



Studying The Factors Related to Student Satisfaction in Interactions with The Staff of Urmia Nazlo Campus University

Mahyar Mahmoudzadeh Salmasi¹, Iraj Mahmoudi²

(Receipt: 2023.01.21- Acceptance:2023.04.08)

Abstract

The present research was conducted with the aim of investigating and studying the factors related to student satisfaction in interactions with the staff of nazlo urmia university. The research method is descriptive-survey and structural equations type. The statistical population includes all graduate students of nazlo urmia university in the academic year 1401-1402. 259 students will be selected as a sample by random cluster sampling using morgan's table. In this research, according to the background of the subject, the questionnaire of students' satisfaction with the interaction with the staff was used to investigate the satisfaction status of postgraduate students from the interaction with the university staff. The questionnaire of students' satisfaction with interaction with employees is a researcher-made questionnaire designed to measure students' satisfaction with interaction with employees. This questionnaire has 35 questions and based on the likert scale with questions such as (when i go to the librarian, he welcomes my arrival with a smile and body language). Both descriptive statistics and inferential statistics were used to analyze the data. The results showed that the average level of students' satisfaction with university staff interactions was 2.83 with a standard deviation of 0.68, which is smaller than the statistical average (3) and this difference is significant at the 0.01 level; because ($p < 0.01$), so with 99% confidence, it can be said that the level of students' satisfaction with university staff interactions was lower than average (3). Based on the results of the research, it was determined that the factors of appearance, the ability to understand students' needs, strength, continuous presence at the workplace, facilitation of students' affairs, good manners and good manners, expertise, experience, ability in administrative affairs, organizational effectiveness, organizational commitment and organizational efficiency they have a positive and significant relationship with students' satisfaction from interactions with staff.

Key Words: University Staff, Student Satisfaction, Citizenship Behavior, Interaction.

1. Master of science in social communication, faculty of humanities, tabriz branch azad university, tabriz, iran.
2. Assistant professor, department of educational sciences, islamic azad university, miandoab branch, miandoab, Iran. (Responsible author: eraj.mahmoudi@gmail.com)



10.30495/jsec.2023.1978186.2078



مطالعه عوامل مرتبط با رضایت دانشجویان در تعاملات با کارکنان دانشگاه پردیس نازلو ارومیه

مهیار محمودزاده سلماسی؛ ایرج محمودی*

(دریافت: ۱۴۰۱/۱۱/۰۱ - پذیرش نهایی: ۱۴۰۲/۰۱/۱۹)

چکیده

پژوهش حاضر با هدف بررسی و مطالعه عوامل مرتبط با رضایت دانشجویان در تعاملات با کارکنان دانشگاه پردیس نازلو ارومیه انجام شد. روش پژوهش توصیفی- پیمایشی و از نوع معادلات ساختاری است. جامعه آماری شامل تمام دانشجویان تحصیلات تکمیلی دانشگاه پردیس نازلو ارومیه در سال تحصیلی ۱۴۰۱-۱۴۰۲ می‌باشد. تعداد ۲۵۹ نفر از دانشجویان به روش نمونه‌گیری تصادفی خوشه‌ای با استفاده از جدول مورگان به عنوان نمونه انتخاب خواهند شد. در این پژوهش با توجه به پیشینه موضوع برای بررسی وضعیت رضایت دانشجویان تحصیلات تکمیلی از تعاملات با کارکنان دانشگاه، از پرسشنامه رضایتمندی دانشجویان از تعامل با کارکنان استفاده شد. پرسشنامه رضایتمندی دانشجویان از تعامل با کارکنان، پرسشنامه‌ای محقق ساخته می‌باشد که به منظور سنجش رضایتمندی دانشجویان از تعامل با کارکنان طراحی شده است. این پرسشنامه دارای ۳۵ سوال می‌باشد و بر اساس طیف پنج گزینه‌ای لیکرت با سولاتی مانند (هنگام مراجعه به کتابدار ایشان ورود مرا با لبخند و زبان‌بدنی، خوشامد می‌گوید) به سنجش رضایتمندی دانشجویان از تعامل با کارکنان می‌پردازد. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها، از هر دو نوع آمار توصیفی و آمار استنباطی استفاده شد. نتایج نشان داد میانگین وضعیت رضایت دانشجویان از تعاملات کارکنان دانشگاه ۲/۸۳ با انحراف معیار ۰/۶۸ به دست آمده است که از میانگین آماری (۳) کوچکتر است و این تفاوت در سطح ۰/۰۱ معنادار است؛ زیرا $(p > 0/01)$ بنابراین با ۹۹ درصد اطمینان می‌توان گفت که میزان وضعیت رضایت دانشجویان از تعاملات کارکنان دانشگاه پایین از خدمت‌توسط (۳) بود. براساس نتایج تحقیق مشخص شد که عوامل آراستگی ظاهری، قدرت درک نیازهای دانشجویان، قدرت، حضور مداوم در محل کار، تسهیل امورات دانشجویان، خوش اخلاقی و خوش‌رویی، تخصص، تجربه، توانمندی در امور اداری، اثربخشی سازمانی، تعهدسازمانی و کارایی سازمانی رابطه مثبت و معنی‌داری با رضایت دانشجویان از تعاملات با کارکنان دارند.

واژه‌های کلیدی: کارکنان دانشگاه، رضایت دانشجویان، رفتارمدنی شهروندی، تعامل.

۱. دانش‌آموخته کارشناسی ارشد گروه علوم ارتباطات اجتماعی، واحد تبریز، دانشگاه آزاد اسلامی، تبریز، ایران. Mahyar.salmasi@gmail.com

۲. استادیار گروه علوم تربیتی، واحد میان‌آب، دانشگاه آزاد اسلامی، میان‌آب، ایران

*. نویسنده مسئول: eraj.mahmoudi@iaum.ac.ir

مقدمه

موفقیت هر سازمان تحت تأثیر عوامل مختلفی است که مهم ترین عامل آن رضایت مشتری است (دباغ زاده و هنری، ۱۴۰۱). بر اساس نگرش دیویس و همکاران (سروری و ناصر، ۱۴۰۱) در سازمان های دانش محور، آگاهی از نحوه ارائه خدمات از اساسی ترین مکانیزم های مدیریت بوده و از اهمیت بسزائی برخوردار است. رضایت مشتری در این سازمان ها باعث پویایی آنها گشته و اعتلای اهداف سازمانی را به دنبال دارد. درک چگونگی شکل گیری نگرش های مثبت و منفی مشتریان نسبت به خدمات و تأثیر آن بر رفتار خرید یک مسأله اساسی نظری است.

