

رتبه‌بندی استانداردهای مناسب‌سازی اماکن ورزشی با استفاده از تکنیک سنجش رضایت مشتری (CSM) برای ارائه راه‌کار

محمد جوادی پور^۱، پوریا سهرابی^۲

تاریخ دریافت: ۹۰/۰۶/۲۰

تاریخ پذیرش: ۹۱/۰۳/۱۶

چکیده

هدف این پژوهش رتبه‌بندی استانداردهای مناسب‌سازی اماکن ورزشی است. هشت معیار مهم در مناسب‌سازی اماکن ورزشی، با استفاده از تکنیک سنجش رضایت مشتری بررسی شده است تا در نهایت راه‌کاری مناسب برای ساخت و ساز اماکن ورزشی ارائه شود. پژوهش از نوع کاربردی و از نظر نوع جمع‌آوری داده‌ها، توصیفی-تحلیلی است که به روش میدانی اجرا شده است. جامعه آماری پژوهش را کلیه مدیران و سرپرستان اماکن و مجموعه‌های ورزشی اداره ورزش و جوانان شهرستان ارومیه تشکیل می‌دادند. نمونه آماری برابر با جامعه آماری و شامل تمام مدیران اماکن ورزشی (۲۹ نفر) بود. ابزار جمع‌آوری داده‌ها پرسشنامه محقق‌ساخته با مقیاس پنج ارزشی لیکرت بود. تجزیه و تحلیل یافته‌ها با استفاده از تکنیک سنجش رضایت مشتری انجام شد که روشی برای اولویت‌بندی با استفاده از میانگین با ضرایب مساوی است. در مورد نظرات مدیران و سرپرستان اماکن ورزشی و اهمیت هر یک از معیارها و سؤالات آن‌ها نتایج نشان داد از نظر مدیران اماکن ورزشی معیار طراحی برای جانبازان و معلولان با ۷۵/۵۵٪، معیار اطلاع‌رسانی و سرویس دهی با ۸۴/۳۹٪ معیار همجواری و مکان یابی با ۸۹/۲۱٪، معیار دسترسی با ۸۹/۷۳٪، معیار زیبایی‌شناختی و فضای سبز با ۹۱/۲۹٪، معیار ایمنی، کنترل و نظارت با ۹۲/۱۸٪، معیار طراحی پارکینگ با ۹۲/۸۷٪ و معیار بهداشت و نگهداری با ۹۳/۳۴٪ به ترتیب دارای کمترین اهمیت بودند. از طریق رتبه‌بندی استانداردها با تکنیک سنجش رضایت مشتری می‌توان به اهمیت و اولویت رعایت هر یک از استانداردها در ساخت اماکن و مجموعه‌های ورزشی از دیدگاه مدیران ورزش پی برد و در ارائه راه‌کارهای مناسب از آن‌ها استفاده کرد.

واژگان کلیدی: سنجش رضایت مشتری، ارائه راه‌کار، مناسب‌سازی، اماکن ورزشی.

۱. عضو هیئت علمی پژوهشگاه تربیت بدنی و علوم ورزشی (نویسنده مسئول)

Email: Javadipour846@yahoo.com

۲. کارشناسی ارشد مدیریت ورزش

مقدمه

از پیدایش تمدن بشری و توجه انسان به ساختار مجموعه‌های زیستی تاکنون که قرن بیست و یکم، قرن الکترونیک و فضاها و سکونت گاه‌های مجازی است، سبک‌ها و شیوه‌های بسیاری برای ساخت و اجرای ساختمان‌ها تجربه و استفاده شده است. هر کدام از این شیوه‌ها بنا به مسائل سازه‌ای، تحولات اجتماعی و پیشرفت‌های علمی در زمینه مصالح و فناوری ساخت جای خود را به شیوه‌های جدیدتر داده‌اند، اما تعدادی پارامترها به صورت ثابت در تمامی این شیوه‌ها حضور داشته است و می‌توان گفت محور اصلی ساخت و سازها نیز حول این پارامترها در نوسان است. شاید انسان، اصلی‌ترین پارامتری است که معماری را تحت تأثیر قرار می‌دهد و حضور او در فضای معماری مهم‌ترین دغدغه طراحان فضا است. کمبود و گاه نبود مکان‌های ورزشی ارزشمند طراحی شده و معماری ساخت در فضاهای شهری نیازمند توجه به این مهم است و لزوم برنامه‌ریزی و طراحی به منظور بهبود معیارهای کیفی زندگی در عرصه شهری را مطرح می‌کند (۱). در حال حاضر، یکی از مهم‌ترین مشکلات موجود در شهرهای کشور استقرار نامناسب فضاهای ورزشی در میان سایر کاربری‌های شهری است به نحوی که بسیاری از افراد جامعه به علت دسترسی^۱ نداشتن به آن‌ها نمی‌توانند از مکان‌های ورزشی به صورت مطلوب استفاده کنند. حل کردن این مشکلات به برنامه‌ریزی و مدیریت در زمینه مکان‌یابی و ساماندهی فضاهای ورزشی و مطالعات پیچیده و اساسی امکان‌سنجی و البته از همه مهم‌تر ایجاد و کاربرد استانداردهای ساخت و ساز اماکن ورزشی، به‌ویژه استانداردهای بومی و متناسب با موقعیت و امکانات کشور نیاز دارد (۲). بی‌توجهی به تهیه و رتبه‌بندی مناسب و استانداردهای معیارهای طراحی و ساخت و ساز، پهنه‌بندی، کاربری زمین، مکان‌یابی و تعیین معیارهای مناسب همسایگی^۲ در هنگام ساخت اماکن و تأسیسات ورزشی باعث اتلاف وقت و هدر دادن بودجه، زمان و انرژی می‌شود و از همه مهم‌تر بر عملکرد آینده و کیفیت برنامه‌های ورزشی و تفریحات سالم تأثیر منفی خواهد گذاشت (۳).

