





دانشگاه شهید بهشتی

دانشکده علوم تربیتی و روانشناسی

پایان نامه برای دریافت درجه کارشناسی ارشد

در رشته مدیریت و برنامه ریزی آموزش عالی

عنوان:

بررسی میزان رضایتمندی دانشجویان دانشگاه شهید بهشتی از کیفیت خدمات علمی (آموزشی و

پژوهشی)، فرهنگی و اجتماعی دانشگاه.

استاد راهنما:

جناب آقای دکتر اباصلت خراسانی

استاد مشاور:

سرکار خانم دکتر فرنوش اعلامی

اساتید داور:

دکتر محمود حقانی و سعید غیائی

دانشجو:

سعید اکبری

زمستان ۱۳۹۶

بررسی میزان رضایتمندی دانشجویان از کیفیت خدمات علمی (آموزشی - پژوهشی)، فرهنگی و اجتماعی دانشگاه شهید بهشتی

چکیده

امروزه دانشگاه‌ها بدلیل مباحث رقابتی، سعی می‌کنند تا رضایت بیشتری را برای دانشجویان خود فراهم سازند. چنانچه رضایتمندی دانشجویان، سرلوحه برنامه و مدیریت دانشگاهی قرار گیرد و اساتید، دانشجویان و به‌ویژه مدیران دانشگاه‌ها وظیفه اصلی خود را تحقق رضایتمندی دانشجویان در عرصه دانشگاه‌ها و جامعه بدانند. بنابراین با توجه به اهمیت رضایتمندی دانشجویان از کیفیت خدمات دانشگاه اهمیت پژوهش حاضر به دنبال شناسایی کارکردهای علمی (آموزشی و پژوهشی)، فرهنگی و اجتماعی دانشگاه می‌باشد و این که ارزیابی دانشجویان به عنوان جامعه مخاطب دانشگاه در خصوص میزان تحقق پذیری کارکردهای اجتماعی و فرهنگی دانشگاه چیست؟ روش این پژوهش به لحاظ هدف، از نوع کاربردی - توصیفی و در زمره ی پژوهش‌های پیمایشی می‌باشد. جامعه آماری این پژوهش عبارت است از دانشجویان رشته‌های علوم انسانی، علوم پایه و فنی مهندسی دانشگاه شهید بهشتی مقطع کارشناسی که در سال تحصیلی ۹۷-۱۳۹۶ مشغول به تحصیل بوده‌اند که تعداد آنان ۵۹۹۴ نفر می‌باشد، و تعداد نمونه آماری ۳۷۵ نفر برآورد شد. در این پژوهش نیز از روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای استفاده شده است و به منظور جمع‌آوری اطلاعات و داده‌ها از روش پرسشنامه‌ای استفاده شده است. در نتیجه می‌توان گفت که با توجه به تحلیل یافته‌های پژوهش، از دیدگاه دانشجویان دانشگاه شهید بهشتی، میزان رضایت آن‌ها از کیفیت خدمات، آموزشی، پژوهشی، فرهنگی و اجتماعی دانشگاه شهید بهشتی، پایین‌تر از حد متوسط می‌باشد.

واژه‌های کلیدی: رضایتمندی، کیفیت خدمات، علمی، فرهنگی، اجتماعی

من لم يشكر المخلوق لم يشكر الخالق

تشکر و قدردانی

بعد از حمد و سپاس از درگاه خداوند متعال، سلامتی و تعجیل در فرج مولایمان قطب عالم امکان مهدی صاحب الزمان (عج) و طول عمر و سلامتی برای نایب بر حق ایشان رهبر عزیز انقلاب امام سید علی حسینی خامنه ای (حفظه الله)، از زحمات استاد عزیز و گرانقدر جناب آقای دکتر اباصلت خراسانی که با حلم و حوصله و نظرات و راهنمایی های عالمانه خود مرا در انجام این پژوهش یاری نمودند صمیمانه تشکر و قدردانی می نمایم.

