

طراحی و آزمون مدل پرتفوی محصول با رویکرد رفتار مصرف کننده در

صنعت خدمات آموزش عالی تخصصی آزاد

مهدی منصوری^۱، دکتر وحید رضا میرابی^۲، دکتر سید محمود شبگو منصف^۳

چکیده

مهم‌ترین سرمایه پژوهشگاه علوم انسانی، کارآموزانی است که در دوره‌ها شرکت می‌کنند. هدف این پژوهش، ارائه مدلی برای پرتفوی محصول، با رویکرد رفتار مصرف کننده است، روش پژوهش، آمیخته اکتشافی است در بخش پژوهش کیفی، با استفاده از تحلیل داده بنیاد و به شیوه اشباع نظری، با دوازده تن از خبرگان برتر پژوهشگاه علوم انسانی، مصاحبه‌های عمیق و هدفمند برای گردآوری داده‌ها انجام شد؛ و با سه مرحله کدگذاری، درنهایت، الگوی مفهومی، استخراج شد. سپس در قسمت پژوهش کمی، برای سنجش مدل، از بین ۱۲۰ کارمند و مدیر و اساتید پژوهشگاه، به روش تصادفی ساده و با استفاده از فرمول کوکران، تعداد ۹۲ تن برگزیده شدند پرسشنامه بین آنان پخش شد. روایی پرسشنامه ۰/۸۷۵ و پایایی آن ۸۳٪ به دست آمد. وضعیت موجود پژوهشگاه از بابت سبب خدمات آموزشی، بالاتر از میانگین و در سطح نسبتاً خوبی است. برای تحلیل داده‌ها، با استفاده از نرم‌افزار پی ال اس، روش تحلیل عاملی تأییدی استفاده شد که مدل به‌طور کامل مورد تأیید قرار گرفت. مدل شامل ده بعد (عوامل فردی، عوامل سیستمی، مدیریت خدمات آموزشی، عوامل محیطی، سیاست‌گذاری سطح خرد پژوهشگاه، سیاست‌گذاری سطح کلان پژوهشگاه، مدیریت پژوهشگاه، پیامد برای کارآموز، پیامد برای اساتید و پیامد برای پژوهشگاه) و بیست مؤلفه می‌باشد. با پیاده‌سازی این مدل، می‌توان، دوره‌های بیشتری به همراه تعداد کارآموزان بیشتر، تشکیل داد. سود بیشتری را نصیب پژوهشگاه نمود و میزان رضایتمندی کارآموزان و اساتید را نیز افزایش داد.

واژگان کلیدی: خدمات آموزشی، داده بنیاد، پرتفوی محصول

^۱ دانشجوی دکتری دانشگاه آزاد اسلامی واحد رشت

^۲ (نویسنده مسئول) دانشیار گروه آموزشی مدیریت بازرگانی- دانشکده مدیریت دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکز

^۳ دانشیار گروه آموزشی مدیریت بازرگانی- دانشگاه آزاد اسلامی واحد رشت

مقدمه

مهم‌ترین دارایی بیشتر سازمان‌ها از جمله سازمان‌های آموزشی چون دانشگاه‌ها، مشتریان آن‌ها هستند. امروزه برای رشد و بقا در عرصه رقابت اقتصادی و خدماتی، شرکت‌ها و سازمان‌ها باید به مشتری مداری اهمیت ویژه‌ای بدهند و ارتباط خود را با متقاضیان کالا و خدمات، بیش‌ازپیش افزایش دهند (عباسی و ترکمنی، ۱۳۸۹) با توجه به ارتباط بین کیفیت خدمات آموزشی و رضایت کارآموزان، باید در سازمان‌هایی مانند دانشگاه، سیستمی برای جذب و نگهداری کارآموزان طراحی و پیاده‌سازی شود که این سیستم بتواند روابط سازمان و مشتریان را به‌خوبی مدیریت کند امروزه به این سیستمها، سیستم مدیریت ارتباط با مشتری می‌گویند (عباسی و ترکمنی، ۱۳۸۹) تصویر و شهرت سازمان‌ها بر سرنوشت آنها موثر می‌باشد. با توجه به رقابت فزاینده در مؤسسات آموزش عالی بر سر جذب دانشجوی، خصوصاً در سال‌های گذشته باعث شده است که دانشگاه‌ها به دنبال ایجاد تصویر مناسب و متمایز از خود باشند تا بتوانند در کنار جذب دانشجوی بیشتر، از حمایت‌های مختلف سازمان‌های دولتی و غیردولتی هم برخوردار باشند (هاشمی، ۱۳۹۶).

اگر مؤسسات آموزش عالی بخواهند از طریق تصویر خودشان رقابت کنند باید به عنوان قدم اول تصویر ایجاد شده توسط دانشجویان، اساتید و کارکنان را مورد سنجش قرار دهند (آلوس و راپوسو، ۲۰۱۰).

امروزه بسیاری از سازمانها، زمان، منابع و تلاش زیادی را صرف ایجاد تصویری تأثیرگذار از سازمان یا کسب و کار خود می‌کنند. آنها مبالغ هنگفتی را برای تبلیغ کالاها یا خدمات خود اختصاص میدهند تا از خود تصویری مثبت ارائه کنند و نیز در کارهای خیریه و عام المنفعه شرکت میکنند تا از دیدگاه عموم، سازمانی باشند که دارای مسئولیت‌پذیری اجتماعی است. پژوهشگران فعال در این عرصه عواملی همچون: پیشینه سازمان، هویت‌درونی، معروفیت و شهرت، نحوه ارائه خدمات و... را به عنوان عوامل مؤثر بر شکلگیری یا ارتقاء تصویر سازمان‌ها عنوان کرده اند (هاشمی، ۱۳۹۶). بسیاری از آموزشگاهها، از جمله پژوهشگاه علوم انسانی، قادر هستند که دوره‌های آموزشی بسیار مفیدی با کیفیت‌های خوبی برگزار نمایند که بسیار هم مورد نیاز جامعه است اما دارای رونق مورد انتظار نیستند با در نظر گرفتن اینکه یک آموزشگاه هزینه‌های بسیار سنگینی را برای ساختمان، کارکنان، اساتید و غیره میپردازد، رونق آن باید به گونه‌ای باشد که جوابگوی هزینه‌ها باشد بنابراین مشکل