رضایت بالای مشتریان نوعی بیمه در برابر اشتباهات احتمالی سازمان است (ایکرت و همکاران، ۲۰۲۲). مشتریان وفادار در مواجهه با اشتباهات احتمالی سازمان اغماض بیشتری دارند (وولاندری، ۲۰۲۲)؛ زیرا به دلیل تجربیات خوشایند قبلی، اشتباهات اندک و موردی سازمان را به راحتی نادیده می گیرند و با بروز هرگونه اشتباه غیرعمدی به سمت رقبا نمی روند (جانسون، ۲۰۰۹). بنابراین، عجیب نیست که جلب رضایت مشتریان مهم ترین وظیفه سازمانها و مؤسسات شده است؛ چون این امر، ارتباط مستقیمی با حفظ مشتری، سهم بازار و منافع سازمان دارد (الذوبی و همکاران، ۲۰۲۲). این مطلب به ویژه برای ارائه دهندگان خدمات آموزشی بسیار مهم است؛ زیرا شهرت و خوش نامی و بیان مزایا و نکات مثبت آنان از سوی دیگران، منبع اطلاعات کلیدی برای مشتریان جدید است (دام، ۲۰۲۱). همچنین برای دانشجویان، غالباً بررسی کیفیت بین خدمات آموزشی ارائه شده از سوی سازمانهای مختلف ارائه دهنده این خدمت مشکل است؛ ضمناً، در این حوزه، کوچک ترین تغییری از سوی رقبا به سرعت کپی برداری می شود (کاظمی و همکاران، ۱۴۰۱). بنابراین، ایجاد رضایت در دانشجویان برای استمرار فعالیت مؤسسات آموزشی و سودآوری شان، امری الزامی است (سوکانک و کروالا، ۲۰۱۸).

مایکل (۲۰۰۶) دانشجویان را به عنوان مشتریان کلیدی دانشگاه نام می برد. براساس نظر زندیان و همکاران (۱۳۹۸) مشتریان اصلی دانشگاه ها دانشجویان هستند و آموزش عالی تأکید زیادی بر برآورده کردن انتظارات و نیازهای دانشجویان دارد. مسعود و ایوبی (۲۰۱۹) نیز دانشجویان را به عنوان مشتریان اولیه خدمات آموزش عالی تلقی می کنند. تمرکز بر رضایت دانشجو نه تنها دانشگاه را قادر به مهندسی مجدد سازمان خود برای انطباق با نیازهای دانشجویان می سازد بلکه به دانشگاه اجازه می دهد به توسعه یک سیستم نظارتی مستمر برای برخورد اثربخش با نیازهای دانشجویان بپردازد. بنابراین رویکرد رضایت دانشجو برای توسعه فرهنگ و بهبود مداوم کیفیت مهم است (جعفری راد و همکاران، ۱۳۹۴).

ارزیابی رضایت دانشجویان از خدمات آموزش عالی به منظور بهبود مداوم برنامه های درسی، تدریس، کارکنان، و امکانات ضروری است. در طول زمان این ارزیابی مداوم اطلاعات حیاتی را برای تصمیم گیری مؤثر، کنترل عملکرد، و تخصیص منابع فراهم می کند (افشانی و همکاران، ۱۳۹۵). 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 (جعفری راد و همکاران، ۱۳۹۴)، در این راستا بررسی وضعیت رضایتمندی دانشجویان از کیفیت تعاملات کارکنان دانشگاه ارومیه مسئله اساسی این تحقیق است.

با توجه به اینکه دانشجویان از مهم ترین اقشار اجتماعی در روند نوسازی و توسعه کشوراند، پرورش و تقویت احساس رضایت و پیشرفت ایشان در راستای رسیدن به سعادت جامعه، اهمیت ویژه ای می یابد (حیدری، ۱۳۹۴). از همین روی توجه به رضایت و توقعات مشتریان برای نهاد آموزشی که به صورت منظم سیستم خود را به روز می کند و با شرایط مطلوب و جدید وفق می دهد، لازم است (ربانی و ربیعی، ۱۳۹۰). اما دانشگاه های ایران، به دلیل رفتاری ها و مسائل متعدد، کمتر فرصت این را داشته اند تا بر نظرات دانشجویان و دانش آموختگان خود، که دریافت کنندگان اصلی آموزش عالی هستند، وقوف پیدا کنند و از این طریق بررسی کنند که آیا آموزش عالی در بستری صحیح و مناسب حرکت می کند و سمت و سوی برنامه ریزی ها به درستی طراحی و تدوین شده است و یا اینکه چنین نیست و فرجام این کوشش ها هدف خاصی را دنبال نمی کند (حسینی، ۱۳۹۸). از این رو شایسته است نظام آموزش عالی کشور با دقت به ارزیابی مستمر سیاست های جدید بپردازد تا به بهبود تدریجی فعالیت ها، دست یابد. اما به نظر می رسد ضعف مشارکت دانشجویان و اعضای هیأت علمی و کم توجهی به پایش مستمر دوره ها، مانعی بر سر راه ارزیابی های مؤثر و ارتقای کیفیت بوده است.

تحقیقات مختلفی به بررسی جلب رضایت دانشجویان در دانشگاه ها پرداخته اند ولی هیچکدام به بررسی تعاملات دانشجویان با کارکنان و میزان رضایتمندی دانشجویان نپرداخته اند لذا با بررسی مبانی نظری و پیشینه تحقیقات این خلاء احساس می شود که موضوعی با عنوان مطالعه عوامل مرتبط با رضایت دانشجویان در تعاملات با کارکنان دانشگاه بررسی گردد. در ادامه به برخی از نتایج تحقیقات در این حوزه می پردازیم. واکاوی پیشینه تحقیق نشان داد که عواملی چون اطلاع رسانی، برخی خلقیات کارکنان مانند برخورد و مسئولیت پذیری، انعطاف پذیری، میزان دستیابی به هدف، رضایت از زندگی و رضایت از شهر محل تحصیل در رضایت دانشجویان مؤثر است. از طرف دیگر اکثر آثار به بررسی رضایت از خدمات پرداخته اند در حالیکه در این تحقیق به بررسی رضایت از