در زمینه رتبه‌بندی عوامل، روش‌های گوناگونی مطرح است که از آن دست می‌توان به روش‌هایی نظیر مدل‌های برنامه‌ریزی ریاضی، روش تحلیل پوششی داده‌ها، انحراف از اپتیمم، تاکسونومی عددی، آنتروپی بیشینه، مدل وزن‌دهی خطی، فرآیند تحلیل سلسله مراتبی (Ahp) و روش سنجش رضایت مشتری^۳ نام برد (۴). اندازه‌گیری رضایت مشتریان از فعالیت‌های بسیار مهم سازمان‌هایی

-
1. Access
 2. Neighborhood criteria
 3. Customer Satisfaction Measurement

است که با مشتری ارتباط دارند. اندازه‌گیری رضایت مشتریان دقیقاً مانند این است که سازمان علائم حیاتی خود را اندازه‌گیری و خود را کنترل کند و مطابق با آن اهداف خود را پیش ببرد. امروزه، در دنیای مدرن و مدیریت نوین اندازه‌گیری رضایت مشتریان در حقیقت از الگوی پیشرفت تبدیل به نوعی ضرورت شده است؛ برای مثال سنگاپور اندازه‌گیری رضایت مشتریان را به صورت طرحی ملی آغاز کرده است. در مالزی نیز این طرح ملی انجام شده و در اروپا هم در حال اجراست و به سرعت رشد می‌کند؛ بنابراین همان‌طور که ملاحظه می‌کنید سنجش رضایت مشتریان در حال تبدیل به یکی از زیربناهای مدیریت در سازمان‌هاست. اندازه‌گیری مرتب و پیوسته‌ی خوشنودی مشتریان ضرورتی انکارناپذیر برای وفادار کردن مشتریان است. در اندازه‌گیری رضایت مشتریان باید این نکات کلیدی را رعایت کرد: محاسبه و اندازه‌گیری رضایت مشتریان بر پایه‌ی نظرسنجی نمونه‌ای انجام شود؛ در محاسبه‌ی اندازه‌گیری رضایت مشتریان باید در جستجوی نظر حداکثری بود؛ هر چه ارتباطات یک-سویه به ارتباطات دوسویه تبدیل شود، دقت اندازه‌گیری رضایت مشتری افزایش خواهد یافت؛ مهم-ترین ابزاری که امروزه از آن برای سنجش رضایت مشتری استفاده می‌شود (Customer Satisfaction Measurement) است.

هدف کلی این تحقیق رتبه‌بندی نظرات مدیران اماکن ورزشی در مورد استانداردهای مناسب-سازی اماکن ورزشی، با استفاده از تکنیک سنجش رضایت مشتری (CSM) به منظور ارائه‌ی راه‌کار مناسب در ساخت و سازهای آتی اماکن و فضاهای ورزشی است. شاخص سنجش رضایت مشتری می‌تواند اختلاف سطح رضایت موجود و اهمیت هر معیار را از دیدگاه پرسش‌شوندگان یا نمونه‌ی تحقیق بسنجد. این نکته که اسم این شاخص سنجش رضایت مشتری است کاملاً صحیح است، ولی هدف محقق از به‌کار بردن این روش استفاده از توانایی این تکنیک در رتبه-بندی و کسب اهمیت شاخص‌ها، استانداردها و معیارهاست. در واقع، می‌توان این‌گونه بیان کرد که کاربرد اصلی و اولیه‌ی این روش سنجش رضایت مشتری است؛ زیرا این روش در ابتدا به این منظور ساخته شده و به‌کار رفته است. محقق به چند منظور از این روش استفاده کرده است: اول استفاده از توانایی این تکنیک در رتبه‌بندی معیارها و استانداردها از دیدگاه افراد؛ دوم توجه به این نکته که این معیارها به‌عنوان راه‌کارهای تحقیق از نظر مدیران و سرپرستان اماکن محسوب می‌شوند؛ زیرا خود این افراد (نمونه‌ی تحقیق) از کاربران و استفاده‌کنندگان از اماکن هستند و همچنین بیشترین شناخت و ارتباط را با این‌گونه فضاها و اماکن دارند و دوم اینکه بیشتر این افراد ورزشکارند یا در رشته‌ی تربیت بدنی تحصیل کرده‌اند که نظراتشان در ارائه‌ی راه‌کار ارزش و اهمیت خاصی دارد. به‌طور کلی می‌توان گفت برنامه‌ریزی و ارائه‌ی راه‌کار با این روش می‌تواند فراتر از ادراک فرد (مشتری) را بنگرد و چیزی بیشتر از انتظارات، ادراکات و توقعات

مشتری راجع به اهمیت‌ها و ویژگی‌هاست. راه‌کارهای CSM می‌تواند بهترین شیوه‌های کاری و قابلیت‌های دروندادی را برای تلاش‌ها و اقدامات وسیع‌تر فراهم کند (۵).

در این تحقیق مدیران و سرپرستان اماکن و مجموعه‌های ورزشی که عمدتاً کارشناسان و مدیران تربیت بدنی هستند و بیشترین ارتباط و حضور را در محل اماکن دارند و خود نیز عمدتاً همانند مشتریان از اماکن استفاده می‌کنند به‌عنوان مشتری و نظردهنده در مورد استانداردها یا همان شاخص‌های مورد ارزیابی به کار گرفته شده‌اند. متأسفانه شمار تحقیقات در مورد ارائه راه‌کار و الگو در بحث ساخت و ساز و مناسب‌سازی اماکن ورزشی بسیار کم است و در آن‌ها از روش‌های رتبه‌بندی همچون سنجش رضایت مشتری و AHP و در نظر گرفتن نظر کارشناسان ورزشی استفاده نشده است. پژوهشگران در دهه‌ها تحقیق به‌منظور ارائه راهکار صرفاً از رتبه‌بندی نظرات مشتریان و مراجعان عادی خود استفاده کرده‌اند و به سطح آگاهی و شناخت آن‌ها در زمینه مورد نظر در راستای ارائه راه‌کار توجهی نکرده‌اند. در ادامه، تعدادی از تحقیقات مرتبط و نمونه‌هایی از تحقیقاتی که در تربیت بدنی از روش‌های رتبه‌بندی در آن‌ها استفاده شده است ارائه می‌شود:

کهندل و همکاران (۱۳۸۱) در تحقیقی با عنوان «تعیین و اولویت‌بندی معیارهای انتخاب مربیان تیم‌های ملی در چند ورزش گروهی» به‌منظور رتبه‌بندی معیارهای انتخاب مربی میانگین و انحراف معیارهای پاسخ‌های افراد را با هم مقایسه و بیشترین آن‌ها را به ترتیب رتبه بندی کردند (۶).