طراحی و آزمون مدل پرتفوی محصول با رویکرد رفتار مصرف‌کننده در صنعت خدمات آموزش عالی تخصصی آزاد □ ۸۳

رونق کمتر از حد انتظار پژوهشگاه علوم انسانی، در این پژوهش مورد بررسی قرار میگیرد تا با طراحی مدل پرتفوی محصول با رویکرد رفتار مصرف‌کننده بتوان سودآوری پژوهشگاه را افزایش داد. از اینرو پژوهشگر در این پژوهش به دنبال یافتن مدلی برای پرتفوی محصول با رویکرد رفتار مصرف‌کننده در صنعت خدمات آموزش عالی تخصصی آزاد (پژوهشگاه علوم انسانی) خواهد بود.

ادبیات و پیشینه پژوهش:

خدمت:

تعاریف متعددی از خدمت وجود دارد که برای نمونه میتوان به تعریفی که فیلیپ کاتلر و گری آرمسترانگ در کتاب اصول بازاریابی ارائه کرده اند اشاره کرد. خدمت فعالیت یا منفعتی است نامحسوس و لمس نشدنی که یک طرف به طرف دیگر عرضه میکند و مالکیت چیزی را به دنبال ندارد. تولید خدمت ممکن است به کالای فیزیکی وابسته باشد یا نباشد؛ مانند سپردن بسته یا پاکت نامه به پست، مسافرت با هواپیما، اجاره اتاق در هتل و سپردن پول به بانک که همه مستلزم خرید خدمت هستند (کاتلر و آرمسترانگ، ۱۹۹۹)

آموزش عالی:

آموزشهایی که برای بالا بردن سطح دانش و مهارتهای تخصصی و کاربردی جامعه، تأمین نیروی انسانی متخصص، توسعه ی میراث فرهنگی، خلق افکار تازه و ایجاد روحیه ی پژوهش در بین آحاد جامعه، ارائه میشود، آموزش عالی محسوب میشوند (شریعتمداری، ۱۳۶۵).

پیشینه:

مرداسی (۱۳۹۹)، الزامات اساسی، الزامات عملکردی و الزامات انگیزشی را به عنوان شاخص های سنجش کیفیت خدمات آموزشی ضمن خدمت براساس مدل کانو در مجتمع آموزش فنون اهواز معرفی می نماید.

رزاقی (۱۳۹۶) به منظور تشویق کودکان در مدارس ابتدایی به تحرک و افزایش بهره وری درسی، الگوی زیرانداز، الگوی لگو، الگوی قایم موشک و الگوی مار و پله را طراحی نمود

۸۴ □ فصلنامه علمی - پژوهشی تحقیقات مدیریت آموزشی - سال دوازدهم، شماره سوم، بهار ۱۴۰۰

سعیدی (۱۳۹۲) با هدف سنجش و ارزیابی کیفیت خدمات مؤسسات آموزش دریاوردی استان بوشهر به بررسی وضع موجود و مطلوب پرداخت بیشترین میانگین شکاف کیفیت در بعد اطمینان و بعد از آن به ترتیب در بعد پاسخگویی، بعد فیزیکی، بعد تضمین مشاهده شد و کمترین میانگین شکاف مربوط به همدلی بود.

همچنین هوباکووا (۲۰۱۵) در پژوهش خود با عنوان عوامل موثر بر کیفیت تدریس زبان خارجی به این نتیجه دست یافتند که استفاده از فناوری اطلاعات، تخصص معلمان، مهارتهای تدریس معلمان، محتوای برنامه درسی و تعداد دانشجویان بر کیفیت تدریس اساتید تاثیرگذار است. حمیتی و همکاران (۲۰۱۴) با بررسی نقش کامپیوتر در بهبود کیفیت تدریس و فرآیندهای آموزشی در دانشگاه به این نتیجه دست یافتند که پژوهش، ارائه، ارتباطات، همکاری، حل مسئله، چالش ها و خلاقیت تحت تاثیر کامپیوتر و تکنولوژیهای رایج قرار گرفتند و نقش مهمی در کیفیت تدریس روزانه دارد. بنابراین از نظر آنها مهم است که فناوری را در فرایند آموزش و تدریس ادغام بکنیم.

روش پژوهش:

روش پژوهش حاضر، روش پژوهش آمیخته اکتشافی است.

بخش کیفی پژوهش:

خبرگان، از بین مدیران، اساتید و کارشناسان ارشد آموزشی پژوهشگاه علوم انسانی شهر تهران انتخاب شده است که دارای حداقل مدرک فوق لیسانس باشند و حداقل دارای یک مقاله علمی در زمینه آموزشی باشند و دست کم بیست سال سابقه همکاری با پژوهشگاه را داشته باشند. تعداد این خبرگان، نوزده نفر میباشد. پژوهشگر از راه مصاحبه نیمه ساختار یافته با آنان به روش اشباع نظری و به صورت نمونه گیری قضاوتی اقدام نمود. در این مرحله تعداد دوازده تن از خبرگان مورد مصاحبه قرار گرفتند. داده‌های گردآوری شده از مصاحبه، با کدگذاری آزاد، دسته بندی شدند سپس با کدگذاری محوری، اعاد و مؤلفه ها تعیین گردید و با کدگذاری انتخابی، مدل کیفی پژوهش، طراحی گردید و براساس مدل طراحی شده، فرضیه های پژوهش استخراج شد.

