

ارزیابی میزان رضایتمندی دانشجویان دختر و پسر دانشگاه پیام نور ارومیه از مجموعه دانشگاه و مسئولین^۱

امیر همتی^۱، هادی نجفی فر^۲

^۱ دانشجوی دکتری مدیریت آموزشی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تبریز، تبریز، ایران

^۲ دانشجوی کارشناسی راهنمایی و مشاوره پردیس شهید رجایی ارومیه

چکیده

پژوهش حاضر با هدف ارزیابی میزان رضایتمندی دانشجویان دختر و پسر دانشگاه پیام نور ارومیه از مجموعه دانشگاه و مسئولین انجام شده است. با استفاده از روش تحقیق توصیفی از نوع پیمایشی، ۶۷۲ نفر از دانشجویان دانشگاه به صورت طبقه ای متناسب با حجم هر یک از طبقات به طور تصادفی انتخاب شدند. برای گردآوری داده های پژوهش از پرسشنامه رضایت مندی دانش جویان استفاده شده است. برای سنجش میزان پایایی از ضریب آلفای کرونباخ در یک مطالعه مقدماتی روی یک نمونه ۳۰ نفری، پرسشنامه رضایت مندی $\alpha = 0/83$ بدست آمد. داده های تحقیق پس از جمع آوری بر اساس سوالات پژوهش و با استفاده از آزمون T یک طرفه و T مستقل تحلیل شدند. نتایج حاکی از آن است که: رضایت دانشجویان دختر از عوامل بهداشتی و عوامل روانی خدمات آموزشی و رفاهی پایین می باشد در مقابل دانشجویان پسر دانشگاه پیام نور ارومیه نسبت به عوامل فیزیکی و بهداشتی عدم رضایت و همچنین نسبت به عوامل برانگیزاننده یا همان عوامل روانی خدمات آموزشی و رفاهی دانشگاه ناراضی هستند. درواقع اختلاف معناداری بین رضایت دانشجویان پسر دانشگاه پیام نور واحد ارومیه و دانشجویان دختر از خدمات آموزشی و رفاهی دانشگاه وجود دارد.

واژه های کلیدی: میزان رضایت مندی، دانشجویان، دانشگاه و مسئولین

^۱ داوری و گزینش توسط کنفرانس روانشناسی، علوم تربیتی و سبک زندگی

۱- مقدمه

رشد و توسعه نظام های آموزشی یکی از وجوه مشخص عصر ماست. این امر به ویژه در چند دهه اخیر به مساله ای مهم مبدل شده است. فراگرد آموزش و رضایت با انسان سروکار دارد و چون انسان موجودی پیچیده است از این رو نظام آموزشی سنجیده و عقلانی که دارای هدف های روشن و برنامه مشخصی است ایفای وظایف و فعالیت های آموزشی و راهبری آنها باید به افراد شایسته و صاحب صلاحیت سپرده شود. تعجب آور نیست که در چند دهه اخیر بر اثر ضرورت توجه به جوانب کیفی آموزش و پرورش، مسائل برنامه ریزی و مدیریت آموزشی به موضوعات مهم، قابل اعتبار و حیاتی تبدیل شده اند. در نتیجه نیاز به تربیت مدیران شایسته و برنامه ریزی های اساسی و نیز به کارگیری اساتید توأم با روشهای نوین و اثر بخش در سطوح مختلف آموزشی مورد تاکید روز افزون قرار گرفته است.

۱-۱- بیان مسئله پژوهش

موضوع اصلی تحقیق ارزیابی میزان رضایتمندی دانشجویان دختر و پسر دانشگاه پیام نور ارومیه از مجموعه دانشگاه و مسئولین است، عبارتی سؤال اساسی این است که آیا دانشجویان از وضعیت کنونی خود راضی هستند یا خیر. راضی بودن و رضایتمندی در جنبه های مختلف مادی، معنوی و روحی مورد نظر است.

۱-۲- اهمیت و ضرورت تحقیق

آگاهی از اینکه دانشجویان دانشگاه پیام نور در چه وضعیت معنوی، مادی و روحی و اخلاقی قرار دارند در رتبه نخست برای آنانکه در این زمینه برنامه ریزی می نمایند مهم است یعنی برنامه ریزان و مسئولان در سایه اطلاعات میتوانند از این نتایج در جهت افزایش رضایت دانشجویان بهره گیرند و بدیهی است هرچه میزان اطلاعات در دسترس دقیق و صحیح باشد همان قدر تصمیمات گرفته شده و برنامه های تدوین شده منطقی تر و عینی تر خواهد بود.

۱-۳- اهداف تحقیق

هدف کلی: بررسی اینکه دانشجویان دانشگاه پیام نور مرکز ارومیه به چه میزان از خدمات آموزشی و رفاهی دانشگاه راضی هستند.

اهداف جزئی:

- بررسی اینکه خانمها به چه میزان از خدمات آموزشی و رفاهی دانشگاه پیام نور واحد ارومیه راضی هستند.
- بررسی اینکه آقایان به چه میزان از خدمات آموزشی و رفاهی دانشگاه پیام نور واحد ارومیه راضی هستند.

۱-۴- فرضیه های تحقیق:

فرضیه اصلی: دانشجویان دانشگاه پیام نور واحد ارومیه از خدمات آموزشی و رفاهی دانشگاه راضی هستند.

فرضیه های فرعی

فرضیه فرعی ۱: دانشجویان دختر دانشگاه پیام نور واحد ارومیه از خدمات آموزشی و رفاهی دانشگاه راضی هستند.

فرضیه فرعی ۲: دانشجویان پسر دانشگاه پیام نور واحد ارومیه از خدمات آموزشی و رفاهی دانشگاه راضی هستند.

فرضیه فرعی ۳: اختلاف معناداری بین رضایت دانشجویان پسر دانشگاه پیام نور واحد ارومیه و دانشجویان دختر از خدمات آموزشی و رفاهی دانشگاه وجود دارد.

فرضیه فرعی ۴: اختلاف معناداری بین رضایت دانشجویان ورودی ۹۴ به بالا و ۹۴ به پائین از خدمات آموزشی و رفاهی دانشگاه وجود دارد.

