

ارزیابی عوامل مؤثر بر ارتقای فرهنگ کیفیت در نظام دانشگاهی کشور

علی فقیه‌حیبی^{۱*}، اسماعیل کاوسی^۲

۱- استادیار گروه حقوق واحد تهران جنوب، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.

۲- دانشیار مدیریت و برنامه ریزی امور فرهنگی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شمال، تهران، ایران

چکیده

این پژوهش در راستای ارزیابی عوامل مؤثر بر ارتقای فرهنگ کیفیت در نظام دانشگاهی کشور، در دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شمال، انجام شده است. جامعه آماری این پژوهش شامل دانشجویان رشته‌های علوم انسانی این دانشگاه هستند. با توجه به پراکندگی جامعه آماری مورد نظر در پژوهش و در دسترس نبودن اطلاعات همه دانشجویان، از جامعه آماری مذکور با توجه به ضوابط نمونه‌گیری (بر اساس شیوه نمونه‌گیری مندرج در جدول مورگان) (۲۶۵ نفر) به عنوان نمونه پژوهش انتخاب شد. برای این که هر فرد، از جامعه آماری مورد نظر، شانس برابر در انتخاب داشته باشد از روش نمونه‌گیری تصادفی ساده استفاده شده است. این پژوهش از نظر هدف در زمره پژوهش‌های کاربردی و از نظر شیوه اجرا از نوع پیمایشی است. روش گردآوری اطلاعات در این پژوهش از نوع میدانی و کتابخانه‌ای و ابزار گردآوری اطلاعات و داده‌های مورد نیاز در این پژوهش پرسشنامه است که شامل ۳۵ گویه بوده و توسط پژوهشگر تنظیم شده است و اعتبار آن بر اساس ضریب آلفای کرونباخ ۰/۷۴ برآورد شده است که بیانگر اعتبار بالای ابزار اندازه‌گیری است. تجزیه و تحلیل داده‌های این

پژوهش در دو سطح آمار توصیفی و آمار استنباطی صورت گرفته است. توصیف داده‌ها در دو بخش متغیرهای زمینه‌ای و متغیرهای اصلی با استفاده از شاخص‌های فراوانی مطلق، فراوانی نسبی، میانگین، انحراف معیار و واریانس در قالب جداول ارائه شده و از آزمون‌های کلموگروف اسمیرنوف و t یک جامعه برای تست فرضیه‌ها استفاده شده است.

واژه‌های کلیدی: فرهنگ، فرهنگ کیفیت، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شمال، عوامل فردی، عوامل سازمانی و عوامل محیطی.

مقدمه

مفهوم کیفیت، از سده‌های پیش وجود داشته است، ولی مباحث علمی کیفیت به گونه‌ای که ما امروز آنرا می‌شناسیم به بعد از جنگ جهانی دوم باز می‌گردد. در این مدت، صاحب‌نظران برجسته‌ای در این حوزه پدیدار شدند و الگوها و مفاهیم ارزشمندی را عرضه کردند. مفاهیم و الگوهای، مانند: کنترل کیفیت آماری، شش زیگما، مدیریت کیفیت جامع، حاصل تلاشهای این دوران است. بسیاری از شرکتهای بزرگ و معتبر دنیا، کیفیت را به عنوان عامل تمایز خود از رقبایشان برگزیدند و به پیشرفتهای مهمی در این مورد دست یافتند. این شرکتها با مزیت کیفیت، رقبای خود را در تنگنا قرار داده، سهم بازار و منافع خود را به صورت چشمگیری افزایش دادند.

ضرورت ارزش نهادن به کیفیت و ارتقاء مداوم آن دیگر برای تمامی دست اندر کاران در بخش تولید و خدمات آشکار است ولی بدون شک دستیابی به کیفیت مورد انتظار مشتری و قابل رقابت با رقبا چندان هم به سادگی پیش نمی‌آید و هر چه فعالیت تحت تاثیر رقابت بیشتر باشد این دشواری نیز افزون تر است. بنابراین دستیابی به کیفیت و سپس حفظ و ارتقاء آن هم در انطباق با خواسته‌های دائماً در حال تغییر مشتری، نیازمند سیستم، ابزار، تجهیزات و کارکنان واجد صلاحیت است.

همانگونه که می‌دانیم مسأله کیفیت، یکی از دغدغه‌های اصلی میدان رقابت این جهان فرایپچیده است. کیفیت حاصل جمع مدیریت ناب و تعهد درونی نهادینه شده افراد یک جامعه

است. اگر بخواهیم در جاده کیفیت حرکت کنیم و ماندگار باشیم، نباید از فرهنگ کیفیت غافل باشیم.

کیفیت مساله ای پویا است و باید آن را در قاب قرار داد و در این مرز بندی قاب گونه عوامل محرک آنرا شناسایی نمود و مدلی برای رشد آن طراحی نمود. در قاعده هرم کیفیت، فرهنگ کیفیت قرار دارد. حصیر سبد کیفیت از فرهنگ کیفیت است. این حصیر در دوام و قوام کیفیت نقش بسزایی دارد. با تغییر و تحول باورها، ارزش‌ها، رویکردها، فهم، مفهوم و تفاهم است که گام به سوی فرهنگ کیفیت بر می‌داریم. در این فراگرد برجسته‌سازی فرهنگ کیفیت این را باید بدانیم و ادعا نمی‌کنیم که تاکنون برای حل آن چاره‌اندیشی نگردیده، بلکه همواره در طول دوره‌های مختلف، مورد توجه بوده و راهکارها و الگوهای نیز تحت عنوان الگوهای کیفیت طراحی و ارائه گردیده است. الگوهایی که حتی جنبه کاربردی داشته، و قابلیت اجرایی نیز داشته‌اند، لکن به دلایلی همچون عدم توجه به عوامل فرهنگی، ساختاری و فرآیندی به کیفیت در جامعه و سازمان‌ها، ناسازگاری با ساختار سازمانی، عدم تعهد مدیران و حمایت کامل آنان، لحاظ نمودن جمیع جهات، هزینه‌های بالا و غیره فرصت اجرا نیافته و یا در حد مبانی نظری باقی مانده‌اند و یا به صورت موردی و تک بعدی و براساس عوامل صرفاً کیفی، راهکارهایی را ارائه داده‌اند. یعنی در هر حال از کارآیی لازم برخوردار نبوده‌اند.

البته باید توجه داشت که اشاعه فرهنگ کیفیت و به ویژه نهادینه کردن آن در فرد، سازمان‌ها و جامعه، کاری دشوار، زمان‌بر و مستلزم رعایت جمیع عوامل است. عواملی که عدم توجه به هر یک از آنها می‌تواند طراحی یک چنین الگویی را تحت تأثیر قرار داده، کارایی و اثربخشی آن را زیر سؤال ببرد. بنابراین باید تمامی عوامل مؤثر با استفاده از روش‌های علمی، شناسایی و میزان تأثیرگذاری آنها در طراحی الگوی مزبور تعیین گردند. عواملی که قدر مسلم برخی از آنها، فردی است که از طریق سیاستگذاری‌های صحیح می‌توان آنها را در راستای نهادینه شدن رفتارهای مربوطه، کنترل نمود. گروه دیگر از این عوامل که البته بسیار هم می‌تواند در این خصوص تأثیرگذار باشد، عوامل محیطی است. عواملی که عموماً خارج از کنترل افراد بوده و از طریق نیروهای فرادست بر سازمان تحمیل می‌شوند و نمود آن را می‌توان

در محیط‌های سیاسی، اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و تکنولوژی جستجو نمود. طبعاً لحاظ نمودن دیگر عوامل تأثیرگذار احتمالی نیز می‌تواند به کارآمدی الگوی مزبور کمک نماید. نوشتار حاضر تلاش دارد تا کلیه عوامل تأثیرگذار اعم از عوامل فردی، سازمانی و محیطی موثر بر ارتقای فرهنگ کیفیت در نظام دانشگاهی کشور را ارزیابی نماید.