بخش کمی پژوهش:

با استفاده از فرمول کوکران از بین ۱۲۰ عضو جامعه که مدیران و کارکنان پژوهشگاه علوم انسانی هستند تعداد ۹۲ تن برگزیده شدند که با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی ساده، پرسشنامه‌های طراحی شده، به آنان داده شد و سپس پرسشنامه‌های تکمیل شده جمع‌آوری شدند. در ادامه، با استفاده از نرم‌افزار اسمارت پی ال اس، نرمال بودن داده‌های گردآوری شده سنجیده شد. سپس به منظور اطمینان از روایی سازه پرسشنامه‌های پژوهش، با استفاده از روش تحلیل عاملی تأییدی، داده‌های پرسشنامه مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت تا بدین وسیله اعتبار مدل، مورد سنجش قرار گیرد که درنهایت، مدل نهایی با لحاظ نمودن معناداری بارهای عاملی استخراج شد در گام بعد در قالب پرسشنامه، با نظرخواهی از جامعه آماری که ۹۲ تن بودند، به بررسی وضع موجود هر کدام از ابعاد، پرداخته شد. در پرسشنامه‌های طراحی شده از طیف ۵ گزینه ای لیکرت استفاده شده است. برای اطمینان از روایی پرسشنامه، از اعتبار محتوا استفاده شده است. بدین صورت که ضریب توافق خبرگان به عنوان شاخصی از روایی محتوایی محاسبه گردید که برابر با ۸۷۵٪ / به دست آمد. همچنین، پایایی (قابلیت اعتماد) پرسشنامه نیز از روش آلفای کرونباخ ۹۵٪، مقدار ۸۳٪ به دست آمد.

یافته‌های کیفی:

کدگذاری باز و محوری:

پژوهشگر، نتایج مصاحبه با خبرگان را پس از کدگذاری باز با کدگذاری محوری، دسته‌بندی نمود و نتایج را در جدول یک در زیر ارائه نموده است. لازم به ذکر است که تعداد چهار زن و هشت مرد از جامعه خبرگان مورد مصاحبه قرار گرفتند میانگین سنی آنان ۵۱ سال است. یک زن دارای مدرک دکترا و چهار مرد دارای مدرک دکترا هستند.

جدول ۱. نتایج کدگذاری باز و محوری؛ مقوله‌های اصلی و فرعی پرتفوی خدمات آموزشی

ردیف	مقوله اصلی	مقوله‌های فرعی	مفاهیم
۱	عوامل فردی	عوامل کارآموز	شناخت کارآموزان از پژوهشگاه
			وابستگی، علاقه و وفاداری کارآموزان به پژوهشگاه
			اعتماد کارآموزان
			نگرش کارآموزان به تحصیل در پژوهشگاه
			دانش آکادمیک اساتید

۸۶ فصلنامه علمی - پژوهشی تحقیقات مدیریت آموزشی - سال دوازدهم، شماره سوم، بهار ۱۴۰۰

ردیف	مقوله اصلی	مقوله های فرعی	مفاهیم
۲	عوامل سیستمی	عوامل فنی کادر علمی	توان علمی استاد
			چهره بودن اساتید
			رزومه اساتید
			کیفیت تدریس اساتید
			شیوه تدریس اساتید
			فن بیان اساتید
			مهارت انتقال درست مطالب
			مهارت تفهیم مطالب
			تجربه شغلی اساتید
			مهارت پاسخگویی استاد
			مهارت تفهیم مطالب
			تجربه شغلی اساتید
			مسئولیت پذیری در قبال کارآموزان
			مسئولیت پذیری اساتید در قبال سازمان
			مهارت پاسخگویی استاد
	عوامل روانشناختی کادر علمی	عوامل روانشناختی کادر علمی	تیزهوشی اساتید
			دقت نظر اساتید
			خوشرویی اساتید
			مودب و محترم بودن اساتید
			حواس جمعی اساتید
			انگیزه اساتید به تدریس
			مسئولیت پذیری در قبال کارآموزان
			مسئولیت پذیری اساتید در قبال سازمان
			خوش اخلاقی اساتید
			اعتماد به نفس اساتید
			اخلاق خوب اساتید
			وقت شناسی اساتید
منابع مالی	منابع مالی	توان مالی جذب اساتید	
		توان قسطی نمودن شهریه	
		بودجه دولتی	
سیاستهای معاونت آموزشی پژوهشگاه	سیاستهای معاونت آموزشی پژوهشگاه	توان پرداختهای به موقع حقوق به اساتید و کارکنان	
		برگزاری دوره های دروس غیر دانشگاهی	
		کنترل تعداد نفرات	
		تنوع طول دوره ها	
فرآیند خدمات آموزشی	فرآیند خدمات آموزشی	تنوع زمانی دوره ها	
		به روز بودن مطالب	
		مفید بودن مطالب	
			کاربردی بودن مطالب

طراحی و آزمون مدل پرتفوی محصول با رویکرد رفتار مصرف‌کننده در صنعت خدمات آموزش عالی تخصصی آزاد □ ۸۷