۲- ادبیات تحقیق

با توجه به اینکه رضایت دانشجویان از دانشگاه به عنوان یکی از زمینه های تحقیقاتی مطرح است و یکی از پرسش های بدون پاسخ مانده است، تحقیقات بیشتر در این زمینه را می طلبد و با توجه به مطالبی که قبلا ذکر شد، رضایت دانشجویان از دانشگاه می تواند به عنوان یکی از اساسی ترین مسائل دانشگاهی مطرح شود.

با توجه به علاقه ای که محقق به این موضوع نشان داد درصدد برآمدیم که مسائل مربوط به رضایت دانشجو و ابعاد مختلف آن را بررسی کرده و درجه و میزان این رضایت را بدست آوریم.

خاطر نشان می شود این پژوهش برای اولین بار در سطح دانشگاه پیام نور ارومیه برگزار می شود به همین دلیل از ارائه پیشینه آماری در این رابطه معذوریم و از اطلاعات تئوریک استفاده خواهیم کرد

تعریف گوناگونی از رضایت و رضایت مندی شده است. رضایت (satisfaction) به معنی ارضاء حالتی هیجانی است که با رسیدن به یک هدف پدید می آید. رضایت در کار با پیشرفت در یک فعالیت یا زمینه مورد علاقه بدست می آید (پورافکاری، ۱۳۷۹). یکی از تعاریف رایج رضایت مندی بر پایه رویکرد رضایت (Expectancy Approach) است. بر این مبنا رضایت هم جنبه شناختی و هم جنبه هیجانی که از مقایسه تجارب فرد با انتظاراتش ناشی می شود، دارد. بر اساس این تعریف، درجه تفاوت میان انتظارات و تجارب فرد، تعیین کننده مقدار رضایت اوست (شفیع آبادی، ۱۹۸۹). رضایت مندی می تواند به عنوان درجه عملکرد ارتباط بین نیازها، توقعات و تجربیات واقعی فهمیده شود (استار، بیژومنا ۱۹۷۲). در مورد رضایت دانشجویان از دانشگاه می توان گفت که دانشجویان باید بطور موثر با محیط آکادمیشان برخورد کنند و برای باقی ماندن در آن، محیط های دانشگاهی بایستی نیازها را به طور مجزا منعکس کنند و به دانشجویان به خاطر تلاش هایشان پاداش بدهند.

مدل سرمایه گذاری رضایت مندی دانشجویان می تواند به عنوان یک معیار برآورد موثر دانشگاه تلقی شود. طبق تحقیقات از دانشجویان راضی، هرچه مطالعه کردن سخت تر باشد اجرا بهتر خواهد شد. این مدل بر این اساس بنا شد: رضایت مندی به وسیله پاداش ها منهای هزینه ها تعیین می شود. پاداش ها می تواند به عنوان نتیجه مثبت حضور در دانشگاه در نظر گرفته شود و بالعکس هزینه ها شکل منفی حضور در دانشگاه تلقی شود. برای مثال اگر یک دانشجو احساس مساعدی از کارمند، کیفیت آموزشی و ... داشته باشد پس سطح رضایت او احتمالا بالاتر است. با توجه به هزینه ها، اگر دانشجویی سختی را به عنوان تجربه دانشگاهی تحمل کند مانند دروسهای مالی، احساس فشار و ... آن گاه سطح رضایت او کاهش می یابد. (هاتچر، ۲۰۰۶)

بررسی عوامل موثر بر رضایت مشتری و افزایش فروش فروشگاههای زنجیره ای رفاه استان تهران

در این تحقیق که توسط علی اکبر سجادی در سال ۱۳۷۵ صورت گرفته است فرضیات تحقیق را عوامل قیمت، برخورد و رفتار مناسب با مشتریان، تنوع و جور بودن کالا و خدمات متنوع فروشگاه در نظر گرفته است. و این موارد را به عنوان عوامل بسیار موثر بر رضایت مشتری و افزایش فروش فروشگاههای زنجیره ای رفاه برشمرده است. (عظیمی هاشمی، ۹: ۱۳۸۱ به نقل از سجادی، ۱۳۷۵)

رضایتمندی از زندگی بیانگر میزان ارضا تمایلات و نیازهای اساسی انسانها بوده واز این طریق مفهوم رضایتمندی با نیاز ارتباط می‌یابد. رضایتمندی از زندگی به عنوان ارضا نیازهای اساسی و تلقی مثبت و احساس خوشایند افراد نسبت به قلمروهای مختلف زندگی است. از تئوری نیازهای پنجگانه (فیزیولوژیک، ایمنی، اجتماعی، احترام یا صیانت ذات و خودشکوفایی) مازلو به عنوان چارچوب تعیین نیازهای اساسی استفاده شده است. نتایج تحقیق بر اساس نمونه ۱۴۰ نفری در بین مهاجرین ساکن خمینی شهر نشان می‌دهد در جامعه مورد مطالعه رضایتمندی افراد از نیازهای سطوح بالا و به عبارتی نیازهای معنوی در حد قابل توجه بوده و کمبودهای افراد و ناراضمندیهای آنها بیشتر به نیازهای سطوح پایین و نیازهای مادی و فیزیولوژیک مربوط می‌شود. در تبیین مکانیسم رضایتمندی از زندگی بعد از مهاجرت عوامل موثر بر آن از تئوری های نیاز، مبادله در جامعه شناسی و تئوریهای برابری، احتمال و انتظار و دو عاملی هرزبرگ در روان شناسی اجتماعی استفاده شده است. بر اساس مدل نظری امرمهاجرت به عنوان نوعی مبادله اقتصادی در بازار تصور شده است که در آن ویژگی ها و امکانات افراد در زندگی قبل از مهاجرت به عنوان داده و امکانات و ویژگیهای زندگی بعد از مهاجرت به عنوان نوعی «ستاده» در مبادله مهاجرت تلقی می‌شود. هر چه ستاده‌های افراد در مقابل داده‌های آنها بیشتر و یا در همان حد انتظار باشد، یا احتمال بیشتری برای کسب ستاده‌ها در آینده وجود داشته باشد. رضایتمندی از زندگی بعد از مهاجرت بیشتر می‌شود. بر اساس نتایج این تحقیق با افزایش سن خواسته‌ها کمتر شده و رضایتمندی بیشتر می‌شود. پایگاه اجتماعی و آگاهی اجتماعی هر چه از سطوح بالاتر برخوردار باشند، توقعات بیشتر و احساس نیاز بیشتر و رضایتمندی کمتر می‌شود. تمایل به زندگی در شهر، داشتن روحیه تقدیرگرا، خوشبینی نسبت به آینده، داشتن انگیزه برای زندگی در محل و ارزشها و ایده‌آل های سطح پایین موجب افزایش رضایتمندی از زندگی بعد از مهاجرت است. (عظیمی‌هاشمی، ۱۳۸۲ به نقل از سلیمانی دریچه، ۱۳۷۳)

