

شناسایی و رتبه بندی عوامل مؤثر بر انتخاب دانشگاه آزاد از نظر دانشجویان

مورد مطالعه: دانشگاه علوم پزشکی آزاد اسلامی تهران

سید حمید جمال الدینی^۱، فاطمه نارنجی ثانی^{۲*}، زینب السادات مصطفوی^۳

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۰۱/۱۱

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۰۶/۰۵

چکیده

زمینه و هدف: پژوهش حاضر با هدف شناسایی و رتبه‌بندی عوامل مؤثر بر انتخاب دانشگاه علوم پزشکی آزاد اسلامی تهران انجام شده است.

روش بررسی: پژوهش حاضر با هدف شناسایی و رتبه‌بندی عوامل مؤثر بر انتخاب دانشگاه علوم پزشکی آزاد اسلامی تهران انجام شده است. روش پژوهش از نظر هدف کاربردی و از منظر گردآوری داده‌ها توصیفی-پیمایشی بوده است. جامعه آماری پژوهش، کلیه دانشجویان دانشگاه علوم پزشکی آزاد اسلامی به تعداد ۳۷۲۳ در سال تحصیلی (۹۹-۱۳۹۸) نفر بود که به صورت در دسترس، حجم نمونه‌ای به تعداد ۱۹۸۵ نفر به شیوه‌ی نمونه‌گیری طبقه‌ای ای و در دسترس انتخاب گردید. به منظور گردآوری داده‌ها از پرسشنامه محقق ساخته ۲۳ گویه ای استفاده شد که ضریب آلفای کرونباخ برای عامل‌های زیربنایی ابزار ۹۵/۰۵ به دست آمد. جهت بررسی روایی پرسشنامه علاوه بر نظر متخصصان از تحلیل عاملی تأییدی نیز استفاده شد.

یافته‌ها: جهت شناسایی عوامل مؤثر بر انتخاب دانشگاه از طریق پیشینه پژوهش‌های انجام شده و مبانی نظری در دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزش عالی نه عامل (ارتباطات بین‌المللی، عامل اجتماعی، امکانات، شهرت، ارتباط با بازار کار، عامل فردی، کیفیت، دانشجویی-فرهنگی و عامل اقتصادی) شناسایی شد.

استنتاج: نتایج پژوهش نشان داد: ۱- مدل کلی پژوهش با استفاده از تحلیل عاملی تأییدی با نه عامل مورد برازش قرار گرفت. ۲- همه نشانگرها به طور معنی‌داری با عامل زیربنایی خود مرتبط هستند و مدل اندازه‌گیری طی ارزیابی شاخص‌های جزئی مطلوب است. ۳- جهت رتبه‌بندی عوامل مؤثر بر انتخاب دانشگاه از آزمون فریدمن استفاده شد. آماره خی دو نشان می‌دهد که بین میانگین‌های رتبه‌ای تفاوت معناداری در سطح ۰/۰۵ وجود دارد.

کلید واژه‌ها: دلایل انتخاب دانشگاه، دانشجویان، دانشگاه آزاد اسلامی، عوامل مؤثر

۱. استادیار، دانشکده علوم و فناوری نوین، دانشگاه علوم پزشکی آزاد اسلامی، گروه ژنتیک Email: hjam1358@yahoo.co.uk

۲. استادیار، دانشکده روان‌شناسی و علوم تربیتی، دانشگاه تهران، گروه مدیریت و برنامه‌ریزی آموزشی Email: fnarenji@ut.ac.ir

۳. دانشجوی دکتری، دانشکده روان‌شناسی و علوم تربیتی، دانشگاه تهران، گروه مدیریت و برنامه‌ریزی آموزشی Email: mostafavi60@yahoo.com

مقدمه

در سال‌های اخیر، تغییرات گسترده‌ای در چشم انداز، چگونگی مدیریت، ساختار و وضعیت آموزش عالی در جهان در سطح بین‌المللی رخ داده است. این تغییرات بر چگونگی عملکرد مؤسسات آموزش عالی تاثیر گذار بوده و نیروی محرکی جهت بازاریابی آموزش عالی در نظر گرفته شده است (نیکولسکو، ۲۰۰۹) در چنین شرایطی مراکز آموزش عالی همواره در صدد کسب مزیت رقابتی از طریق ایجاد و تقویت عوامل موثر بر این امر هستند (حیدری و همکاران، ۱۳۹۶) علاوه بر آن، رقابت در مراکز آموزش عالی در سطح بین‌المللی و ملی رو به افزایش استسایز، ۱۰۰۲، در این خصوص دانشگاه‌های بین‌المللی برای جذب هرچه بیشتر دانشجویان از ابزارهایی نظیر؛ دانش مدیریت، تبلیغات و به کارگیری روش‌های پیشرفته بازاریابی استفاده می‌کند (جعفری و اسماعیلی، ۱۳۹۲). بسیاری از دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزش عالی در سطح بین‌المللی و برخی در سطح ملی درصدد شناسایی و برآورد نیازهای فراگیران خود به منظور برنامه ریزی فعالیت‌های آموزشی و پژوهشی خود هستند تا از این طریق سلاقی آن‌ها را شناسایی و نیازهای ویژه مخاطبان خود را مدیریت کنند. به عنوان مثال (کی مینگ^۱، ۲۰۱۰) در مطالعه خود گزارش می‌کند که کشور مالزی رقابتی فزاینده را در دانشگاه‌های خود جهت جذب دانشجو چه در سطح ملی و بین‌المللی برنامه ریزی کرده است. این دانشگاه‌ها عواملی مانند: مکان دانشگاه، شهرت دانشگاه، برنامه‌های دانشگاه، کمک‌های مالی دانشگاه، تسهیلات آموزشی، هزینه، فرصت اشتغال، فضا و زیبایی را به عنوان مزیت رقابتی خود در نظر گرفته‌اند. هم‌چنین، تایلور^۲ (۲۰۰۶)، مؤسسات آموزش عالی را به سه دسته کلی بر اساس برنشان تقسیم بندی می‌کند ۱-

دانشگاه‌هایی بسیار بزرگ که وسعت زیادی دارند ۲- دانشگاه‌هایی که دارای تعداد زیادی دانشجو هستند و ۳- دانشگاه‌هایی دارای امکانات پیشرفته و کیفیت ویژه که فراهم آورنده فرصت‌های شغلی فراوانی برای دانشجویان هستند. این عوامل تأثیر مثبتی نیز بر جایگاه دانشگاه‌ها در رتبه بندی مؤسسات آموزش عالی دارد (بونزل، ۲۰۰۷) و می‌تواند نشان دهنده کیفیت واقعی آن دانشگاه باشد. وایتهد^۳ (۲۰۰۲) نیز دستیابی دانشجویان به منابع مالی و شهرت دانشگاه را در دانشگاه کمبریج انگلستان بررسی کرده و گزارش کرده مواردی مانند نوع و ماهیت رشته‌های تحصیلی، شهرت دانشگاه و شهریه از عوامل تأثیرگذار بر انتخاب دانشجویان این دانشگاه است (وایتهد، ۲۰۰۶) مارینگ^۴ (۲۰۰۶) نیز دو رویکرد اصلی را جهت انتخاب دانشجویان برای دانشگاه‌ها معرفی میکند: ۱- رویکرد مشتری مداری و ارتباط با بازارکار جهت اشتغال و ۲- برنامه‌های آموزشی و پژوهشی رشته‌های تحصیلی و هزینه آن‌ها. پرایس^۴ و همکاران^۳ (۲۰۰۳) نیز در مطالعه خود عوامل مؤثر بر انتخاب دانشگاه را مواردی مانند: شهرت شهر یا محل، دانشگاه، داوطلبان محیطی، تسهیلات یادگیری، امنیت دانشگاه، نوع دانشگاه، رفت و آمد، تسهیلات اجتماعی و امکانات ورزشی، تسهیلات حمایت از کودکان و محیط دانشگاه مطرح کردند. در همین راستا والیتو^۵ (۲۰۱۴)، در پژوهش خود برند دانشگاه را به عنوان یک مزیت رقابتی در جهانی شدن مورد بررسی قرار می‌دهد، نتایج تحقیق او نشان داد در روسیه رقابت شدیدی بین مؤسسات آموزش عالی در جذب سرمایه وجود دارد و یک عامل کلیدی در پیروزی در این رقابت، توجه به برندسازی در دانشگاه است؛ چراکه موجب ایجاد مزیت رقابتی برای دانشگاه خواهد شد. وی به شاخص‌هایی مانند؛ محل احداث مؤسسه آموزش عالی، جایگاه ورزشی، خدمات درمانی، پذیرایی، فعالیت