کیفیت و نگرش‌های مربوط به آن

کیفیت از واژه ی لاتین quality است که این واژه از ریشه qualis یا qualitas به معنای نحوه بودن گرفته شده است. علامه دهخدا کیفیت را چگونگی - حالت یا وضعی که در چیز حاصل آید، معنی کرده است و همچنین دکتر عمید در فرهنگ عمید کیفیت را چگونگی معنی می‌کند. کیفیت و کمیت یک چیز، دو وجه جدائی ناپذیر یک چیز هستند. کیفیت بر مبنای کمیت شکل می‌گیرد. هر موجود دارای خصوصیات است که کیفیت آن را می‌سازد، شکل ظاهری موجود، خصوصیات مذکور را می‌سازد. پس بدون وجود کمیت، بحث کیفیت بی معنی است (یمنی، ۱۳۷۵).

مباحث کیفیت در پنجاه سال گذشته، تحولات فراوانی یافته و در این تحولات، نگرشهای متفاوتی به کیفیت، شکل گرفته است. هر یک از این نگرشها از منظر ویژه‌ای به مفهوم کیفیت نگرسته و تعبیر خاصی برای آن بیان کرده است. برای کیفیت، دست کم پنج نگرش متفاوت وجود دارد که ما در اینجا به معرفی آنها می‌پردازیم: نخستین نگرش به کیفیت، قابلیت پاسخگویی به خواسته مشتری تعریف می‌شود. این تعریف ابتدا در سال ۱۹۶۸ توسط ادواردز (۱۹۶۸) و در سال ۱۹۸۸ توسط جوران بیان شده است. در این نگرش خواسته مشتری و پاسخگویی به آن، محور جهت‌گیری سازمان قرار دارد و از این رو به آن کیفیت مشتری محور گفته می‌شود. دومین نگرش به کیفیت، از منظر تولید بیان می‌شود. در این نگرش کیفیت با میزان تطابق محصول با یک طرح یا مشخصه محک می‌خورد. تعریف گیلیمور از کیفیت بیانگر این نگرش است (گیلمور، ۱۹۷۴).

نگرش سومی را که از کیفیت وجود دارد، می‌توان نگرش محور محصول دانست. در این نگرش کیفیت عبارت است از میزان ویژگی‌های ارزشمند در یک محصول. لیفلر این تعبیر را در سال ۱۹۸۲ ارائه کرد (لیفلر، ۱۹۸۲) و در آن مشخصه‌های محصول را محور کیفیت قرار داد. نگرش دیگری که برای کیفیت وجود دارد، یک مفهوم انتزاعی از ادراک کیفیت را بیان می‌دارد. پیرسیگ کیفیت را مستقل از ویژگیهای محصول و یا برداشت ذهنی خاص می‌داند ولی بر این باور است که مردم کیفیت را هر کجا که ببینند به راحتی تشخیص می‌دهند (پیرسیگ، ۱۹۸۲).

فرهنگ کیفیت

فرهنگ کیفیت داشتن امری تصادفی نیست (اوتز، ۲۰۱۴). هدف اصلی فرهنگ کیفیت ارتقاء و بهبود مستمر کیفیت است. مدیریت کیفیت جامع (TQM) ابزارهایی را فراهم می‌سازد تا فشارهای سخت افزاری را به حداقل برساند (اسمعیلی، ۱۳۹۰)، ولی زیربنایی ترین سطح و قاعده هرم بهبود مستمر ریشه در فرهنگ کیفیت دارد (اوتز، ۲۰۱۴). ایجاد فرهنگ کیفیت، درک صحیح از تغییر و تحول است. و لازمه آن دانش نسبت به روند تکاملی ذات فرهنگ است. نکته اصلی این است که برای ایجاد فرهنگ کیفیت باید به سمت مدیریت نرم (ارزش‌های مشترک، سبک مشترک، کارکنان ماهر و مهارت) حرکت کنیم و این درک را داشته باشیم که مدیریت سخت (استراتژی، ساختار و نظام) امروزه از اولویت کمتری برخوردار است. و اجرای دقیق مدیریت کیفیت جامع (TQM) نیازمند تغییر پارادایم است (اسمعیلی، ۱۳۹۰).

پارادایم شیفت

پارادایم شیوه خاص اندیشیدن است، هر پارادایم در پیش فرض‌های خود استوار است، مفاهیم و نظریه‌ها ابزار اندیشیدن ماست، بر اساس پارادایم‌ها، ما هر چیز را درک می‌کنیم. نگاه جدید هیچ وقت جایگزین نگاه قدیم نمی‌شود بلکه نگاه جدید، نگاه قدیم را به سمتی که برنامه ریزی شده، تشویق می‌کند. در پارادایم شیفت به دنبال مفهوم سازی هستیم و این مفاهیم

هستند که ظرفیت تفکر به ما می‌دهند بطوری که با برخورد مسائل، اطلاعات را به نوعی سریع پردازش می‌کنیم و با اندیشه بر اساس آن مفاهیم نوین از آن می‌توانیم درک خود را داشته باشیم (اسمعیلی، ۱۳۹۰). پارادایم طرز فکری است که با آن بزرگ شده ایم و آن را از خانواده، محیط آموزشی و جامعه می‌گیریم و در ذهن ما نقش می‌بندد و قدرت پارادایم قدیم، چشم ما را در بعضی موارد به پارادایم جدید می‌بندد برای حرکت از یک موج به موج دیگر نیاز به تغییر نگرش یا همان پارادایم شیف‌ت داریم. پارادایم شیف‌ت باعث می‌شود چشم‌های ما به تغییرات کارساز و ساختمند باز شود و دنیا را متفاوت ببینیم. در پارادایم شیف‌ت نه تنها چیزی را از دست نمی‌دهید بلکه چیزهای بهتری بدست می‌آورید، در پارادایم شیف‌ت، جایگزینی پارادایم جدید نداریم بلکه این شیف‌ت تغییر و تحول را تشویق می‌کند (اوتز، ۲۰۱۴).

امروزه خط مشی‌های یه کار گرفته شده، علیرغم نقش بی‌بدیلی که در رشد و توسعه و پیشرفت برعهده داشته اند، نتوانسته اند نگرش و رویکرد نسبت به کیفیت را در جامعه ما متحول سازند، و رویکرد نوین کیفیت مدار ایجاد کند. دانستن این نکته ضروری است که پارادایم جدید نمی‌تواند جایگزین پارادایم قدیم گردد، بلکه یا برنامه‌ریزی، این امکان وجود دارد که پارادایم قدیم را به پارادایم جدید پیوند زد و درخت پیوندی جدید حاصل فراگرد پارادایم شیف‌ت است که ثمره آن رویکردی نوین و معنا دار نسبت به کیفیت خواهد بود (اوتز، ۲۰۱۴).

کیفیت در نظام آموزشی:

واژه کیفیت^۱ از لغت انگلیسی کوالیس^۲ مشتق شده که به معنای چه نوع است (پرداختچی و همکاران، ۱۳۸۸). به این خاطر کیفیت را یک مفهوم لغزشی می‌نامند که دارای معانی مختلف بوده و تعاریف آن بر مفاهیم و مصادیق گوناگون دلالت دارد. ضمن اینکه مفاهیم انگیزشی و اخلاقی کیفیت سبب می‌گردد تا به آسانی قابل تعریف نباشد. کیفیت قابلیت است که می‌تواند منجر به برآوردن خواسته‌ها و علائق شخص گردد. اعتقاد بر این است که کیفیت برآوردن

1. Quality

2. Qualis

خواسته‌های بیان شده و یا ضمنی مشتریان به طور کامل است و تعاریف دیگر کیفیت از آن استنتاج شده است (یمنی، ۱۳۹۱).

هاروی و گرین دیدگاه‌های موجود در خصوص کیفیت را به این شرح بیان نموده اند: مفهوم کیفیت در آموزش، به راحتی قابل تعریف نیست. پیچیدگی فرایند آموزش و مشخص نبودن اینکه کیفیت در این فرایند چگونه شکل می‌گیرد، تعریف آن را مشکل کرده است. شماری از صاحب‌نظران بر این باورند که مفهوم کیفیت، بدون شکل بوده و بنابراین غیر قابل اندازه‌گیری است. ایوانسویچ معتقد است آنچه در تعریف کیفیت، مرکزیت دارد نظرات مخاطبان است. بر این اساس کیفیت تابع نظر مشاهده‌گر است، بنابراین ارائه نيمرخی از کیفیت، همیشه با عینیت همراه نیست و با ذهنیت حرکت می‌کند (ایوانسویچ، ۲۰۰۱). چاپمن، کیفیت را معادل استانداردهای آموزش، همچون سطح پیشرفت فراگیران می‌داند. این تعریف از کیفیت، همخوانی کاملی با تمرکز به وجود آمده روی یادگیری فراگیران دارد (چاپمن، ۱۹۹۹).