احسانی (۱۳۸۶) در پژوهشی با عنوان «بررسی و رتبه‌بندی عوامل بازدارنده ارتقاء به پست‌های مدیریتی در هیئت‌های ورزشی استان خوزستان» به این نتیجه رسید که از دیدگاه مدیران زن و مرد مهم‌ترین عامل بازدارنده ورزش حرفه‌ای بوده است. همچنین مردان، در مقایسه با زنان برای تمامی مؤلفه‌ها نقش بازدارندگی بیشتری قائل بودند. عوامل روانی و شخصیتی زنان از دیدگاه مدیران زن و مرد نقش بازدارنده‌ای در ارتقای آنان به پست‌های مدیریتی نداشته است (۷).

خیابانچیان و همکاران (۱۳۸۳) در تحقیقی تحت عنوان عوامل مؤثر بر بهره‌وری دبیران زن تربیت بدنی از دیدگاه خود، مدیران مدرسه‌ها و مسئولان آموزش و پرورش و ارائه الگو به این نتایج دست یافتند که عوامل مؤثر بر بهره‌وری نیروی انسانی - که با استفاده از روش تحلیل عاملی اولویت‌بندی شدند - به ترتیب اهمیت عبارت بودند از: عامل‌های محیطی سازمانی، انگیزشی، اقتصادی-اجتماعی و شخصی (۸).

مشرف جوادی (۱۳۸۳) در مقاله‌ای با عنوان «عوامل مؤثر بر افزایش بهره‌وری سازمان تربیت بدنی از دیدگاه مدیران و کارشناسان و ارائه الگو با استفاده از آزمون تحلیل عاملی» دریافت

عوامل مؤثر در بخش اداری-مالی سازمان در رده اول اهمیت قرار دارند و پس از آن به‌ترتیب عوامل مؤثر در بخش‌های ورزش قهرمانی، ورزش همگانی و آموزش و پرورش در رده‌های بعدی قرار گرفتند (۹).

خدایاری و همکاران (۱۳۸۸) در تحقیقی با عنوان «کاربرد روش تحلیل پوششی داده‌ها برای تعیین بهره‌وری و رتبه‌بندی دانشکده‌ها و گروه‌های آموزشی تربیت بدنی و علوم ورزشی» توانستند ۱۱ دانشکده را در مجموع عملکرد آموزشی، پژوهشی و خدماتی رده‌بندی و مطلوب ارزیابی کنند و ۱۸ دانشکده دیگر را در ردیف نامطلوب رده‌بندی کردند (۱۰).

الله وردی و همکاران (۱۳۸۸) در تحقیقی با عنوان «اولویت‌بندی عوامل مؤثر بر بهره‌وری منابع انسانی از دیدگاه مدیران میانی دانشگاه علوم پزشکی اصفهان» به‌منظور رتبه‌بندی این عوامل در پرسشنامه خود از پاسخگویان خواسته بودند تا برای هر گزینه نمره‌ای بین یک تا ۵ اختصاص دهند. محققان در نهایت با جمع امتیازات و محاسبه میانگین‌ها به رتبه‌بندی عوامل پرداختند (۱۱).

کاظمی (۱۳۸۸) در تحقیقی با عنوان «عوامل مؤثر بر رضایت مشتریان از کیفیت خدمات در شعب بانک اقتصاد نوین مشهد با استفاده از سیستم سنجش رضایت مشتری» توانستند ۲۴ عامل مؤثر در رضایت مشتریان را از کیفیت خدمات بانکی در هفت بانک رتبه‌بندی کنند (۴).

فاضل نیا و همکاران (۱۳۸۹) در تحقیقی تحت عنوان «مکان‌یابی بهینه فضاهای ورزشی شهر زنجان با استفاده از مدل تحلیل سلسله مراتبی (AHP) و سیستم اطلاعات جغرافیایی (GIS)» توانست با استفاده از تحلیل سلسله مراتبی ۹ معیار مهم را در زمینه مکان‌یابی اماکن و فضاهای ورزش رتبه‌بندی و وزندهی کند و به‌صورت لایه‌های مختلف در نرم‌افزار سیستم اطلاعات جغرافیایی به‌منظور مکان‌یابی به‌کار برد (۱۲).

مارشال و همکاران (۲۰۰۷) در پژوهشی، طی مصاحبه با یک‌سری از مشتریان توانستند به‌موارد مهم تعیین‌کننده رضایت مشتریان از محصولات و خدمات یک شرکت دست پیدا کنند و آن‌ها را رتبه‌بندی و اولویت‌بندی کنند (۱۳).

یوکسل و همکاران (۲۰۱۰) به بررسی اثرات شناخت و رضایت مشتری بر وفاداری وی پرداختند. نتایج مدل‌سازی معادلات ساختاری در این پژوهش نشان می‌دهد احساسات مثبت مشتری می‌تواند وفاداری مشتری را ثابت کند و بر کیفیت و دوام ارائه خدمات تأثیر مثبتی دارد (۱۴).

سؤال تحقیق: ارزش و اهمیت هر یک از معیارها از دیدگاه مدیران و سرپرستان اماکن و مجموعه‌های ورزشی به چه میزان است؟