۲-۲- رضایت مشتری^۲

هر مشتری پس از دریافت خدمت یا خرید ممکن است به طور کلی راضی و یا ناراضی باشد. پرسش این است که رضایت چیست و رضایت مشتری چگونه ایجاد می‌شود؟ در پاسخ باید گفت رضایت احساس مثبتی است که در فرد پس از استفاده از کالا یا خدمت به وجود می‌آید. اگر کالا یا خدمت دریافت شده از جانب مشتری هم سطح انتظارات او ارزیابی شود در او احساس رضایت می‌کند. اگر سطح خدمت و کالا بالاتر از سطح انتظارات او باشد موجب ذوق زندگی مشتری شده و اگر پایین تر از انتظارات او باشد موجب ناراضی می‌شود. درجه رضایت و ناراضی و ذوق زندگی افراد در هر زمان و هر مورد متفاوت بوده و همواره به میزان فاصله سطح انتظارات مشتری و عملکرد عرضه کننده در قالب کیفیت کالا و خدمات مربوط می‌شود.

کاتلر رضایت مندی مشتری را به عنوان درجه ای که عملکرد واقعی یک شرکت، انتظارات مشتری را برآورده کند تعریف می‌کند. به نظر وی اگر شرکت انتظارات مشتری را برآورده کند مشتری احساس رضایت و در غیر این صورت احساس ناراضی می‌کند. جمال و ناصر، رضایت مشتری را به عنوان احساس یا نگرش یک مشتری نسبت به یک محصول یا خدمت بعد از استفاده از آن تعریف کرده اند. این دو پژوهشگر بیان می‌کنند رضایت مشتری، نتیجه اصلی فعالیت بازاریاب است که به عنوان ارتباطی بین مراحل مختلف رفتار خرید مصرف کننده عمل می‌کند. برای مثال اگر مشتریان بوسیله خدمات خاصی ارضاء شوند به احتمال زیاد خرید خود را تکرار می‌کنند. مشتریان راضی همچنین با دیگران درباره تجارب خود صحبت می‌کنند که در نتیجه در تبلیغات دهان به دهان (شفاهی - کلامی) مثبت واقع می‌شوند. در مقابل مشتریان ناراضی احتمالاً ارتباط خود را با شرکت قطع می‌کنند و در تبلیغات دهان به دهان منفی واقع می‌شوند. به علاوه رفتارهایی از قبیل تکرار خرید و تبلیغات دهان به دهان مستقیماً بقا و سودآوری یک شرکت را تحت تاثیر قرار می‌دهند. نوشته های مربوط به رضایت مشتری، سلیقه مشتری و سود دهی بیان می‌کنند که رضایت مشتری روی سلیقه مشتری اثر می‌گذارد و همین تاثیر به نوبه خود روی سود

^۱ Customer satisfaction

دهی اثر می گذارد. طرفداران این تئوری پژوهشگرانی چون آندرسون و فورنل، گامسون (۱۹۹۳)، اسکلت و دیگران (۱۹۹۵)، شینه لرو باون (۱۹۹۵)، استورباک (۱۹۹۴) و زیتامل (۱۹۹۰) هستند. بلاچارد و گالووی معتقدند رضایت مشتری در نتیجه ادراک مشتری طی یک معامله یا رابطه ارزشی است. به طوری که قیمت مساوی است با نسبت کیفیت خدمات انجام شده به قیمت و هزینه های مشتری. (هالول، ۱۹۶۱).

۲-۳- رضایت مراجعان سازمان های دولتی

امروزه در عصر جهانی شدن به سبب پیشرفت دانش و تکنولوژی، سرعت در ارتباطات و تغییر و تحولاتی که در ارزش ها و فرهنگ ها، انتظارات و مطالبات سیاسی ملت ها ایجاد شده، بر فرآیند تحولات اداری تاثیر گذاشته است. تغییر سلیقه ها، خواسته ها و توقعات شهروندان سبب شده است که تحول از امری درون زا به امری برون زا تبدیل شود. در واقع پاسخگو بودن سازمان های دولتی در برابر شهروندان سبب شده دولت ها به افراد جامعه از منظری جدید و به مثابه مشتریان بخش خصوصی بنگرند و تلاش کنند حداکثر رضایت مندی را برای آنان فراهم سازند. (خاکی، ۱۳۸۱).

به اعتقاد اندیشمندان علوم سیاسی و اداری اگر دولت ها و حکومت ها نتوانند خواسته ها و نیازهای مادی و معنوی و در کل رضایت مندی شهروندان را برآورده سازند. بحران های مختلفی از قبیل بحران اعتماد عمومی، بحران مشروعیت نظام، بحران مشارکت عمومی و... ایجاد می شود و موجب تقلیل کارایی و اثربخشی نظام می شود. (کازمی، ۱۳۷۹)

رضایت مندی مراجعان یکی از معیارهای جدید سنجش عملکرد سازمانی و کیفیت خدمات رسانی در سازمان های دولتی است. برای رضایت مندی مراجعان تعریف های متفاوتی وجود دارد از جمله:

(۱) ایجاد حالت شادمانی، خشنودی و مطلوبیتی که در نتیجه تامین نیازها و برآورده کردن تقاضاها و احتیاجات مراجعه کننده توسط ارائه کننده خدمت ایجاد می شود.^۳

(۲) به عقیده کاتلر سطح رضایت تابعی است از تفاوت بین ادراک از عملکرد کالا و انتظارات فرد (رهنورد، ۱۳۸۲).