بیکر، کیفیت را مجموع برآیندهای یک دوره آموزشی تعریف می‌کند. به گمان وی، زمانی می‌توان یک دوره را با کیفیت قلمداد کرد که خروجی‌هایی مانند: ایجاد سطح خاصی از توانایی در حداکثر زمان ممکن، ارضای نیازهای مهارتی و برآورده کردن نیازهای توسعه مسیر شغلی را، حاصل کرده باشد (بیکر، ۱۹۹۹). عمادزاده نیز، کیفیت آموزش را منوط به کیفیت عواملی می‌داند که در ارائه خدمات آموزشی مشارکت می‌کنند: (عمادزاده، ۱۳۷۲).

سلامت هر جامعه به کیفیت نظام آموزشی آن جامعه وابسته است. اگر دانش‌آموزان و دانش‌جویان، ارزش‌ها، هنجارها و مهارت‌های لازم برای خوب بودن را نیاموزند و همچنین مهارت‌ها و تخصص لازم برای انجام وظایف فردی و اجتماعی خود را به طور مؤثر و کارآمد فرا نگیرند، واحدهای آموزشی رسالت خود را به انجام نرسانیده‌اند. یکی از اندیشمندان در مورد اهمیت کیفیت در آموزش و پرورش می‌گوید: آموزش و پرورش باید به تعالی پردازد؛ اگر به کیفیت توجه نکنیم، همه کوشش‌ها و هزینه‌های ما بیهوده است، زیرا نه فقط عمر دانش‌آموزان خود را تباه کرده‌ایم بلکه توانایی خویش را برای رقابت و بقا در جهان، از دست داده‌ایم. کیفیت چالش و مسئله مهمی است. در کشورهایی که از لحاظ درآمد در سطح پایین

و متوسطی قرار دارند، عموماً کیفیت پایین است و در بسیاری از مکانها در حالی که نرخ ثبت نام بالا رفته، کیفیت رو به زوال گذاشته است. (بابادی عکاشه، ۱۳۹۲).

کیفیت در آموزش عالی

مفهوم کیفیت در بخش آموزش، نسبت به سایر حوزه‌ها، پیچیده‌تر و تعاریف ارائه شده از آن، دارای تنوع بیشتری است و هریک از دانش پژوهان، از منظر خاصی این مفهوم را مورد توجه قرار داده‌اند. کیفیت همچون سایر مفاهیم تعلیم و تربیت ماهیت نسبی داشته و به تناسب موقعیت‌های آموزشی تعاریف مختلفی را می‌توان برای آن لحاظ نمود. بر مبنای اصول کیفیت جامع، کیفیت به معنای تناسب نظام آموزشی (دروندها، فرایندها، برون‌داده‌ها و پیامدها) با حداقل استانداردهای تدوین شده و در صورت عدم وجود استانداردها با اهداف و رسالت‌های آموزشی است (مزروقی و همکاران، ۱۳۹۳).

کیفیت در آموزش به طور متفاوتی توسط محققان تعریف می‌گردد (فیگنباوم^۱، ۱۹۵۱). انطباق خروجی آموزش به نسبت اهداف برنامه‌ریزی شده، مشخصات و الزامات (کرازبی^۲، ۱۹۷۹؛ گلیمور^۳، ۱۹۷۴) اجتناب از نقص در آموزش (پتر و واترمن^۴، ۱۹۸۲) برتری در آموزش (پاراسورامان^۵ و همکاران، ۱۹۸۵) کیفیت در آموزش را به عنوان روبه‌رو شدن و یا فراتر رفتن از انتظارات مشتریان آموزش تعریف می‌کنند و (تنگ و زیری^۶، ۱۹۹۸؛ رینولد^۷، ۱۹۸۶) آن را به عنوان تناسب برای هدف تعریف می‌کنند (جین^۸ به نقل از دیگران، ۲۰۱۱).

درباره کیفیت هر فرد در چهار چوب ارزش‌های مورد نظر خود ممکن است به گونه‌ای خاص اندیشیده و قضاوت کند. بر اساس یکی از تعاریف، کیفیت یک عنصر عبارت از « مناسب بودن آن برای هدف مورد نظر » است تعریف دیگری بوسیله سازمان جهانی استاندارد

1 Feiganbaum

2 Crosby

3 Gilmore

4 Peters & Waterman

5 Parasuraman

6 Tang & Zairi

7 Reynolds

8 Jian

عرضه شده است و در این تعریف کیفیت عبارت از «مجموع ویژگی‌ها و خصوصیات یک فرآورده، یا خدمت است که نمایانگر توانایی آن در بر آوردن خواسته‌های بیان شده باشد. امروزه سه گروه اعضای هیأت علمی، دانشجویان و کارفرمایان به عنوان ذینفعان اصلی با دانشگاه و به تبع آن با مقوله کیفیت نظام آموزش عالی سر و کار دارند که متاسفانه یا خوشبختانه هر کدام از آنها دیدگاه متفاوتی در این رابطه داشته و قضاوت متمایزی می‌کنند. مثلاً «کیفیت آموزش عالی از نظر کارفرمایان آن است که دانش آموختگان در انجام دادن وظایف محوله شغلی از دانش، نگرش و توانایی لازم برخوردار باشند. اما از نظر دانشجویان، کیفیت آموزش عالی مترادف با پیشرفت تحصیلی آنان در طول دوران تحصیلی شان در دانشگاه است. در حالیکه کیفیت در آموزش عالی از نظر اعضای هیأت علمی با میزان انتقال دانش و انجام دادن پژوهش مربوط می‌باشد. بنابر این ملاحظه می‌کنید نظر اعضای هیأت علمی، دانشجویان و کارفرمایان درباره کیفیت گوناگون است. به نظر من هر سه گروه درست می‌گویند. اما اشکال کار در اینجا است که هر یک از آن‌ها از ظن خود به موضوع می‌نگرند. انگار داستان فیل مولوی هر روز خواسته و ناخواسته در طول زندگی کاری ما ظهور و بروز می‌کند. دیدگاه هر سه گروه اعضای هیأت علمی، دانشجویان و کارفرمایان در خصوص مقوله کیفیت در نظام آموزش عالی صحیح می‌باشد ولی اشکال کار در آنجایی مشاهده می‌شود که تصمیم گیرندگان به هنگام تصمیم‌گیری به یکی از این سه مراجعه کرده و دیدگاه دو گروه دیگر را نادیده می‌گیرند. شایسته‌ترین تصمیم آن است که در تعریف کیفیت در نظام آموزش عالی به همه ابعاد و جوانب آن نگریسته و دیدگاهی جامع و سیستمی در مورد آن داشته باشیم (بابادی عکاشه، ۱۳۹۲).

عوامل تشکیل دهنده کیفیت در دانشگاه

همانگونه که پیش‌تر بیان گردید در نظام دانشگاهی، گروه‌های مختلف، دارای نظرات متفاوتی در زمینه کیفیت آموزش هستند. این امر باعث می‌گردد که هر کدام از آنها برای بعدی از آموزش عالی اولویت قائل شوند، برای مثال، دانشجویان و مدرسان امکان دارد صرفاً به فرایند آموزش توجه نمایند. در حالیکه امکان دارد توجه کارفرمایان در کیفیت دانش

آموختگان باشد. اما آنچه برای برنامه ریزی آموزش مهم است، رهایی از یکه تازی و تک بعدی نگری در امر آموزش است. برنامه ریزان برای بهبود کیفیت در دانشگاهها، نباید صرفاً به مقولات و اجزاء خاصی از واحد دانشگاهی توجه داشته باشند و عوامل دیگر را نادیده انگارند. در ادامه بحث ما به بررسی عوامل و اجزای تشکیل دهنده کیفیت در آموزش عالی می‌پردازیم. در مورد عناصر تشکیل دهنده کیفیت در واحد دانشگاهی، توافق چندانی وجود ندارد. محققانی کیفیت نظام آموزشی را متشکل از عوامل زیر می‌داند:

۱- کیفیت عملکرد؛

۲- کیفیت تدریس؛

۳- کیفیت مدرسان؛

۴- اختصاص منابع.

