچنین نتایج بسیاری از پژوهش‌ها نشان می‌دهد کیفیت خدمات مقدمه‌ای بر رضایت مندی است. کرازبی معتقد است کیفیت هیچ معنا و مفهومی جز هر آنچه خدمت گیرنده واقعا می‌خواهد، ندارد. به عبارت دیگر یک محصول زمانی با کیفیت است که با خواسته‌ها و نیازهای خدمت گیرنده انطباق داشته باشد. کیفیت باید به عنوان انطباق محصول با نیاز خدمت گیرنده تعریف شود. کیفیت یعنی شایستگی جهت استفاده مخصوص و میزانی است که یک محصول انتظارات مصرف کننده خود را برآورده می‌سازد و کنترل به معنای اعمال ضوابط و راهنمایی‌ها در مورد کسی یا چیزی جهت اطمینان از کسب نتایج مورد نظر می‌باشد.

توجه نشان دادن به ابعاد کیفیت خدمات توسط مدیران و کارکنان دانشگاه می‌تواند زمینه‌ای برای ارائه خدمات کیفی‌تر باشد زیرا کارکنان جوهره سازمان بوده و مشارکت آن‌ها باعث خواهد گردید تا توانایی‌هایشان مزیت سازمان محسوب گردد. ایجاد انگیزه، تعهد و مشارکت کارکنان نسبت به سازمان، نوآوری و خلاقیت در پیشبرد اهداف سازمان را به ارمغان خواهد آورد. ایجاد مسئولیت پاسخگویی کارکنان در رابطه با عملکردشان و همچنین ایجاد اشتیاق در مشارکت و همکاری ایشان زمینه ساز بهبود مستمر در سازمان خواهد بود. بکارگیری اصل مشارکت کارکنان در سازمان عموماً باعث می‌گردد که کارکنان اهمیت همکاری و نقش خود را در سازمان درک کنند، همچنین مالکیت مسائل را پذیرفته و مسئولیت حل آن‌ها را عهده دار شوند و به صورت فعال فرصت‌های افزایش صلاحیت، دانش و تجربه خود را جستجو نمایند. به نظر می‌رسد میتوان با توجه بیشتر به خواسته‌های مشتریان و همچنین مشارکت بیشتر کارکنان با ارباب رجوع کیفیت خدمات در دانشگاه‌ها را افزایش داد زیرا با مشارکت بیشتر احساس همدردی و دلسوزی با ارباب رجوع افزایش پیدا میکند که این امر موجب خدمت رسانی به موقع و مطابق با خواسته و نیاز ارباب رجوع میشود. ارباب رجوع به عنوان یکی از مهمترین مشتریان خارجی انتظارات و نیازهای مشخصی دارند که ارائه دهندگان خدمات نیاز به مطالعه و درک این نیازها و انتظارات دارند. کیفیت زمانی به طور اثربخش قابل حصول است که بدانیم برای چه چیزی تلاش میکنیم، شناسایی، انتخاب و بکارگیری استانداردهای مناسب برای ساختار، فرایند و در نهایت نتیجه دانشگاه‌ها، ارائه کننده یک

## ۱۳- مراجع

[1] پور صفر، ع، (۱۳۸۳)، ارزشیابی کیفیت نظام آموزش عالی با رویکرد سیستمی، مجموعه مقالات همایش منطقه‌ای مولفه‌های کیفیت در آموزش عالی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد رودهن.

[2]. اعتباریان، ا و طالع، م، (۱۳۸۹)، بررسی کیفیت خدمات و تعیین میزان شکاف بین ادراکات و انتظارات بیمه شدگان در سازمان تامین اجتماعی استان اصفهان، پژوهش‌های مدیریت راهبردی، سال هفدهم، شماره ۴۶-۱۱۳.

[3]. الوانی، م و ریاحی، ب، (۱۳۸۲)، سنجش کیفیت خدمات در بخش عمومی، چاپ اول، تهران، انتشارات مرکز آموزش و تحقیقات ایران.

[4]. Dounly, T. D., Ross, D. L. (2013). A study of hotel guest perceptions in Mauritius. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, Vol. 15, No. 2, pp. 105-115.

[5]. حقیقی کفاش، م؛ مظلومی، ن و اکبری، م، (۱۳۸۶)، مقایسه کیفیت خدمات شرکت‌های دولتی و خصوصی صنعت بیمه در ایران، فصلنامه صنعت بیمه، شماره ۸۷، ص ۴۷-۶۵.