روش‌شناسی پژوهش

بر اساس هدف تحقیق، پژوهش حاضر از نوع تحقیقات کاربردی است و از نظر نوع جمع‌آوری داده‌های تحقیق، توصیفی-تحلیلی است که به روش میدانی اجرا شده است. به‌منظور آزمودن فرضیه‌های تحقیق از روش‌های آماری توصیفی و استنباطی شامل آزمون‌های χ^2 و آزمون دوجمله‌ای (binominal) استفاده شد. جامعه آماری پژوهش کلیه مدیران و سرپرستان اماکن و مجموعه‌های ورزشی اداره ورزش و جوانان شهرستان ارومیه بود که در زمان اجرای پژوهش طبق اعلام اداره ورزش و جوانان ارومیه تعداد آن‌ها ۲۹ مورد بود. در این پژوهش به دلیل کم بودن حجم جامعه و به‌منظور دقیق‌تر بودن اطلاعات و نتایج از نمونه‌گیری صرف‌نظر شد و کلیه اماکن و مجموعه‌های ورزشی ارومیه تحت پوشش قرار گرفتند. به‌منظور گردآوری اطلاعات از پرسشنامه محقق‌ساخته استفاده شد که دارای ۱۰۰ سؤال و هشت معیار بود. کلیه سؤالات پرسشنامه توسط استادان مجرب ارزیابی و روایی آن تأیید شد. برای اطمینان از روایی و پایایی ابزار، پرسشنامه به‌طور مقدماتی روی ۱۰ مکان و مجموعه ورزشی ارومیه که زیرمجموعه اداره ورزش و جوانان نبودند اجرا شد. پرسشنامه دارای معیارهای استاندارد در زمینه ساخت و ساز، دسترسی و همجواری است که استانداردهای آن با مطالعه مقالات و کتاب‌ها و تحقیقات خارجی مشابه و نظر استادان مجرب به‌دست آمده است. میزان ضریب آلفای کرونباخ برای کل پرسشنامه ۰.۷۸ محاسبه شد. در قسمت دوم پرسشنامه که با استفاده از طیف پنج‌ارزشی لیکرت طراحی شده بود، نظرات مدیران و سرپرستان در مورد اهمیت و رتبه هر یک از استانداردها پرسیده و با استفاده از روش CSM رتبه‌بندی شد. روش سنجش رضایت مشتری برای سنجش نظرات و اهمیت دیدگاه‌های مشتریان سازمان‌ها یا شرکت‌ها طراحی شده است. در تحقیق حاضر از روش CSM به‌صورت خلاقانه‌ای استفاده شده و مدیران به‌عنوان مشتریان جایگزین شده‌اند و نظرات آن‌ها به‌عنوان کارشناسان تربیت بدنی و ورزش در مورد استانداردهای پرسشنامه گردآوری و رتبه‌بندی شده است تا ضمن پی بردن به اهمیت هر معیار و استاندارد بتوان در تفسیر نتایج و عملیات‌های آتی از آن‌ها استفاده کرد.

در این روش مبنا و اساس بر نظر مشتری^۱ و احترام به وی است به همین منظور اولین گام در اجرا و ارائه استانداردها یا معیارهای ساخت و ساز اماکن یا هر چیز دیگری است که قصد سنجش اهمیت و اولویت‌بندی آن را از دیدگاه مشتریان داریم. در این روش مشتری را با عنوان VOC مشتری می‌شناسیم (۱۵). برای این منظور پرسشنامه‌ای با پنج گزینه سنجش اهمیت که به

۱. در این تحقیق منظور از مشتریان همان مدیران و سرپرستان نمونه تحقیق است.

ترتیب شامل گزینه‌های خیلی زیاد، زیاد، متوسط، کم و خیلی کم بود برای سؤالات هر یک از معیارها طراحی شد و سپس از مدیران خواسته شد اهمیت و ارزش هر معیار را از دیدگاه خود مشخص کنند. پس از بیان اهمیت و ارزش هر معیار از دیدگاه مدیران باید CSM برای معیارها محاسبه شود. بدین منظور از فرمول محاسبه CSM با روش deming استفاده می‌شود. با توجه به اینکه از این روش در تحقیقات تربیت بدنی استفاده نشده است و به دلیل جدید بودن کاربرد این روش، محقق در این پژوهش با خلاقیت خاصی از روش مدیریت رضایت مشتری استفاده کرده و به منظور رتبه‌بندی از رابطه وزن دهی زیر بهره گرفته است:

$$CSM = \sum_{i=1}^n a_i B_i$$

در فرمول روبرو:

CSM = نمره (عدد) رضایت مشتری؛

a_i = اهمیت نظر مشتری؛

B_i = امتیاز نظر مشتری.

پس از محاسبه CSM لازم است آن را نرمال (استاندارد) کنیم تا امکان مقایسه CSM افراد مختلف فراهم شود. برای این کار از فرمول زیر استفاده می‌کنیم:

$$(\sum_{i=1}^n a_i B_i / \sum_{i=1}^n a_i (\max B_i)) \times 100$$

برای استانداردسازی در صورت کسر CSM محاسبه شده قرار می‌گیرد و در مخرج کسر نیز امتیاز بیان شده هر فرد ضرب در حداکثر اهمیت همان فرد علت این است که اهمیت بیان شده از طرف هر فرد را نمی‌توان افزایش داد؛ زیرا نظر هر فرد حکم نهایی را دارد و نمی‌توان به وی گفت نظر شما در این مورد باید بیشتر اهمیت داشته باشد؛ بنابراین صرفاً باید امتیاز را به حداکثر رساند. بعد از محاسبه CSM هر مشتری باید CSM مجموع را محاسبه کنیم که برای این منظور ساده‌ترین روش، استفاده از میانگین‌گیری است. این روش زمانی به کار می‌رود که اهمیت همه مشتریان برای ما به یک اندازه باشد (۱۶)، ولی در عمل این اتفاق کمتر می‌افتد؛ بنابراین برای این منظور از دو فرمول زیر استفاده می‌شود:

$$W_i = \frac{\sum_j X_{ij}}{\sum_j \sum_j X_{ij}}$$

CSM کل در حالت مساوی بودن اهمیت همه مدیران:

$$CSM \text{ Total} = \sum_{i=1}^n csm_i \quad \text{or} \quad CSM \text{ Total} = csm_1 + csm_2 + csm_3 + \dots + csm_n$$

$$\text{Csm total} = \frac{\sum_{i=1}^n \lambda_i \text{ csm}_i}{\sum_{i=1}^n \lambda_i}$$

که در فرمول فوق:

Csm Total = نمره رضایت کل؛

(گامای هر مشتری) = اهمیت هر مدیر نظردهنده که متأثر از عوامل مختلفی است. گاما را محق با توجه به یکسری فاکتورها و عوامل تعیین می‌کند؛

N = تعداد مدیران نظردهنده (مشتریان).