محقق دیگری، نظام دانشگاهی را دارای ۱۰ عنصر می‌داند که عبارتند از:

۱- اهداف کلی و برنامه درسی؛

۲- محیط تدریس و یادگیری؛

۳- منابع انسانی؛

۴- منابع یادگیری؛

۵- سازماندهی دوره؛

۶- فعالیت تدریس و یادگیری؛

۷- امور دانشجویی؛

۸- ارزیابی و نظارت؛

۹- فعالیت دانشجویان؛

۱۰- برون‌دادها، پیامدها و کنترل کیفیت.

بطور کلی عوامل تشکیل دهنده نظام آموزشی در دانشگاهها را می‌توان شامل مقولات ذیل دانست:

۱- اهداف برنامه درسی؛

۲- مدیریت و ساماندهی؛

۳- کارکنان؛

۴- دانشجویان؛

۵- اعضاء هیأت علمی؛

۶- دانش آموختگان؛

۷- تجهیزات و امکانات؛

۸- سرمایه گذاری و امور مالی؛

۹- منابع اطلاع رسانی و کتابخانه.

۱۰- فرایند یاددهی - یاد گیری (بابادی عکاشه، ۱۳۷۸).

راهکارهای ارتقای کیفیت در دانشگاه:

حال که متوجه شدیم اولاً نظر اعضای هیأت علمی، دانشجویان و کارفرمایان عنوان ذینفعان اصلی دانشگاه درباره کیفیت نظام آموزشی متفاوت بوده و بر روی آن اجماع و اتفاق نظری ندارند. و از طرفی با توجه به اختلاف نظری که با یکدیگر دارند، هر یک از آنها نیز برای ارتقای کیفیت در دانشگاه راه حل متفاوتی را ارایه می دهند. سیاستگذاران دانشگاهی در این رابطه چه باید بکنند و به عبارتی دست اندر کاران اداره امور دانشگاه برای ارتقای کیفیت در نظام آموزشی باید دست به انجام چه اقداماتی بزنند؟

۱- اصلاح و بهسازی زیرساخت سازمانی و نقش آن در توسعه کیفیت

اصلاح زیرساخت‌های سازمانی دانشگاهها، اعم از مجموعه روشها، مقررات و دستورالعملها، آیین نامه‌ها، بهسازی منابع انسانی، توسعه مناسب و ارتباطات سازمانی می‌تواند نقش بسزایی را در توسعه کیفیت ایفا نماید. بنابر این نخستین گام در جهت دستیابی به کیفیت در دانشگاه، اصلاح زیرساخت‌های سازمانی دانشگاه است.

۲- لزوم توجه اساسی به ویژگی‌های مدیران دانشگاه

در بیان ویژگی‌های مدیران دانشگاه، به جنبه‌های نظری و عملی بسیار اهمیت داده شده است. یکی از ویژگی‌های مدیران برای ارتقای کیفیت در نظام آموزشی، باور به گسترش و

توسعه دانش نوین در دانشگاه است. عمده ترین ویژگی های مدیران دانشگاهها به طور خلاصه به شرح زیر است:

- داشتن تفکر فلسفی؛
- مهارت کلی نگری و تفکر سیستمی؛
- خلاقیت و نوآوری؛
- مهارت استفاده از اطلاعات؛
- مهارت کارشناسی کردن امور؛
- مهارت حل مشکل؛
- مهارت برقراری ارتباط؛
- مهارت ایجاد فرصت؛
- مهارت های آموزشی.

۳- بکارگیری فناوری اطلاعات در راستای استقرار کیفیت در محیط دانشگاهی

همگام با سپری شدن دوره صنعتی و ورود به عصر اطلاعات، پدیده فناوری اطلاعات به عنوان یک ابزار پر قدرت راهبردی و تعیین کننده در کلیه سطوح سازمانها خودنمایی می کند، به طوری که باور ضرورت به کارگیری آن جهت حفظ و بقای سازمانها در دنیای پر رقابت امروز به اجباری برای بقا تبدیل شده است. امروز مباحثی چون جهانی شدن و حضور در عرصه های رقابت علمی، صنعتی و اقتصادی در گرو تجهیز به ابزارها و روشهای نوین دستیابی به اطلاعات و تقویت زیرساخت های اطلاعاتی برای راهبردهای مدیریتی است.

پیشرفت های حاصل از علوم و فناوری در سال های اخیر مباحث نوینی چون، آموزش الکترونیک (E-LEARNING) را در دانشگاهها به وجود آورده است. به نظر می رسد هر تغییر و تحول و پیشرفتی در دانشگاهها، حاصل نگرش های جدید مدیران دانشگاهی به مقوله آموزش است، طوری که آموزش را می توان زیربنای توسعه فناوری نامید. در نظام آموزش عالی یکی از ابزارهای بسیار قوی که می تواند گسترش کیفیت و توسعه آموزشی را به همراه داشته باشد، استفاده از آموزش الکترونیک است. به کارگیری این فناوری از یک سو می تواند فرایند بهبود

را در داخل سیستم مدیریت کیفیت فراگیر به سرعت تقویت کند و از سوی دیگر، گستره کیفیت آموزش به مرزهای فراتر از سازمان نیز می‌رسد.

حجم و سرعت انتقال اطلاعات که مبنای پایه بسیاری از تصمیمات مدیریتی است در IT بسیار بالاست و کاربرد این بخش از فناوری در استقرار کیفیت در نظامهای آموزشی تحولات بنیادی را به همراه خواهد داشت. معمولاً مدیران سازمان‌های فاقد مدیریت IT نزدیک به ۳۰ درصد وقت خود را به مقابله با شکست واحدها، شکایات و مشکل‌گشایی اختصاص می‌دهند. از آنجا که مدیریت IT این وقت را صرفه جویی می‌کند، مدیران وقت بیشتری در اختیار دارند تا به رهبری برنامه‌ریزی و پردازش اندیشه‌های نوپردازند. آموزش در تمامی سطوح به عنوان رکن اصلی توسعه است. در دانشگاه‌های مجازی و در آموزشهای سازمانی مجازی، زمینه‌های یادگیری به سرعت تسهیل می‌شود. مزیت روش‌های آموزش E.L علاوه بر سرعت انتقال دانش و عدم وابستگی به مکان و زمان، کاهش چشمگیر هزینه‌ها است که در مقایسه با هزینه‌های برخی دانشگاه‌ها شاید بتوان گفت رقم هزینه در آموزشهای مجازی به صفر نزدیک می‌شود (ماهنامه تدبیر، ۱۵۱).

۴- رقابت سالم و نقش آن در توسعه کیفیت در محیط دانشگاهی

رقابت‌پذیری و شکل‌گیری آن در محیط دانشگاهی می‌تواند نقش مهمی را در توسعه کیفیت ایفا نماید. هر یک از نگرشهای مثبت مدیران دانشگاه در رابطه با توسعه کیفیت تا اندازه زیادی سازمان را برای موفقیت در محیط رقابتی آماده می‌سازد. تلفیق تحلیلی الگوی رقابت‌پذیری با نگرشهای مختلف کیفیت، نشان می‌دهد که همه این نگرشها نمی‌توانند به یک اندازه در خلق مزیت رقابتی نقش داشته باشند. اثربخش‌ترین نگرش، نگرش ارزش محور است که به شیوه موثر و متوازنی منافع مشتری و هزینه تولیدکننده یا ارائه دهنده خدمت را مورد توجه قرار می‌دهد. این چگونگی نگرش، نه تنها در موضوع کیفیت، بلکه در تمام تصمیم‌گیری‌های مدیریتی می‌تواند یک شاخص هدایتگر به سوی موفقیت و رقابت‌پذیری بیشتر سازمان باشد.