[6]. Gonaris, R.M, Handfield, R.B, Giunipero, L.C, Patterson, J.L.(2013), "purchasing and supply chain management", Fourth Edition. South -Western Cengage Learning.

[7] Zeithaml, V, A, and Malhotra M. J. (2005). *Services Marketing McGraw-Hill Companies Inc.*, New York NY.

[8]. الوانی، م؛ مقیمی، م و حفیظی، ر، (۱۳۸۸)، سنجش و مقایسه کیفیت خدمات در شعب بانک ملی، تهران: مجله مدیریت فرهنگ سازمانی، دوره ۷، شماره ۲۰، ص ۲۷-۵.

[9]. آرین‌پور، م؛ محرابی، ن، (۱۳۹۵)، الزامات و راهبردهای اخلاق حرفه‌ای در نظام آموزش عالی، فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری، سال یازدهم، شماره ۴.

[10]. حاجی شریف، ا، (۱۳۸۹)، معرفی الگوی اندازه‌گیری شاخص رضایت مشتریان گروه صنعتی، اولین کنفرانس بین‌المللی مدیریت بازاریابی.

[11]. حبیبی لشکری، آ، (۱۳۹۱)، آموزش کاربردی LISREL و SPSS با رویکردی به پایان‌نامه نویسی، انتشارات سمت.

آموزش عالی، گروه‌های مختلف، دارای نظرات متفاوتی در زمینه کیفیت آموزش هستند. این امر باعث می‌گردد که هر کدام از آن‌ها برای بعدی از آموزش عالی اولویت قائل شوند، برای مثال، ممکن است دانشجویان و مدرسان صرفاً به فرایند آموزش توجه نمایند. در حالی که کارفرمایان به کیفیت دانش آموختگان توجه کنند. اما آنچه برای برنامه ریزی آموزش مهم است، رهایی از یک تازی و تک بعدی نگری در امر آموزش است. برنامه ریزان برای بهبود کیفیت در دانشگاه‌ها، نباید صرفاً به مقولات و اجزا خاصی از واحد دانشگاهی توجه داشته باشند و عوامل دیگر را نادیده انگارند.

- با توجه به این که بین مؤلفه‌ی الزام پاسخگویی و ابعاد کیفیت خدمات در دانشگاه‌های آزاد اسلامی استان فارس رابطه معناداری وجود نداشت. بر این اساس پیشنهاد می‌شود کارکنان و مدیران با داشتن انگیزه کاری و توجه به استانداردهای تعیین شده و همچنین رعایت قوانین و مقررات سازمان نسبت به ارباب رجوع پاسخگو باشند. پیامد توجه به پاسخگویی و تعهد بیشتر از سوی دانشگاه‌ها، شفافیت و مسئولیت پذیری بیشتر است. هزینه‌های آموزش عالی و پژوهش به طور کلی، بار سنگینی بر دوش جامعه است؛ حال چه دولت و چه افراد این هزینه‌ها را بیشتر از دیگری بپردازند. بنابراین دانشگاه‌ها نباید تظاهر به این کنند که برتر از توده‌های مردم هستند و به هیچ کس تعهدی ندارند. دانشگاه‌ها در گذشته طی سالیان متمادی رویه‌ای غیر از این داشتند. اکنون دانشگاه‌ها اعم از دولتی و خصوصی به جامعه تعلق دارند و باید شفاف عمل کنند و مسئولیت پذیر باشند. این ضرورت به معنی تواضع بیشتر، دموکراسی درونی و نیز تلاش بیشتر برای جامعه است. از جمله مهمترین چالش‌های فراروی نظام ارزشیابی موجود، فقدان بستر و فرهنگ خود-ارزشیابی و پاسخگویی می‌باشد. به گونه‌ای که در نتیجه ارزشیابی‌های صورت گرفته پیشین، باور بی‌اعتمادی به سازوکارهای ارزشیابی در دانشگاهیان کشور ایجاد شده و انجام متعهدانه آن را با مشکل مواجه می‌سازد.