(۳) ادراک مراجعان از عملکرد سازمان و خدمات دریافت شده یا ادراک مراجعان را که از برآورده شدن خواسته ها و انتظاراتشان ایجاد می شود رضایت مندی گوئیم.^۴

(۴) ارزیابی های مراجعان از کیفیت خدمات ارائه شده را رضایت مندی گویند. فیسیکووا، ۲۰۰۴
با بررسی این تعاریف به این نتیجه می رسیم که رضایت مندی مراجعان:

الف یک فرآیند است.

ب ادراکی است و بر حسب ادراک افراد متفاوت است.

ج حاصل مقایسه عملکرد مورد انتظار و عملکرد واقعی است.

³ Retail management Associates, ۲۰۰۲

⁴ Board, ۲۰۰۲ treasury

۲-۴- نظریه های رضایت مندی^۵

- هائورن
- هرزبرگ
- مازلو

۲-۵- هائورن- وروم

مطالعات رضایت مندی با مطالعات هائورن در اوایل سال ۱۹۳۰ شروع شده بود

با وجود این قبل از آن مدیران علمی به طور ضمنی رضایت شغلی را در ارتباط با خستگی کارگران مورد توجه قرار داده بودند. از سالهای ۱۹۳۰ تا کنون رضایت مندی به طور وسیعی مورد مطالعه قرار گرفته است. در اصل رضایت شغلی به این دلیل اهمیت پیدا کرده است که طرفداران اولیه رویکرد روابط انسانی، مدیران را قانع کردند که کارگر خوشحال، کارگر سودآور است. اولین مطالعات مربوط به رضایت با آزمایش های هائورن در سال های ۱۹۲۴ و ۱۹۳۲ آغاز شد.

این پژوهش ها ابتدا به شیوه مشابه با مدیران علمی آغاز شد و هدف آن بررسی رابطه شرایط فیزیکی کار با میزان عملکرد کارکنان بود. مطالعاتی که وروم در سال ۱۹۶۲ در زمینه ی رضایت مندی انجام داده است نظریه کامروائی را به وجود آورده است. این نظریه از جهاتی منطقی ترین نظریه خشنودی شغلی است و احتمالاً آشکارترین مشابهت را به نظریه مشوق عملکرد را دارد. این مفهوم عبارت است از ۱) (شخص اگر آن چه را که می خواهد بدست آورد راضی خواهد بود. ۲) هر چه شخص چیزی را بیشتر بخواهد وقتی آن را بدست می آورد راضی تر خواهد بود. در کل و طبق این تحقیقات هر چه سطح خدمات، رفاه، شغل و... بالاتر باشد رضایت مندی بیشتر خواهد بود.

۲-۶- مطالعات هرزبرگ

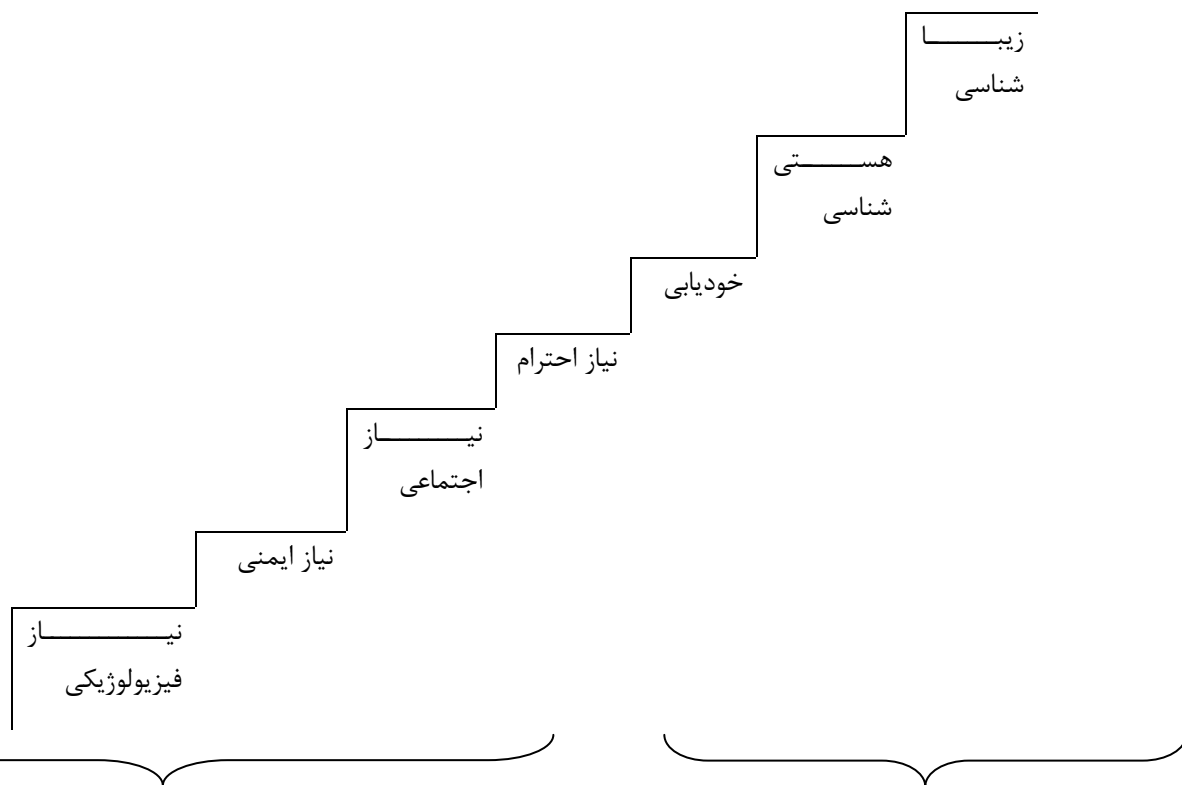
هرزبرگ رضایت شغلی را دارای دو بعد دانسته است: یک گروه عوامل و شرایطی که فقدان آن ها موجب عدم رضایت می گردد و تامین آن ها باعث ایجاد انگیزش قوی نمی شود بلکه فقط از بروز عدم رضایت جلوگیری می کند که آن ها را عوامل بهداشتی یا موثر در حفظ وضع موجود یا عوامل بقا می نامند. این عوامل عبارتند از: طرز تلقی برداشت کارکنان، شیوه اداره امور، خط مشی های سازمان، ماهیت و میزان سرپرستی، امنیت کاری و ... نبود این عوامل ممکن است کارمند را چنان ناراضی کند که موجب ترک سازمان شود. دسته دوم، عوامل موثر در ایجاد انگیزه هستند که وجود آن ها موجب انگیزش و رضایت افراد ولی فقدان آن ها تنها عدم رضایت شغلی ضعیفی را ایجاد می کند. بنابراین فقدان عوامل گروه دوم مترادف با عدم انگیزش تلقی می شود مانند موفقیت کاری، شناخت و قدردانی، پیشرفت و توسعه، رشد فردی - شغلی و ماهیت کار.