علاوه بر این، می‌توان از روش‌های دیگری نظیر AHP نیز استفاده کرد. در روش AHP بر خلاف روش CSM (DEMING) که اهمیت و نظر مشتری بیان می‌شود و به صورت یک نمره اظهار می‌شود، به جای سؤال از فرد در مورد اهمیت هر معیار یا استاندارد، از وی در خصوص اهمیت هر معیار یا استاندارد، در مقایسه با سایر معیارها و استانداردها سؤال می‌شود. (البته توجه داشته باشیم که در این روش نیز اهمیت استانداردها و سؤالات از طرف مشتری بیان می‌شود)؛ بنابراین برای ثبت اظهارات مشتری در مورد بیان اهمیت هر معیار یا استاندارد، لازم است ماتریسی تشکیل شود که تعداد سطر و ستون‌های آن با تعداد معیارها و استانداردهای بیان شده از سوی مشتری برابر است (۱۷).

اعداد CSM در تحقیق حاضر برای سهولت و درک راحت‌تر رتبه‌ها به صورت درصدی بیان شده‌اند؛ زیرا رتبه‌بندی با استفاده از اعداد و نتایج CSM مشکل‌تر و نامفهوم‌تر است. در زیر نحوه تبدیل درصدی عدد CSM سؤال اول معیار اول در مقاله به طور نمونه بیان شده است:

$$\text{Total CSM} = 145 \rightarrow 100\%$$

$$\text{CSM c1 q1} = 136/996 \rightarrow 94/48\% \text{ OR } \frac{145}{100} \times 136/996 = 94/48 \text{ OR } 145/(100) \times 136/996 = 94/48$$

یافته‌های پژوهش

بر اساس یافته‌های تحقیق متوسط سنی پاسخگویان ۳۷/۲ سال و سوابق کاری آن‌ها ۹/۷ سال بود. ۷۰٪ پاسخگویان کمتر از ۴۰ سال سن داشتند و سابقه کار آنان کمتر از ۱۵ سال بود. ۶۲/۱٪ افراد مدارک لیسانس و ۶/۹٪ فوق لیسانس و ۲۰/۷٪ فوق دیپلم داشتند. از مجموع ۲۹ نفر، ۲۰ نفر دارای مدرک کارشناسی تربیت بدنی بودند که برابر با ۷۶/۹ درصد کل نمونه بود و

سایر افراد نمونه که ۹ نفر بودند مدارک تحصیلی دیگری داشتند که ۲۳/۱ درصد کل نمونه را شامل می‌شوند.

یافته‌های تحقیق در مورد استانداردهای حاکم بر اماکن و مجموعه‌های ورزشی در بحث معیارهای همجواری و مکان‌یابی نشان می‌دهد از ۲۹ مجموعه ورزشی ۱۰ مجموعه کمتر از استانداردها بوده‌اند و ۱۹ مجموعه از استانداردها پایین‌تر بودند. نتایج معیار دسترسی نشان داد ۲۱ مورد نسبت به استانداردهای موجود در حد متوسط بودند و ۵ مکان دیگر نیز با استانداردها همگام بودند. به‌علاوه، اماکن و مجموعه‌های ورزشی از نظر زیبایی‌شناختی و فضای سبز در سطحی ضعیف و غیراستاندارد قرار داشتند. این یافته‌ها نشان می‌دهد ۲۲ مکان ورزشی در مقایسه با استانداردها در سطح پایینی و دو مکان ورزشی نیز همگام با استانداردها بودند. همچنین ۵ مکان نیز در مقایسه با استانداردها در حد متوسطی قرار داشتند. نتایج این تحقیق در مورد معیارهای بهداشت و نگهداری اماکن و مجموعه‌های ورزشی نشان می‌دهد که دو نمونه از اماکن از نظر بهداشت و نگهداری در حد ضعیف و یک نمونه نیز با استانداردها همگام بودند، ولی ۲۶ نمونه از اماکن در مقایسه با استانداردها در حد متوسطی بودند. نتایج بررسی معیارهای ایمنی، کنترل و نظارت در اماکن و مجموعه‌های ورزشی بیانگر این است که یک نمونه از اماکن نسبت به استانداردها در حد متوسطی بوده و ۲۸ نمونه ضعیف‌تر از حد استاندارد بودند که نشان‌دهنده ایمنی و کنترل ضعیف اماکن و مجموعه‌های ورزشی ارومیه است. نتایج این تحقیق در مورد بررسی معیار طراحی پارکینگ نشان می‌دهد از ۲۹ مکان ورزشی دو نمونه همگام با استانداردها بودند. ۱۰ مکان نیز نسبت به استانداردها در حد متوسط و ۱۷ مکان ضعیف‌تر از حد استانداردها بودند. نتایج تحقیق در مورد بررسی معیار طراحی اماکن و مجموعه‌های ورزشی برای جانبازان و معلولان نشان می‌دهد ۲۳ عدد از این اماکن از حد استانداردها ضعیف‌ترند، و ۴ نمونه، در مقایسه با استانداردها در حد متوسط قرار دارند و دو نمونه نیز با استانداردها همگام‌اند. نتایج بررسی معیارهای اطلاع‌رسانی و ارائه خدمات بیانگر این است که ۸ نمونه از اماکن ورزشی ضعیف‌تر از استاندارد و ۲۱ نمونه در حد متوسط بودند.