ردیف	مقوله اصلی	مقوله های فرعی	مفاهیم
		منابع و امکانات	اعتبار مدرک پژوهشگاه
			دسترسی کارآموزان به شبکه و سایت اینترنتی
			امکانات رفاهی و تجهیزات
		عوامل زمانی	امکانات فرهنگی و اجتماعی
			شهرت پژوهشگاه
			هزینه شهریه دوره‌ها
۳	مدیریت خدمات آموزشی	طراحی دوره‌های آموزشی	ارائه طرح های نوآورانه
			گسترش خلاقیت و نوآوری
			ارائه دوره‌ها با بهبود در کیفیت
۴	عوامل محیطی	عوامل اجتماعی فرهنگی	تعامل اساتید، کارکنان و کارآموزان با یکدیگر
			رعایت شئونات فرهنگی
		شرایط اقتصادی	شرایط اقتصادی
		نقش دولت	قوانین و مقررات دولتی
۵	سیاست‌گذاری سطح خرد پژوهشگاه	کارآموز محوری	تضمین کیفیت دوره به کارآموز
			انعطاف‌پذیری در قوانین برای کارآموزان
۶	سیاست‌گذاری سطح کلان پژوهشگاه	نقش کارکنان پژوهشگاه	تبلیغات
			بازاریابی
			توان رقابت قیمتی
			توانایی پاسخگویی به کارآموزان
			توانایی گردآوری انتقادات و پیشنهادات از کارآموزان
	مدیریت پژوهشگاه	برنامه ریزی مدیریت پژوهشگاه	مهارت نیازسنجی از کارآموزان
			مهارت جذب و نگهداری کارآموز
			مهارت جذب و نگهداری اساتید
			بهبود پیوسته امور پژوهشگاه
۷			تعامل مدیر با آموزش عالی
			توان مدیریتی
۸	پیامد برای کارآموز	رضایتمندی کارآموزان	زمینه ساز خودشنکوفایی کارآموزان
			افزایش میل و اشتیاق به یادگیری بیشتر
			کسب مهارت و دانش مطلوب مورد نیاز
۹	پیامد برای اساتید	رضایتمندی اساتید	افزایش تجربه و ارتقاء رزومه اساتید
			رضایت مالی اساتید
۱۰	پیامد برای پژوهشگاه	اعتبار و شهرت پژوهشگاه	افزایش اعتبار و شهرت پژوهشگاه
			توان رقابت علمی
		بهبود عملکرد پژوهشگاه	بهبود کیفیت خدمات آموزشی ارائه شده
			دستیابی به اهداف آموزشی پژوهشگاه
			بهبود کارایی و اثربخشی پژوهشگاه
			افزایش سود

یافته ها از جدول یک نشان میدهد که ده مقوله اصلی و بیست مقوله فرعی شناسایی شدند.

یافته های پارادایمی کدگذاری محوری و تبیین مؤلفه های مدل کیفی پژوهش:

در ادامه این بخش، اجزای پارادایم کدگذاری محوری شامل پدیده اصلی، شرایط علی، راهبردها، عوامل زمینه ای، شرایط مداخله گر و پیامدها به تفکیک و براساس مقوله ها طرح و درنهایت بنا به کدگذاری انتخابی به هم پیوند داده شده است و الگوی پرتفوی خدمات آموزشی با رویکرد مصرف کنندگان، به صورت یک مدل مفهومی ترسیم شده است.

عوامل فردی: مجموعه عواملی است که خارج از کنترل پژوهشگاه میباشد و در اختیار کارآموزان میباشد

عوامل سیستمی: آنچه توسط مدیر پژوهشگاه قابل کنترل باشد.

مدیریت خدمات آموزشی: مسئولین طرح ها و ایدههایی نو و راهکارهایی برای بهبود کیفیت ارائه دهند.

عوامل محیطی: دولت میتواند اعتبار ببخشد و یا تاثیر منفی بگذارد شرایط اقتصادی و اجتماعی حاکم بر جامعه نیز، بر عملکرد پژوهشگاه تاثیرگذار است.

سیاست گذاری سطح خرد پژوهشگاه: تضمین و انعطافپذیریهای لازم، راهکارهایی هستن که باید اجرا شوند تا پژوهشگاه را در رسیدن به هدفش یاری رسانند.

سیاست گذاری سطح کلان پژوهشگاه: در سطح کلان، کارکنان، نقشی مهم در سازمان دارند و شیوه جذب کارآموز باید به عنوان متغیری کلیدی نگاه کلان به آن شود.

مدیریت پژوهشگاه: بهبود پیوسته عملکرد و تعامل سازنده با وزارت آموزش عالی و انجام امور، مدیریت توانمندی را خواستار است.

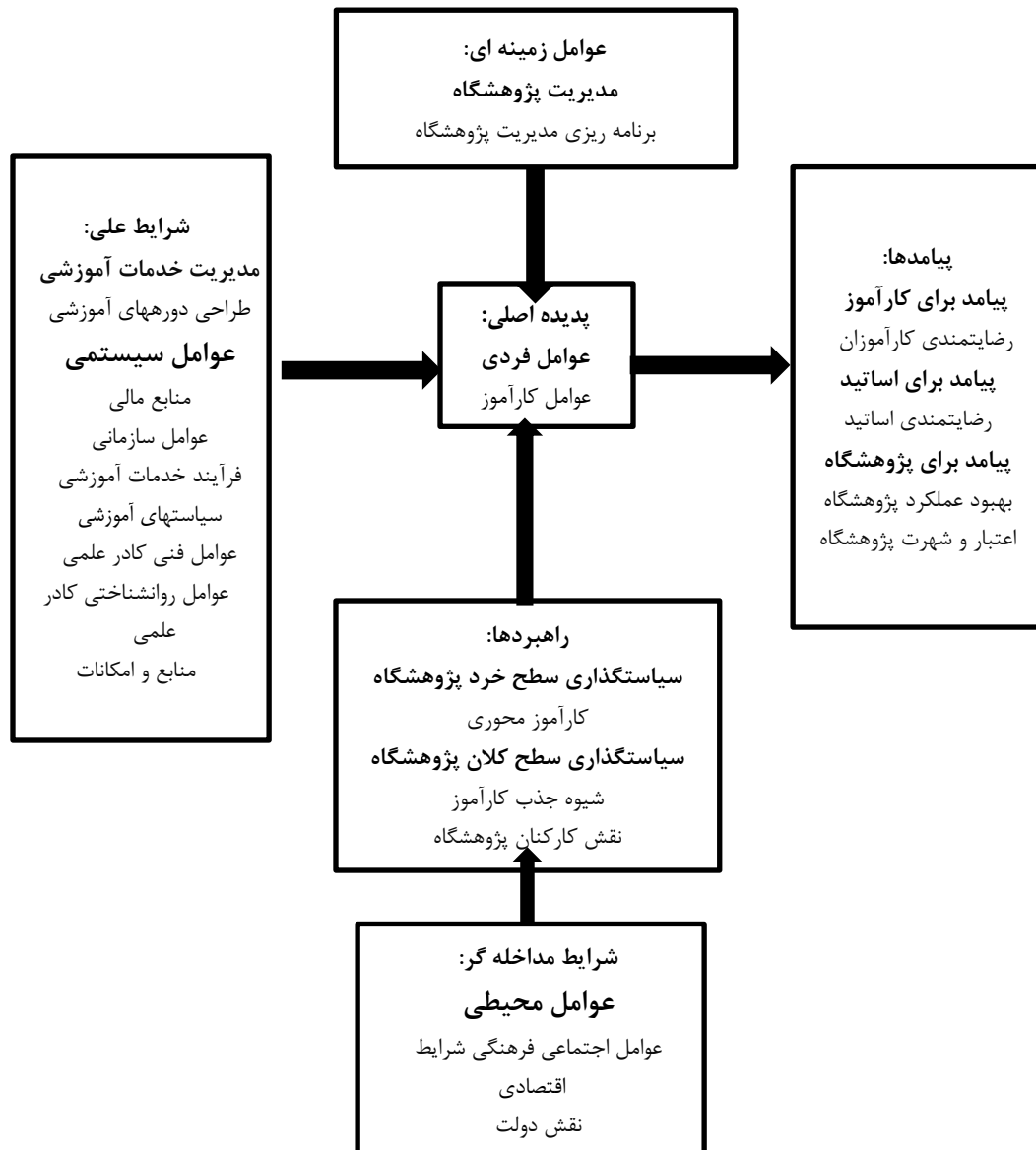
پیامد برای کارآموز: پیامدهای به دست آمده برای کارآموز باید منجر به شکوفایی و افزایش میل به استفاده بیشتر از دوره ها گردد.