کارکنان پرداخته شده است که بنابراین هم کیفیت خدمات مورد سنجش قرار می‌گیرد و هم برخی ویژگی‌های ضروری کارکنان در برخورد با ارباب رجوع ارزیابی می‌گردد. همچنین با توجه به اینکه اکثر تحقیقات انجام شده از بعد توصیفی، رضایت را مورد بررسی قرار داده‌اند و تحقیقات تبیینی در این مورد کم و یا فاقد چارچوب نظری مشخص است، استفاده از یک چارچوب نظری ترکیبی و انجام تحقیق در دو بعد توصیفی و تبیینی از مزایای دیگر این تحقیق نسبت به تحقیقات قبلی می‌باشد. سازمان‌ها، موسسات و شرکت‌ها اعم از تولیدی یا خدماتی و دولتی یا خصوصی، برای موفقیت، نیازمند رضایتمندی مشتریان خود می‌باشند و امروزه تأمین رضایتمندی مشتری یکی از الزامات مهم مدیریت کیفیت و تعالی می‌باشد. این امر در آموزش عالی که اثرگذاری بسیار زیادی در تمامی بخش‌های جامعه از جمله، اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی و سیاسی دارد، از اهمیت بیشتری برخوردار است. با توجه به رقابتی که در بین دانشگاه‌ها بوجود آمده است و با توجه به پدیده جهانی شدن، دانشگاه‌ها باید به نیازهای مشتریان خود یعنی دانشجویان کاملاً آگاه و حساس باشند و بطور دائم میزان رضایت دانشجویان خود را ارزیابی و مورد بررسی قراردهند تا رضایت بیشتری را برای مشتریان خود فراهم آورند. طبقه‌بندی نیازهای دانشجویان و انتخاب استراتژی مناسب برای هر طبقه، منجر به ارتقای کیفیت آموزش می‌گردد. هر چه کیفیت خدمات ارائه شده توسط دانشگاه‌ها بهبود یابد، کیفیت خروجی آنها یعنی فارغ التحصیلان نیز افزایش می‌یابد.

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 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، ۱۳۹۴). دانشجویان به عنوان یکی از ارکان اصلی دانشگاه پیکرهی اصلی سازمانها و ارگانهای مختلف جامعه را در آینده تشکیل می‌دهند، بنابراین رضایتمندی آنان از کلیه فعالیتهای انجام شده در دانشگاه می‌تواند در نگرش آنها به رشته تحصیلی شان در جهت انگیزش و حفظ ارتقاء کیفیت آموزشی موثر باشد و نیز از آنجایی که رضایتمندی دانشجویان از کارکنان دانشگاه به طور غیرمستقیم عملکرد آنان را تحت تأثیر قرار می‌دهد، بدون توجه به نظرات و میزان رضایت دانشجویان و همچنین کمیت و کیفیت عملکرد کارکنان، اساتید و مدیریت نمی‌توان آن گونه که باید به برنامه ریزی بهتری در راستای رسیدن به اهداف سازمان نائل شد. لذا نیاز محسوسی به سنجش میزان رضایت دانشجویان از نحوه عملکرد کارکنان، اساتید و مدیریت و به طور کلی از دانشگاه احساس می‌شود تا بتوان به روش علمی عوامل مؤثر در رضایت دانشجویان را بررسی کرده،

نقایص را اصلاح و موارد مثبت آن را بیش از پیش تقویت کرد. بنابراین هدف پژوهش حاضر مطالعه عوامل مرتبط با رضایت دانشجویان از تعامل با کارکنان دانشگاه پردیس نازلو ارومیه می باشد.

روش

پژوهش حاضر به لحاظ هدف کاربردی و روش این پژوهش با توجه به موضوع و ماهیت تحقیق، روش توصیفی پیمایشی است. جامعه آماری شامل تمام دانشجویان تحصیلات تکمیلی دانشگاه پردیس نازلو ارومیه در سال تحصیلی ۱۴۰۱-۱۴۰۲ می باشد. تعداد ۲۵۹ نفر از دانشجویان به روش نمونه‌گیری تصادفی خوشه‌ای با استفاده از جدول مورگان به عنوان نمونه انتخاب خواهند شد. دلیل انتخاب روش نمونه‌گیری تصادفی خوشه‌ای این بوده است که دانشگاه متشکل از دانشکده‌ها و هر دانشکده متشکل از گروه‌های علمی می‌باشد لذا از روش نمونه‌گیری تصادفی خوشه‌ای استفاده شد. به منظور گردآوری داده‌ها و اطلاعات برای تجزیه تحلیل از پرسشنامه استفاده شده است که سوالات از نوع بسته یا چهار گزینه‌ای بوده و روش اجرایی پرسشنامه به این صورت بود که پرسشنامه‌ها توسط پاسخگویان تکمیل شد. در این پژوهش با توجه به پیشینه موضوع برای بررسی وضعیت رضایت دانشجویان تحصیلات تکمیلی از تعاملات با کارکنان دانشگاه، از پرسشنامه رضایتمندی دانشجویان از تعامل با کارکنان استفاده خواهد شد. پرسشنامه رضایتمندی دانشجویان از تعامل با کارکنان، پرسشنامه‌ای محقق ساخته می‌باشد که به منظور سنجش رضایتمندی دانشجویان از تعامل با کارکنان طراحی شده است. این پرسشنامه دارای ۳۵ سوال می‌باشد و بر اساس طیف پنج گزینه‌ای لیکرت با سوالاتی مانند (هنگام مراجعه به کتابدار ایشان ورود مرا با لبخند و زبان بدنی، خوشامد می‌گوید) به سنجش رضایتمندی دانشجویان از تعامل با کارکنان می‌پردازد. اعتبار یا روایی با این مسئله سر و کار دارد که یک ابزار اندازه‌گیری تا چه حد چیزی را اندازه می‌گیرد که ما فکر می‌کنیم (سرمد و همکاران، ۱۳۹۰). روایی پرسشنامه رضایتمندی دانشجویان از تعامل با کارکنان توسط اساتید و متخصصان این حوزه تأیید شده است. قابلیت اعتماد یا پایایی یک ابزار عبارت است از درجه ثبات آن در اندازه‌گیری هر آنچه اندازه می‌گیرد، یعنی اینکه ابزار اندازه‌گیری در شرایط یکسان تا چه اندازه نتایج یکسانی به دست می‌دهد (سرمد و همکاران، ۱۳۹۰). پایایی پرسشنامه رضایتمندی دانشجویان از تعامل با کارکنان از روش آلفای کرونباخ بالای ۷۰ صدم به دست آمده است.

در بخش اول پژوهش از مصاحبه حضوری با پرسش سوالات باز استفاده شد. همچنین جهت جمع‌آوری داده‌های کمی نیز در بخش دوم پژوهش با استفاده از یک پرسشنامه دویخشی انجام شد. پس از استخراج نتایج مصاحبه و مقوله‌بندی داده‌ها، عوامل مؤثر شناسایی شد. پرسشنامه در میان

دانشجویان توزیع و داده‌های لازم جهت بررسی سوال دوم پژوهشی، فراهم آمد. روایی محتوایی این پرسشنامه، توسط صاحب نظران تأیید و پایایی درونی آن بر اساس ضریب آلفای کرونباخ، $0/78$ به دست آمد. تجزیه و تحلیل داده‌ها در بخش کمی، با استفاده از نرم‌افزار SPSS 23 در دو بخش توصیفی و استنباطی و LISREL 8.8 برای انجام تحلیل مسیر انجام شد.