جدول ۱. معیارهای همجواری، مکان‌یابی و ساخت اماکن و مجموعه‌های ورزشی

Rank	ROW	CSM	Total	خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم	مقولات
۱	۱	۹۵/۱۷	۲۹	۲۲	۷	۰	۰	۰	نزدیکی مجموعه به اداره پلیس و آتش نشانی
۲/۵	۲	۹۴/۴۸	۲۹	۲۳	۴	۲	۰	۰	نزدیکی مجموعه به پارکینگ عمومی با کمیت و کیفیت مناسب
۲/۵	۳	۹۴/۴۸	۲۹	۲۲	۶	۱	۰	۰	مناسب بودن تأسیسات مجموعه ورزشی با توجه به ویژگی‌های آب و هوایی منطقه
۵	۴	۹۲/۴۱	۲۹	۱۹	۹	۱	۰	۰	نزدیکی مجموعه به مدارس، دانشگاه‌ها و ادارات
۵	۵	۹۲/۴۱	۲۹	۲۰	۸	۰	۱	۰	نزدیکی مجموعه به بیمارستان‌ها و درمانگاه‌های دولتی و خصوصی
۵	۶	۹۲/۴۱	۲۹	۲۲	۵	۱	۰	۱	ساخت مجموعه ورزشی با توجه به کمبودها و نیازهای محیطی به تأسیسات و اماکن ورزشی
۷	۷	۹۱/۰۳	۲۹	۱۷	۱۱	۱	۰	۰	وجود دیوار یا حصار مشخص مجموعه ورزشی با همسایگان
۸	۸	۸۸/۹۷	۲۹	۱۹	۵	۴	۱	۰	طراحی و ساخت مجموعه ورزشی برای استفاده چندمنظوره (دارا بودن امکانات رشته‌های ورزشی)
۹/۵	۹	۸۸/۲۸	۲۹	۱۷	۸	۳	۱	۰	نزدیکی مجموعه به پارک‌ها و فضاهای سبز
۹/۵	۱۰	۸۸/۲۸	۲۹	۱۷	۹	۲	۰	۱	نزدیکی مجموعه به هتل‌ها و رستوران‌های با کمیت و کیفیت مناسب
۱۱	۱۱	۸۶/۹۰	۲۹	۱۶	۸	۴	۱	۰	همخوانی و هماهنگی مجموعه ورزشی با بافت و محیط شهری از نظر ساختاری (مواد و مصالح)
۱۲	۱۲	۸۳/۴۵	۲۹	۱۲	۱۱	۵	۱	۰	دوری و فاصله مناسب مجموعه از رودخانه‌ها و آبراه‌های زیرزمینی
۱۳	۱۳	۸۲/۰۷	۲۹	۱۱	۱۲	۴	۲	۰	نزدیکی بودن مجموعه به مرکز شهر
۱۴	۱۴	۷۸/۶۲	۲۹	۱۲	۷	۷	۲	۱	در نظر گرفتن علاقه و استعداد استفاده‌کنندگان محلی در ساخت تأسیسات مختلف ورزشی

نتایج بررسی و رتبه‌بندی نظرات مدیران در مورد استانداردهای معیار همجواری و مکان‌یابی، با استفاده از تکنیک سنجش رضایت مشتریان نشان می‌دهد استانداردهای نزدیکی مجموعه به پارکینگ مناسب، فضای سبز و هتل و رستوران رتبه‌های اول تا سوم را کسب کرده و سایر استانداردها به ترتیب اهمیت در رتبه‌های بعدی قرار گرفته‌اند.

جدول ۲. رتبه‌بندی معیارهای دسترسی (در دسترس بودن) اماکن و فضاهای ورزشی

Rank	ROW	CSM	Total	خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم	
۱	۱	۹۶/۵۵	۲۹	۲۵	۳	۱	۰	۰	نبود مشکلات ترافیکی و تردد راحت و سریع در روزها و ساعات پر استفاده از مجموعه
۲/۵	۲	۹۵/۸۶	۲۹	۲۳	۶	۰	۰	۰	قابلیت دسترسی راحت و سریع به مجموعه از نقاط مختلف شهر با سرویس‌های عمومی و خصوصی (تاکسی، اتوبوس، مترو)
۲/۵	۳	۹۵/۸۶	۲۹	۲۴	۴	۱	۰	۰	قابلیت دسترسی سریع و راحت برای سرویس‌های اضطراری نظیر آمبولانس، پلیس و آتش‌نشانی
۴	۴	۹۵/۱۷	۲۹	۲۲	۷	۰	۰	۰	قابلیت دسترسی مناسب برای تمامی افراد با توانایی‌های جسمی و جنسیت‌های مختلف
۵	۵	۹۳/۷۹	۲۹	۲۱	۷	۱	۰	۰	همخوانی و هماهنگی مجموعه با سیستم فعلی حمل و نقل شهری
۶	۶	۹۳/۱۰	۲۹	۱۹	۱	۰	۰	۰	وجود مسیرهای دسترسی فرعی و درجه دوم با کمیت و کیفیت مناسب
۷	۷	۹۲/۴۱	۲۹	۲۰	۷	۲	۰	۰	وجود مسیرهای مناسب برای دسترسی به پارکینگ‌های عمومی و خصوصی خارج از مجموعه
۸	۸	۹۱/۷۲	۲۹	۲۰	۸	۰	۰	۱	وجود مسیرهای دسترسی با آدرس شفاف و بدون سردرگمی در پیدا کردن مسیر، چه در داخل و چه در خارج از مجموعه
۱۰	۹	۹۱/۰۳	۲۹	۱۹	۸	۱	۱	۰	وجود پیاده‌روهای دسترسی داخلی و خارجی با کمیت و کیفیت مناسب
۱۰	۱۰	۹۱/۰۳	۲۹	۲۰	۷	۱	۰	۱	جدول‌کشی و بلوک‌بندی ایمن و مناسب مسیرهای دسترسی
۱۰	۱۱	۹۱/۰۳	۲۹	۱۹	۸	۱	۱	۰	وجود تناسب مسیرهای دسترسی از نظر تعداد، طول و پهنا به نسبت تعداد مراجعان، به‌ویژه در روزهای پر استفاده
۱۲	۱۲	۸۹/۶۶	۲۹	۱۹	۷	۲	۰	۱	دسترسی به مسیرها و شاهراه‌های اصلی عبور و مرور شهری
۱۳	۱۳	۸۸/۹۷	۲۹	۱۹	۶	۳	۰	۱	وجود تقاطع، زیرگذر و پل عابر در محل‌های دسترسی شلوغ و پر رفت و آمد
۱۴	۱۴	۸۷/۵۹	۲۹	۱۶	۸	۵	۰	۰	وجود سیستم‌ها و خدمات کنترل ترافیک در مسیرهای دسترسی داخلی و خارجی
۱۵/۵	۱۵	۸۳/۴۵	۲۹	۱۴	۶	۹	۰	۰	نزدیک بودن مجموعه به مسیرهای دسترسی برون‌شهری
۱۵/۵	۱۶	۸۳/۴۵	۲۹	۱۳	۹	۶	۱	۰	دسترسی مناسب مجموعه به مرکز شهر
۱۷	۱۷	۸۲/۷۶	۲۹	۱۳	۱	۳	۰	۲	وجود مسیرهای دسترسی ویژه دوچرخه با کیفیت مناسب
۱۸	۱۸	۷۱/۷۲	۲۹	۱۱	۴	۷	۵	۲	دسترسی مناسب مجموعه ورزشی به فرودگاه

نبود مشکلات ترافیکی، وجود مسیرها و پیاده‌روها و دسترسی مناسب بیشترین اهمیت را از دیدگاه مدیران داشته‌اند.