از استاد گرانقدر سرکار خانم دکتر فرنوش اعلامی که ضمن پذیرش سمت استاد مشاور این پایان نامه، راهنمایی های ارزشمندی ارائه نمودند کمال تشکر و قدردانی را دارم.

از استاد گرامی جناب آقای دکتر محمد حقانی که پایان نامه اینجانب را مطالعه و زحمت داوری آن را بر عهده گرفتند کمال تشکر و امتنان را دارم.

و در پایان از دوستان عزیزم که من را در انجام این پژوهش یاری نمودند صمیمانه سپاسگزارم.

تقدیم:

تقدیم به اساتید بزرگوارم جناب آقای دکتر اباصلت خراسانی و سرکار خانم دکتر فرنوش اعلامی که دلسوزانه و با حوصله بنده را در انجام این پژوهش راهنمایی کردند.

فهرست مطالب

صفحه	عنوان
	فصل اول: کلیات تحقیق
۲.....	مقدمه.....
۳.....	تعریف و بیان مسئله.....
۷.....	ضرورت و انجام پژوهش.....
۱۰.....	اهداف پژوهش (هدف اصلی و هدفهای ویژه).....
۱۰.....	هدف اصلی.....
۱۰.....	اهداف ویژه تحقیق.....
۱۱.....	فرضیه ها یا سوال های پژوهش.....
۱۱.....	سوال اصلی.....
۱۱.....	سوالات فرعی پژوهش.....
۱۲.....	تعریف واژه ها و اصطلاحات پژوهش.....
۱۲.....	تعاریف مفهومی.....
۱۳.....	تعاریف عملیاتی.....

فصل دوم: مبانی نظری پژوهش

۱۷	مقدمه
۲۰	رضایت مندی
۲۲	رضایت مشتری
۳۰	مدل های اندازه گیری رضایت مندی
۳۰	مدل کانو
۳۱	کاربردهای مدل کانو
۳۲	مزایای مدل کانو
۳۲	مدل فورنل
۳۲	مدل اسکمپر
۳۳	مدل سروکوال
۳۴	محدودیت های مدل سروکوال
۳۴	مزیت های مدل سروکوال
۳۵	کیفیت خدمات
۴۶	کیفیت خدمات به عنوان مقدمه رضایت مشتری
۴۷	ارزیابی کیفیت خدمات
۴۹	تفاوت کیفیت خدمات با رضایت مشتری
۵۱	تعریف خدمات
۵۲	مدل های کیفیت خدمات
۵۲	مدل کیفیت عملکردی و فنی گرونروس
۵۳	مدل هم ترازی فناوری اطلاعات برکلی و گوپتا
۵۴	مدل ویژگی PCP
۵۶	مدل ترکیبی کیفیت خدمات بروگویچ و همکاران

۵۷	مدل مبتنی بر فناوری اطلاعات.....
۵۹	مدل کیفیت خدمات، ارزش مشتری و رضایت مشتری.....
۶۰	مدل عوامل میانجی و عوامل مقدم داده‌کلر.....
۶۱	مدل کیفیت خدمات ادراک شده و رضایت اسپرنگ و ماکوی.....
۶۲	مدل ویژگی کیفیت خدمات (هیوود- فارمر).....
۶۳	مدل کیفیت خدمات داخلی کومار.....
۶۵	ویژگی های خدمات.....
۶۶	اندازه گیری کیفیت خدمات(مدل سروکوال).....
۶۷	ابعاد کیفیت خدمات.....
۷۰	تأثیر فرهنگ و ویژگی های اجتماعی بر دانشگاه.....
۷۲	فعالیت های دانشگاه.....
۷۲	فعالیت های اولیه ی دانشگاه.....
۷۳	رسالت فرهنگی.....
۷۴	رسالت اجتماعی.....
۷۵	نقش دانشگاه در توسعه فرهنگی جامعه.....
۷۷	کارکردهای فعالیتهای فرهنگی در دانشگاه ها.....
۷۸	شرح وظایف مدیریت امور فرهنگی و اجتماعی دانشگاه.....
۸۰	اداره فعالیتهای فرهنگی و اجتماعی.....
۸۵	مفهوم فرهنگ.....
۸۸	انواع فرهنگ دانشگاهی.....
۹۶	مدل مفهومی پژوهش.....
۹۷	پیشینه های پژوهش.....
۱۰۳	جمع بندی و چارچوب نظری پژوهش.....