یافته‌ها

کار تجزیه و تحلیل این است که مجموعه‌های وسیع پیچیده و حتی غیرقابل درک داده‌ها را به واحدها، الگوها و شاخص‌های قابل درک در مسائل پژوهشی تبدیل نماید. بنابراین مقصود اصلی از تحلیل یعنی تنظیم و خلاصه کردن داده‌ها به صورت اطلاعاتی روشن، گویا، مستدل و تفسیر پذیر به گونه‌ای که بتوان روابط موجود در مسائل پژوهشی را کشف و بررسی نمود. در این فصل داده‌های گرد آوری شده در راستای فرضیه‌های پژوهش مورد تجزیه و تحلیل قرار می‌گیرد. برای تجزیه و تحلیل داده‌های جمع‌آوری شده ابتدا فرضیه مورد نظر مطرح شده و پس از ارائه شاخص‌های توصیفی متغیرها مانند میانگین و انحراف استاندارد و همچنین نرمال بودن توزیع داده‌ها، نتایج حاصل از بررسی آن فرضیه گزارش می‌شوند.

شاخص‌های توصیفی متغیرهای اندازه گیری شده

در این بخش شاخص‌های توصیفی و سپس آزمون فرضیه‌ها بر اساس آمار استنباطی گزارش شده است، لذا ابتدا شاخص‌های توصیفی متغیرهای جمعیت شناختی گزارش شده است، و در ادامه شاخص‌های میانگین و انحراف استاندارد متغیرها و شاخص‌های چولگی و کشیدگی گزارش شده است.

بر اساس داده‌های جمع آوری شده از بین نمونه ۲۵۹ نفری ۱۱۷ نفر (۴۵٪) دختر و ۱۴۲ نفر (۵۵٪) پسر هستند. همچنین سن ۹۸ نفر (۳۸٪) از دانشجویان مورد مطالعه بین ۲۴ تا ۳۰ سال، ۷۶ نفر (۳۳٪) بین ۳۱ تا ۳۵ سال و ۸۵ نفر (۳۹٪) ۳۶ سال و بالاتر است. مقطع تحصیلی ۱۵۳ نفر (۵۹٪) کارشناسی ارشد و ۱۰۶ نفر (۴۱٪) دکتری سال است.

جدول ۱: نتیجه آزمون کالموگروف - اسمیرونوف برای نرمال بودن توزیع داده‌ها

متغیر	تعداد نمونه	مقدار Z	سطح معناداری
رضایت دانشجویان	۲۵۹	۱/۷۵۴	۰/۰۷۹
تعاملات کارکنان	۲۵۹	۰/۸۵۱	۰/۱۲۵

با توجه به نتایج آزمون کالموگروف- اسمیرونوف در جدول (۱) می‌توان اظهار نمود که متغیرهای اصلی پژوهش نرمال می‌باشند؛ زیرا سطح معناداری مقادیر Z در هریک از متغیرها بزرگ‌تر از ۰/۰۵ می‌باشد ($p > 0/05$). بنابراین می‌توان از آزمون‌های پارامتری برای تحلیل سؤال‌ها و فرضیه‌های پژوهش استفاده کرد.

سؤال (۱) میزان رضایت دانشجویان از تعاملات کارکنان دانشگاه در چه وضعیتی می‌باشد؟

جدول (۲) بررسی وضعیت رضایت دانشجویان از تعاملات کارکنان دانشگاه با استفاده از آزمون t تک گروهی

شاخص متغیر	میانگین مشاهده شده	انحراف استاندارد	میانگین آماری	مقدار آماره t آزادی	درجه سطح معناداری
رضایت دانشجویان	۲/۸۳	۰/۶۸	۳	۹/۰۸	۰۰/۰۰۰۱

** در سطح ۰/۰۱ معنادار است.

* در سطح ۰/۰۵ معنادار است.

نتایج آزمون t تک گروهی در جدول (۲) نشان می‌دهد میانگین وضعیت رضایت دانشجویان از تعاملات کارکنان دانشگاه ۲/۸۳ با انحراف معیار ۰/۶۸ به دست آمده است که از میانگین آماری (۳) کوچکتر است و این تفاوت در سطح ۰/۰۱ معنادار است؛ زیرا ($p < 0/01$) بنابراین با ۹۹ درصد اطمینان می‌توان گفت که میزان وضعیت رضایت دانشجویان از تعاملات کارکنان دانشگاه پایین از حد متوسط (۳) است.

سؤال (۲) عوامل مرتبط با رضایت دانشجویان در تعاملات با کارکنان دانشگاه پردیس نازلو ارومیه کدامند؟

جدول (۳) عوامل زمینه‌ای مؤثر بر رضایت دانشجویان در تعاملات با کارکنان را از دیدگاه اساتید و اعضای هیات علمی و دانشجویان تحصیلات تکمیلی را نشان می‌دهد.

جدول (۳): عوامل زمینه‌ای مؤثر بر رضایت دانشجویان در تعاملات با کارکنان از دیدگاه متخصصان

ردیف	عامل	مولفه	تعداد
۱	رفتار سازمانی	آراستگی ظاهری	۳
۲		قدرت درک نیازهای دانشجویان	۲
۳		گرایش به رابطه مداری	۴
۴		قدرت	۲
۵		حضور مداوم در محل کار	۴
۶		تسهیل امورات دانشجویان	۶

۳	خوش اخلاقی و خوش رویی	توانمندی	۷
۵	تخصص		۱
۶	تجربه		۲
۳	توانمندی در امور اداری		۳
۵	اثربخشی سازمانی		۴
۶	تعهد سازمانی		۵
۴	کارایی سازمانی		۶

بر اساس یافته‌های حاصل از مصاحبه با متخصصان عوامل زمینه‌ای مؤثر بر رضایت دانشجویان در تعاملات با کارکنان شامل عوامل رفتار سازمانی و عوامل توانمندی گزارش شده است. در زیرمجموعه عوامل رفتار سازمانی ۷ آراستگی ظاهری، قدرت درک نیازهای دانشجویان، گرایش به رابطه مداری، قدرت، حضور مداوم در محل کار، تسهیل امورات دانشجویان و خوش اخلاقی و خوش رویی قرار دارند. در این میان تسهیل امورات دانشجویان بیشترین فراوانی و گزارش را داشته است.