- با توجه به این که بین مؤلفه‌ی الزام حرفه‌ای و ابعاد کیفیت خدمات در دانشگاه‌های آزاد اسلامی استان فارس رابطه معناداری وجود داشت. بر این اساس پیشنهاد می‌شود با توجه به نیاز مشتری به خدمات با کیفیت، افزایش دانش و آگاهی و ارائه آموزش‌های سازمانی از طرف مدیران دانشگاه‌ها مد نظر قرار گیرد تا منجر به افزایش تعهد کارکنان به حرفه و شغل خود و در نهایت ارائه خدمات با کیفیت شود.

- [23]. آربونی، ف؛ شغلی، ع؛ بدری پشته، ص و مهاجری، م، (۱۳۸۷)، بررسی شکاف بین انتظارات و خدمات آموزشی ارائه شده به دانشجویان دانشگاه علوم پزشکی زنجان، مجله مرکز مطالعات و توسعه آموزش پزشکی، دوره پنجم، شماره اول، ص ۱۷-۲۵.
- [24] Jimmieson NL, Griffin MA.(2011). linking client and employee perceptions of the organization: A study of client satisfaction with health care service joccup organ psycho:71(1): 81-96.
- [25]. بهرامی نژاد، ز، (۱۳۹۵)، تبیین سیر تحول کیفیت، الزامات و ابعاد کیفیت خدمات در بیمارستان‌های تحت نظر دانشگاه‌های علوم پزشکی کشور، رساله دکتری دانشگاه آزاد اسلامی واحد کرمان.
- [26]. بن، م و کرون ر، (۱۳۹۲)، مدیریت کیفیت در آموزش عالی، ترجمه زین‌العابدین منتظری، محدثه منتظری و فاطمه منتظری، بجنورد، انتشارات آدرین مهر.
- [27]. میرزایی، خ، (۱۳۸۸)، پژوهش، پژوهشگری و پژوهشنامه نویسی، تهران، انتشارات جامعه‌شناسان، چاپ دوم.
- [28] Karl KA, Harland LK, Peluchette JV, Rodie AR.(2010). Perceptions of service quality:whats fun got to do whit it?Health Market Q:27(2):155-72.
- [29]. هومن، ح.ع، (۱۳۸۸)، مدل یابی معادلات ساختاری با کاربرد نرم‌افزار لیزرل، انتشارات سمت، تهران: سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی.
- [30]. سرد، ز؛ بازرگان، ع و حجازی، ا، (۱۳۹۲)، روش‌های تحقیق در علوم رفتاری، تهران، نشر آگاه، چاپ سوم.
- [31]. فراست خواه، م؛ بازرگان، ع و لوکس، ک، (۱۳۸۶)، بررسی رابطه نظام‌های تضمین کیفیت آموزش عالی با زمینه‌های فرهنگی و اجتماعی، فصلنامه علوم اجتماعی، شماره ۳۱.
- [32] Prier milliner, K. and Layton, R. (2012) «Perception Gaps in customer expectations: Managers versus service providers and customers», The Service Industries Journal, Vol.22, No.2, April, pp. 109-128.