فصل سوم: روش تحقیق

۱۰۶	مقدمه
۱۰۶	نوع روش
۱۰۷	جامعه آماری پژوهش
۱۰۷	روش نمونه‌گیری و تعیین حجم نمونه پژوهش
۱۰۸	ابزار اندازه‌گیری
۱۰۹	نحوه‌ی ساخت پرسشنامه
۱۱۰	روایی و پایایی ابزار اندازه‌گیری
۱۱۲	روش تجزیه و تحلیل داده‌ها

فصل چهارم: تجزیه و تحلیل اطلاعات

۱۱۵	مقدمه
۱۱۷	سوال فرعی اول پژوهش
۱۲۰	سوال فرعی دوم پژوهش
۱۲۲	سؤال فرعی سوم پژوهش
۱۲۷	سؤال فرعی چهارم پژوهش
۱۳۰	سؤال فرعی پنجم پژوهش
۱۳۱	سؤال فرعی ششم پژوهش

فصل پنجم: نتایج و پیشنهادات

۱۳۵.....	مقدمه
۱۳۶.....	بحث و بررسی یافته های پژوهش
۱۴۲.....	پیشنهادات کاربردی
۱۴۶.....	پیشنهاد های پژوهشی برای تحقیقات آینده
۱۴۷.....	محدودیت های پژوهش
۱۴۸.....	منابع و مأخذ

فهرست جداول

- جدول ۱-۲: مدل های اندازه گیری کیفیت خدمات..... ۵۱
- جدول ۲-۲. ویژگی های بارز فرهنگ های دانشگاهی ۹۶
- جدول ۱-۳. جامعه و نمونه آماری..... ۱۰۹
- جدول ۲-۳ - شیوه نمره گذاری پرسشنامه کیفیت خدمات..... ۱۱۱
- جدول ۳-۳ - مؤلفه ها و گویه های پرسشنامه کیفیت خدمات..... ۱۱۱
- جدول ۳-۴ - پایایی پرسشنامه های مورد استفاده در پژوهش..... ۱۱۳
- جدول شماره ۱-۴: توزیع دانشجویان بر حسب جنسیت ۱۱۶
- جدول شماره ۲-۴: توزیع دانشجویان بر حسب گروه آموزشی..... ۱۱۷
- جدول ۴-۴: نتایج میزان رضایت دانشجویان از کیفیت فعالیت های آموزشی..... ۱۱۸
- جدول ۴-۵: نتایج میزان رضایت دانشجویان از کیفیت فعالیت های پژوهشی..... ۱۲۱
- جدول ۴-۶: نتایج میزان رضایت دانشجویان از کیفیت فعالیت های فرهنگی..... ۱۲۴
- جدول ۴-۷: نتایج میزان رضایت دانشجویان از کیفیت فعالیت های اجتماعی..... ۱۲۸
- جدول شماره ۴-۸: نتایج آزمون گروه های مستقل در رابطه با دیدگاه های دانشجویان..... ۱۳۱
- جدول شماره ۴-۹: نتایج آزمون تحلیل واریانس چند متغیره در رابطه با میزان رضایت دانشجویان..... ۱۳۲
- جدول ۴-۱۰: نتایج آزمون تعقیبی شفه در رابطه با دیدگاه میزان رضایت دانشجویان..... ۱۳۳
- جدول ۴-۱۱: نتایج آزمون های آماری توصیفی و استنباطی سوال اصلی پژوهش..... ۱۳۴