Maring	3
Price	4
Valitov	5

Nicolescu	1
Kee Ming	2

امکانات رفاهی دانشگاه نقش مهمی در ارزیابی مناسب از سوی دانشجویان برای ادامه تحصیل در دانشگاه دارد. تحقیقات جوزف و همکاران^{۱۰} (۲۰۱۲)، نیز نشان داد که دانشجویان معمولاً دانشگاه‌هایی را انتخاب می‌کنند که از جذابیت لازم برخوردار بوده و دارای فناوری‌های به روز باشد. همان گونه که مطرح شد؛ عوامل متعددی در انتخاب دانشگاه برای تحصیل از طرف دانشجویان اثرگذار است. برخی از این عوامل مربوط به دلایل فردی و برخی دیگر مرتبط با عوامل اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی است. بررسی‌هایی که در مورد دانشگاه آزاد اسلامی انجام شده است، نشان می‌دهد تنها هزینه تحصیل، عامل اصلی در انتخاب دانشگاه نیست و عوامل مهم دیگری مانند مانند فرصت‌های شغلی، چشم‌انداز دانشگاه، اشتغال فارغ‌التحصیلان، موقعیت دانشگاه و کیفیت دوره نیز از سوی دانشجویان در انتخاب دانشگاه آزاد مؤثر هستند (جعفری و اسماعیلی، ۱۳۹۱؛ جمالی و میرزا جانی، ۱۳۹۶). در پژوهشی که توسط اسماعیلی و جعفری، ۱۳۹۲ انجام شد، ویژگی‌هایی مانند شهرت علمی دانشگاه، تولیدات علمی، پژوهش و شاخص‌های استعداد علمی، رفاه دانشجویی، شهرت اساتید و اعضای هیئت علمی، کیفیت تدریس اساتید، مشتری‌مداری، پذیرش در رشته‌های نایاب دانشگاهی، دستیابی به تحصیلات تکمیلی و امکان‌ات کارگاهی و آزمایشگاهی (جعفری و اسماعیلی، ۱۳۹۲) به عنوان عوامل مؤثر در انتخاب دانشگاه در نظر گرفته شده است. از میان دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزش عالی موجود در ایران، دانشگاه آزاد اسلامی به عنوان، سومین دانشگاه جهان از دیدگاه شمار دانشجو و بزرگ‌ترین دانشگاه حضوری جهان (ویکی‌پدیا و وب‌گاه دانشگاه آزاد اسلامی، ۱۳۹۷) و به طور مشخص‌تر؛ دانشگاه علوم پزشکی آزاد اسلامی تهران، به علت موقعیت راهبردی آن (تأمین، حفظ و ارتقای سطح سلامت جامعه)، در رتبه بندی جهانی ۲۰۱۹ شانگ‌های

های فوق برنامه و فرهنگ مؤسسه آموزش عالی اشاره می‌کند (به نقل از تجری و صاحبی، ۱۳۹۶).

اردوغوس و اورگون (۲۰۱۶)، نیز در پژوهش خویش مطرح کردند؛ با توجه به رقابت شدید مؤسسات آموزش عالی، توجه به برند در دانشگاه می‌تواند بر بهبود عملکرد دانشگاه به ویژه در ارتباط با صنعت و کسب درآمد مؤثر و مفید باشد (اردوغوس و اورگون، ۲۰۱۶) و به عنوان یکی از دلایل انتخاب دانشگاه از طرف فراگیران مد نظر قرار گیرد. با توجه به مطالب گزارش شده از طرف پژوهشگران میتوان عنوان کرد؛ انتخاب یک دانشگاه برای تحصیل، فرایند پیچیده‌ای است و در نظر گرفتن برخی از مؤلفه‌ها مانند شهرت و پرستیژ دانشگاه (جادسن و همکاران، ۲۰۰۹)، کیفیت فعالیت‌های آموزشی و پژوهشی (کی‌مینگ، ۲۰۱۰)، تسهیلات دانشگاه (کالو، ۲۰۰۷)، فرصت‌های شغلی برای کسب درآمد، وام تحصیلی، نزدیکی به خانواده و شهریه (جیمز، ۲۰۰۷)، استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات و یادگیری الکترونیکی و امکان‌ات فراتر از دانشگاه سنتی (آلتباخ، ۲۰۰۷) می‌تواند این فرایند پیچیده را تحت تاثیر قرار دهد. هنگامی که دانشجو به انتخاب دانشگاه اقدام می‌کند عواملی مانند کیفیت پاسخگویی اعضای هیئت علمی و کارکنان (جادسن و همکاران، ۲۰۱۲)، امکان‌ات و فناوری (چاپلو، ۲۰۱۰) را در ذهن خویش متصور می‌شود. پژوهش (جادسن و همکاران، ۲۰۰۹) نشان داد؛ دانشجویان برای انتخاب دانشگاه به پنج عامل ۱- شهرت، ۲- محل، ۳- هزینه، ۴- در دسترس بودن و ۵- امکان‌ات دانشگاهی توجه می‌کنند. راشنبل و همکاران^۸، ۲۰۱۶ در مطالعات خود بیان کردند؛ دو عامل شهرت و اعضای هیئت علمی تأثیر مستقیمی در انتخاب دانشگاه دارد. ساسمیت و انیو^۹ (۲۰۰۱)، نیز بیان می‌کنند