همانگونه که تئوری‌های اقتصادی تاکید کرده اند هدف از رقابت و آزادسازی، برقراری مکانیزم پویای بازار در قیمت‌گذاری، جریان آزاد اطلاعات، تخصیص بهینه منابع و افزایش

کارایی در تولید، توزیع و مصرف بهینه کالاها در نظام بازار است. بنگاه‌ها با تولید کالاهای مشابه و ورود و خروج خود از بازارهای مربوطه با یکدیگر رقابت می‌کنند (Imitative Output Competition) و این رقابت زمانی شدت می‌یابد که هیچ بنگاهی به تنهایی نتواند عرضه و قیمت را کنترل نماید. رقابت از طریق نوآوری و ارایه محصولات برتر (Innovative Competition) یکی از مهمترین شکل‌های رقابت است. بنگاه‌ها از طریق ارایه کالاهای با کیفیت نیز با یکدیگر رقابت می‌نمایند (Quality Competition) یکی از نتایج این نوع رقابت، مصرف کالاهای مارک‌دار است. به طور خلاصه، کاهش قیمت‌ها، ارایه کالاها با کیفیت‌های متنوع و بهبود دسترسی مصرف‌کنندگان به کالاها و خدمات، از جمله مهمترین نتایج رقابت در ابعاد مختلف آن است و از میان برداشتن موانع ورود، خصوصاً موانع قانونی، مهمترین اقدام در جهت ایجاد شرایط رقابتی است.

روی دیگر سکه در مقوله رقابت پذیری، مبحث انحصار است. بنابر تئوری‌های اقتصادی دو نظریه عمومی در خصوص شکل‌گیری انحصارات وجود دارد: نظریه اول، خودکفایی (Self Sufficiency) است که سرچشمه انحصارها را حرکات بنگاه‌های یک صنعت، بدون مداخله دولت می‌داند. طرفداران این نظریه معتقدند، بازارهای ناقص سرمایه، بازده نسبت به مقیاس و تبلیغات، مانع ورود و رقابت بنگاه‌های جدید و بنابراین ایجاد شرایط انحصاری می‌گردند. نظریه دوم، مبنای مداخله‌گرانه (interventionism) داشته و طرفداران آن، سرچشمه تمام انحصارات زیان‌آور را دخالت‌های دولت یا قانون‌گذار در فعالیت‌های اقتصادی می‌دانند. انحصارها می‌توانند مفید و مضر باشند. انحصارهای مفید شامل انحصارهای طبیعی، انحصار ناشی از لیسانس‌های انحصاری، انحصار ناشی از بازده نسبت به مقیاس و انحصار ناشی از کارایی و نوآوری است - اگرچه انحصار به خودی خود به دلیل ایجاد زیان ثابت، مضر است. در مقابل، انحصارهای زیان‌آور شامل انحصارهای ناشی از تباری، برخورداری از موقعیت مسلط، حرکات استراتژیک، سوء استفاده از اطلاعات و سیاست‌های حمایتی است. از نظر مالکیت و کنترل نیز انحصارها به دو نوع انحصار بخش خصوصی و انحصار بخش غیرخصوصی قابل تفکیک هستند. در حال حاضر مهمترین مسأله انحصارها در کشورمان، بنگاه‌هایی هستند که در مجموعه بخش غیرخصوصی قرار دارند و تعداد زیادی از آنها تحت

مالکیت و مدیریت نهادها و بنیادها هستند و دولت هیچ‌گونه کنترلی در مدیریت آنها ندارد. حال اگر بخواهیم به نوعی نظریات فوق را که دارای ماهیتی اقتصادی هستند وارد عرصه دانشگاه که محیطی فرهنگی است کنیم، متوجه می‌شویم این مباحث از کاربرد خوبی برخوردار هستند. متأسفانه اخیراً گروهی از افراد با رویکرد صرفاً اقتصادی در محیط دانشگاهی برای خورد انحصاراتی ایجاد نموده و نمی‌خواهند و نمی‌گذارند پای واحدهای دیگر به آنجا باز بشود. متأسفانه این افراد کار خود را در راستای حفظ کیفیت قلمداد می‌کنند و این در حالی است که هر انسان منصفی می‌داند ورود واحدهای دانشگاهی در عرصه‌های مختلف زمینه رقابت را مهیا نموده و این خود در آینده تضمین کننده کیفیت در محیط دانشگاهی خواهد بود. اگر واقعا به فکر حفظ جایگاه کیفیت در محیط دانشگاهی کشور هستیم باید به همه عناصر شکل دهنده کیفیت توجه داشته و بر اساس آن به قضاوت بنشینیم (غفاریان، ۱۳۹۱).

چارچوب نظری پژوهش:

فرهنگ کیفیت در محیط دانشگاهی

فرهنگ، مفهومی پیچیده است به همین دلیل است که از فرهنگ تعاریف فراوان وجود دارد. هر فردی بر اساس با توجه به بعدی از ابعاد فرهنگ، تعریفی برای آن ارائه داده است. بنابراین در درجه اول باید مفهومی کامل و جامع و درست از فرهنگ در ذهن‌ها شکل گیرد تا بتوان تعریف درست و کامل از فرهنگ ارائه نمود و سپس مؤلفه‌های دیگری که در رابطه با فرهنگ بیان می‌شود را به خوبی تبیین نمود. تیلور فرهنگ را چنین تعریف کرده است: «فرهنگ به معنی وسیع کلمه یک کل پیچیده است که شامل باورها، هنر، اخلاقیات، قانون، رسوم و هرگونه قابلیت و عادت است که فرد به عنوان عضوی از جامعه کسب می‌کند.

با این مقدمه فرهنگ کیفیت یعنی جایگاه کیفیت در محیط دانشگاهی کشور، انجام امور و برنامه ریزی مبتنی بر کیفیت، رویکردهای کیفی در پژوهش، آموزش و همینطور اداره امور دانشگاه در همه سطوح و ابعاد آن. وقتی ما می‌توانیم کیفیت را در محیط دانشگاهی نهادینه کنیم که به این مهم باور داشته باشیم و این یعنی فرهنگ. من این بعد را فعلاً باز نمی‌کنم چون

مهمترین فاکتور در توسعه و ارتقای کیفیت در دانشگاه همین بعد است. در ادامه موضوع فرهنگ کیفیت و اهمیت آن مطرح خواهد شد (یمینی، ۱۳۸۸).

عوامل مؤثر بر استقرار فرهنگ کیفیت در نظام دانشگاهی کشور

بررسی ادبیات نظری موجود اگرچه حاکی از آن است که عوامل متعددی بر فرهنگ کیفیت تاثیر گذار است، اما می توان آن ها را سه سطح خرد (عوامل فردی)، میانی (عوامل سازمانی) و کلان (عوامل محیطی) طبقه بندی نمود.

سطح خود (عوامل فردی)

در برگیرنده عوامل فردی است. این عوامل در درون اعضاء سازمان جای دارند و سازمان می تواند از طریق تغییر فاکتورهای سطح میانی، روی بعضی از عوامل این سطح نیز تاثیر بگذارد.

نگرش: یعنی افراد تا چه اندازه درگیر شدن در یک عمل را مربوط به فرهنگ کیفیت می دانند. هرچه فرد، نگرش خود را مطلوب تر ارزیابی کند، بیشتر نسبت به اجرای عملی آن از خود تمایل نشان می دهد.

قصد: اگر تصمیم گیرندگان توانایی درک کیفیت را داشته باشند، هیچ تضمینی وجود ندارد که کیفیت را مورد توجه قرار ندهد.

مرکز کنترل: باید فرهنگ کیفیت درونی گردد، افرادی که مرکز کنترل درونی دارند، بیشتر به فرهنگ کیفیت توجه می کنند. یعنی رویکرد خود را بر اساس یادگیری فردی و جمعی در باورها و اعتقادات خود تثبیت کرده اند.

دموگرافی: ویژگی های دموگرافی از قبیل سن، جنسیت، تحصیلات، شغل، عقاید مذهبی، ملیت، تجارب کاری و غیره فاکتورهایی هستند که فرهنگ کیفیت را تحت تاثیر قرار می دهند. به طور مثال ممکن است افراد تحصیل کرده، تمایل بیشتری نسبت به فرهنگ کیفیت داشته باشند.