فهرست اشکال

- شکل ۲-۱. مدل کانو..... ۳۲
- شکل ۲-۲. مدل اسکمپر..... ۳۳
- شکل ۲-۳. چرخه کیفیت خدمات..... ۴۱
- شکل ۲-۴. ادارک از خدمت..... ۴۷
- شکل ۲-۵. مدل کیفیت عملکردی و فنی (گرونوس ۱۹۸۴)..... ۵۳
- شکل ۲-۶. مدل هم ترازوی فناوری اطلاعات برکلی و گوپتا(۱۹۹۷)..... ۵۴
- شکل ۲-۷. مدل ویژگی PCP فیلیپ و هزلت ۱۹۹۷..... ۵۶
- شکل ۲-۹. مدل مبتنی بر فناوری اطلاعات(۲۰۰۲)..... ۵۹
- شکل ۲-۱۰. مدل کیفیت خدمات، ارزش مشتری و رضایت مشتری(۱۹۹۹)..... ۶۰
- شکل ۲-۱۱. مدل عوامل میانجی و عوامل مقدم داده‌کلر(۲۰۰۰)..... ۶۱
- شکل ۲-۱۲. مدل کیفیت خدمات ادراک شده و رضایت اسپرنگ و ماکوی(۱۹۹۶)..... ۶۲
- شکل ۲-۱۳. مدل ویژگی کیفیت خدمات (هیوود- فارمر ۱۹۸۸)..... ۶۴
- شکل ۲-۱۴. مدل کیفیت خدمات داخلی (کومار ۲۰۰۰)..... ۶۵

فصل اول

کلیات تحقیق

۱- مقدمه

موفقیت تمام سازمانها و مؤسسات، اعم از تولیدی یا خدماتی، انتفاعی یا غیرانتفاعی و دولتی یا غیر دولتی، تحت تأثیر عوامل متعددی قرار دارد که یکی از مهم ترین آنها رضایتمندی مشتریان به منظور نیل به تعالی در کسب و کار است. امروزه، تأمین رضایت مشتری یکی از الزامات اساسی نظام های مدیریت کیفیت و تعالی است (سقای و کاوسی، ۱۳۸۴).

رضایت یک نوع واکنش احساسی مثبت یا نوعی تعادل روانی است که به دنبال ارضاء نیازی در فرد ممکن است به وجود آید. به وجود آمدن این تعادل بستگی به نحوه ی ارزیابی فرد از میزان ارضاء نیازی دارد که به آن منظور آن، کاری انجام شده است؛ هر چقدر ارزیابی فرد مثبت تر باشد، رضایت او بیشتر است. (صدیق اورعی، ۱۳۸۴). رضایت مشتری نتیجه خرید مصرف کالا یا خدماتی است که از مقایسه عایدی و هزینه های خرید با نتایج مورد انتظار بدست می آید. رضایت مشتری را حالت خوشایندی که در مشتری و پس از دریافت کالا یا خدمات ایجاد می شود تعریف می کنند. به نظر می رسد رضایت مشتری احساسی است که در نتیجه ارزیابی خدمات حاصل می شود. مبنا و اساس رضایت هر مشتری انتظارات و درک او از خدمات ارائه شده است. هر مشتری انتظاراتی دارد چنان چه در ارائه خدمات درک وی از خدمات ارائه شده کمتر از انتظاراتش باشد، به نارضایتی وی منجر می گردد. بنابراین رضایت مشتریان در واقع عکس العملی احساسی است که از فرایند ارزیابی خدمات دریافتی در برابر هزینه هایی که در جهت کسب آن خدمات پرداخت شده، به دست می آید. (الیور^۱، ۱۹۹۷).

رضایت مشتری را می توان به عنوان یک پیامد یا یک فرایند هم تعریف کرد. و او را طبق تعریفی که از رضایت مشتری به عنوان یک پیامد یا خروجی ارائه کرده است، رضایت را حالتی نهایی که از مصرف

1. Oliver

محصولات حاصل می شود، معرفی می کند. این حالت ممکن است حالتی شناختی از دریافتی ها، عکس العملی احساسی به یک تجربه یا مقایسه بین مزایا و هزینه ها با نتایج مورد انتظار باشد و او را در تعریف دیگری که از رضایت به عنوان یک فرایند ارائه داده است، فرایندهای ارزیابی، شناختی و روانشناسی موثر بر رضایت مشتریان را مورد تاکید قرار می دهد. در این حالت رضایت مشتری طی فرایند ارائه خدمات شکل می گیرد (بزرگی، ۱۳۸۶).