جدول ۳. رتبه‌بندی معیار زیبایی‌شناختی و فضای سبز اماکن و فضاهای ورزشی

Rank	ROW	CSM	Total	خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم	
۱	۱	۹۵/۸۶	۲۹	۲۳	۶	۰	۰	۰	هماهنگ بودن محیط داخلی و بیرونی مجموعه از نظر زیبایی‌شناختی
۲	۲	۹۵/۱۷	۲۹	۲۲	۷	۰	۰	۰	وجود فضای سبز زیبا و جذاب و مناسب در فضای بیرونی و داخلی
۳/۵	۳	۹۴/۴۸	۲۹	۲۲	۶	۱	۰	۰	وجود نماکاری زیبا و جذاب و مدرن در ورودی و خروجی مجموعه
۳/۵	۴	۹۴/۴۸	۲۹	۲۲	۶	۱	۰	۰	وجود طراحی و آرایش گل و گیاهان برای فضاهای سبز اطراف و درون مجموعه
۵	۵	۹۳/۱۰	۲۹	۲۱	۶	۲	۰	۰	وجود طراحی‌های زیبا و جذاب در مسیرهای دسترسی داخلی و خارجی
۶	۶	۹۲/۴۱	۲۹	۱۹	۹	۱	۰	۰	استفاده از گونه‌های مختلف گل و گیاه و درختان مختلف و مناسب در فضای سبز بیرونی و داخلی
۷/۵	۷	۹۱/۰۳	۲۹	۱۹	۷	۳	۰	۰	داشتن ویژگی‌های منحصربه‌فرد و یکتا، به یاد ماندنی و متقاعدکننده سلیقه‌های مختلف در ساختار و نمای کلی و امکانات مجموعه
۷/۵	۸	۹۱/۰۳	۲۹	۱۹	۷	۳	۰	۰	وجود سنگفرش‌ها و کفیوش‌های زیبا و جذاب و متنوع در مسیرهای دسترسی داخلی و خارجی
۹/۵	۹	۹۰/۳۴	۲۹	۱۹	۶	۴	۰	۰	استفاده از نظرات مهندسان زیبایی‌شناسی و طراحی در ساخت بخش‌ها و مناطق مختلف مجموعه
۹/۵	۱۰	۹۰/۳۴	۲۹	۱۸	۸	۳	۰	۰	وجود بلوار، پرچین، گلدان و درختچه‌ها در حاشیه مسیرهای دسترسی
۱۱	۱۱	۸۶/۹۰	۲۹	۱۴	۱۱	۴	۰	۰	رنگ‌آمیزی‌های زیبا، مجسمه و تابلوهای زیبا و جذاب در فضای داخلی و مسیرهای بیرونی
۱۲	۱۲	۸۶/۲۱	۲۹	۱۴	۱۲	۲	۰	۱	استفاده از نظرات مهندسان کشاورزی و متخصصان گل و گیاه به‌منظور بهبود و توسعه فضاهای سبز
۱۳	۱۳	۸۵/۵۲	۲۹	۱۵	۹	۴	۰	۱	وجود لوسترها، شب‌نماها و نورافشان‌ها در نماها و فضاهای داخلی و مسیرهای دسترسی خارجی

در مورد معیارهای زیبایی‌شناختی بیشترین اهمیت‌ها از دیدگاه مدیران شامل: استانداردهای هماهنگی محیط داخلی و بیرونی، استفاده از طراحی مسیرها و محیط پیرامونی زیبا و نماکاری بودند.

جدول ۴. رتبه‌بندی معیارهای بهداشت و نگهداری اماکن و فضاهای ورزشی

Rank	ROW	CSM	Total	خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم	معیارهای بهداشت و نگهداری اماکن و مجموعه‌های ورزشی
۱	۱	۹۷/۹۳	۲۹	۲۸	۰	۰	۱	۰	وجود سیستم تهویه، تصفیه هوا در سالن و راهروهای مجموعه
۲	۲	۹۷/۲۴	۲۹	۲۷	۱	۰	۱	۰	عایق‌بندی مناسب برای کنترل صدا در سالن‌ها و قسمت‌های پر سر و صدا
۳	۳	۹۶/۵۵	۲۹	۲۵	۳	۱	۰	۰	وجود سرویس‌های بهداشتی مناسب از نظر کمیت و کیفیت با توجه به حجم مراجعان
۵/۵	۴	۹۵/۸۶	۲۹	۲۶	۲	۰	۰	۱	مجهز بودن مجموعه به سیستم‌های حرارتی، خنک‌کننده و تنظیم رطوبت
۵/۵	۵	۹۵/۸۶	۲۹	۲۵	۳	۰	۱	۰	بازبینی و کنترل دوره‌ای و منظم تجهیزات تهویه‌ای، حرارتی و خنک‌کننده
۵/۵	۶	۹۵/۸۶	۲۹	۲۳	۶	۰	۰	۰	استفاده از مهندسان با تجربه به منظور تعمیر و کنترل تجهیزات و وسایل
۵/۵	۷	۹۵/۸۶	۲۹	۲۳	۶	۰	۰	۰	استفاده از مواد شوینده و پاک‌کننده مناسب برای نظافت مجموعه
۸	۸	۹۵/۱۷	۲۹	۲۴	۴	۰	۱	۰	استفاده از نیروی خدمات نظافت به تعداد مناسب
۹	۹	۹۳/۷۹	۲۹	۲۲	۶	۰	۱	۰	داشتن سرویس‌های بهداشتی آب‌خوری در نقاط مختلف مجموعه و مسیرهای دسترسی به تعداد مناسب
۱۰	۱۰	۹۳/۱۰	۲۹	۲۰	۸	۱	۰	۰	وجود برنامه مناسب نظافت روزانه به صورت منظم
۱۲	۱۱	۹۱/۷۲	۲۹	۲۰	۷	۱	۱	۰	مناسب، ایمن و ضد زنگ بودن عایق‌ها و رنگ‌های به کار برده شده در سطوح و قسمت‌های مختلف
۱۲	۱۲	۹۱/۷۲	۲۹	۲۱	۶	۱	۰	۱	وجود درمانگاه و کمپ پزشکی مناسب با امکانات اورژانسی
۱۲	۱۳	۹۱/۷۲	۲۹	۲۲	۳	۳	۱	۰	به کارگیری کارکنانی که گواهینامه سلامت دارند
۱۴	۱۴	۷۴/۴۸	۲۹	۱۴	۳	۴	۶	۲	وجود سرویس‌های بهداشتی فرنگی