James	6
Altbach	7
Rauschnabel et al	8
Smith & Ennew	9



در موضوعات مختلف علوم پزشکی از جمله فناوری‌های پزشکی، علوم دهان و دندانپزشکی، داروسازی و علوم دارویی توانست جزء رتبه‌های زیر ۴۰۰ دانشگاه‌های جهان و نیز رتبه‌های برتر کشور قرار دارد (روابط عمومی دانشگاه آزاد اسلامی، سایت دانشگاه آزاد علوم پزشکی تهران). این دانشگاه در ۲۷ خرداد ۱۳۶۴ تأسیس شد و فعالیت آموزشی خود را با چهار رشته تحصیلی پزشکی در مقطع دکتری حرفه‌ای، پرستاری و مامایی در مقطع کارشناسی و علوم آزمایشگاهی در مقطع کاردانی آغاز کرد. دانشگاه آزاد علوم پزشکی تهران به عنوان یکی از مراکز مهم آموزش عالی؛ آموزش (تربیت نیروی انسانی متخصص و متعهد)، درمان (ارتقاء سطح سلامتی اعضاء جامعه)، پژوهش و تولید علم و فناوری، رفع نیازهای کشور، ارتقا و توسعه علمی - فرهنگی و فنی را سرلوحه خود قرار داده و از تمامی امکانات موجود خود جهت برآورد این اهداف و رسالت‌ها استفاده نموده است (ویکی پدیا، ۱۳۹۸ و سایت دانشگاه آزاد اسلامی). ضرورت و اهمیت پژوهش حاضر را می‌توان اینگونه تبیین کرد؛ با شناسایی و رتبه بندی عوامل مؤثر بر انتخاب دانشگاه علوم پزشکی آزاد اسلامی تهران از دیدگاه دانشجویان، متصدیان، برنامه‌ریزان، مدیران و سیاستگذاران دانشگاه آزاد درصدد شناخت نقاط قوت و ضعف مدیریت دانشگاه برآیند و با تلاش و برنامه ریزی مناسب تهدیدها را به فرصت تبدیل کنند و گام‌هایی را جهت مقابله با بحران‌های درونی و بیرونی بردارند. از جهتی دیگر ضرورت پژوهش حاضر مربوط به این مسئله می‌باشد که دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزش عالی ایران هنوز به صورت جدی به رقابتی شدن دانشگاه‌ها و در نظر گرفتن نیازهای مخاطبان خود توجهی نمی‌کنند و روند پذیرش دانشجویان همواره مبتنی بر کنکور و پذیرش از طریق سازمان سنجش می‌باشد. در این بین دانشگاه‌هایی موفق هستند؛ که بتوانند نیازهای مخاطبان خود را شناسایی و مزیت رقابتی خود را نسبت به دیگر دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزش عالی

معرفی نمایند. دانشجویان و داوطلبان نیز مبنای تصمیم‌گیری و انتخاب دانشگاه را بر اساس تامین نیازهای خود و با سایر عوامل اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی فردی خود در نظر گیرند. بنابراین، با توجه به مباحث مطرح شده در خصوص دلایل انتخاب دانشگاه پرسش اصلی پژوهش آن است که دلایل انتخاب دانشگاه علوم پزشکی آزاد اسلامی تهران از دیدگاه دانشجویان چیست و اوایت بندی انتخاب دانشجویان برای انتخاب چگونه است؟

هدف پژوهش

با توجه به موارد مطرح شده هدف پژوهش حاضر شناسایی و رتبه بندی عوامل مؤثر بر انتخاب دانشگاه علوم پزشکی آزاد اسلامی تهران از دیدگاه دانشجویان می‌باشد. در این خصوص سوالات زیر مطرح می‌گردد:

- ۱- دلایل انتخاب دانشگاه علوم پزشکی آزاد اسلامی تهران از نظر دانشجویان چه می‌باشد؟
- ۲- آیا ساختار عاملی ابزار سنجش عوامل انتخاب دانشگاه علوم پزشکی آزاد اسلامی تهران از نظر دانشجویان دارای اعتبار است؟
- ۳- رتبه‌بندی عوامل مؤثر بر انتخاب دانشگاه علوم پزشکی آزاد اسلامی تهران از نظر دانشجویان چگونه است؟

روش بررسی

پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی و از منظر گردآوری داده‌ها از نوع کمی به شیوه ی توصیفی - پیمایشی می‌باشد. برای جمع‌آوری اطلاعات مورد نیاز از دانشجویان از پرسشنامه محقق ساخته ۲۳ سؤالی در مقیاس لیکرت استفاده شد. این پرسشنامه بر مبنای دلایل انتخاب دانشگاه علوم پزشکی آزاد اسلامی تهران تنظیم شد، که نه عامل امکانات، شهرت، کیفیت، عوامل اجتماعی، عوامل فردی، ارتباط با بازار کار، عامل دانشجویی-فرهنگی، روابط

بین الملل و عامل اقتصادی را بررسی می‌کرد.

به منظور تبیین پایایی پرسشنامه در مرحله آزمون مقدماتی ۳۰ نفر از دانشجویان در سال تحصیلی ۹۹-۱۳۹۸ در که دانشگاه علوم پزشکی آزاد اسلامی تهران مشغول به تحصیل بودند، انتخاب و در نهایت پایایی قسمت های مختلف پرسشنامه بر مبنای ضریب آلفای کرونباخ معادل ۹۵/۰۵ درصد از طریق نرم افزار SPSS محاسبه شد. تعیین روایی محتوای پرسشنامه به وسیله متخصصان و خبرگان در حوزه آموزش عالی و دانشگاه

استفاده شد. هم چنین روایی ابزار تحقیق نیز با بهره گیری از نظر اصلاحی کمیته تحقیق ارتقاء یافت. سپس به منظور تبیین عوامل زیربنایی متغیرهای ارزیابی در این تحقیق از عوامل مختلف، از روش تحلیل عاملی استفاده گردید. جدول شماره ۱ پایایی پرسشنامه با استفاده از شاخص ضریب آلفای کرونباخ نشان می‌دهد.

حجم نمونه و شیوه نمونه گیری

جامعه آماری تحقیق کلیه دانشجویان دانشگاه علوم پزشکی

جدول ۱. محاسبه ضریب آلفای کرونباخ

عوامل	تعداد سؤال ها	پایایی (ضریب آلفای کرونباخ)
امکانات	۲	٪۸۷
شهرت	۴	٪۹۵
کیفیت	۴	٪۹۴
ارتباط با بازار کار	۳	٪۹۱
عامل فردی	۲	٪۸۸
عامل اجتماعی	۳	٪۸۹
عامل اقتصادی	۱	٪۸۸
دانشجویی - فرهنگی	۳	٪۹۲
ارتباط بین الملل	۱	٪۸۷
کل	۲۳	۹۵/۰۵

جدول ۲. تعداد جامعه آماری و نمونه به تفکیک دانشکده

نمونه	جامعه آماری	دانشکده ها
۴۵	۵۴۷	دانشکده پزشکی
۶۸	۱۷۲	دانشکده دندانپزشکی
۸۰	۴۲۱	دانشکده داروسازی و علوم دارویی
۲۰	۲۰۹	دانشکده پیراپزشکی
۸۰	۲۹۷	دانشکده پرستاری و مامایی
۲۴۰	۱۲۰۲	دانشکده علوم نوین و فناوری های نوین
۸۵	۳۸۰	دانشکده شیمی دارویی
۹۷	۴۹۵	دانشکده بهداشت و مهندسی پزشکی و روانشناسی
۱۲۷۰	---	نامشخص
۱۹۸۵	۳۷۲۳	کل