در جهان پر رقابت امروزی، تمامی هم و غم دانشگاه ها، حول محور جذب و نگهداری یکایک مشتریان دور می زند. بدین منظور دانشگاه ها با تمامی ترفند های ممکن، تلاش دارند که در درجه اول، با ترویج خدمات خود، هر چه بیشتر دانشجویان بالقوه را به دانشجویان بالفعل تبدیل نموده و در درجه بعد مشتریان جذب شده را اولاً به مشتریان دائمی تبدیل نموده و ثانیاً از آنان به عنوان وسیله مطمئن برای ترویج خدمت خود استفاده کنند. بدین منظور چاره ای ندارند جز اینکه محصول یا خدمت را در حد انتظار مشتری و یا حتی بیش از در خواست وی ارائه کنند. (ووس، ۲۰۰۷).

ویژگی مشخص از خدمات این است که مشتریان اغلب بخشی از فرایند های تولید ارائه خدمات هستند. در بسیاری از خدمات مشتری به این نیاز دارد که قبل از ارائه خدمت اطلاعاتی در مورد نحوه و چگونگی ارائه خدمت به او داده شود (کیلی و همکاران، ۱۹۹۰).

۲-۱. تعریف و بیان مسئله

از مشخصه های کیفیت در دانشگاه، برآورده شدن انتظارات دانشجویان از فرآیند خدمات آموزشی است، با بررسی شکاف بین انتظارات و ادراکات دانشجویان، می توان کیفیت این فرآیند را تعیین نمود کم بودن شکاف بین انتظارات و ادراکات دانشجویان، نشان دهنده کیفیت مطلوب خدمات آموزشی ارایه شده است

گام اساسی برای جبران این شکاف شناخت ادراکات و انتظارات دانشجویان از کیفیت خدمات آموزشی، تعیین نقاط قوت و ضعف و در پی آن، اتخاذ استراتژی‌هایی برای کاهش شکاف و تامین نظر دانشجویان است (توفیقی و همکاران، ۱۳۹۰). در فعالیتهای فرهنگی دانشگاه، دانشجویان باید به ارتباط و همکاری مشترک با مراکز مؤسسات فرهنگی داخل و خارج از کشور بپردازند، همچنین سبب زمینه‌سازی برای آشنایی دانشجویان و برقراری ارتباط با نهادها و مؤسسات علمی، فرهنگی و آشنایی با عالمان و اندیشمندان و فرزندان خواهند شد. رضایت دانشجویان از فعالیتهای فرهنگی دانشگاه باعث خواهد شد که دانشجویان بتوانند به بررسی و شناسایی معضلات فرهنگی دانشگاهیان، نیازهای فکری مخاطبان و علل آسیب‌پذیری و چاره‌اندیشی در مورد راه‌حل مشکلات فرهنگی بپردازند. با توجه به اینکه کارکرد جامعه‌پذیری در ایران به مراتب از کارکردهای تولید دانش بیشتر است، دانشگاه‌ها به هنجارمند کردن و شهروند پروری در جامعه‌ی مدرن می‌پردازند.

دانشگاهی فرهنگ ساز و انسان ساز است که محیط درونی آن میدان اندیشه و فرهنگ، منطق و علم، تجلی عقل، تفکر و استدلال و بحث و بررسی باشد. در این صورت است که حقایق روشن می‌شود و رفتارهای دارای پشتوانه عقلی و فطری در محیط درونی دانشگاه نهادینه شده و برای دانشگاهیان ارزشمند و قابل دفاع می‌شود تا دشمن فرهنگی مغلوب و فرهنگ دانشگاهی به محیط پیرامون خود نفوذ کند. بنابراین لازم است جو دانشگاهی به سلاح منطق و استدلال، تفکر و تحقیق، دیانت و علم مجهز شود. آرام و منطقی نگه داشتن محیط دانشگاه و جلوگیری از متزلزل شدن کار علمی در دانشگاه‌ها و کوتاه کردن دست سوء استفاده‌کنندگان سیاسی و فرهنگی بیرونی، از اقداماتی است که لازمه حفظ منزلت و جایگاه دانشگاه در تولید و باز تولید فرهنگی در ضمن عمل به رسالت‌های آموزش، پژوهش و خدمات اجتماعی آن است.