پیامد برای اساتید: برطرف شدن خواسته ها و نیازهای اساتید، پیامدهایی است که باید برای آنان برآورده گردد.

طراحی و آزمون مدل پرتفوی محصول با رویکرد رفتار مصرف‌کننده در صنعت خدمات آموزش عالی تخصصی آزاد □ ۸۹

پیامد برای پژوهشگاه: افزایش اعتبار، شهرت و عملکرد سازمان محورهای مهمی هستند که انتظار

می‌رود محقق شود.



نمودار ۱. مدل پارادایمی بخش کیفی پژوهش

۹۰ فصلنامه علمی - پژوهشی تحقیقات مدیریت آموزشی - سال دوازدهم، شماره سوم، بهار ۱۴۰۰

فرضیه های استخراج شده از بخش کیفی پژوهش

فرضیه اول: "عوامل فردی" در تدوین مدل پورتفوی خدمات آموزشی تاثیرگذار است
فرضیه دوم: "عوامل سیستمی" در تدوین مدل پورتفوی خدمات آموزشی تاثیرگذار است
فرضیه سوم: "مدیریت خدمات آموزشی" در تدوین مدل پورتفوی خدمات آموزشی تاثیرگذار است
فرضیه چهارم: عامل مداخله ای "عوامل محیطی" بر راهبردها تاثیرگذار است
فرضیه پنجم: راهبرد "عملکرد سطح خرد پژوهشگاه" در تدوین مدل پورتفوی خدمات آموزشی تاثیرگذار است

فرضیه ششم: راهبرد "عملکرد سطح کلان پژوهشگاه" در تدوین مدل پورتفوی خدمات آموزشی تاثیرگذار است

فرضیه هفتم: عامل زمینه ای "مدیریت و سیاست گذاری کلان پژوهشگاه" در تدوین مدل پورتفوی خدمات آموزشی تاثیرگذار است

فرضیه هشتم: راهبردها موجب پدید آمدن پیامدهایی برای کارآموزان میشوند
فرضیه نهم: راهبردها موجب پدید آمدن پیامدهایی برای اساتید میشوند
فرضیه دهم: راهبردها موجب پدید آمدن پیامدهایی برای پژوهشگاه میشوند

یافته های کمی پژوهش:

آزمون کولموگروف اسمیرنوف:

جدول ۲. نتایج نرمال بودن توزیع داده ها

مقوله های اصلی	سطح معناداری	نرمال / غیرنرمال
۱ عوامل فردی	.306	نرمال
۲ عوامل درون سیستمی	.127	نرمال
۳ مدیریت خدمات آموزشی	.09	نرمال
۴ عوامل محیطی	.058	نرمال
۵ عملکرد سطح خرد پژوهشگاه	.21	نرمال
۶ عملکرد سطح کلان پژوهشگاه	.09	نرمال
۷ مدیریت و سیاست گذاری کلان پژوهشگاه	.084	نرمال
۸ پیامد برای کارآموز	.404	نرمال
۹ پیامد برای اساتید	.07	نرمال
۱۰ پیامد برای پژوهشگاه	.029	نرمال

طراحی و آزمون مدل پرتفوی محصول با رویکرد رفتار مصرف‌کننده در صنعت خدمات آموزش عالی تخصصی آزاد □ ۹۱

نتایج این آزمون نشان می‌دهد که توزیع مشاهدات در وضعیت مطلوب سبب خدمات آموزشی، نرمال است زیرا سطح معناداری بزرگتر از 0۵ / است

آزمون کی مو و بارتلت:

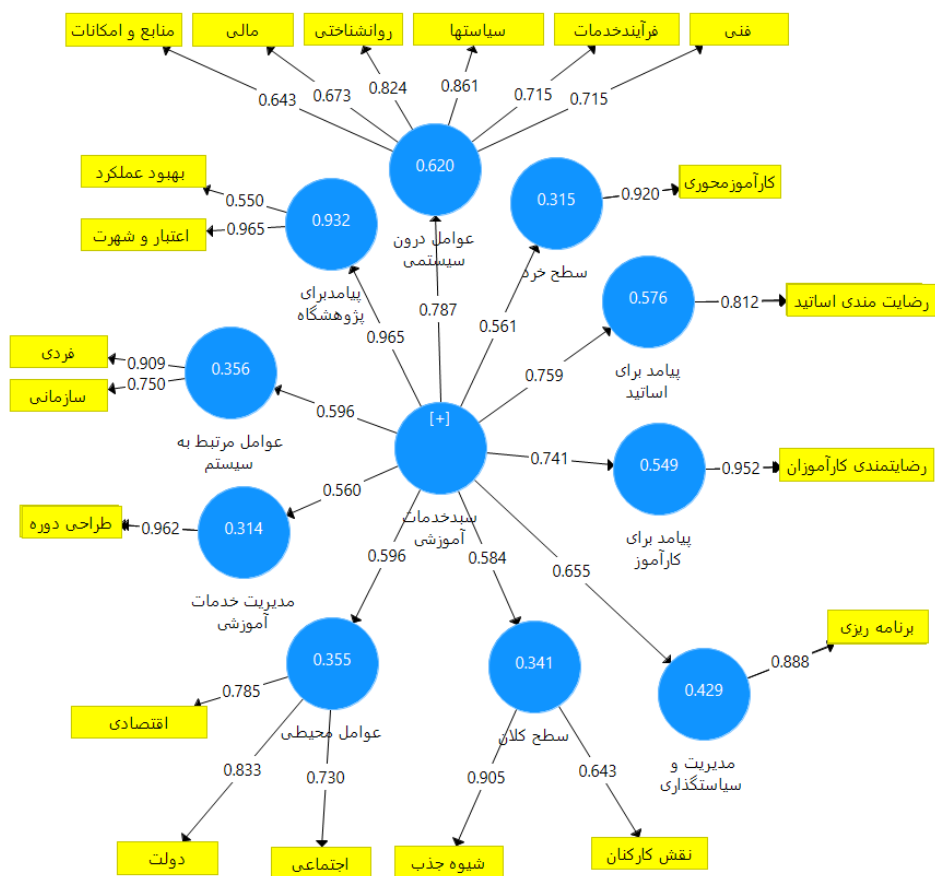
برای انجام تحلیل عاملی، ابتدا باید از این مسئله اطمینان یافت که آیا تعداد نمونه‌ها و روابط بین متغیرها برای تحلیل عاملی مناسبند یا خیر؟ بدین منظور از شاخص KMO استفاده شده است؛ و با آزمون بارتلت، معناداری مدل بررسی شده است.

جدول ۳. نتایج آزمون کی مو و بارتلت

مقدار عددی	آزمون
.۶۱	KMO
.۶۰۳	کای اسکوئر (شاخصی از بارتلت)
.۰۰۰	سطح معناداری

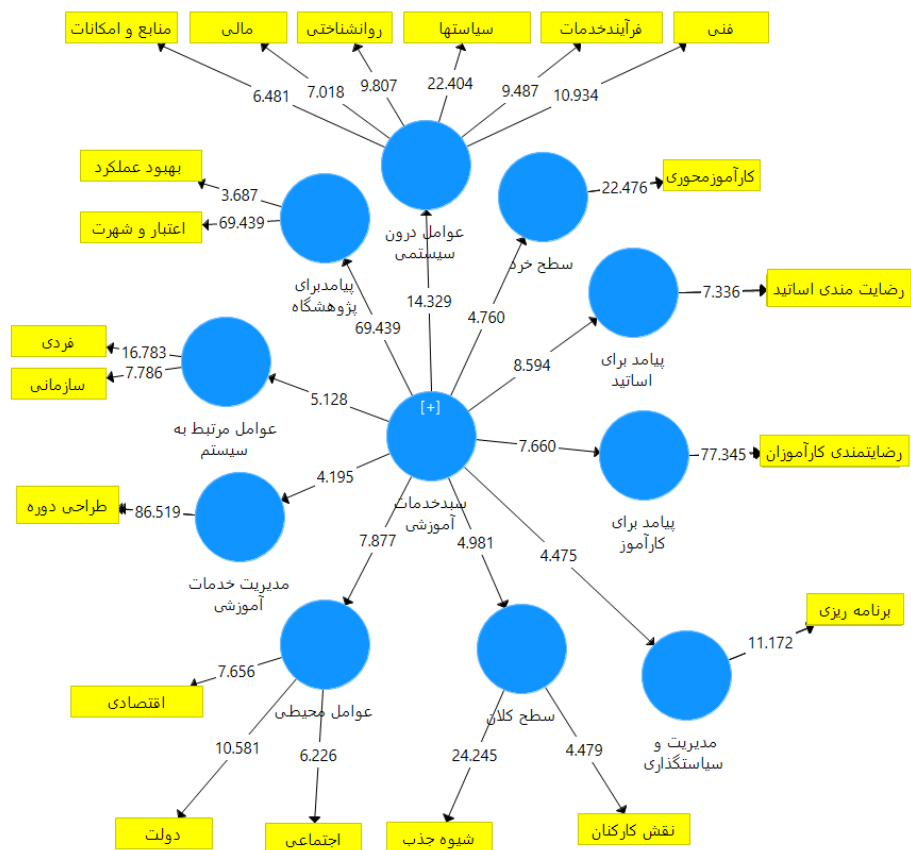
از آنجا که مقدار شاخص KMO برابر با ۶۱ / است یعنی بزرگتر از ۶ / است در نتیجه تعداد نمونه‌های انتخابی برای تحلیل عاملی کافی است؛ و چون سطح معناداری کوچکتر از ۰۵ / (sig=000) است، نشان می‌دهد تحلیل عاملی برای تأیید ساختار مدل عاملی، مناسبی است؛ بنابراین همبستگی بین متغیرها و معنادار بودن ماتریس داده‌ها برای همه مؤلفه‌ها به اثبات رسید از اینرو در این بخش به استفاده از تحلیل عاملی تأییدی برای اثبات کفایت ابعاد مدل پرداخته شده است؛ و چون سطح معناداری برای شاخص کای اسکوئر هم کوچکتر از ۵ صدم شده است بنابراین تحلیل عاملی برای تأیید ساختار، مناسب است یعنی اینکه مدل معنادار است.