جدول ۳. نتایج آزمون تی تک گروهی عوامل مؤثر بر انتخاب دانشگاه آزاد

تفاوت میانگین ها Mean Difference	سطح معناداری Sig	درجه آزادی Df	مقدار تی T	میانگین (Mean)	عوامل
۱/۷۴۶۶۰	۰/۰۰۱	۱۹۸۴	۶۸/۴۲۵	۴/۷۴۶۶	امکانات
۱/۷۹۶۳۵	۰/۰۰۱		۸۷/۴۲۷	۴/۷۹۶۳	شهرت
۱/۴۵۶۹۳	۰/۰۰۱		۶۷/۰۳۴	۴/۴۵۶۹	کی فیت
۱/۸۰۶۸۸	۰/۰۰۱		۷۸/۸۱۷	۴/۸۰۶۹	عامل اجتماعی
۱/۴۷۲۰۴	۰/۰۰۱		۶۳/۱۶۰	۴/۴۷۲۰	عامل فردی
۱/۶۴۸۰۱	۰/۰۰۱		۷۳/۴۸۹	۴/۶۴۸۰	ارتباط با بازار کار
۱/۲۶۷۰۰	۰/۰۰۱		۵۶/۰۵۱	۴/۲۶۷۰	دانشجویی - فرهنگی
۱/۷۹۸۴۹	۰/۰۰۱		۶۵/۴۵۳	۴/۷۹۸۵	روابط بین الملل
۰/۷۸۲۳۷	۰/۰۰۱		۲۴/۴۸۲	۳/۷۸۲۴	عامل اقتصادی

در مقیاس فاصله ای میتوان آمار پارامتریک را جهت تحلیل داده ها به کار برد. به منظور بررسی عوامل مؤثر بر انتخاب دانشگاه علوم پزشکی آزاد اسلامی تهران از نظر دانشجویان از آزمون تی تک گروهی با ارزش آزمون ۳/۵ استفاده شد. از آنجا که نمرات حاصله بین ۱ تا ۶ است عدد ۳ به عنوان میانه (۵۰ درصد نمره ها) جهت تعیین وضعیت متغیرها استفاده شده است. نتایج نشان داد مؤلفه های شایستگی با تی قابل مشاهده در جدول به طور معناداری بالاتر از میانگین مورد انتظار بوده است.

سؤال دوم پژوهش: آیا ساختار عاملی ابزار سنجش عوامل مؤثر بر نوآوری در دانشگاه مورد تأیید است؟

در این خصوص می توان مطرح کرد دونه ارزیابی جزئی و ارزیابی کلی برازش مدل در برسی مدل های تأییدی وجود دارد. ارزیابی جزئی به مسیرهای رسم شده از عامل های مکنون به نشانگرها مربوط می شود. در مورد برازش کلی مدل های اندازه گیری نیز با استفاده از چندین شاخص نیکویی برازش قضاوت میشود (بازرگان و دادرس، ۱۳۹۳). در این مرحله ابتدا، با آزمون تحلیل عاملی تأیید عامل ها جزء به جزء با نشانگرهای مربوط مورد ارزیابی قرار گرفتند و در نهایت مدل

آزاد اسلامی دانشگاه تهران به تعداد ($N = 3723$) بودند.

یافته ها

یافته های حاصل از این تحقیق بر اساس سؤالات مطرح شده مورد بررسی قرار گرفته و نتایج در چارچوب این سؤالات بیان گردیده اند.

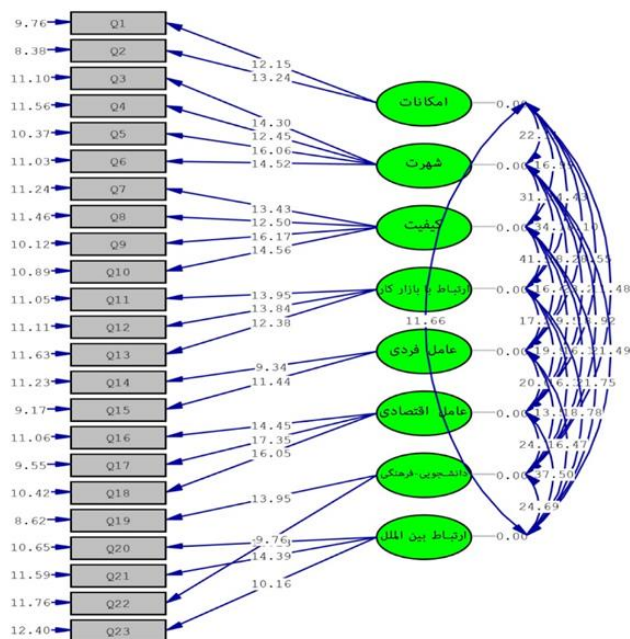
قبل از بررسی فرضیات اصلی، نتایج توصیفی پژوهش بیان شده است. آزمون کالموگراف اسمیرنوف برای عامل امکانات با مقدار (۷/۶۴۳) و سطح معناداری (۰/۱۱۹) و عامل شهرت با مقدار (۵/۵۰۴) و سطح معناداری (۰/۰۵۷) و عامل کیفیت با مقدار (۴/۲۴۸) و سطح معناداری (۰/۰۵۳) و عامل اجتماعی با مقدار (۵/۴۰۸) و سطح معناداری (۰/۳۲۴) و عامل فردی با مقدار (۶/۱۳۷) و سطح معناداری (۰/۰۹۸) و عامل ارتباط با بازارکار با مقدار (۵/۰۹۱) و سطح معناداری (۰/۳۱۲) و عامل دانشجویی - فرهنگی با مقدار (۴/۸۴۸) و سطح معناداری (۰/۵۵۵) و عامل روابط بین الملل با مقدار (۹/۴۰۶) و سطح معناداری (۰/۳۴۲) و عامل اقتصادی با مقدار (۷/۷۹۰) و سطح معناداری (۰/۴۱۴) فرض صفر مبنی بر نرمال بودن توزیع متغیرها را رد ننموده، لذا نتایج نشان داد این متغیرها از توزیع نرمالی برخوردار هستند. با فرض قرار داشتن متغیرها

داری رابطه هر نشانگر با عامل مرتبط دلالت دارد (بازرگان و دادرس، ۱۳۹۳). همان طور که در جدول شماره (۴) مشخص است، برای همه روابط نشانگرها با متغیرهای مربوط به خود مقادیر t بیشتر از ۲ به دست آمده است، بنابراین نتیجه‌گیری میشود که همه نشانگرها به طور معنی‌داری با عامل زیر بنایی خود مرتبط هستند. چنانچه در نمودار شماره (۱) مشخص است، می‌توان گفت مدل اندازه‌گیری طی ارزیابی شاخص‌های

کلی با نه عامل امکانات دانشگاه آزاد، شهرت، کیفیت، عوامل اجتماعی، عوامل فردی، عامل اقتصادی، دانشجویی- فرهنگی، روابط بین‌الملل و ارتباط با بازار کار مورد برآزش قرار گرفت. در جدول شماره (۴) بار عاملی استاندارد و مقدار t برای تک تک نشانگرهای مربوط به هر عامل آورده شده است. شاخص ارزیابی، میزان ارتباط هر نشانگر به عامل زیربنایی آن، مقدار t و معنی‌داری آن است. مقدار t بیشتر از دو بر معنی