در جامعه امروزی حفظ حیات دانشگاه با وجود مسائلی که کیفیتی فرهنگی و تمدنی یافته است، تنها با حفظ و ادامه رسالت های قبلی و پیگیری علم ابزاری امکان پذیر نخواهد بود؛ بلکه لازم است علم دانشگاهی به استدلال، معرفت در کلیه جنبه های زندگی انسانی توجه کند. در عصر ما که شکل تقابل جنگی به جنگ نرم که شناخت آن دشوار است گرایش زیادی پیدا کرده است و نیاز است افراد جامعه، به ویژه دانشجویان، نخبگان و اساتید مجهز به سلاح هایی کارآمد و مناسب برای مبارزه نرم شوند، در چنین شرایطی پیچیدگی کار دانشگاه و دانشگاهیان برای عمل به رسالت فرهنگی و تمدن سازی در جامعه نمایان تر می شود. نهاد علمی در هر تمدنی وظیفه حفظ و توسعه بصیرت تاریخی آن جامعه را بر عهده دارد. این جنبه معنوی زندگی انسانی، کلیه فعالیت های افراد یک ملت را در طول تاریخ و عرض اجتماع به یکدیگر گره می زند و هویت جمعی مشترک فرهنگی- تمدنی را برای آن ها می سازد. این مؤلفه نرم افزاری، امکان تولد و تولید سخت افزاری تمدن را می دهد. نظریه دانشگاه تمدن ساز، چنین رسالتی را بر عهده دارد و در صدد است در یکی از مهم ترین شرایط تاریخی کشور، امت مسلمان را حول محور هویت ایرانی - اسلامی متحد سازد (خرمشاد و آدمی، ۱۳۸۸).

تاثیر دانشگاه بر فرهنگ و ویژگی های اجتماعی در جامعه تاحدی بدیهی گشته است تا جایی که می توان با سرمایه گذاری های بلندمدت و برنامه ریزی های دقیق و کامل در انجام رسالت اجتماعی و فرهنگی دانشگاه ها، به آینده کشورها در کلیه زمینه های اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی خوشبین و امیدوار بود. سرمایه فرهنگی انواع گوناگون دانش و هنر مشروع را در برمی گیرد و به قول بوردیو از جمله دارایی هایی است که دانشگاه نقش مهمی در انتقال و افزایش آن به جامعه مخاطب خود (دانشجویان) دارد. لذا از کارکردهای فرهنگی مهم دانشگاه افزایش سرمایه فرهنگی دانشجویان می باشد. در مجموع بررسی ارزیابی دانشجویان از عملکرد دانشگاه در خصوص تحقق پذیری کارکردهای اجتماعی و فرهنگی نشان دهنده نگرش آن هاست. دانشجو مرکزیت تفکر جامعه است، تعالی وی موجب تعالی جامعه و کشور خواهد شد دانشگاه