- [33] Sagib, G.K. and Zapan, B. (2014), "Bangladeshi mobile banking service quality and customer satisfaction and loyalty", Management & Marketing. Challenges for the Knowledge Society, Vol. 9, No. 3, pp. 331-346.
- [12]. حبیبی، ج، (۱۳۸۵)، "بررسی و مقایسه میزان انتظارات و ادراکات دانشجویان کارشناسی ارشد دانشکده مدیریت دانشگاه تهران و موسسه عالی آموزش و پژوهش مدیریت و برنامه ریزی از کیفیت خدمات بر پایه مدل سرکوال موسسه عالی پژوهش و مدیریت برنامه ریزی"، پایان نامه کارشناسی ارشد دانشکده مدیریت، دانشگاه تهران.
- [13]. حقیقی کفاش، م و باقری، ح، (۱۳۹۱)، "کیفیت خدمات و وفاداری مشتریان در هتل‌های ۴ ستاره شیراز، فصلنامه مطالعات مدیریت گردشگری، سال هفتم، شماره ۲۰، ص ۱-۲۹.
- [14]. دهقان، ن و دهقان، ک، (۱۳۸۸)، شناسایی و اولویت بندی عوامل موثر بر رضایت مشتریان بانک‌ها، اولین کنفرانس بین المللی بازاریابی خدمات بانکی، تهران.
- [15]. طالقانی، م و فتاحی، س، (۱۳۸۴)، "کیفیت خدمت گردشگری و اهمیت آن در جلب رضایت گردشگر، نشریه مدیریت، شماره ۹، ص ۹-۱۰۰
- [16]. زندگی، خ و حیدری، م؛ شمس، غ؛ عارفی، م، (۱۳۹۳)، راهکارهای تحقق الزامات اساسی کیفیت دوره کارشناسی ارشد بر اساس ماتریس خانه کیفیت، فصلنامه مطالعات اندازه‌گیری و ارزشیابی آموزشی، شماره ۸، دوره ۴.
- [17]. زنگنه، آ؛ صابر، ا؛ صابر، م، (۱۳۹۳)، بررسی وضعیت کیفیت تحصیلات تکمیلی از دیدگاه دانشجویان، مجله آموزش عالی ایران، شماره ۱.
- [18]. سهرابی، ز و مجیدی، ز، (۱۳۹۲)، "شکاف کیفیت خدمات آموزشی: دیدگاه مدیران آموزشی، اعضای هیات علمی و دانشجویان پزشکی"، مجله دانشکده پیراپزشکی دانشگاه علوم پزشکی تهران (پیاورد سلامت)، دوره ۷، شماره ۵، ص ۳۷۶-۳۸۸.
- [19]. طاهری، ش، (۱۳۷۹)، "مدیریت کیفیت فراگیر و سری‌های ISO"، تهران، انتشارات علوم نوین، چاپ اول.
- [20] Lie, Sein (2010). The influence of service quality on customer satisfaction and attitudinal loyalty and behavioral future intentions of participation of fitness in south Korea; Dissertation presented in partial fulfillment of the requirement the degree doctor of philosophy, Alabama.
- [21]. روستا، ا، (۱۳۸۸)، تبلیغات تریزی: شیوه حل خلاقانه مسائل بازاریابی و تبلیغات، تهران، رسا، ص ۲۲۰-۲۸۰
- [22]. آذر، ع؛ محمدلو، م؛ مقبل با عرض، ع، و احمدی، پ، (۱۳۹۱)، "طراحی چارچوبی برای اندازه‌گیری کیفیت خدمات در زنجیره تامین"، چشم انداز مدیریت صنعتی، شماره ۶، ص ۹-۲۴.