جدول ۴. نتایج مدل اندازه‌گیری

عامل	گویه‌ها	ضریب استاندارد	مقدار T	R2
امکانات	تا چه میزان امکانات کتابخانه و آزمایشگاهی دانشگاه در انتخاب دانشگاه تاثیرگذار است؟	۰,۶۸	۱۲,۱۵	۰/۵۷
	تا چه میزان توان فراهم‌سازی امکانات رفاهی برای دانشجو توسط دانشگاه، در انتخاب آن تاثیرگذار است؟	۰,۷۴	۱۳,۲۴	۰/۳۳
شهرت (برند)	تا چه میزان شهرت اخلاقی دانشگاه، در انتخاب دانشگاه تاثیرگذار است؟	۰,۷۳	۱۴,۳۰	۰/۳۹
	تا چه میزان عنوان دانشگاه در انتخاب رشته و دانشگاه محل تحصیل شما تاثیرگذار بوده است؟	۰,۶۵	۱۲,۴۵	۰/۴۱
کیفیت	تا چه میزان شهرت علمی اساتید، در انتخاب دانشگاه محل تحصیل شما تاثیرگذار بوده است؟	۰,۷۹	۱۶,۰۶	۰/۵۶
	تا چه میزان شهرت و اعتبار ملی دانشگاه در انتخاب دانشگاه محل تحصیل شما تاثیرگذار بوده است؟	۰,۷۳	۱۴,۵۲	۰/۳۹
	تا چه میزان تنوع رشته‌ها و گرایش‌های مختلف در انتخاب دانشگاه و رشته شما تاثیرگذار بوده است؟	۰,۶۹	۱۳,۴۳	۰/۵۴
عوامل اجتماعی	تا چه میزان کیفیت آموزشی ارائه شده توسط دانشگاه برای شما حائز اهمیت بوده ؟	۰,۶۶	۱۲,۵۰	۰/۴۶
	تا چه میزان کیفیت ارتباط کارکنان با ارباب رجوع در انتخاب دانشگاه محل تحصیل شما تاثیرگذار بوده است؟	۰,۷۹	۱۶,۱۷	۰/۵۶
	تا چه میزان امکان ادامه تحصیل در مقاطع بالاتر در همان دانشگاه، در انتخاب آن تاثیرگذار است؟	۰,۷۴	۱۴,۵۲	۰/۴۱
عوامل فردی	تا چه میزان امکانات رفاه شهری در محیط اطراف دانشگاه، در انتخاب دانشگاه تاثیرگذار است؟	۰,۷۱	۱۳,۹۵	۰/۵۸
	تا چه میزان امنیت شهری که دانشگاه در آن قرار دارد، در انتخاب دانشگاه تاثیرگذار است؟	۰,۷۱	۱۳,۸۴	۰/۵۹
ارتباط با بازار کار	تا چه میزان نزدیکی دانشگاه به محل زندگی، در انتخاب دانشگاه محل تحصیل شما تاثیرگذار بوده است؟	۰,۶۵	۱۲,۳۸	۰/۶۴
	تا چه میزان علاقه شخصی در انتخاب دانشگاه محل تحصیل و رشته تحصیلی شما تاثیرگذار بوده است؟	۰,۶۵	۹,۳۴	۰/۶۸
دانشجویی- فرهنگی	تا چه میزان توصیه دیگران، در انتخاب دانشگاه محل تحصیل شما تاثیرگذار بوده است؟	۰,۶۷	۱۱,۴۴	۰/۵۶
	تا چه میزان فرصت‌های ایجاد کار پاره وقت حین تحصیل، در انتخاب دانشگاه و رشته تحصیلی تاثیرگذار است؟	۰,۷۳	۱۴,۴۵	۰/۴۶
روابط بین‌الملل	تا چه میزان قابلیت دانشگاه جهت آشنایی دانشجو با محیط کار، در انتخاب دانشگاه و رشته تحصیلی تاثیرگذار است؟	۰,۸۳	۱۷,۳۵	۰/۶۱
	تا چه میزان قابلیت دانشگاه جهت آموزش‌های عملی مرتبط با بازار کار، در انتخاب دانشگاه تاثیرگذار است؟	۰,۷۹	۱۶,۰۵	۰/۳۹
عامل اقتصادی	تا چه میزان فعالیت‌های فوق برنامه تفریحی و علمی دانشگاه، در انتخاب دانشگاه تاثیرگذار است؟	۰,۵۴	۱۴,۳۹	۰/۳۸
	تا چه میزان تاکید دانشگاه بر رفتارهای دینی و مذهبی، در انتخاب دانشگاه محل تحصیل شما تاثیرگذار بوده است؟	۰,۷۲	۱۰,۱۶	۰/۵۴
عامل اقتصادی	تا چه میزان توانمندی دانشگاه در استفاده از استعدادهای بالقوه دانشجویان، در انتخاب دانشگاه تاثیرگذار است؟	۰,۵۴	۱۱,۴۳	۰/۴۱
	از نظر شما تا چه میزان ارتباط دانشگاه با دانشگاه‌های داخل و خارج، در انتخاب دانشگاه تاثیرگذار است؟	۰,۷۵	۱۳,۹۵	۰/۶۸
عامل اقتصادی	آیا لزوم شهریه پرداز بودن دانشجو در دانشگاه، در انتخاب دانشگاهتان تاثیرگذار بوده است؟	۰,۵۴	۹,۷۶	۰/۲۹



CHI-SQUARE=755.74, DF =202, P-VALUE=0.001, RMSEA=0.515

پس فرضیه صفر رد می‌شود، یعنی رتبه بندی یا اولویت بندی عامل ها با هم متفاوت هستند. نتایج رتبه‌بندی آزمون فریدمن نشان داد که به ترتیب دلایل ۱-ارتباطات بین المللی، ۲-عامل اجتماعی، ۳-امکانات، ۴-شهرت، ۵-ارتباط با بازار کار، ۶-عامل فردی، ۷-کیفیت، ۸-دانشجویی- فرهنگی و ۹-عامل اقتصادی دارای بیشترین تا کمترین میانگین‌های رتبه‌ای در بین نمونه مورد بررسی بودند. آماره خی دو نشان می‌دهد که بین میانگین‌های رتبه‌ای تفاوت معناداری در سطح ۰/۰۵ وجود دارد.

بحث و نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر با هدف شناسایی و رتبه‌بندی عوامل مؤثر بر انتخاب دانشگاه علوم پزشکی آزاد اسلامی تهران از نظر دانشجویان انجام شده است. نتایج بررسی پیشینه و ادبیات پژوهش، عوامل مؤثر بر انتخاب دانشگاه را در ۹ عامل، مشخص کرد که عبارت‌اند از: عامل امکانات، شهرت (برند)، کیفیت،

جزئی مطلوب است.

برای اطمینان از مدل اندازه‌گیری، می‌توان به شاخص‌های برازش کلی مدل که در جدول شماره ۵ آورده شده است استناد کرد.

نتایج با توجه به مقادیر (RMSEA=۰/۰۵۱۵، $p=۰/۰۰۱$ ، $df=۲۰۲$ ، $X^2=۷۵۵/۷۴$) به دست آمده حاکی از برازش مدل در جامعه است. با توجه به، نتایج به دست آمده از تحلیل عاملی تأییدی مرتبه اول نشان‌دهنده آن است که ساختار عاملی ابزار سنجش عوامل مؤثر بر انتخاب دانشگاه از نظر دانشجویان مشتمل بر ۲۳ سؤال تأیید می‌شود.