همچنین در زیر مجموعه عوامل توانمندی نیز ۶ شناسه تخصص، تجربه، توانمندی در امور اداری، اثربخشی سازمانی، تعهد سازمانی و کارایی سازمانی گزارش شده است. در بررسی سهم هریک از عوامل زمینه‌ای مؤثر بر رضایت دانشجویان در تعاملات با کارکنان، ابتدا آماره‌های توصیفی مربوط به متغیرهای پژوهش، مورد بررسی قرار گرفت. برای تحلیل داده‌های مربوط به این سوال، از رویکرد تحلیل مسیر استفاده شد. ابتدا همبستگی بین متغیرهای حاضر در تحلیل مورد بررسی قرار گرفت.

جدول (۴): شاخص‌های توصیفی برای متغیرهای پژوهش

انحراف معیار	میانگین	حد بالا	حد پایین	فراوانی	مقوله‌ها/ متغیرها
۰/۹۸	۷/۵۶	۱۵/۰۰	۴/۰۰	۲۵۹	آراستگی ظاهری
۱/۰۲	۶/۴۲	۲۱/۰۰	۳/۰۰	۲۵۹	قدرت درک نیازهای دانشجویان
۰/۹۹	۱۰/۵۳	۱۹/۰۰	۵/۰۰	۲۵۹	گرایش به رابطه مداری
۱/۲۵	۹/۹۸	۱۸/۰۰	۳/۰۰	۲۵۹	قدرت
۱/۴۶	۸/۳۲	۲۶/۰۰	۲/۰۰	۲۵۹	حضور مداوم در محل کار
۰/۹۳	۵/۷۵	۲۳/۰۰	۱/۰۰	۲۵۹	تسهیل امورات دانشجویان
۱/۳۸	۱۲/۳۵	۱۷/۰۰	۳/۰۰	۲۵۹	خوش اخلاقی و خوش رویی
۱/۰۶	۱۱/۶۹	۱۷/۰۰	۲/۰۰	۲۵۹	تخصص
۱/۱۱	۱۵/۴۵	۲۷/۰۰	۷/۰۰	۲۵۹	تجربه
۲/۳۵	۱۴/۴۲	۱۸/۰۰	۶/۰۰	۲۵۹	توانمندی در امور اداری
۱/۶۴	۹/۵۲	۲۴/۰۰	۳/۰۰	۲۵۹	اثربخشی سازمانی
۱/۹۷	۷/۴۸	۲۳/۰۰	۵/۰۰	۲۵۹	تعهد سازمانی
۲/۰۲	۶/۲۸	۲۰/۰۰	۳/۰۰	۲۵۹	کارایی سازمانی

روایی تشخیصی یا واگرا توانایی یک مدل اندازه‌گیری انعکاسی را در میزان افتراق مشاهده پذیرهای متغیر پنهان آن مدل با سایر مشاهده پذیرهای موجود در مدل را می‌سنجد و برای سنجش آزمون فورنل لارکر پیشنهاد شده (محسنین و اسفیدانی، ۱۳۹۳)؛ که در این آزمون جذر مقادیر AVE با همبستگی بین سازه‌ها مقایسه می‌شود و باید جذر AVE همه سازه‌ها بزرگتر از مجذور همبستگی بین سازه‌ها باشد (هایر و همکاران، ۲۰۱۴) که در این مطالعه با توجه به جدول (۳) روایی تشخیصی مدل تایید می‌شود.

جدول (۵): ماتریس همبستگی روایی تشخیصی، میانگین و انحراف معیار

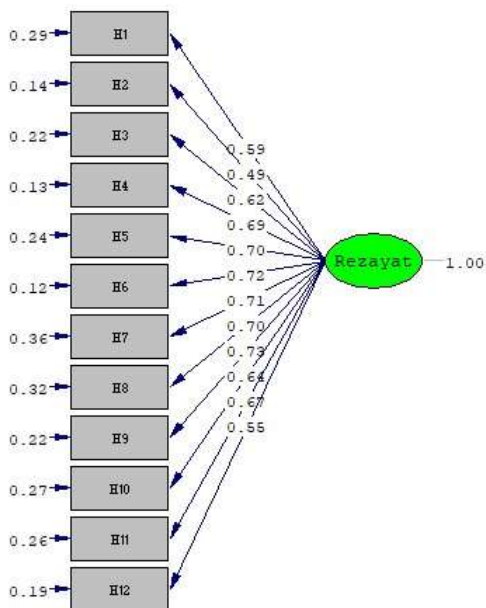
رضایت دانشجویان	عوامل
۰/۶۵۲ - (۰/۰۱) = تائید	آراستگی ظاهری
۰/۴۱۲ - (۰/۰۲) = تائید	قدرت درک نیازهای دانشجویان
۰/۵۴۲ - (۰/۱۲۵) = عدم تائید	گرایش به رابطه مداری
۰/۳۱۱ - (۰/۰۵) = تائید	قدرت
۰/۶۱۵ - (۰/۰۱) = تائید	حضور مداوم در محل کار
۰/۵۶۲ - (۰/۰۳) = تائید	تسهیل امورات دانشجویان
۰/۸۵۴ - (۰/۰۲) = تائید	خوش اخلاقی و خوش رویی
۰/۷۱۱ - (۰/۰۱) = تائید	تخصص
۰/۵۰۹ - (۰/۰۲) = تائید	تجربه
۰/۶۱۲ - (۰/۰۴) = تائید	توانمندی در امور اداری
۰/۶۳۲ - (۰/۰۳) = تائید	اثربخشی سازمانی
۰/۲۸۵ - (۰/۰۵) = تائید	تعهد سازمانی
۰/۳۵۲ - (۰/۰۳) = تائید	کارایی سازمانی

بر اساس جدول (۵) بین گرایش به رابطه مداری با رضایت دانشجویان از تعاملات با کارکنان رابطه مثبت و معنی داری وجود ندارد و بقیه عوامل رابطه مثبت و معنی داری با رضایت دانشجویان از تعاملات با کارکنان دارند. بنابراین برای تحلیل مسیر و تحلیل مدل ساختاری تحقیق از عوامل مرتبط و معنی دار با رضایت دانشجویان از تعاملات با کارکنان استفاده شده است.