تأثیر آموزش‌های مستقیم و غیر مستقیم: فرهنگ کیفیت تابع آموزش پذیری فرد در سطوح مختلف است. یادگیری فردی با برنامه ریزی‌هایی که شده است باید باعث هم افزایی یادگیری جمعی باشد. و این هم افزایی باعث غنی شدن فرهنگ کیفیت می‌گردد.

سطح توسعه فرهنگ کیفیت: میزان رشد فرهنگ کیفیت در فرد، سبب اندیشه فرد را در مورد فعالیت‌هایش تحت تأثیر قرار می‌دهد.

ارزش‌ها: ارزش‌های فردی بر رویکرد افراد نسبت به کیفیت تأثیر می‌گذارد. در زندگی حرفه‌ای، ارزش‌های فردی ممکن است تحت تأثیر عوامل ساختاری تغییر یابد.

باورها: باورها نیز فرهنگ کیفیت محور افراد را تحت تأثیر قرار می‌دهد.

سطح میانی (عوامل سازمانی)

درب‌گیرنده عوامل سازمانی است. سازمان‌ها معمولاً قدرت مانور خوبی بر روی این عوامل دارند و اکثر آن‌ها از طریق سیاست‌ها و برنامه‌های سازمانی قابل کنترل می‌باشند. برخی از مهم‌ترین این عوامل به شرح ذیل است:

نظام پاداش: پاداش‌های مالی و غیرمالی می‌تواند موجب ترویج رویکرد فرهنگ مدار کیفیت محور گردد.

اصول رفتاری: خط‌مشی‌های سازمان به طرز قابل ملاحظه‌ای تصمیم‌های فرهنگ کیفیت محوری را کاهش می‌دهند.

خصوصیات شغلی: فرهنگ کیفیت حضورش در ماهیت خدمات و تولید بیشتر نمو می‌کند و خود شغل به نوعی در روند رشد فرهنگ کیفیت تأثیر معنادار دارد.

فرهنگ سازمانی: فرهنگ می‌تواند موجب ایجاد هنجارهای جمعی شود که باعث رشد فرهنگ کیفیت گردد.

ساختار سازمان: ساختار رسمی سازمان می‌تواند تأثیر فوق‌العاده‌ای بر شرایط فرهنگ کیفیت محور اعضا سازمان داشته‌باشد.

اهداف سازمان: اهداف سازمان نیز بر رشد فرهنگ کیفیت تأثیرگذار است. زمانی که هدف اصلی، کیفیت باشد یا بهتر عمل کردن باشد این هدف اصلی سازمان است.

رفتار مدیران: مدیریت عالی سازمان عملاً یک مدل نقش است به طوری که رفتارش می تواند بیانگر استانداردهای لازم الاجرا در سازمان باشد. بنابراین مدیریت سازمان نباید از اصول فرهنگ کیفیت غافل باشد.

جو سازمانی: جو یا فضای سازمان، یک درک مشترک و استوار از جنبه های مهم روانشناختی محیط کار است، از این جهت باید به گونه ای باشد کیفیت را نسبت هر خط مشی مهمتر قلمداد کند.

ارزیابی عملکرد: اهداف عملکردی باید شدنی و معتبر بوده و به خوبی انتقال داده شوند و بازگو کننده استانداردهای کیفیت محور باشند.

سطح کلان (عوامل محیطی)

دربگیرنده عواملی است که در محیط خارجی سازمان وجود دارند و معمولاً تحت کنترل سازمانها نیستند و از سوی سیستم های فرادست به آنها تحمیل می گردند. مهم ترین آنها شامل موارد زیر است

فرهنگ: منظور از فرهنگ در سطح کلان، چیزی است که با قومیت افراد، نسبت نزدیکی دارد. فرهنگ های مختلف، باعث ایجاد استانداردهای ناهمگون و نامتشابه می شوند که این روند بایستی درک شود و در فرایند تکامل قرار بگیرد.

اقتصاد: شرایط اقتصادی سازمان (مانند مسائل مالی) موجب بروز رفتارهای در سازمان می شود که ناشی از عدم حضور برنامه برای فرهنگ کیفیت باشد. معیارهای اقتصادی بلند مدت با تصمیمات کیفیت محور همبستگی بیشتری دارند.

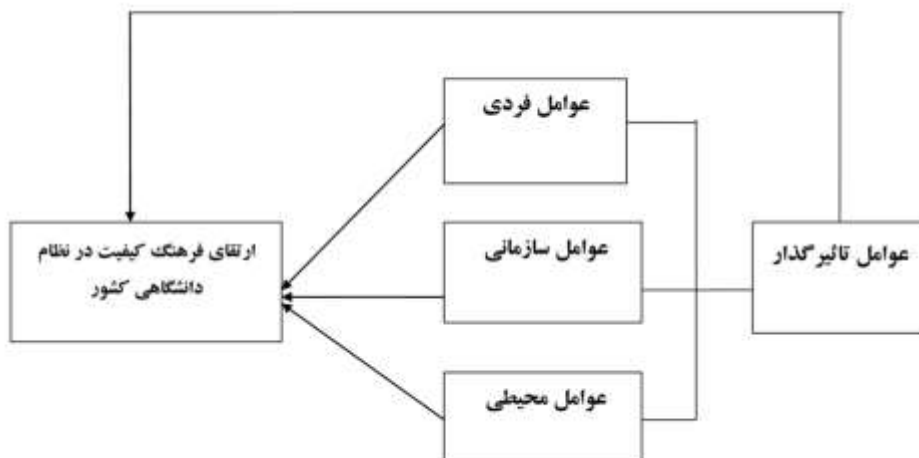
محیط سیاسی: شرایط سیاسی بی ثبات می تواند بر فرهنگ کیفیت تأثیر بگذارد.

محیط اجتماعی: فراهم نبودن ساختارها و الزامات اجتماعی می تواند باعث بروز بی توجهی به فرهنگ کیفیت باشد.

تکنولوژی: تکنولوژی می تواند بر افزایش فرهنگ کیفیت در سازمانها تأثیر گذارد.

مدل پژوهش

متغیر مستقل: عوامل تاثیرگذار فردی، سازمانی و محیطی
متغیر وابسته: فرهنگ کیفیت در نظام دانشگاهی کشور



نمودار شماره (۱) مدل مفهومی پژوهش، محقق ساخته برگرفته از ادبیات پژوهش

اهداف پژوهش

هدف کلی:

بررسی نقش عوامل مؤثر بر ارتقای فرهنگ کیفیت در نظام دانشگاهی کشور

اهداف فرعی:

- ۱- بررسی نقش عوامل فردی بر ارتقای فرهنگ کیفیت در نظام دانشگاهی کشور
- ۲- بررسی نقش عوامل سازمانی بر ارتقای فرهنگ کیفیت در نظام دانشگاهی کشور
- ۳- بررسی نقش عوامل محیطی بر ارتقای فرهنگ کیفیت در نظام دانشگاهی کشور

فرضیه‌های پژوهش

فرضیه کلی:

عوامل فردی، سازمانی و محیطی باعث ارتقای فرهنگ کیفیت در نظام دانشگاهی کشور می

شود.

فرضیه‌های فرعی:

- ۱- عوامل فردی باعث ارتقای فرهنگ کیفیت در نظام دانشگاهی کشوری شود.
- ۲- عوامل سازمانی باعث ارتقای فرهنگ کیفیت در نظام دانشگاهی کشوری شود.
- ۳- عوامل محیطی باعث ارتقای فرهنگ کیفیت در نظام دانشگاهی کشوری شود.

روش پژوهش

این پژوهش به لحاظ هدف، پژوهشی کاربردی است و از حیث روش توصیفی زمینه‌یاب است که اطلاعات آن به روش پیمایشی جمع‌آوری شده است. جامعه مجموعه اعضای حقیقی یا فرضی است که نتایج پژوهش به آن انتقال داده می‌شود (دلاور، ۱۳۸۴: ۸۹). جامعه آماری این پژوهش شامل دانشجویان رشته‌های علوم انسانی واحد تهران شمال هستند. با توجه به پراکندگی جامعه آماری مورد نظر در پژوهش و در دسترس نبودن اطلاعات همه دانشجویان، از جامعه آماری مذکور با توجه به ضوابط نمونه‌گیری (بر اساس شیوه نمونه‌گیری مندرج در جدول مورگان) نمونه پژوهش انتخاب شد. برای این که هر فرد، از جامعه آماری مورد نظر، شانس برابر در انتخاب داشته باشد از روش نمونه‌گیری تصادفی ساده استفاده شده است بدین ترتیب از تعداد کل جامعه آماری (۲۶۵ نفر) به عنوان نمونه انتخاب شده است.