عامل روشنگری اجتماعی است و همواره در تصمیم سازی و تحول در کشور مورد تأکید بوده است و زمانی می تواند موفق باشد و آگاهی ها و توانایی های خود را در مسیر تحقق ارزش ها به کار گیرد، که در پی تحقق رضایتمندی دانشجویان باشد. چنان چه رضایتمندی دانشجویان سرلوحه برنامه ها و مدیریت های دانشگاهی قرار گیرد و اساتید، دانشجویان و به ویژه مدیران دانشگاه ها وظیفه اصلی خود را تحقق رضایتمندی دانشجویان در عرصه دانشگاه ها و جامعه بدانند و بدان عمل نمایند به قطع و یقین شاهد کاهش آسیب های موجود از جمله فاصله گرفتن دانشگاه ها از دردهای جامعه و در مقابل رشد شاخص های کیفی فرهنگی، سیاسی، مذهبی، علمی و تخصصی دانشگاه ها خواهیم بود و همه مردم از آن بهره مند می شوند. بنابراین با توجه به اهمیت رضایتمندی دانشجویان از کیفیت خدمات دانشگاه اهمیت پژوهش حاضر در آن است که بدانیم کارکردهای علمی (آموزشی و پژوهشی)، فرهنگی و اجتماعی دانشگاه شامل چه مواردی می شود؟ ارزیابی دانشجویان به عنوان جامعه مخاطب دانشگاه در خصوص میزان تحقق پذیری کارکردهای اجتماعی و فرهنگی دانشگاه چیست؟ و به عبارت دقیق تر دانشگاه ها تا چه حد توانسته اند رضایت مخاطبان خود را در زمینه های علمی (آموزشی و پژوهشی)، فرهنگی و اجتماعی جلب نمایند؟ با توجه به اینکه دانشجویان متقاضیان اصلی و بی واسطه خدمات آموزش عالی هستند و آگاهی از نظر آنها برای پایش کیفیت و شناخت نقاط ضعف و قوت خدمات آموزش عالی بسیار مفید و ضروری است، در این راستا بررسی وضعیت رضایت مندی دانشجویان دانشگاه شهید بهشتی از کیفیت خدمات علمی (آموزشی و پژوهشی)، فرهنگی و اجتماعی مسئله اساسی این پژوهش است. مطمئناً رضایت مندی دانشجویان از فعالیت ها و کارکردهای دانشگاه موجب تعالی و تربیت متخصصان و محققان آینده، تشویق به پژوهش در بالاترین کیفیت، سبب جست و جوی حقیقت و توسعه ی دانش، پرورش نیروی انسانی متخصص و افزایش درک بین المللی می شود همچنین سبب ارائه آموزشی خواهد شد که افراد را قادر سازد در دنیای امروز متخصصان شایسته ای باشند و به جامعه ای که از افراد مختلف با نژادهای متنوع و زمینه های اقتصادی و فرهنگی و

زبان های مختلف تشکیل شده است، خدمت نمایند و سبب مشارکت دادن افراد ذی ربط در برنامه ریزی ها و تصمیم گیری ها خواهد شد. و موجب پدید آمدن محیطی خواهد شد که رشته های مختلف علمی و گروه های آموزشی باهم هماهنگی و ارتباط لازم را داشته باشند وقتی که دانشجویان در دانشگاه نتوانند از نظر علمی، فرهنگی و اجتماعی ارتقاء پیدا کنند و به خلاء ها و کمبود های علمی، فرهنگی و اجتماعی آنها در دانشگاه پاسخ داده نشود، در واقع نمی توان از آنها انتظار حس مشارکت جویی، قانون پذیری، مسؤلیت پذیری، ایجاد حس اعتماد به نفس، آگاهی از اطلاعات و سرمایه های علمی و فرهنگی به عنوان یک شهروند حرفه ای را از آنها داشت. قشر دانشگاهی ما قطعا جزو قشر فرهیخته و تأثیرگذار بر جامعه است و در واقع تمام تحولات از دانشگاه و جامعه ی دانشگاهی آغاز می شود. وقتی که این قشر دانشگاهی به بلوغ علمی، فرهنگی و اجتماعی نرسد، نمی توان این انتظار را از دانشجو داشت که بتواند رسالت های امروزی که از دانشجو انتظار می رود را به درستی انجام دهد و انجام این رسالت ها را از او متصور بود. بنابراین تحقق پذیری کارکردهای علمی، فرهنگی و اجتماعی دانشگاه سبب افزایش اعتماد به نفس و ایجاد روحیه ی خود باوری و ایجاد زمینه برای مشارکت جمعی دانشجویان خواهد شد. با توجه به مطالب عرضه شده و همچنین در راستای رضایت مندی دانشجویان از کیفیت خدمات دانشگاهی پژوهش حاضر در صدد بررسی رضایت مندی دانشجویان از کیفیت خدمات علمی، فرهنگی و اجتماعی دانشگاه و همچنین پاسخ گویی به این سؤال است که دانشجویان دانشگاه شهید بهشتی تا چه میزان از کیفیت خدمات ارائه شده رضایت دارند؟