جدول (۶): نتایج آزمون فرضیات

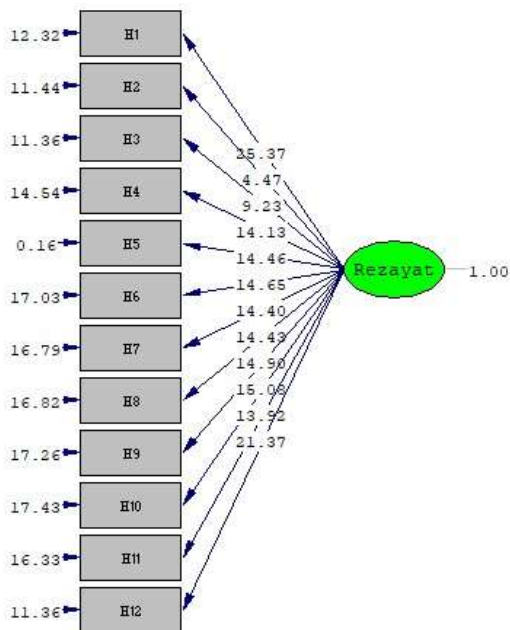
نتیجه	t-value	ضریب مسیر	مسیر	فرضیه
تائید	۲۵/۳۷	۰/۵۹	رضایت دانشجویان از تعاملات با کارکنان	H ₁
تائید	۴/۴۷	۰/۴۹	رضایت دانشجویان از تعاملات با کارکنان	H ₂
تائید	۹/۲۳	۰/۶۲	رضایت دانشجویان از تعاملات با کارکنان	H ₃

H4	حضور مداوم در محل کار* رضایت دانشجویان از تعاملات با کارکنان	۰/۶۹	۱۴/۱۳	تائید
H5	تسهیل امورات دانشجویان* رضایت دانشجویان از تعاملات با کارکنان	۰/۷۰	۱۴/۴۶	تائید
H6	خوش اخلاقی و خوش رویی* رضایت دانشجویان از تعاملات با کارکنان	۰/۷۲	۱۴/۶۵	تائید
H7	تخصص* رضایت دانشجویان از تعاملات با کارکنان	۰/۷۱	۱۴/۴۰	تائید
H8	تجربه* رضایت دانشجویان از تعاملات با کارکنان	۰/۷۰	۱۴/۴۹	تائید
H9	توانمندی در امور اداری* رضایت دانشجویان از تعاملات با کارکنان	۰/۷۳	۱۴/۹۰	تائید
H10	اثربخشی سازمانی* رضایت دانشجویان از تعاملات با کارکنان	۰/۶۴	۱۵/۰۸	تائید
H11	تعهد سازمانی* رضایت دانشجویان از تعاملات با کارکنان	۰/۷۶	۱۳/۹۲	تائید
H12	کارایی سازمانی* رضایت دانشجویان از تعاملات با کارکنان	۰/۵۵	۲۱/۳۷	تائید



Chi-Square=98.44, df=54, P-value=0.00000, RMSEA=0.056

نمودار (۱): مدل نهایی پژوهش (مقادیر استاندارد شده)



Chi-Square=98.44, df=54, P-value=0.00000, RMSEA=0.056

نمودار (۲): مدل نهایی پژوهش (مقادیر t معناداری)

همانطور که در جدول (۶) و نمودار (۱) و (۲) مشاهده می‌شود، مدل معادلات ساختاری در سطح اطمینان ۹۵ درصد تحلیل‌ها نشان داد که روابط بین عوامل زمینه‌ای مؤثر بر رضایت دانشجویان در تعاملات با کارکنان معنادار بوده است.

بحث و نتیجه گیری

هدف اصلی هر تحقیق دستیابی به یافته‌هایی است که بتوان از آنها برای ارائه راهکارهای عملی و کاربردی بهره گرفت. همچنین بهره‌گیری از این یافته‌ها می‌تواند راهنما و راهگشای دیگر پژوهشگران در انجام پژوهش‌های مشابه باشد. هدف اصلی این پژوهش، مطالعه عوامل مرتبط با رضایت دانشجویان در تعاملات با کارکنان دانشگاه پردیس نازلو ارومیه می‌باشد. سوال اول پژوهش: میزان رضایت دانشجویان از تعاملات کارکنان دانشگاه در چه وضعیتی می‌باشد؟

با توجه به نتایج فصل چهارم و نتایج آزمون t تک گروهی نشان می‌دهد میانگین وضعیت رضایت دانشجویان از تعاملات کارکنان دانشگاه $2/83$ با انحراف معیار $0/68$ به دست آمده است که از میانگین آماری (۳) کوچکتر است و این تفاوت در سطح $0/01$ معنادار است؛ زیرا ($p > 0/01$) بنابراین با ۹۹ درصد اطمینان می‌توان گفت که میزان وضعیت رضایت دانشجویان از تعاملات کارکنان دانشگاه پایین از حد متوسط (۳) است.

بنابراین می‌توان گفت که دانشجویان دانشگاه از عملکرد رفتاری و به نوعی می‌توان گفت از رفتار شهروندی کارکنان رضایت کافی را ندارند و دانشگاه بایستی برای جلب رضایت و حفظ مزیت رقابتی خود تلاش مضاعف کرده باشند. نتایج تحقیق حاضر را می‌تواند همسو با نتایج تحقیق قره-داغی و همکاران (۱۳۹۱) دانست. امروزه رشد روز افزون رقابت در دانشگاه‌ها موجب شده است که دانشگاه‌ها به سمت کسی مزیت رقابتی و استفاده بهینه از منابعی که در اختیار دارند، سوق پیدا بکنند تا بر این اساس بتوانند به ارتقا مستمر عملکرد و بقای خود کمک کنند.

در این راستا بانماریو (۲۰۲۲) معتقدند که براساس دیدگاه مبتنی بر منابع سازمان، سازمان‌هایی موفق‌اند که دارای منابع، توانایی‌ها و شایستگی‌های بی‌نظیری هستند که موجب مزیت آنها بر رقیبان‌شان می‌شود. براساس اعتقاد زارع (۱۳۸۳) نیز این منابع وقتی کمیاب، بی‌مانند و غیرقابل جایگزین باشند، از ارزشمندی بیشتری برخوردار خواهند بود.

همچنین تحقیق حاضر با نتایج تحقیق رحیمی و عباسی (۱۳۹۷) نیز از جهاتی همسو می‌باشد. رحیمی و عباسی (۱۳۹۷) به این نتیجه رسیدند که میانگین سطح خدمات آموزشی، بالاتر از متوسط و میانگین سطح خدمات پژوهشی و رفاهی، پایین‌تر از متوسط به دست آمد. در مورد خدمات اداری نیز میانگین سطح خدمات اداری تفاوت معنی‌داری با عدد سه ندارد.

همچنین همسو با تحقیق حاضر نیز جعفری‌راد و همکاران (۱۳۹۴) دریافتند که رضایت دانشجویان از کیفیت خدمات دانشگاه (خدمات آموزشی، پژوهشی، خدمات رفاهی- اداری) به شکل معنی‌داری پائین‌تر از حد متوسط است. نتایج تحقیق آراسته و اسدی (۱۳۹۲) گواه از نارضایتی بالای دانشجویان از این دوره دارد. همچنین آنها معتقدند که هر چه سن، سطح کیفیت برنامه درسی، دستاوردهای دوره، رضایتمندی از امکانات و اطلاع‌رسانی بیشتر باشد، رضایتمندی کلی نیز افزایش می‌یابد. همچنین رابطه معنا داری میان جنسیت و تأهل با رضایتمندی کلی وجود نداشت. اما تحلیل آماری نشان داد که دانشجویان شاغل رضایت بیشتری نسبت به افراد بیکار دوره دارند.