سؤال سوم پژوهش: عوامل مؤثر بر انتخاب دانشگاه علوم پزشکی آزاد اسلامی تهران از نظر دانشجویان در چه رتبه‌ای قرار دارند؟

جهت رتبه‌بندی عوامل مؤثر بر انتخاب دانشگاه علوم پزشکی آزاد اسلامی تهران از نظر دانشجویان از آزمون فریدمن استفاده شد. با توجه به اینکه $P-VALUE \leq 5\%000$



بالا بردن رتبه علمی دانشگاه در بین دانشگاه های سراسر دنیا و رسیدن به استانداردهای جهانی در حوزه آموزش، پژوهش و فن آوری است. لازم به ذکر است در پیشینه هیچ یک از پژوهش‌ها؛ هم خارجی و هم داخلی به عامل تعاملات بین المللی به عنوان یکی از عوامل مهم اثر گذار در انتخاب دانشجویان اشاره نشده بود. که در این پژوهش به عنوان یکی از عوامل بررسی و در رتبه بندی حائز رتبه ۱ شد. دومین رتبه و اولویت از نظر دانشجویان مربوط به عامل اجتماعی با شاخص های امکانات رفاه شهری در محیط اطراف دانشگاه، امنیت شهری که دانشگاه در آن قرار دارد، نزدیکی دانشگاه به محل زندگی است. در این خصوص نتایج پژوهش حاضر با پژوهش‌های (جعفری و همکاران، ۱۳۹۲؛ سا و همکاران، ۲۰۰۴؛ جیمز، ۲۰۰۷؛ جادسن، ۲۰۱۲ و ۲۰۰۹؛ پرایس و همکاران، ۲۰۰۳؛ تاکی و آستون، ۲۰۰۰) از نظر عامل انتخاب دانشگاه آزاد و اولویت انتخاب تقریباً مطابقت دارد. در پژوهش جعفری، ۱۳۹۲ و تاکی آستون، ۲۰۰۰ این عامل در رتبه اول قرار دارد. سومین رتبه و اولویت از نظر دانشجویان مربوط به امکانات با شاخص های امکانات کتابخانه و آزمایشگاهی دانشگاه

عوامل اجتماعی، عوامل فردی، ارتباط با بازار کار، دانشجویی- فرهنگی، روابط بین الملل، عامل اقتصادی.

هم چنین، ساختار عاملی ابزار پژوهش با استفاده از تحلیل عاملی تأییدی، مشتمل بر نه عامل و ۲۳ گویه بررسی و تأیید شد، که نشان دهنده برازش مناسب مدل اندازه گیری با داده های مشاهده شده است. نتایج آزمون فریدمن نیز در رتبه بندی نه عامل شناسایی و تأیید شده نشان داد؛ به ترتیب عوامل ۱- ارتباطات بین المللی ۲- عامل اجتماعی ۳- امکانات ۴- شهرت ۵- ارتباط با بازار کار ۶- عامل فردی ۷- کیفیت ۸- دانشجویی- فرهنگی ۹- عامل اقتصادی، بیشترین تا کمترین رتبه را در عوامل مؤثر بر انتخاب دانشگاه از نظر دانشجویان داشته است. همان گونه که نتایج پژوهش نشان می دهد عامل ارتباطات بین الملل و ارتباط دانشگاه دانشگاه علوم پزشکی آزاد اسلامی تهران با سایر دانشگاه های جهان از مهم ترین و اساسی ترین عوامل مؤثر بر انتخاب دانشجویان این دانشگاه است. نتایج این بخش از پژوهش نشان دهنده اهمیت تعاملات و همکاری های بین المللی در جهت توسعه کیفی و گسترش رشته های دانشگاه علوم پزشکی آزاد اسلامی تهران با هدف

جدول ۵. شاخص های برازش کلی مدل با توجه به نتایج تحلیل عاملی

شاخص ها	NFI	NNFI	IFI	GFI	AGFI	CFI	df/χ ²	RMSEA
مدل	۰/۹۱	۰/۹۱	۰/۹۴	۰/۸۶	۰/۸۷	۰/۹۵	۳/۷۳۷	۰/۰۵۱۵
وضعیت	نسبتاً مطلوب	مطلوب	مطلوب	مطلوب	نسبتاً مطلوب	نسبتاً مطلوب	مطلوب	مطلوب
حد قابل قبول	> ۰/۹	> ۰/۹	> ۰/۹	> ۰/۹	> ۰/۹	> ۰/۹	< ۵	< ۰/۰۶

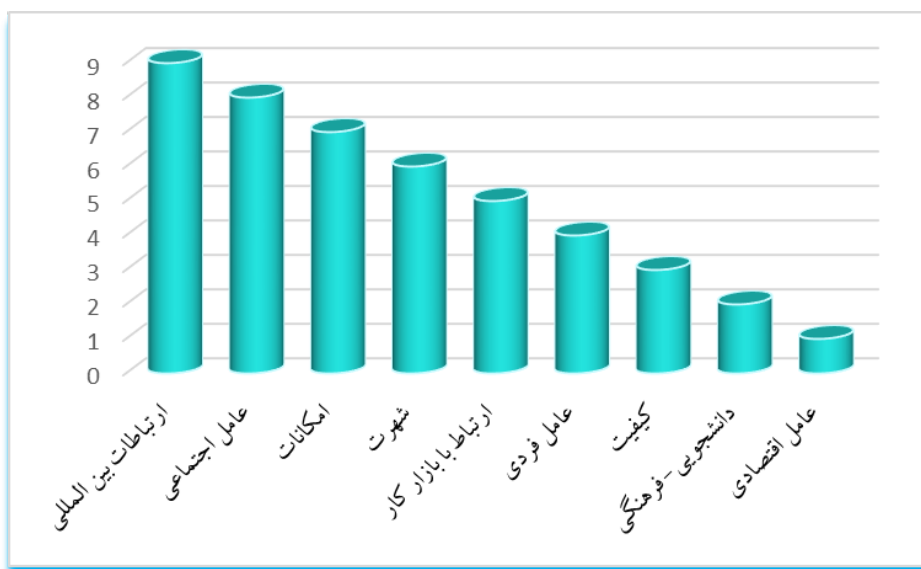
جدول ۶. تجزیه و تحلیل نتایج آزمون فریدمن

تعداد	درجه آزادی	آماره آزمون χ ²	P-value sing
۱۹۸۵	۸	۱۵۸۴/۶۹۹	۰/۰۰۱

عوامل مؤثر بر انتخاب دانشگاه آزاد اسلامی

جدول ۷. عوامل مؤثر بر انتخاب دانشگاه آزاد

عوامل مؤثر بر انتخاب دانشگاه آزاد اسلامی	میانگین رتبه‌ای	اولویت عوامل	درجه آزادی	سطح معناداری
ارتباطات بین المللی	۵,۹۳	۱	۸	۰/۰۰۱
عامل اجتماعی	۵,۸۱	۲		
امکانات	۵,۷۳	۳		
شهرت	۵,۶۳	۴		
ارتباط با بازار کار	۵,۲۲	۵		
عامل فردی	۴,۷۵	۶		
کیفیت	۴,۵۵	۷		
دانشجویی - فرهنگی	۳,۹۰	۸		
عامل اقتصادی	۳,۴۷	۹		



آزاد از نظر دانشجویان نمودار شماره (۱) اولویت بندی عوامل مؤثر بر انتخاب

کی مینگ، ۲۰۱۰؛ پرایس و همکاران، ۲۰۰۳؛ والیتو، ۲۰۱۴؛ اردوغوس و اورگون، ۲۰۱۶ و جادسن و همکاران، ۲۰۰۹) از نظر یکی از عوامل مؤثر در انتخاب دانشگاه مطابقت دارد. از نظر رتبه بندی عوامل نیز نتایج پژوهش حاضر با پژوهش های (برادفورد، ۲۰۰۸؛ جعفری، ۱۳۹۲ و چی هانگ، ۲۰۰۸) مطابقت دارد. پنجمین رتبه و اولویت از نظر دانشجویان مربوط به ارتباط با بازار کار با شاخص های فرصت های ایجاد کار پاره وقت در حین تحصیل، قابلیت دانشگاه جهت آشنایی دانشجو با