- [34]. سبحانی نژاد، م و کشاورز زاده، ع، (۱۳۹۲)، معرفی مدل ارزیابی تلفیقی کیفیت بخشی برنامه‌های آموزش عالی مبتنی بر رویکرد سیستمی، فصلنامه مطالعات برنامه درسی آموزش عالی، سال چهارم، شماره ۸، ص ۷۶-۵۵.
- [35]. آقامحمدی، و، (۱۳۹۴)، دوره آموزشی "مدیریت کیفیت در بهداشت"، تهران.
- [36]. باقری، ا؛ کریم اف، م، (۱۳۹۲)، تحلیل نقادانه از روند تاریخی آموزش عالی در ایران، مجله جامعه پژوهش فرهنگی، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی، سال چهارم، شماره اول، ص ۶۳-۵۷.
- [37]. جعفری، م؛ اصولی، ح؛ شهریار، ح؛ شیرازی منش، م و فهیمی، ا، (۱۳۸۳)، ابزارهای استراتژیک و فرهنگی مدیریت کیفیت فراگیر (جلد اول)، چاپ سوم، مجتمع خدمات فرهنگی رسا.
- [38]. فراست خواه، م، (۱۳۸۶)، تحلیل مقایسه‌ای نظام‌های تضمین کیفیت آموزش عالی در جهان، نشریه پژوهش و برنامه ریزی در آموزش عالی، دوره ۱۳، شماره ۲، ص ۲۱-۱.
- [39]. Talib, R., & Mostafa, W.S. (2013). Response determinates in satisfaction judgments. *Journal of Consumer Research*, 14, 495-507.
- [40]. فیروزیان، م؛ حسنقلی پور، ط؛ صرمی، م و سیددانش، ی، (۱۳۸۶)، "طراحی مدل مفهومی جهت سنجش الزامات تحقق مدیریت کیفیت فراگیر در سازمان‌ها و ارتباط آن با رضایتمندی مشتریان"، مجله دانش مدیریت، دوره ۲۰، شماره ۷۹، ص ۷۳-۹۲.
- [41]. Kotler, P, Armstrang, S (2013). Relationship Outcomes of Perceived Ethical Sales Behavior: The Customer's Perspective. *Journal of Business Research* 58 (4): 439-445.
- [42]. قنبری، س؛ اردلان، م؛ بهشتی راد، ر و سلطان‌زاده، و، (۱۳۹۴)، اخلاق حرفه‌ای اعضای هیأت علمی و رابطه آن با کیفیت آموزش عالی، فصلنامه اخلاق در علوم و فن‌آوری، سال دهم، شماره ۲.
- [43]. قورچیان، ن، (۱۳۷۳)، تحلیلی بر مکعب کیفیت در نظام آموزش عالی، مجله پژوهش و برنامه‌ریزی، در آموزش عالی، شماره ۷ و ۸، ص ۲۰-۱۱.
- [44]. کشتکاران، ع؛ احمدزاده، ف، و پناهیان، ح، (۱۳۸۸)، "نقش اجرایی سیستم مدیریت کیفیت در بهبود عملکرد بخش مدارک پزشکی بیمارستان نمازی شیراز"، مجله دانشگاه علوم پزشکی کرمان، دوره ۱۶، شماره ۴.
- [45] Altuntas S, Dereli T , Yilmaz MK. (2012). Multi-criteria desision making methods based weighted SERVQUAL scales to measure perceived services quality in hospitals: A case study from turkey. *Total Qual Manage Bus Excel.*:23(11-12):1379-95.
- [46] Cronin, J.J. and Taylor, S.A. (2010). Servqual :review , critique , research agenda", *European journal of marketing* , vol.30, 12-25.
- [47] پورحیدری، ا؛ خاکساری، م و دوست محمدی، م، (۱۳۸۹)، بررسی کیفیت خدمات شرکت مخابرات استان کرمان از ابعاد مختلف در راستای حفظ و جذب مشتریان، نشریه مدیریت بازرگانی، شماره ۴.
- [48] Arasli, R, Molly Inhofe and Wren, Brent M., (2011) "Service Quality as a Competitive Opportunity", *Journal of Services Marketing* 12/3223-235
- [49] نایب زاده، ش و فتاحی، م، (۱۳۸۷)، بررسی کیفیت خدمات در صنعت بانکداری خصوصی، مجله مدیریت بازاریابی، شماره ۷، ص ۱۳۶-۱۱۵.
- [50]. رنگریز، ح؛ مهدیان، م؛ ج؛ زارع علمی، س، (۱۳۹۱)، بررسی رابطه بین کیفیت خدمات الکترونیک و رضایت مشتریان بانک ملت استان لرستان، فصلنامه مدیریت توسعه و تحول، دوره ۶، شماره ۱۰.
- [51]. ریاحی، ب، (۱۳۸۴)، "نظریه نوین مدیریت کیفیت جامع در بخش دولتی ایران"، تهران، مرکز آموزش و تحقیقات صنعتی ایران.
- [52] Akava ,S.(2012). "A Brief History of Quality - How the Concept of Quality has Evolved". <http://www.academia.edu>.
- [53] Kline, R. B. (2011). *Principles and practice of structural equation modeling*: Guilford press.
- [54] Hu HY, Lee YC , Yen TM. (2012). service quality gaps analysis based on Fuzzy linguistic SERVQUAL with a case study in hospital out – patient services. *TQM journal*:22(5):499-515.
- [55] Lovelock, Christopher, Laren, N, (2016) *Services Marketing*, 2th ed, London, Prentice Hall. Cdlier, D.A(1987) *Service Management*, 3th ed, London, Prentice Hall.
- [56] Zameer ,Hashim , Anam Tara , Uzma Kausar , Aisha Mohsin , (2015) "Impact of service quality, corporate image and customer



*satisfaction towards customers' perceived value in the banking sector in Pakistan*", International Journal of Bank Marketing, Vol. 33 Iss: 4, pp.442 – 456

[57] Gronroos, C. A. (2012). " *Service Model and its Marketing Implications* ", European Journal of Marketing, 18(4), pp. 36.44

[58] Keshtkar Z, Shabani A, Siadat A.(2012). *Foundaons and Principes of Quality Management*.Tehran: Chapar; Kelke novin.

[59] فتحیان، م و گلچین پور، م، (۱۳۸۵)، "راهکارهای چابکی در سازمان‌های تولیدی"، ماهنامه تدبیر، شماره ۱۷(۱۷۵)، ۳۷-۴۳.