در تحقیقات خارجی نیز نتایج همسو با تحقیق فوق دیده شده است. از جمله السعید فتحی (۲۰۱۵) در دانشگاه پاکستان نشان داد که رضایت دانشجویان از خدمات کمت از حد متوسط است. همچنین الینا کیوبانو (۲۰۱۳)، در تحقیقی اشاره کرده‌اند که خدمات دانشجویی به کیفیت تجربه یادگیری دانشجویان و همچنین موفقیت تحصیلی آن‌ها کمک می‌کند، همچنین مسبب افزایش تنوع زندگی دانشجویان، تشویق و ایجاد روش باز تعریف تصمیم‌گیری منطقی و همچنین حل اختلافات و آماده سازی دانشجویان برای مشارکت فعال در جامعه است. ترکیب گروه دانشجویی، میزان دانش و اعتقادات کارکنان اداری و آموزشی کیفیت خدمات دانشجویی را تحت تاثیر قرار می‌دهد. ضروری است که موسسات آموزش عالی ارائه خدمات و برنامه‌هایی را که کیفیت زندگی دانشجویان را ارتقاء می‌بخشد، برای تحقق اهداف خود و بهبود یادگیری و موفقیت‌های بیشتر دانشجویان بهبود بخشند. سوال دوم پژوهش: عوامل مرتبط با رضایت دانشجویان در تعاملات با کارکنان دانشگاه پردیس نازلو ارومیه کدامند؟

براساس نتایج تحقیق مشخص شد که عوامل آراستگی ظاهری، قدرت درک نیازهای دانشجویان، قدرت، حضور مداوم در محل کار، تسهیل امورات دانشجویان، خوش اخلاقی و خوش-رویی، تخصص، تجربه، توانمندی در امور اداری، اثربخشی سازمانی، تعهدسازمانی و کارایی سازمانی رابطه مثبت و معنی داری با رضایت دانشجویان از تعاملات با کارکنان دارند.

در یادگیری تعامل دانشجو با استاد، به روش و شکل‌های گوناگون از جمله: ارتباطات غیرهمزمان و همزمان متنی، یا با استفاده از محتوای شنیداری و دیداری امکان‌پذیر می‌شود. تعامل بین دانشجویان و اساتید در حیطه‌های آموزشی، شناختی و اجتماعی محیط یادگیری الکترونیکی در نظر گرفته می‌شود. بنابراین در این میان آراستگی ظاهری و خوش رفتاری اساتید و کارکنان دانشگاه می‌تواند نقش موثرتری در ارائه خدمات و جلب رضایت دانشجو داشته باشد. همچنین درک نیازهای دانشجویان حضور مداوم در محل کار و رفع و تسهیل مشکلات دانشجویان و در نهایت کارایی کارکنان می‌تواند رضایت دانشجویان را جلب نماید. در این خصوص نتایج تحقیقات پیشینان نیز می‌تواند سندی بر تائید ادعای فوق باشد. از جمله تحقیقاتی که به قوت بافتن نتیجه فوق می‌تواند کم نماید تحقیق باقرزاده و همکاران (۱۳۸۷)، قره داغی و همکاران (۱۳۹۱)، اسکافی و همکاران (۱۳۹۱) و فابریزیو و همکاران (۲۰۲۲) می‌باشد.

فابریزیو و همکاران (۲۰۲۲) بر این اعتقاد هستند که آینده ساخت، تولید و ارائه خدمات، به توانایی پاسخگویی سریع به بازارهای در حال تحول بستگی دارد که ابعاد کیفیت در آن توسط

مشتریان تعیین می شود. اندازه گیری کیفیت محصول یک سیستم آموزشی ممکن است چندان آسان نباشد. برای اندازه گیری عملکرد، شخص یا سازمان باید خواسته های مشتری را اندازه بگیرد. نکته قابل توجه این است که در سیستم های آموزشی، دانشجویان همانطور که مشتری هستند، محصول هم به شمار می آیند. قره داغی (۱۳۹۱) نیز معتقد است که گوش فرا دادن به ندای دانشجو، به نوبه خود دانشگاه را در تمرکز بر فرآیند های طراحی بهبود کیفیت محصولات و خدمات یاری می رساند. با گوش فراسپردن به خواسته های دانشجویان می توان بصورت مداوم نیازمندیهای آنها را درک کرد و با ارائه خدمات مناسب تاثیر چشم گیری در رضایتمندی مشتریان سازمانی بوجود آورد (نایاک و همکاران، ۲۰۲۲). با تجزیه و تحلیل اطلاعات مربوط به مشتری که شامل نیازها و خواسته های مشتری می باشد، آن دسته از خواسته هایی که از نظر مشتریان (دانشجویان) دارای بیشترین اهمیت هستند، باید توسط دانشگاه بیشتر مورد توجه قرار گیرد. این امر موجب می شود که خواسته های مهم دانشجویان از حوزه آموزش در اولویت های تصمیم مسئولین قرار گیرد. در نتیجه پیشنهادات زیر بر اساس نتایج سوالات تحقیق ارائه می شود:

- به منظور آگاهی از نقش موثر رضایت دانشجویان از عملکرد دانشگاه توصیه می شود نتایج حاصل از پژوهش های پیرامون متغیرهای مذکور در اختیار مدیران و کارکنان دانشگاه ها قرار گیرد.
- رهبری در دانشگاه نقش اساسی در بالا برده اخلاق و کار راهه شغلی و رفتارمدنی کارکنان دارد. لذا با آموزش های ضمن خدمت، بالابردن امنیت شغلی کارکنان، توجه به نیازهای آنان، پرداخت منصفانه حقوق و مزایا می توان عملکرد آنان را بالا برد و موجبات رضایت دانشجویان را جلب نمود.
- اخلاق کاری در بین کارکنان از اهمیت بالایی برخوردار است؛ چرا که با عامل انسانی سروکار داشته و ارتباط با عامل انسانی نیازمند اخلاق درست می باشد. لذا مدیران باید یکی از مسائل اساسی و مورد توجه خود را اخلاف حرفه ای در نظر بگیرند. لذا برای اینکار می توانند در دانشگاه تقسیم مسئولیت داشته باشند. همچنین با ایجاد وفاداری در بین کارکنان و دانشگاه، همدردی با کارکنان و اهمیت دادن به آنها و مسائلی از این قبیل اخلاق حرفه ای را در کارکنان نهادینه کنند.