۲-۷- مطالعات مازلو

مازلو نیازها را در ۷ رتبه طبقه بندی کرد که به ترتیب عبارتند از ۱ (نیاز فیزیولوژیکی ۲) نیاز ایمنی ۳ (نیاز اجتماعی ۴) نیاز به احترام ۵ (نیاز خودیابی ۶) نیاز هستی شناسی ۷ نیاز زیبا شناسی. (نمودار ۱) مازلو نیاز ۱ تا ۴ را نیازهای اولیه و بقیه را نیازهای ثانویه نام نهاد. مازلو بیان می کند که انسان هم نیاز مادی دارد و هم نیاز معنوی و نیازهای آگاهانه انسان از نیازهای نهانی متنوع تر است. همچنین هرگاه یک نیاز اولیه تا حدی ارضا شود دیگر محرک رفتار نخواهد بود ولی نیازهای ثانویه هر چقدر تامین شوند قدرتشان زیادتر می شود. هرگز یک نیاز به صورت دائمی ارضا نمی شود. نیازهای انسان در قالب سلسله

^۲ Theories of satisfaction

مراتب از سطح پایین به بالاست. یعنی انسان ابتدا در صدد تامین نیازهای اولیه بر می آید سپس به نیازهای ثانویه اقدام می کند.^۶



نیازهای ثانویه نیازهای اولیه

نمودار ۱ - سلسله مراتب نیازهای مازلو

- غلامعلی طبرسی^۶

۳- روش تحقیق**۳-۱- جامعه آماری و روش نمونه‌گیری**

جامعه آماری تحقیق حاضر شامل ۱۰۰۰۰ نفر از دانشجویان دانشگاه پیام نور استان آذربایجان غربی می باشد. با توجه به جدول کرجسی و مورگان (۱۹۷۰)، حداقل حجم نمونه برای تحقیق حاضر ۶۷۲ نفر تعیین شد (کرجسی و مورگان، ۱۹۷۰). در این تحقیق از روش نمونه‌گیری تصادفی نسبتی برای جمع‌آوری داده‌ها استفاده شده است. روش جمع‌آوری اطلاعات ابتدا کتابخانه‌ای بوده و در مرحله دوم به صورت پیمایشی و میدانی ادامه یافت. در روش دوم پرسشنامه‌ای تهیه شد که تعداد ۲۹ سوال در خود جای داده بود. جدول شماره ۱ جامعه آماری را نشان می‌دهد.

جدول شماره ۱. جامعه آماری پژوهش

جنسیت	فراوانی	درصد
دختر	۶۵۰۰	٪۶۵
پسر	۳۵۰۰	٪۳۵

۳-۲- ابزار

در این پژوهش از پرسشنامه و در سوالات از سبک طیف لیکرت استفاده شده است. پرسشنامه حاوی ۱۵ سوال با جنبه فیزیکی و بهداشتی و تعداد ۱۴ سوال با جنبه روانی طبق نظریه دوعاملی هرزبرگ بوده است.

۴- یافته‌های تحقیق**آزمون مقایسه میانگین یک جامعه**

برای تست فرضیات این تحقیق دو مرحله را پیاده خواهیم کرد در مرحله اول به بررسی میزان میانگین عوامل بهداشتی می پردازیم و در مرحله بعد عوامل روانی مورد بررسی قرار می‌گیرد.

آزمون فرضیات**فرضیه فرعی ۱**

فرض تحقیق: دانشجویان دختر دانشگاه پیام نور واحد ارومیه از خدمات آموزشی و رفاهی دانشگاه راضی هستند.

فرض مقابل: دانشجویان دختر دانشگاه پیام نور واحد ارومیه از خدمات آموزشی و رفاهی دانشگاه راضی نیستند.

الف عوامل بهداشتی

جدول شماره ۲. نتایج آزمون یک طرفه

	Test Value =					
	t	درجه آزادی	معناداری دوطرفه	اختلاف میانگین	۹۵% تفاوت معناداری	
					پایین تر	بالتر
فیزیکی	۱۴۰۴۷۷	۲۳۵	۰.	۵۵۲۵.	۴۷۷۳.	۶۲۷۷.

تصمیم گیری

با توجه به خروجی حاصل از SPSS % sig= ۰ از آنجا که حد بالا و پایین هر دو مثبت می باشند، ($0/۴۷۷۳ < \mu < 0/۶۲۷۷$)، در نتیجه مقدار میانگین رضایت دانشجویان دختر از عوامل بهداشتی خدمات آموزشی و رفاهی دانشگاه کم و خیلی کم است.