و امکانات رفاهی است. در این خصوص نتایج پژوهش حاضر با پژوهش های (کالو، ۲۰۰۷؛ پرایس و همکاران، ۲۰۰۳؛ ساسمیت و اونیو، ۲۰۰۱) مطابقت دارد. چهارمین رتبه و اولویت از نظر دانشجویان مربوط به شهرت دانشگاه با شاخص های شهرت اخلاقی دانشگاه، عنوان دانشگاه، شهرت علمی اساتید و شهرت و اعتبار ملی دانشگاه است. در این خصوص نتایج پژوهش حاضر با پژوهش های (برادفورد، ۲۰۰۸؛ چی هانگ، ۲۰۰۸؛ جعفری، ۱۳۹۳؛

دوم برآورد کرده اند در صورتی که در این پژوهش کیفیت در رتبه هفتم قرار دارد. که متأسفانه این مسئله نگران کننده و می بایست بررسی و ارزیابی گردد و دلیل عدم استقبال دانشجویان از کیفیت آموزشی دانشگاه علوم پزشکی آزاد اسلامی تهران مشخص گردد. زیرا یکی از مهمترین رسالت های آموزش عالی مربوط به آموزش و کیفیت تدریس اساتید می باشد. البته این نتیجه مربوط به کیفیت آموزش دانشگاه آزاد نیست بلکه همان طور که در هدف پژوهش مشخص است این نتیجه مربوط به اولویت انتخاب دانشگاه آزاد از نظر دانشجویان است، که از نظر آنان دلیل کیفیت آموزش و پاسخگویی در رتبه هفتم انتخاب آن ها قرار میگیرد. در خصوص کیفیت آموزشی فعالیت های دانشگاه علوم پزشکی آزاد اسلامی تهران آزاد به گزارش از این دانشگاه می توان مطرح کرد، نه تنها در پیشبرد اهداف خود در زمینه آموزشی بسیار موفق عمل کرده است بلکه در ایجاد زمینه تحقیق و پژوهش برای دانشجویان و اعضای هیات علمی نیز امتیازات زیادی کسب کرده است. ثبت اختراعات متعدد توسط هیات علمی و دانشجویان، انتشار ده ها مقاله در مجلات علمی و معتبر داخلی و بین المللی ISI و تجهیز و راه اندازی کتابخانه اینترنتی که دسترسی به آخرین ژورنال ها و مجلات علوم پزشکی را میسر می سازد. مدرک پزشکی دانشگاه آزاد اسلامی نیز در سازمان بهداشت جهانی^{۱۱} دارای اعتبار جهانی می باشد^{۱۲}.

هشتمین رتبه و اولویت از نظر دانشجویان مربوط به عامل دانشجویی-فرهنگی با شاخص های فعالیت های فوق برنامه تفریحی و علمی، تاکید دانشگاه بر رفتارهای دینی و مذهبی و توانمندی دانشگاه در استفاده از استعداد های بالقوه دانشجویان است. در این خصوص نتایج پژوهش حاضر با پژوهش های (جعفری، ۱۳۹۲؛ والیتو، ۲۰۱۴ و تاکی و آستون،

محیط کار و قابلیت دانشگاه جهت آموزش های عملی مرتبط با بازار کار است. در این خصوص نتایج پژوهش حاضر با پژوهش های (جعفری و همکاران، ۱۳۹۲؛ کی مینگ، ۲۰۱۰؛ تیلور، ۲۰۰۶ و مارکینگ، ۲۰۰۶) از نظر یکی از عوامل مؤثر در انتخاب دانشگاه مطابقت دارد، ولی از جهت اولویت بندی، نتایج این پژوهش با پژوهش های جعفری و همکاران، ۱۳۹۲ مطابقت ندارد. از نظر جعفری و همکاران، ۱۳۹۲ ارتباط با بازار کار و امکان اشتغال در آینده به عنوان اولین عامل در رتبه بندی عوامل مؤثر بر انتخاب دانشگاه آزاد تعیین شده است. ششمین رتبه و اولویت از نظر دانشجویان مربوط به عامل فردی با شاخص های علاقه شخصی و توصیه دیگران است. در این خصوص نتایج پژوهش حاضر با پژوهش های (جعفری و همکاران، ۱۳۹۲؛ فوسکت و همسلی و براون، ۲۰۰۱) از نظر عامل انتخاب دانشگاه آزاد مطابقت دارد اما از نظر رتبه بندی عامل انتخاب، نتایج پژوهش حاضر با پژوهش های (جعفری و همکاران، ۱۳۹۲؛ فوسکت و همسلی و براون، ۲۰۰۱) مطابقت ندارد. از این پژوهشگران عامل فردی در رتبه سوم قرار دارد و در این پژوهش عامل فردی در رتبه ششم قرار دارد. هفتمین رتبه و اولویت از نظر دانشجویان مربوط به کیفیت با شاخص های تنوع رشته ها و گرایش های مختلف، کیفیت آموزشی ارائه شده، کیفیت ارتباط کارکنان با ارباب رجوع و امکان ادامه تحصیل در مقاطع بالاتر است. در این خصوص نتایج پژوهش حاضر با پژوهش های (هسون و چی هانگ، ۲۰۰۸؛ جعفری و همکاران، ۱۳۹۱؛ مارکینگ، ۲۰۰۶؛ کی چینگ، ۲۰۱۰؛ تیلور، ۲۰۰۶؛ وایتهد، ۲۰۰۶؛ پرای و همکاران، ۲۰۰۳؛ راشنبل و همکاران، ۲۰۱۶) از نظر یکی از عوامل مؤثر در انتخاب دانشگاه آزاد توسط دانشجویان مطابقت دارد. لیکن نتایج پژوهش حاضر از نظر اولویت بندی عوامل با پژوهش جعفری و همکاران و راشنبل، ۲۰۱۶ مطابقت ندارد. پژوهش های محققان نام برده عامل کیفیت آموزشی و کیفیت پاسخ گویی به دانشجویان را در رتبه

- ارزش ویژه برند دانشگاه ها و مؤسسات آموزش عالی: فصلنامه علمی-پژوهشی تحقیقات بازاریابی نوین. سال هفتم، شماره سوم، شماره پیاپی (۲۶) پاییز ۱۳۹۶، صص ۱۵۸-۱۴۱.
- Nicolescu, L. (2009). Applying marketing to higher education :Scope and limits. *Management & Marketing*, 4(244-35), (
- Judson, K. M.; Aurand, T. W.; Gorchels, L. & Gordo, G. L. (2009). Building a university brand from within: University administrators' perspectives of internal branding. *Services Marketing Quarterly*, 30. 68-54, (1)
- Taylor, J. (2006). Institutional diversity in UK Higher Education :policy and outcomes since the end of the binary divide. *Higher Education Quarterly*, 57. 293-266, (3)
- Bunzel (2007) Universities Sell Their Brands. *Journal of Product & Brand Management*, 16. 153-152, (2)
- Chapleo, C. (2011). Branding a university: Adding real value or smoke and mirrors? In M. Molesworth, & R. Scullion (Eds.). (The marketization of higher education and the student as consumer,) pp-101. (114 London :Routledge.
- Erdogmuş, İrem & Ergun, Sinem. (2016) Understanding university brand loyalty: the mediating role of attitudes towards the department and university. *Procedia -Social and Behavioral Sciences*, 229, 141. 150 -
- Rauschnabel, Philipp A.; Krey, Nina; Babin, Barry J. & Ivens, Bjoern S. (2016). Brand management in higher education :The University Brand Personality Scale. *Journal of Business Research*, Contents lists available at Science Direct.
- Smith, R. & Ennew, C. (2001). Service quality and its impact on word of mouth communication