- مراکز اطلاعات حرفه ای مدیریت آموزشی در دانشگاه ها ایجاد شده و مدیران از تحقیقات موثر سازمانی به خصوص رفتارمدنی و شهروندی و سازمانی آگاهی یابند تا از این راه دریچه‌ای برای افزایش کارایی در دانشگاه و جلب رضایت دانشجویان باز شود.
- در این پژوهش عوامل مرتبط با رضایت دانشجویان در تعاملات با کارکنان دانشگاه پردیس نازلو ارومیه بررسی شد. لذا توصیه می‌شود تاثیر متغیرهایی مانند توانمندسازی، رفتار شهروندی سازمانی و وجدان کاری و بهره‌وری نیروی انسانی بر رضایت دانشجویان نیز مورد بررسی قرار گیرد.
- با توجه به اینکه جامعه آماری این پژوهش یک سازمان آموزشی می‌باشد، لذا بررسی این رابطه در سازمان‌های دیگر به غیر از سازمان های آموزشی پیشنهاد می‌گردد.
- پیشنهاد می‌شود محققان روابط بین متغیرهای پژوهش حاضر را با استفاده از روش‌های تحقیق کیفی و استفاده از ابزارهای دیگر مانند مشاهده و مصاحبه بررسی کنند.

منابع:

- افشانی، علیرضا، توکلی زاده راوری، محمد، سهیلی، فرامرز، جنتی فر، اکرم. (۱۳۹۵). بررسی رابطه رضایت شغلی و تعهد سازمانی در بین کتابداران کتابخانه‌های عمومی استان یزد. مطالعات کتابداری و علم اطلاعات، دوره ۲۳، شماره ۱۸، ص. ۱۱۹-۱۴۲
- آراسته، امیررضا و احمدبنی اسدی (۱۳۹۲). بررسی رضایت مندی تحصیلی دانشجویان اولین دوره کارشناسی ارشد آموزش محور: مطالعه‌ای موردی. دو فصلنامه مطالعات برنامه ریزی آموزشی، (۲)۱، ۲۵-۵.
- دباغ زاده یزدی، مهلا، هنری. (۱۴۰۱). بررسی تاثیر عملکرد زنجیره تامین و چابکی سازمان بر موفقیت پروژه های تولیدی (مطالعه موردی: کارخانجات تولید کاشی و سرامیک در استان یزد). مطالعات مهندسی صنایع و مدیریت تولید، ۲۲(۸)، ۲۳۱-۲۴۵.
- زندیان، فاطمه، ناصری، فاطمه، شریف، عاطفه، محمودی، حمیدرضا. (۱۳۹۸). ارزیابی میزان رضایت کاربران از کتابخانه‌های دانشگاهی (مورد مطالعه: دانشگاه‌های دولتی تهران). دانش شناسی، ۱۲(۴۷)، ۳۶-۲۵.
- سروری، صنوبر، ناصر. (۲۰۲۲). تاثیر گرایش کارآفرینانه بین المللی بر عملکرد بین المللی با نقش میانجی شبکه‌های بین المللی (مورد مطالعه: سازمان‌های دانش محور). بررسی‌های بازرگانی، ۲۰(۱۱۴)، ۹۶-۸۳.
- کاظمی، محمدی، محمد، یعقوبی، نور محمد، جراحی فریز. (۱۴۰۱). طراحی و تبیین الگوی سیستم ارزیابی عملکرد و پاداش مبتنی بر تمدن سازمانی دانش محور در دانشگاه های علوم پزشکی. فصلنامه مدیریت توسعه و تحول، ۱۳(ویژه نامه)، ۱۴۱-۱۲۷.

Alzoubi, H. M., Ahmed, G., & Alshurideh, M.(2022). An empirical investigation into the impact of product quality dimensions on improving the order-winners and customer satisfaction. *International Journal of Productivity and Quality Management*, 36(2), 169-186.

Anderson, E. W, C. Fornell and D. R. Lehmann – (1994) Customer satisfaction, market share, and profitability: Finding Form Sweden, *The Journal of Marketing* Vol. 58 – pp. 53 –66.

Appelbaum, Steven, Bartolomucci, Nicolas, Beaumier, Erika, et al. (2004). organizational citizenship behavior: a case study of culture, leadership and trust. *manamement decision*, 42 (1).

Bourdieu, P.1985. “The market of symbolic goods.” *Poetics*,14,13-44.
www.sagepub.com

- Castro & Armario and Ruiz (2004), »the influence of employee organizational citizenship behavior customer Loyalty, international«, Journal of Service Industry Management, Vol. 15, N. 1, pp. 27-53.
- Dam, S. M., & Dam, T. C. (2021). Relationships between service quality, brand image, customer satisfaction, and customer loyalty. The Journal of Asian Finance, Economics and Business, 8(3), 585-593.
- Eckert, C., Neunsinger, C., & Osterrieder, K. (2022). Managing customer satisfaction: digital applications for insurance companies. The Geneva Papers on Risk and Insurance-Issues and Practice, 47(3), 569-602.
- Implications to Science Students Identity formation”. Cultural Studies of Science Education 6:187-192.
- Massy, V. F. and KA, Andra (2005), A nation education quality work; national center for postsecondary improvement, California Stanford University.
- Nobel, John and Peter Davis. 2008, “cultural capital of Variation in Participation in higher education” institute for Access Studies, Staffordshire University. www.isas.ac.ir
- Schneider, B. M., Ehrhart, D. M., Mayer, J. L., Saltz, & Niles-Jolly. (2005). Understanding Organization-Customer Links in Service Settings. Academy of Management Journal, 48 (6), 1017-1032.
- Scott Kelso, R. (2008), Measuring undergraduate student perceptions of service quality in higher education; Theses of Education Doctor, University of South Florida, pp.1- 130.
- Van dyne, L., Graham, J. W., and Dienesch, R. M. (1994), » organizational citizenship behavior: Construct redefinition, measurement, and validation«, Academy of Management Journal, Vol. 37, No. 4, pp. 765.
- Watkins, D (1992), FACULTY and student interaction. GLARK, B.R. and neave, G.R (edits), encyclopedia of higher education. vol.3, pp: 1614-1605. Oxford: pergamanpress. www.sagepub.com.

- Wulandari, D. (2022). Customer Satisfaction as a Priority in Excellent Banking Services. *KINERJA: Jurnal Manajemen Organisasi dan Industri*,1(1),27-34.
- Yoon, M. H., & Suh, J. (2003). Organizational citizenship behaviors and service quality as external effectiveness of contact employees. *Journal of Business Research*, 56, 597-611.