ب عوامل روانی

جدول شماره ۳. نتایج آزمون یک طرفه

	Test Value =					
	t	درجه آزادی	معناداری دوطرفه	اختلاف میانگین	۹۵% تفاوت معناداری	
					پایین تر	بالتر
روانی	۱۳۰۱۲۴	۲۳۵	۰.	۴۹۶۷.	۴۲۲۱.	۵۷۱۳.

تصمیم گیری

با توجه به خروجی حاصل از SPSS از آنجا که حد بالا و پایین هر دو مثبت می باشند، ($0/۴۲۲۱ < \mu < 0/۵۷۱۳$)، در نتیجه مقدار میانگین رضایت دانشجویان دختر از عوامل روانی خدمات آموزشی و رفاهی دانشگاه کم و خیلی کم است.

فرضیه فرعی ۲

فرض تحقیق: دانشجویان پسر دانشگاه پیام نور واحد ارومیه از خدمات آموزشی و رفاهی دانشگاه راضی هستند.

فرض مقابل: دانشجویان پسر دانشگاه پیام نور واحد ارومیه از خدمات آموزشی و رفاهی دانشگاه راضی نیستند.

الف عوامل بهداشتی

جدول شماره ۴. آزمون یک طرفه

	t Test Value =					
	t	درجه آزادی	معناداری دوطرفه	اختلاف میانگین	% تفاوت معناداری	
					پایین تر	بالا تر
فیزیکی	۱۹۰،۷۳۳	۴۳۸	۰.	۵۰۱۹.	۴۵۱۹.	۵۵۱۹.
روانی	۲۰۰،۲۳۹	۴۳۵	۰.	۵۱۹۱.	۴۶۸۷.	۵۶۹۵.

تصمیم گیری

با توجه به خروجی حاصل از SPSS از آنجا که حد بالا و پایین هر دو مثبت می باشند، ($0/5519 < \mu < 0/4519$)، در نتیجه مقدار میانگین رضایت دانشجویان دختر از عوامل بهداشتی خدمات آموزشی و رفاهی دانشگاه کم و خیلی کم است.

ب عوامل روانی

تصمیم گیری

با توجه به خروجی حاصل از SPSS از آنجا که حد بالا و پایین هر دو مثبت می باشند، ($0/5695 < \mu < 0/4687$)، در نتیجه مقدار میانگین رضایت دانشجویان دختر از عوامل روانی خدمات آموزشی و رفاهی دانشگاه کم و خیلی کم است.

فرضیه فرعی ۳

فرض تحقیق: اختلاف معناداری بین رضایت دانشجویان پسر دانشگاه پیام نور واحد ارومیه و دانشجویان دختر از خدمات آموزشی و رفاهی دانشگاه وجود دارد.

فرض مقابل: اختلاف معناداری بین رضایت دانشجویان پسر دانشگاه پیام نور واحد ارومیه و دانشجویان دختر از خدمات آموزشی و رفاهی دانشگاه وجود ندارد.

الف عوامل بهداشتی

جدول شماره ۵. نتایج عوامل بهداشتی آزمون تی تست مستقل

فیزیکی	آزمون تی تست برای برابری واریانس	آزمون تی تست برای برابری میانگین							
		سطح معنی داری		سطح معنی داری		سطح معنی داری		سطح معنی داری	
		فراوانی	فراوانی	فراوانی	فراوانی	فراوانی	فراوانی	پایین تر	بالا تر
فرض برابری و نابرابری واریانس ^۱	۲۰۷۵۱	۹۸.	- 1.136	۶۷۳	۲۵۷.	۵۰۶.	۴۴۵۷.	- ۱۳۸۱۲.	۳۶۹۰.
فرض برابری و نابرابری واریانس			- 1.103	۴۴۳۰۱۸۲	۲۷۰.	۵۰۶.	۴۵۸۶.	- ۱۴۰۷۵.	۳۹۵۳.

تصمیم گیری:

طبق خروجی حاصل از SPSS سطح معناداری مربوط به برابری واریانس ها (آزمون لوین) ۹/۸۰ درصد می باشد. از آنجا که بیشتر از ۵ درصد می باشد، فرض برابری واریانس ها تایید می شود. در نتیجه اطلاعات مربوط به سطر اول در جدول فوق ملاک خواهد بود.

sig مربوط به آزمون تساوی میانگین در سطر اول جدول فوق بیشتر از ۵ درصد است، بنابراین H_0 رد و H_1 تایید می گردد؛ یعنی میانگین دو جامعه با هم برابر می باشند. با توجه به دوستون آخر جدول، از آنجا که حد بالامثبت و حد پایین منفی می باشند نشان دهنده آن است که میانگین رضایتمندی گروه خانمها نسبت به عوامل بهداشتی با گروه آقایان برابر می باشد

ب عوامل روانی

جدول شماره ۶. نتایج عوامل روانی آزمون تی تست مستقل

روانی	آزمون تی تست برای برابری واریانس	آزمون تی تست برای برابری میانگین							
		سطح معنی داری		سطح معنی داری		سطح معنی داری		سطح معنی داری	
		فراوانی	فراوانی	فراوانی	فراوانی	فراوانی	فراوانی	پایین تر	بالا تر
فرض برابری و نابرابری واریانس	۲۰۵۱	۱۱۴.	۵۰۲.	۶۷۰	۶۱۶.	۲۲۴.	۴۴۶۲.	- ۶۵۲۰.	۱۱۰۰۱.
فرض برابری و نابرابری واریانس			۴۹۰.	۴۴۹۰۲۵۶	۶۲۴.	۲۲۴.	۴۵۷۲.	- ۶۷۴۵.	۱۱۲۲۵.

تصمیم گیری:

طبق خروجی حاصل از SPSS سطح معناداری مربوط به برابری واریانس ها (آزمون لوین) ۱۱/۴۰ درصد می باشد. از آنجا که بیشتر از ۵ درصد می باشد، فرض برابری واریانس ها تایید می شود. در نتیجه اطلاعات مربوط به سطر اول در جدول فوق ملاک خواهد بود.

sig مربوط به آزمون تساوی میانگین در سطر اول جدول فوق بیشتر از ۵ درصد است، بنابراین H_0 رد و H_1 تایید می گردد؛ یعنی میانگین دو جمعه با هم برابر می باشند. با توجه به دوستون آخر جدول، از آنجا که حد بالامثبت و حد پایین منفی می باشند نشان دهنده آن است که میانگین رضایتمندی گروه خانمها نسبت به عوامل روانی با گروه آقایان برابر می باشد.