۲۰۰۰) هم از نظر عوامل انتخاب و اولویت عامل فرهنگی - دانشجویی مطابقت دارد و این نشان دهنده استقبال کمتر دانشجویان دانشگاه علوم پزشکی از نظر فعالیت‌های فوق برنامه و دانشجویی است. نهمین رتبه و اولویت از نظر دانشجویان مربوط به عامل اقتصادی با شاخص پرداخت شهریه است. در این خصوص نتایج پژوهش حاضر با پژوهش‌های (ریگرت، ۲۰۰۶؛ وایتهد، ۲۰۰۶ و جعفری، ۱۳۹۲) از نظر یکی از عوامل مؤثر در انتخاب دانشگاه آزاد مطابقت دارد اما در رتبه بندی نتایج؛ پژوهش با پژوهش‌های مطرح شده مطابقت ندارد. در پژوهش جعفری ۱۳۹۲، اهمیت شهریه از نظر دانشجویان در رتبه دوم قرار دارد لیکن، در این پژوهش پرداخت شهریه در رتبه نهم قرار دارد؛ که این نشان از اولویت کمتر دانشجویان برای انتخاب دانشگاه علوم پزشکی آزاد اسلامی تهران از نظر شهریه و هزینه و اهمیت عوامل دیگر نسبت به پرداخت شهریه است.

منابع

- بازرگان، عباس و دادرس، محمد (۱۳۹۳). ساخت، اعتبار یابی و روایی ابزار سنجش کیفیت خدمات دانشگاهی به دانشجویان. فصلنامه پژوهش و برنامه ریزی در آموزش عالی، ۲۰ (۱): ۴۱-۵۶
- تجری، مجتبی و صاحبی، سمیه (۱۳۹۶). تبیین جایگاه شخصیت برند دانشگاه بر ترجیحات دانشجویان (مطالعه موردی: دانشگاه مازندران). فصلنامه نامه آموزش عالی، دوره جدید، سال دهم، شماره سی و نهم، پاییز ۱۳۹۶، صص ۸۸-۶۱.
- جمالی، علی و میرزا جانی دارستانی، میثم (۱۳۹۶). بررسی عوامل مؤثر بر انتخاب واحدهای دانشگاه آزاد اسلامی مطالعه موردی: منطقه ۸، رشته مدیریت. سومین کنفرانس سراسری پیشرفتهای نوین در مهندسی صنایع، مدیریت، اقتصاد و حسابداری.
- https://www.civilica.com/Paper-AIMEA03-AIMEA03_008.html
- حیدری، علی؛ خانلری، امیر و مهدوی، شادی (۱۳۹۶). اندازه گیری

- International Education Retrieved from <http://jsisagepub.com>
- Kee Ming, Josepha .(2010) "Institutional Factors Influencing Students", College Choice decision in Malaysia :A Conceptual Framework' International Journal of Business and Social Science Vol, 1 No3 . Ret rieved from: [www.mendeley.com /... /distinguishing -t he -factors -influencing college](http://www.mendeley.com/.../distinguishing-the-factors-influencing-college).
- Maringa Felix .(2006)"University and course choice; Implications for positioning, recruitment and marketing", Retrieved from The International Journal of Educational Management .Bradford Vol20 . Retrieved from [www.emeraldinsight.com/j our nals.htm? Articled.1567537](http://www.emeraldinsight.com/journals.htm?ArticleId=1567537) :
- Price, If .&Fides, Matadors .& Louise, Smith, & Helen, Agatha .(2003) "The Impact of facilities on Student Choice of University", Journal: Facilities Volume21 : Number10 : Ret rieved from [ideas.repec. or g /s/oec/eduaaa .html](http://ideas.repec.org/s/oec/eduaaa.html).
- in higher education .Online [http://www.unim.nottingham.ac.uk/ dbm/papers.200101 /pdf](http://www.unim.nottingham.ac.uk/dbm/papers.200101/pdf).
- Joseph, M.; Mullen, E .W .& Spake, D.(2012) . University branding :Understanding students' choice of an educational institution Journal of Brand Management, 20 .12-1 ,(1)
- Valitov, Shamil M .(2014) .University brand as a modern way of winning competitive dvantage. Procedia -Social and Behavioral Sciences 152, 295 299 -
- James .Kieran .(2007)"Factors influencing students' choice)s (of experimental science objects", International Baccalaureate e Diploma Programed in International Education, Vol6 ., No1 . Ret rieved from [jri.sa gepub.com /content/ 9 /1/6ref s](http://jri.sagepub.com/content/9/1/6refs).
- Altbach Philip G and Jane Knight .(2007)"The Internationalization of Higher Education: Motivations and Realities, Journal of Studies in

Identify and Rank the Factors Affecting the Selection of University Students Case study: Islamic Azad University of Medical Sciences, Tehran

Seyed Hamid Jamaldini¹, Fatemeh Narenji Thani^{2*}, Zeinb Mostafavi³

Abstract

Background and purpose: The purpose of this study was to identify and classify factors affecting the selection of Tehran, Azad Islamic University of Medical Sciences.

Materials and Methods: The research method was applied in terms of purpose and descriptive-survey in terms of data collection. The population of the study, all students (3723) of Islamic Azad University in the academic year of (2019-2020) were to be available, the sample size of 1985 was stratified sampling-selected.

To collect data, a 23-item researcher-made questionnaire was used and the Cronbach's alpha coefficient for the underlying factors of the instrument was 95.05. To assess the validity of the questionnaire, in addition to the expert opinion, confirmative factor analysis was used.

Results: To identify the factors affecting the choice of the university through the background of research and theoretical foundations in universities and higher education institutions, 9 factors include; (International relations, social dimensions, facilities and equipment, university reputation, labor market relations, individual dimensions, university quality, student-cultural and economic) were identified.

Conclusion: The results showed: 1- The research model was fitted with nine factors using confirmatory factor analysis. 2. All indicators are significantly associated with their underlying factor and the measurement model is desirable when evaluating minor indicators. 3- To rank the factors influencing the choice of university, the Friedman test was used, the results of which indicate that; International relations, social dimensions, facilities and equipment and the reputation of the university have a higher priority than other factors in the selection of students. Chi-square statistics also show that there is a significant difference in rank averages at the 0.05 level.

Keywords: Islamic Azad University of Medical Sciences, University Selection, Students

1. Assistant Prof, Department of Genetic, Faculty of Advanced Science and Technology, Tehran Medical Sciences, Islamic Azad University, Tehran, Iran. Email: hjam1358@yahoo.co.uk
2. Assistant Prof, Department of educational administration and planning, Faculty of psychology and educational Science, University of Tehran, Tehran, Iran. Email: fnarenji@ut.ac.ir
3. Ph.D. student, Department of educational administration and planning, Faculty of psychology and educational Science, University of Tehran, Tehran, Iran. Email: mostafavi60@yahoo.com