با توجه به سطح اندازه‌گیری داده‌های تجربی که کمی و پیوسته هستند، ابتدا با استفاده از شاخص‌های آمار توصیفی همچون شاخص‌های گرایش مرکزی (نما، میانه و میانگین) شاخص‌های پراکندگی (دامنه تغییرات، واریانس و انحراف استاندارد) و شاخص‌های توزیع (خطای معیار، ضریب کجی و ضریب کشیدگی) به نرمال و متقارن بودن توزیع داده‌ها پرداخته شد. پس از کسب مفروضه نرمال بودن داده‌ها از مدل آماری t تک گروهی استفاده شده و با مدنظر قرار دادن میانگین‌های تجربی و مقایسه آن‌ها با میانگین نظری ۳ به دیدگاه صاحب‌نظران پرداخته شد.

آمار استنباطی

بررسی نرمال بودن توزیع متغیرها

در این قسمت ابتدا به بررسی نرمال بودن متغیرهای پژوهش می‌پردازیم. در صورتی که سطح معنی داری آزمون کمتر از ۰,۰۵ باشد فرض صفر را رد کرده و با اطمینان ۹۵٪ می‌توان گفت توزیع داده‌ها نرمال نیست. در صورتی که سطح معنی داری آزمون بیشتر از ۰,۰۵ باشد فرض صفر را می‌پذیریم و توزیع داده‌ها نرمال است.

جدول (۱) بررسی توزیع متغیر

نتیجه	سطح معنی داری (sig)	آماره k.s	متغیر
Sig>0.05 توزیع متغیر نرمال است.	۰/۵۰۴	۰/۸۲۵	عوامل فردی
Sig>0.05 توزیع متغیر نرمال است	۰/۴۳۶	۰/۸۷۰	عوامل سازمانی
Sig>0.05 توزیع متغیر نرمال است.	۰/۲۸۶	۰/۹۸۵	عوامل محیطی

با توجه به جدول شماره (۱) از آنجا که سطح معنی داری آزمون نرمال بودن متغیرهای عوامل فردی، سازمانی و محیطی در جامعه پژوهش بیشتر از ۰/۰۵ است بنابراین فرض صفر را رد نکرده و با اطمینان ۹۵٪ می‌توان گفت توزیع متغیرها نرمال است. بنابراین جهت بررسی فرضیه‌های مربوطه از آزمون‌های پارامتریک (آزمون t یک جامعه) استفاده خواهد شد.

بررسی فرضیه‌های پژوهش

با توجه به نتایج حاصل از آزمون کلموگروف اسمیرنوف برای بررسی فرضیه‌های پژوهش از آزمون t یک جامعه و دوجمله‌ای استفاده شده است.

- عوامل فردی باعث ارتقای فرهنگ کیفیت در نظام دانشگاهی کشور می‌شود. در آزمون t یک جامعه عدد ۳ را به عنوان عدد خنثی در نظر می‌گیریم. با توجه به کدگذاری میانگین کمتر از عدد ۳ (عدم تاثیر) و بیشتر از ۳ (تاثیر) تعریف می‌شود.

جدول (۲) آزمون t فرضیه ۱

نتیجه	فاصله اطمینان ۹۵٪		آماه جدول	سطح معنی داری	درجه آزادی	آماره t
	حد پایین	حد بالا				
تایید فرضیه	۰/۲۱۵	۰/۳۹۲	۱/۶۴۵	۰/۰۰۰	۲۶۴	۶/۷۶۹

با توجه به نتایج جدول شماره (۲)، مقدار آماره t برابر ۶/۷۶۹ و سطح معنی داری آزمون ۰/۰۰۰ است. مقدار سطح معنی داری آزمون از ۰/۰۵ کمتر است و مقدار آماره t محاسبه شده (۶/۷۶۹) از مقدار آماره t جدول (۱/۶۴۵) بیشتر است، بنابراین فرض صفر رد می شود و با اطمینان ۹۵٪ گفت عوامل فردی باعث ارتقای فرهنگ کیفیت در نظام دانشگاهی کشور می شود.

۲- عوامل سازمانی باعث ارتقای فرهنگ کیفیت در نظام دانشگاهی کشور می شود. در آزمون t یک جامعه عدد ۳ را به عنوان عدد خنثی در نظر می گیریم. با توجه به کدگذاری میانگین کمتر از عدد ۳ (عدم تاثیر) و بیشتر از ۳ (تاثیر) تعریف می شود.

جدول (۳) آزمون t فرضیه ۲

نتیجه	فاصله اطمینان ۹۵٪		آماه جدول	سطح معنی داری	درجه آزادی	آماره t
	حد پایین	حد بالا				
تایید فرضیه	۰/۰۸۲	۰/۲۴۳	۱/۶۴۵	۰/۰۰۰	۲۶۴	۳/۹۹۲

با توجه به نتایج جدول شماره (۳)، مشاهده می شود مقدار آماره t برابر ۳/۹۹۲ و سطح معنی داری آزمون ۰/۰۰۰ است. مقدار سطح معنی داری آزمون از ۰/۰۵ کمتر است و مقدار آماره t محاسبه شده (۳/۹۹۲) از مقدار آماره t جدول (۱/۶۴۵) بیشتر است، بنابراین فرض صفر رد می شود و با اطمینان ۹۵٪ گفت به نظر می رسد عوامل سازمانی باعث ارتقای فرهنگ کیفیت در نظام دانشگاهی کشور می شود.

۳- عوامل محیطی باعث ارتقای فرهنگ کیفیت در نظام دانشگاهی کشوری شود.
در آزمون t یک جامعه عدد ۳ را به عنوان عدد خنثی در نظر می‌گیریم. با توجه به
کدگذاری میانگین کمتر از عدد ۳ (عدم تاثیر) و بیشتر از ۳ (تاثیر) تعریف می‌شود.

جدول (۴) آزمون t فرضیه ۳

نتیجه	فاصله اطمینان ۹۵٪		آماه جدول	سطح معنی داری	درجه آزادی	آماره t
	حد پایین	حد بالا				
تایید فرضیه	۰/۱۰۸	۰/۲۶۴	۱/۶۴۵	۰/۰۰۰	۳۶۹	۴/۶۹۴

با توجه به نتایج جدول شماره (۴)، مشاهده می‌شود مقدار آماره t برابر ۴/۶۹۴ و سطح معنی داری آزمون ۰/۰۰۰ است. مقدار سطح معنی داری آزمون از ۰/۰۵ کمتر است و مقدار آماره t محاسبه شده (۴/۶۹۴) از مقدار آماره t جدول (۱/۶۴۵) بیشتر است، بنابراین فرض صفر رد می‌شود و با اطمینان ۹۵٪ گفت به نظر به نظر می‌رسد عوامل محیطی باعث ارتقای فرهنگ کیفیت در نظام دانشگاهی کشوری شود..

۴- عوامل فردی، سازمانی و محیطی باعث ارتقای فرهنگ کیفیت در نظام دانشگاهی کشور می‌شود.

در آزمون t یک جامعه عدد ۳ را به عنوان عدد خنثی در نظر می‌گیریم. با توجه به
کدگذاری میانگین کمتر از عدد ۳ (عدم تاثیر) و بیشتر از ۳ (تاثیر) تعریف می‌شود.

جدول (۵) آزمون t فرضیه اصلی

نتیجه	فاصله اطمینان ۹۵٪		آماه جدول	سطح معنی داری	درجه آزادی	آماره t
	حد پایین	حد بالا				
تایید فرضیه	۰/۱۵۰	۰/۲۸۵	۱/۶۴۵	۰/۰۰۰	۲۶۴	۶/۳۳۷

با توجه به نتایج جدول شماره (۵)، مشاهده می‌شود مقدار آماره t برابر $۴/۷۱۹$ و سطح معنی داری آزمون $۰/۰۰۰$ است. مقدار سطح معنی داری آزمون از $۰/۰۵$ کمتر است و مقدار آماره t محاسبه شده ($۴/۷۱۹$) از مقدار آماره t جدول ($۱/۶۴۵$) بیشتر است، بنابراین فرض صفر رد می‌شود و با اطمینان ۹۵% گفت به نظر به نظر می‌رسد عوامل فردی، سازمانی و محیطی باعث ارتقای فرهنگ کیفیت در نظام دانشگاهی کشور می‌شود.