فرضیه فرعی ۴

فرض تحقیق: اختلاف معناداری بین رضایت دانشجویان ورودی ۹۴ به بالا و ۹۴ به پایین از خدمات آموزشی و رفاهی دانشگاه وجود دارد.

فرض مقابل: اختلاف معناداری بین رضایت دانشجویان ورودی ۹۴ به بالا و ۹۴ به پایین از خدمات آموزشی و رفاهی دانشگاه وجود ندارد.

الف عوامل بهداشتی

جدول شماره ۷. نتایج عوامل بهداشتی آزمون تی تست مستقل برای برابری میانگین ها

فیزیکی	آزمون تی تست برای برابری میانگین	آزمون لئون برای برابری واریانس		t	درجه آزادی	سطح معنی داری دوطرفه	اختلاف میانگین	استاندارد تفاوت خطا	فاصله اطمینان	
		سطح معنی داری	فراوانی						پایین تر	بالا تر
فرض برابری و نابرابری واریانس	-	۲۹۷.	۵۸۶.	2.379	۶۷۱	۱۸.	۱۰۸۹-	۴۵۷۷.	-	۱۹۰۱.
		-	-	2.337	۳۹۰،۱۴۶	۲۰.	۱۰۸۹-	۴۶۵۸.	-	۱۷۳۰.

تصمیم گیری:

طبق خروجی حاصل از SPSS سطح معناداری مربوط به برابری واریانس ها (آزمون لوین) ۵۸/۸۰ درصد می باشد. از آنجا که بیشتر از ۵ درصد می باشد، فرض برابری واریانس ها تایید می شود. در نتیجه اطلاعات مربوط به سطر اول در جدول فوق ملاک خواهد بود.

sig مربوط به آزمون تساوی میانگین در سطر اول جدول فوق کمتر از ۵ درصد است، بنابراین H_0 رد و H_1 تایید می گردد؛ یعنی میانگین دو جامعه با هم برابر نمی باشند. با توجه به دوستون آخر جدول، از آنجا که حد بالا و حد پایین هر دو منفی می باشند نشان دهنده آن است که میانگین رضایتمندی ورودی های قبل از سال ۹۴ از عوامل بهداشتی بیشتر از ورودی های ۹۴ به بعد می باشد.

ب عوامل روانی

جدول شماره ۸. نتایج عوامل روانی آزمون تی تست مستقل برای برابری میانگین ها

روانی	آزمون تی تست برای برابری میانگین		آزمون لئون برای برابری واریانس		t	درجه آزادی	سطح معنی داری دو طرفه	اختلاف میانگین	استاندارد تفاوت خطا	فاصله اطمینان	
	فراوانی	سطح معنی داری	پایین تر	بالا تر							
فرض برابری و نبرابری واریانس	۹۸۲.	۳۲۲.	-	-	4.488	۶۶۸	۰.	۲۰۳۳-	۴۵۲۰.	۲۹۲۲۵.	۱۱۴۳۶.
			-	-	4.547	۴۲۱،۳۲۹	۰.	۲۰۳۳-	۴۴۷۱.	۲۹۱۱۹.	۱۱۵۴۲.

تصمیم گیری:

طبق خروجی حاصل از SPSS سطح معناداری مربوط به برابری واریانس ها (آزمون لوین) ۳۲/۲۰ درصد می باشد. از آنجا که بیشتر از ۵ درصد می باشد، فرض برابری واریانس ها تایید می شود. در نتیجه اطلاعات مربوط به سطر اول در جدول فوق ملاک خواهد بود. sig مربوط به آزمون تساوی میانگین در سطر اول جدول فوق کمتر از ۵ درصد است، بنابراین H_0 رد و H_1 تایید می گردد؛ یعنی میانگین دو جامعه با هم برابر نمی باشند. با توجه به دوستون آخر جدول، از آنجا که حد بالا و حد پایین هر دو منفی می باشند نشان دهنده آن است که میانگین رضایتمندی ورودی های قبل از سال ۹۴ از عوامل روانی بیشتر از ورودی های ۹۴ به بعد می باشد.

۵- فرضیات و نتیجه گیری

فرضیه فرعی ۱

فرض تحقیق: دانشجویان دختر دانشگاه پیام نور واحد ارومیه از خدمات آموزشی و رفاهی دانشگاه راضی هستند

با توجه به تجزیه و تحلیل خروجی های حاصل از SPSS رضایت دانشجویان خانم از عوامل بهداشتی خدمات آموزشی و رفاهی دانشگاه از قبیل تقویم آموزشی، زمان اعلام نمرات و نیز مدت زمان تعیین شده برای انتخاب واحد، سایت دانشگاه، نحوه

برگزاری کلاسهای رفع اشکال و... پائین می باشد بنابراین با توجه به آنچه هرزبرگ می گوید عدم رضایت در عوامل بهداشتی خدمات آموزشی و رفاهی دانشگاه در بین دانشجویان خانم وجود دارد.

و همانطور که در مرحله دوم تحقیق بررسی گردید عوامل روانی هرزبرگ در دانشجویان خانم به مانند عوامل بهداشتی پائین است که این نشان از ناراضی بودن خانمها از خدمات آموزشی و رفاهی دانشگاه پیام نور ارومیه می باشد یعنی دانشگاه نتوانسته محیطی را برای دانشجویان فراهم کند که روحیه حاکم بر دانشگاه روحیه دوستانه و مسالمت آمیز باشد، خدمات آموزشی "علمی" فرهنگی و رفاهی دانشگاه پیام نور ارومیه در مقایسه با سایر دانشگاه ها رضایت بخش باشد، شرایط و مسیر کسب موفقیت توسط دانشگاه پیام نور مهیا گردد و غیره.