تحلیل عاملی تأییدی:



نمودار ۲. تحلیل عاملی تأییدی مرتبه دوم برای مدل طراحی شده در حالت تخمین استاندارد

طراحی و آزمون مدل پرتفوی محصول با رویکرد رفتار مصرف کننده در صنعت خدمات آموزش عالی تخصصی آزاد □ ۹۳



نمودار ۳. تحلیل عاملی تأییدی مرتبه دوم برای مدل طراحی شده در حالت معناداری

برازش مدل

برازش مدل یعنی چقدر یک مدل نظری با یک مدل تجربی سازگاری دارد. در جدول ۴ در زیر، از سه شاخص برای سنجش برازش مدل کمک گرفته شد

جدول شماره ۴. نتایج برازش مدل

نوع شاخص برازش	برآورد مدل
SRMR ریشه میانگین مربعات باقی مانده استاندارد شده	۰/۰۶۶
شاخص نرم شده برازندگی NFI	۰/۹۰۹
شاخص نیکویی برازش (AGFI)	۰/۹۶۲

۹۴ □ فصلنامه علمی - پژوهشی تحقیقات مدیریت آموزشی - سال دوازدهم، شماره سوم، بهار ۱۴۰۰

به دلیل اینکه هم شاخص SRMR کوچکتر از ۰/۸ / به دست آمده است و هم اینکه شاخص NFI بزرگتر از ۰/۹ / به دست آمده است و شاخص AGFI هم بیشتر از ۰/۹ / به دست آمد بنابراین نتیجه گرفته شد که مدل دارای برازش خوبی است.

بررسی وضعیت موجود سبب خدمات آموزشی آزمون t-test:

جدول شماره ۵. وضعیت ابعاد مدل

عوامل مرتبط به سیستم	میانگین نمره	آماره t	سطح معناداری
عوامل فردی	۲/۶	-۱/۲	/۰۰۰
عوامل سیستمی	۴	۴/۱۵	/۰۰۰
مدیریت خدمات آموزشی	۳	۶/۰۷	/۰۰۰
سیاست‌گذاری سطح خرد پژوهشگاه	۳/۸	۴/۸۶	/۰۴
سیاست‌گذاری سطح کلان پژوهشگاه	۳/۷	۸/۱۳	/۰۰۰
عوامل محیطی	۳/۱	۴/۸۳	/۰۰۰
مدیریت پژوهشگاه	۴/۱	۲/۵۲	/۰۰۰
پیامد برای اساتید	۴/۱	۶/۹۸	/۰۰۲
پیامد برای پژوهشگاه	۳/۶	۲/۲	/۰۰۰
پیامد برای کارآموز	۴	۲/۸۲	/۰۰۰

یافته های جدول ۵ نشان می‌دهد بجز بعد عوامل فردی که میانگین ۲/۶ دارد بقیه ابعاد مدل، میانگینی برابر با سه و یا بیشتر دارند بنابراین، تنها بعدی که با وضعیت مطلوب فاصله دارد، همین بعد عوامل فردی است. مقدار t آماره این بعد، برابر با -۱/۲ - می‌باشد

جدول شماره ۶. وضعیت مؤلفه های مدل

مقوله های اصلی	مقوله فرعی	میانگین مره	آماره t	سطح معناداری
عوامل فردی	عوامل کارآموز	۲/۶	-۱/۲	/۰۰۰
	منابع مالی	۳/۱	۶/۴۷	/۰۰۰
عوامل سیستمی	عوامل سازمانی	۴/۱	۶/۹۹	/۰۰۰
	فرآیند خدمات آموزشی	۳/۹	۴/۸۲	/۰۰۰
	سیاستهای معاونت آموزشی	۴/۶	۶/۳	/۰۰۰

طراحی و آزمون مدل پرتفوی محصول با رویکرد رفتار مصرف کننده در صنعت خدمات آموزش عالی تخصصی آزاد □ ۹۵

پژوهشگاه					
عوامل فنی کادر علمی	۴/۱	۷/۹۶	./۰۰۰		
عوامل روانشناختی کادر علمی	۴/۲	۳/۰۶	./۰۰۰		
منابع و امکانات	۴	۶/۳۲	./۰۰۰		
مدیریت خدمات آموزشی	۳	۶/۰۷	./۰۰۰	۳	
عوامل اجتماعی فرهنگی	۲/۲	۳/۰۵	./۰۰۰	عوامل محیطی	۴
شرایط اقتصادی	۲/۷	۹/۸۳	./۰۳۹		
نقش دولت	۴/۴	۶/۸۶	./۰۰۰		
سیاست گذاری سطح خرد پژوهشگاه	۳/۸	۴/۸۶	./۰۴	۵	
سیاست گذاری سطح کلان پژوهشگاه	۳/۱	۶/۱۷	./۰۰۰	۶	
نقش کارکنان پژوهشگاه	۴/۳	۳/۹۹	./۰۱۱		
مدیریت پژوهشگاه	۴/۱	۲/۵۲	./۰۰۰	۷	
پیامد برای کارآموز	۴	۲/۸۲	./۰۰۰	۸	
پیامد برای اساتید	۴/۱	۶/۹۸	./۰۰۲	۹	
پیامد برای پژوهشگاه	۳/۱	۹/۸۸	./۰۰۰	۱۰	
اعتبار و شهرت پژوهشگاه	۴/۱	۶/۲۷	./۰۰۰		