۵-رتبه‌بندی ابعاد متغیر ارتقای فرهنگ کیفیت در نظام دانشگاهی کشور
از این آزمون برای بررسی یکسان بودن ابعاد متغیر ارتقای فرهنگ کیفیت در نظام دانشگاهی کشور استفاده شده است.

جدول (۶) آزمون فریدمن

سطح معنی داری	درجه آزادی	آماره کای دو
۰/۰۶۲	۲	۵/۵۷۱

با توجه به نتایج جدول شماره (۶)، سطح معنی داری آزمون $۰/۰۶۲$ است، با توجه به اینکه سطح معنی داری آزمون بیشتر از $۰/۰۵$ است، فرض صفر رد نشده و با اطمینان ۹۵% می‌توان گفت شاخص‌ها دارای اولویت‌های متفاوتی نیستند.

نتیجه گیری

اگر بپذیریم که یکی از فعالیت‌های عمده مدیران ارشد برنامه ریزی و نظارت بر اجرای کیفیت کار است. آنگاه متوجه اهمیت استقرار و نهادینه سازی فرهنگ کیفیت در محیط دانشگاهی می‌شویم که جای آن در نظام آموزشی کشور بسیار خالی است. یکی از مهمترین ویژگی‌های نظام‌های اداری اثربخش دستیابی به توسعه است. توسعه را می‌توان تحول و تغییر در اوضاع و پیشرفت و شکوفایی سازمان‌ها تعریف کرد، اما مفهوم گسترده تر آن غنابخشی و بهبود کیفی زندگی انسان‌هاست. درواقع، به بهبود کیفیت زندگی انسان‌ها باید به منزله ابزار لازم توسعه نگرست. برای تحقق کیفیت در محیط دانشگاهی قبل از هر چیز پیشنهاد می‌گردد

باتوجه به الگوی SWOT نقاط قدرت، نقاط ضعف، تهدیدات و فرصت‌های فراروی نظام آموزشی مورد پژوهش و پژوهش قرار گیرد و به سوالات بنیادی زیر پاسخ دهیم:

- وضعیت نظام آموزشی ما در مقایسه با کشورهای پیشرفته در چه سطحی است؟
- مشتریان آموزشی ما چه کسانی هستند و انتظارات آنها چیست؟
- مسیر و خط مشی‌های دسترسی به موفقیتها کدام است؟
- چگونه کیفیت را به دست آورده و ارتقا دهیم؟
- هزینه‌های استقرار کیفیت آموزشی در مقابل عدم کیفیت آموزشی چقدر است؟
- چگونه در مسیر بهبود مستمر قرار گیریم؟
- ابزار دستیابی به بهبود مستمر باتوجه به شرایط فعلی ما و آینده چیست؟

با در نظر گرفتن فلسفه اسلامی، که بر تداوم تلاش انسان‌ها برای افزایش شناخت خود از خویشتن، طبیعت، جامعه و خدا استوار است، موضوع‌های آموزشی، روش‌های تدریس، ارتباطات اجتماعی باید آنچنان سازمان دهی شوند که در آن روان شناسی در خدمت آگاهی از نظم شناخت و ادراک خود، علوم برای شناخت طبیعت، علوم اجتماعی و تاریخ برای شناخت روابط و فرهنگ اجتماعی و بالاخره الهیات برای هماهنگ سازی مجموعه شناخت‌ها در توسعه شناخت از خداوند درآید. رسیدن به این سقف بلند اندیشه تمدن انسانی نیازمند تغییر شکل نظام آموزشی ما است.

منابع

- ۱- اسماعیلی، مریم (۱۳۸۵)، "بررسی رابطه مهارت‌های ارتباطی اساتید در مدیریت کلاس درس با شنود مؤثر دانشجویان در دانشگاه شهید باهنر کرمان"، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه شهید باهنر کرمان
- ۲- اسمعیلی، مریم (۱۳۹۰) "مشتری محوری: اصلی در تحول فرهنگ کیفیت در مراکز آموزشی"
- ۳- اوتز (۲۰۱۴) "تحویل داروهای کیفیت در دنیای پر از چالش: انتقاد پذیری چرخه کیفیت"

- ۴- بابادی عکاشه، زهرا (۱۳۹۲) کیفیت در نظام آموزش عالی، دانشگاه پیام نور
- ۵- پرداختچی، م.، احمدی، غ و آرزومندی، ف. (۱۳۸۸). بررسی رابطه بین کیفیت زندگی کاری و فرسودگی شغلی مدیران و معلمان. فصلنامه رهبری و مدیریت آموزشی، (3) 3, 25-50.
- ۶- عمادزاده، مصطفی: عوامل موثر در بهبود کیفیت تدریس، فصلنامه دانش مدیریت، شماره ۲۹، ۱۳۷۲
- ۷- غفاریان، وفا (۱۳۹۱) کیفیت و رقابت پذیری، تدبیر
- ۸- مزوقی، ا، مهدی، م و کشاورزی، ن. (۱۳۹۳). ارائه الگوی کیفیت محیط دانشگاه، تسهیم دانش و عملکرد تحصیلی دانشجویان علوم پزشکی دانشگاه تبریز. مجله آموزش در علوم پزشکی، 698-710.
- ۹- یمنی، محمد (۱۳۸۸). برنامه ریزی توسعه دانشگاهی، حوزه ای میان رشته ای. فصلنامه مطالعات میان رشته ای در علوم انسانی. (2) 1,
- ۱۰- یمنی، محمد. (۱۳۹۱). کیفیت در آموزش عالی. تهران: انتشارات سمت.
- ۱۱- یمنی، محمد (۱۳۷۵). تحلیلی از مفهوم کیفیت در آموزش و پرورش ایران. پژوهشنامه علوم انسانی، شماره ۲۰۴، ۱۹۸، ۱۹.
- 12- Baker. Mery, (۱۹۹۹), Training Effectiveness Assessment, Naval Air Warfare center Training System Devision.
- 13- Bandur ,Agustinus. (2009). (a,b) (a) School of Education, University of Newcastle, Australia. (b) STKIP Santu Paulus, Ruteng, Manggarai Received accepted, Final version accepted 20 December 2008 The Implementation of School-Based Management in Indonesia: Creating conflicts in regional levels Journal of NTT Studies 1 (1) 16-27. ISSN: 20856504
- 14- Chapman. R & Wilson.p,(1999), Total Quality Training and Human Resource Development, Dogan page.
- 15- Crosby, P. (1979). Quality is free: The art of making quality certain. New York.
- 16- EDWARDS C.D., "The Meaning of Quality", in Quality Progress Oct, 1968, ISSN: 0033-524X
- 17- Feigenbaum, A. (1951). Quality control: Principles, practice and administration: An industrial management tool for improving product quality and design and for reducing operating costs and losses. McGraw-Hill

- 18- Gilmore, H.L. "Product Conformance Cost," Quality Progress, June 1974, p.16
- 19- Ivancevich, John.M, (2001), Human Resource Management, Eight Edition, McGrawhill companies.
- 20- Jian, T., & et al. (2011). High resolution radar target adaptive detector and performance assessment." Systems Engineering and Electronics. Journal of 22.2 , 212-218.
- 21- Leifler, K. B. "Ambiguous Changes in Product Quality," American Economic Review, December 1982, p.956
- 22- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A, & Berry, L. L. (1988), "SERVQUAL: a multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality". Journal of Retailing, 64(1), pp12-40.
- 23- Pirsig, R.M. Zen and the Art of Motorcycle Maintenance, pp.185-213
<http://www.imi.ir/tadbir/tadbir-151/reports-151/1.asp>
- 24- Sallis Edward. (1993). Total quality management in Education.
- 25- <http://www.magiran.com/magtoc.asp?mgID=2254&Number=36>