فرضیه فرعی ۲

فرض تحقیق: دانشجویان پسر دانشگاه پیام نور واحد ارومیه از خدمات آموزشی و رفاهی دانشگاه راضی هستند.

در این فرض نیز نتایجی مشابه فرضیه قبلی به دست آمد یعنی دانشجویان پسر دانشگاه پیام نور ارومیه نسبت به عوامل فیزیکی و بهداشتی عدم رضایت و همچنین نسبت به عوامل برانگیزاننده یا همان عوامل روانی خدمات آموزشی و رفاهی دانشگاه ناراضی هستند.

فرضیه فرعی ۳

فرض تحقیق: اختلاف معناداری بین رضایت دانشجویان پسر دانشگاه پیام نور واحد ارومیه و دانشجویان دختر از خدمات آموزشی و رفاهی دانشگاه وجود دارد.

طبق نتایجی که در فصل قبل به دست آمد تفاوت آنچنانی بین میزان رضایت یا ناراضی در دانشجویان پسر و دختر دانشگاه پیام نور چه در عوامل بهداشتی و چه در عوامل روانی وجود ندارد و هر دو گروه تقریباً به یک میزان از خدمات آموزشی و رفاهی دانشگاه ناراضی هستند.

فرضیه فرعی ۴

فرض تحقیق: اختلاف معناداری بین رضایت دانشجویان ورودی ۹۴ به بالا و ۹۵ به پائین از خدمات آموزشی و رفاهی دانشگاه وجود دارد.

نتیجه این فرضیه مبنی بر بیشتر بودن رضایت دانشجویان ورودی ماقبل سال ۱۳۹۴ از خدمات آموزشی و رفاهی دانشگاه می باشد شاید یکی از دلایل آن بالا رفتن سطح انتظارات دانشجویان جدیدالورود باشد و شاید هم رسیدگی و ایجاد تغییر در خدمات آموزشی و رفاهی در چند سال اخیر و پیشرفت نسبی وضعیت ظاهری دانشگاه که دانشجویان قدیمی تر شاهد آن بوده اند باعث بیشتر بودن رضایت آنها باشد به هر حال شاید پاسخ به این سوال بتواند راهگشای بسیاری از مشکلات دانشجویان باشد که به نظر می رسد بررسی آن توسط مسئولین دانشگاه اجتناب ناپذیر است.

منابع

۱. باریکانی، آمنه؛. (۱۳۸۳). بررسی رضایت‌مندی مراجعین به مراکز بهداشتی درمانی تابعه دانشگاه علوم پزشکی ایران، مجله علمی سازمان نظام پزشکی جمهوری اسلامی ایران، دوره ۲۱، شماره ۴: ص ۲۷۰-۲۶۶.
۲. کورمن،. (۱۳۷۳). روان شناسی صنعتی و سازمانی، ترجمه دکتر حسین شکر شکن، انتشارات رشد
۳. عظیمی هاشمی، مژگان. (۱۳۸۲). دینداری و رضایت از زندگی در بین دانش آموزان دوره متوسطه شهرهای فردوس، درگز، نواحی ۴-۵-۷ مشهد.
۴. خاکی، غلامرضا. (۱۳۸۰). راهبردهای مجازی سازی دولت: مهمترین چالش پیشروی نظام اداری در برنامه چهارم توسعه / فصلنامه فرایند مدیریت و توسعه، سازمان مدیریت و برنامه ریزی کشور شماره ۵۸، زمستان - ص ۲۳
۵. رهنورد، فرج الله. (۱۳۸۵). دیدمان مشارکت تهران: موسسه عالی آموزش و پژوهش مدیریت و برنامه ریزی.
۶. سلطانی، ایرج. (۱۳۴۱). بهره‌وری منابع انسانی، اصفهان، انتشارات ارکان ۱۳۸۴
۷. کنیان، کیت. (۱۳۷۷). چگونه در کارمندان انگیزه ایجاد کنیم، ترجمه قاسم کریمی تهران، انتشارات قدیانی
۸. الوانی، سید مهدی. (۱۳۷۱). مدیریت مسائل عمومی، فصلنامه مطالعات مدیریت، دانشگاه علامه طباطبایی تهران شماره ۶ ص
۹. گانلر، الوین. (۱۳۷۰). جابه جایی قدرت، ترجمه شهین دخت خوارزمی، نشر نی، تهران، چاپ اول
۱۰. خیاط زاده، ماهانی. (۱۳۸۷). رضایت مشتری، مجله تدبیر، سازمان مدیریت صنعتی، شماره ۱۴۱، بهمن ص ۷۵
۱۱. فرهاد نژاد، حاجیعلی ایرانی. (۱۳۷۸). مقاله مدیریت رضایتمندی مراجعان در سازمان های دولتی.

12. Chambers R. (۲۰۰۳) Reflections on participatory rural appraisal experience in: Cornwall A, Partta G, editors. Path ways to participation. IDS, P.۳۶-40.
13. Jiang, M. and Ting, E. (۲۰۰۰). A study of factors influencing students' perceived learning in a web-based course environment. International Journal of Educational Telecommunications, ۶(۴), ۳۱۷-338. ۷. Ward, M.,
14. Fecikora (۲۰۰۴), an index method for measurment of customer, the TQM magazine, volume number ۱, satisfaction
15. Gunawardena, C.N. and Zittle, F.J. (۱۹۹۷). Social presence as a predictor of satisfaction within a computer-mediated conferencing environment. The American Journal of Distance Education, ۱۱(۳), ۸-26.
16. Zakersalehi GH & Salehi Najafabadi M (۲۰۱۱). Strategies for international student admission in Iran. Available at: <http://g-zakersalehi.ir/wp->

<content/uploads/۲۰۱۳/۱۰/article۱.pdf>. Boxall, P., & Purcell, J. (۲۰۰۳). Strategy and Human Resource Management. New York: Palgrave Macmillan.

17. Thomas A (۲۰۰۴). Student satisfaction survey, report. Available at: <http://www۲.ul.ie/pdf/۷۶۴۷۲۸۰۱۰.pdf>. ۲۰۰