یافته های جدول ۶ نشان میدهد بجز مؤلفه عوامل کارآموز که میانگین ۲/۶ دارد بقیه مؤلفه های مدل، میانگینی برابر با سه و یا بیشتر دارند بنابراین، تنها مؤلفه ای که با وضعیت مطلوب فاصله دارد، همین مؤلفه عوامل کارآموز است. مقدار t آماره این بعد، برابر با ۱/۲- میباشد

برازش مدل

در جدول ۷ از سه شاخص برای سنجش برازش مدل کمک گرفته شد

جدول شماره ۷. نتایج برازش مدل

نوع شاخص برازش	برآورد مدل
ریشه میانگین مربعات باقی مانده استاندارد شده SRMR	./۰۵۴
شاخص نرم شده برازندگی NFI	./۹۸۹
شاخص نیکویی برازش (AGFI)	./۹۴۴

۹۶ □ فصلنامه علمی - پژوهشی تحقیقات مدیریت آموزشی - سال دوازدهم، شماره سوم، بهار ۱۴۰۰

به دلیل اینکه هم شاخص SRMR کوچکتر از ۰/۸ / به دست آمده است و هم اینکه شاخص NFI بزرگتر از ۰/۹ / به دست آمده است و شاخص AGFI هم بیشتر از ۰/۹ / به دست آمد بنابراین نتیجه گرفته شد که مدل دارای برازش خوبی است.

بحث و نتیجه گیری

نتایج بیانگر این است که کارآموزان، به این مرحله از باور نرسیده اند که میتوانند برای دوره‌های مورد نیازشان به پژوهشگاه تکیه نمایند و این به دلیل شناخت ناکافی آنان از پژوهشگاه است و اینکه چرا به اندازه کافی شناخته شده نیست برمیگردد به عملکرد پژوهشگاه و بیشترین شکاف تا وضعیت مطلوب همین بعد عوامل فردی است از یافته‌های این پژوهش برای بهبود کیفیت خدمات آموزشی استفاده میشود تا اینکه بتواند پرتفوی خدمات آموزشی مطلوبی برای کارآموزان فراهم نماید. اگر چه تاکنون پژوهشی برای پرتفوی خدمات آموزشی انجام نشده است ولی با این وجود این پژوهش با بعضی از پژوهش‌های دیگر از لحاظ موضوعی، نزدیکی و مشابهت‌هایی دارد که در اینجا مورد بررسی قرار گرفته است. پژوهش حاضر، دارای ده بعد و بیست مؤلفه میباشد. بعدهای سیاست‌گذاری سطح خرد، سیاست‌گذاری سطح کلان، پیامدهای فردی، پیامدهای سازمانی، عوامل سیستمی، عوامل فردی و عوامل محیطی با پژوهش عباسی نیکو (۱۳۹۴) مشابهت دارد. از لحاظ موضوع پژوهش، یعنی خدمات آموزشی، با پژوهش سعیدی (۱۳۹۲) مشابهت دارد از نظر بررسی کارآموزان، با پژوهش محمدزاده (۱۳۹۸) مشابهت دارد

منابع

- رزاقی، نسیم و تحسیری، مینا، ۱۳۹۶، افزایش تحرک و بهره‌وری درسی به صورت همزمان در مدارس ابتدایی از طریق طراحی محصولات کمک آموزشی، کنفرانس بین‌المللی دیزاین (تعامل بین طراحی صنعتی و معماری داخلی) ۱۳۹۶، تهران
- سعیدی، سیدناصر و جعفری، حسن و حلافی، حمیدرضا، ۱۳۹۲، سنجش و ارزیابی کیفیت خدمات مؤسسات آموزش دریاوردی با استفاده از مدل‌های سروکوال و فرآیند تحلیل سلسله‌مراتبی، پانزدهمین همایش صنایع دریایی، جزیره کیش
- شریعتمداری، علی (۱۳۶۵) جامعه و تعلیم و تربیت (مبانی تربیت جدید)، تهران، انتشارات امیرکبیر، ص ۱۹
- عباسی، م.م. & ترکمنی، م. (۱۳۸۹). مدل نظری اجرای مدیریت ارتباط با مشتری (CRM) بررسی‌های بازرگانی، ۳-۴
- عباسی نیکو، محمد؛ ۱۳۹۴. طراحی الگوی بازاریابی آموزش عالی در ایران. پایان‌نامه کارشناسی ارشد در رشته‌ی مدیریت بازرگانی. دانشکده ادبیات ایلام
- هاشمی، سید محمود (۱۳۹۶). الگوی تصویرسازی سازمانی دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی - رساله دوره‌ی دکترای مدیریت بازرگانی، گرایش رفتار سازمانی و منابع انسانی - دانشکده مدیریت و حسابداری - دانشگاه علامه طباطبائی
- مرداسی، یاس و مکوندی، فواد، ۱۳۹۹، شناسایی شاخص‌های سنجش کیفیت خدمات آموزشی ضمن خدمت براساس مدل کانو (مورد مطالعه: مجتمع آموزش فنون اهواز)
- محمدزاده، بهبود؛ ۱۳۹۸. شناسایی عوامل مؤثر بر کاهش کارآموزان آموزشگاه‌های فنی و حرفه‌ای آزاد. فصلنامه پژوهش در نظام‌های آموزشی. دوره ۱۳ شماره ۴۴
- Hamiti, M., Reka, B., & Imeri, F. (2015). The Impact of Computer Components in Enhancing the Quality of Teaching and Learning Process in Universities. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 191, 2422-2426.
- Hubackova, S. (2015). Factors Influencing the Quality of Teaching and the Foreign Language Knowledge. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 197, 1952-1956.

۹۸ □ فصلنامه علمی - پژوهشی تحقیقات مدیریت آموزشی - سال دوازدهم، شماره سوم، بهار ۱۴۰۰