۱-۳. ضرورت و انجام پژوهش

جامعه دانشگاهیان، برنامه ریزان و مجریان از ارکان اساسی توسعه محسوب می شوند، بدیهی است بخشی از برنامه ریزی علمی و سازماندهی مطلوب در فرآیند توسعه را باید در دانشگاه جستجو نمود که مجمع اندیشمندان و محققان مولد علم شناخته می شود. دانشگاه، مانند هر سازمان اجتماعی دیگر، دارای کارکردهای اجتماعی است، از مهمترین کارکردهای این نهاد، کارکردهای آموزشی، پژوهشی، خدماتی و

فرهنگی است. کارکرد آموزشی و پژوهشی دانشگاه تولید، اشاعه و آموزش دانش، تربیت نیروهای متخصص و کارآمد در حوزه های متنوع علمی و پژوهشی و توسعه مرزهای دانایی توانایی است. ضمن آن که در زمینه کارکردهای فرهنگی دانشگاه می توان از توسعه و اعتلای فرهنگی جامعه، غنابخشی فرهنگ عمومی در راستای رشد و توسعه فرهنگ علمی، حفظ و انتقال و بازاندیشی سنت ها و میراث فرهنگی گذشته و تجدید حیات جامعه یاد کرد. دانشگاه ها از یک سو باید پاسدار ارزش ها و سنت های فرهنگی جامعه و از سوی دیگر عهده دار اشاعه ارزش های جدید و علم و تکنولوژی مورد نیاز جامعه باشند. حرکت علمی کشور بعد از پیروزی انقلاب اسلامی دستخوش فراز و نشیب های متعددی بوده است. در دانشگاه ها برای تربیت مهندسان، مدیران، بازرگانان، پزشکان و ... است. همچنین دانشگاه های دولتی برای تکمیل کادر هیات علمی خود با کمک وزارت علوم، تحقیقات و فناوری (عتف) دانشجویان کثیری را بورسیه و به خارج از کشور برای دوره های دکتری اعزام می کنند. نقطه عطف حرکت اول علمی کشور اعطای مجوزهای متعدد برای تأسیس دانشگاه آزاد اسلامی و دانشگاه علمی کاربردی است. مرحله دوم حرکت علمی کشور در اواخر دهه ۷۰ و اوایل دهه ۸۰ شمسی رخ می دهد. حرکت دوم نگاه به فعالیت علمی دانشگاه ها را به سوی پژوهش همراه با آموزش و شکل گیری تحصیلات تکمیلی سوق می دهد. اگرچه کارکردهای آموزشی و پژوهشی دانشگاه که شامل تولید، اشاعه و آموزش دانش و برنامه های توسعه پنج ساله کشور روی متخصص است، اهمیت خاصی دارد و جزو وظایف ذاتی دانشگاه هاست، اما کارکرد فرهنگی و اجتماعی دانشگاه که شامل؛ کمک به رشد و توسعه فرهنگی، آگاهی تاریخی، سرمایه فرهنگی، مشارکت اجتماعی و تجدید حیات جامعه، جامعه پذیری، تعالی معنوی و ... است، اهمیت خاصی یافته و ضرورت توجه به آن به یک مسئله حیاتی بدل شده است. یکی از عواملی که قرآن کریم تأثیرگذاری اش را بر انسان پذیرفته است، محیط اجتماعی است. گروه همسالان، افراد بانفوذ، محافل علمی و مذهبی، رهبران مذهبی و سیاسی، محافل خصوصی، انجمن های دوستی و حزبی از عناصر این محیط هستند که در نظام اعتقادی و ارزشی و شخصیت افراد انسانی