در بحث معیار مهم بهداشت و نگهداری، نصب سیستم‌های تصفیه و تهویه هوا، نصب سیستم‌های حرارتی و برودتی و عایق‌کاری‌های بیشترین اهمیت را داشتند و استخدام کارکنان

با گواهینامه سلامت با کسب ۲۲ رأی رده هشتم قرار گرفت.

جدول ۵. رتبه‌بندی معیارهای ایمنی، کنترل و نظارت در اماکن و مجموعه‌های ورزشی

Rank	ROW	CSM	Total	خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم	معیارهای ایمنی، کنترل و نظارت در اماکن و مجموعه‌های ورزشی
۱	۱	۹۷/۹۳	۲۹	۲۶	۳	۰	۰	۰	وجود درب‌ها و راهروهای خروج اضطراری به تعداد مناسب و استاندارد
۲/۵	۲	۹۶/۵۵	۲۹	۲۴	۵	۰	۰	۰	وجود و استفاده از مواد و مصالح ایمن و با دوام در قسمت‌ها و مسیرهای مختلف دسترسی
۲/۵	۳	۹۶/۵۵	۲۹	۲۵	۳	۱	۰	۰	ایمن و استاندارد بودن سیستم روشنایی، کابل‌ها، کلیدها و پریزهای برق
۴	۴	۹۵/۱۷	۲۹	۲۲	۷	۰	۰	۰	ایمن و استاندارد بودن سیستم لوله‌کشی و گازکشی مجموعه
۵	۵	۹۴/۴۸	۲۹	۲۳	۵	۰	۱	۰	وجود مسیرهای دسترسی داخلی و خارجی استاندارد و بدون چاله، برآمدگی و دوسطحی بودن
۶/۵	۶	۹۳/۷۹	۲۹	۲۱	۷	۱	۰	۰	وجود پله‌هایی با ارتفاع و پهنای مناسب و ایمن در مجموعه
۶/۵	۷	۹۳/۷۹	۲۹	۲۵	۱	۲	۰	۱	نبود موانع در راهروها و مسیرهای عبور و مرور در باز شدن درب‌ها به داخل اتاق‌ها و سالن‌ها
۸/۵	۸	۹۲/۴۱	۲۹	۲۱	۷	۰	۰	۱	وجود سیستم‌های ایمنی، نظیر اطفای حریق و آژیر خطر در قسمت‌های مهم و کلیدی مجموعه
۸/۵	۹	۹۲/۴۱	۲۹	۲۰	۸	۰	۱	۰	دید مناسب پذیرش به پارکینگ موتوری و غیرموتوری
۱۰/۵	۱۰	۹۱/۰۳	۲۹	۱۹	۹	۰	۰	۱	رعایت شیب‌بندی مناسب و نصب حفاظ و گاردریل و بلوک در کنار مسیرهای دسترسی پیاده
۱۰/۵	۱۱	۹۱/۰۳	۲۹	۲۰	۷	۱	۰	۱	وجود کادر آموزش‌دیده و ویژه انتظامات در مجموعه به تعداد مناسب
۱۲	۱۲	۸۸/۹۷	۲۹	۱۹	۷	۱	۱	۱	وجود سرعت‌گیر، سیستم‌های کنترل ترافیک در مسیرهای دسترسی داخلی و خارجی
۱۳	۱۳	۸۶/۹۰	۲۹	۱۷	۷	۴	۰	۱	وجود سیستم دوربین مداربسته در مجموعه و نقاط حساس و پرخطر آن
۱۴	۱۴	۸۶/۲۱	۲۹	۱۹	۵	۳	۰	۱	وجود سیستم کنترل مرکزی به‌منظور کنترل و نظارت بر تجهیزات مختلف مجموعه
۱۵	۱۵	۸۵/۵۲	۲۹	۱۸	۴	۵	۱	۱	وجود ایستگاه‌های کنترل و بازرسی فیزیکی در ورودی مجموعه

بهترین رتبه معیار ایمنی شامل: ساخت و مناسب‌سازی مسیرهای دسترسی ایمن و استاندارد و مسیرها و درب‌های خروج اضطراری و نصب گاردریل و شیب‌بندی مناسب بود.

جدول ۶. معیارهای طراحی پارکینگ اماکن و مجموعه‌های ورزشی

Rank	ROW	CSM	Total	خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	بسیار کم	معیارهای طراحی پارکینگ اماکن و مجموعه‌های ورزشی
۱	۱	۹۷/۲۴	۲۹	۲۵	۴	۰	۰	۰	وجود فضای مناسب و استاندارد و ایمن برای پارکینگ با توجه به تعداد مراجعان
۲	۲	۹۵/۱۷	۲۹	۲۲	۷	۰	۰	۰	قابلیت دسترسی آسان از پارکینگ به قسمت‌های مختلف مجموعه در کمترین زمان
۳	۳	۹۴/۴۸	۲۹	۲۲	۶	۱	۰	۰	وجود سیستم زهکشی مناسب برای دفع آب‌های سطحی در پارکینگ
۵	۴	۹۳/۱۰	۲۹	۱۹	۱۰	۰	۰	۰	جایگاه مناسب برای استقرار آمبولانس، ماشین‌های آتش‌نشانی، پلیس و صدا و سیما
۵	۵	۹۳/۱۰	۲۹	۲۱	۷	۰	۱	۰	وجود روشنایی ایمن و مناسب در محیط پارکینگ
۵	۶	۹۳/۱۰	۲۹	۲۰	۸	۱	۰	۰	وجود جدول‌کشی و تعیین حد و مرز محیط پارکینگ
۷	۷	۹۷/۷۲	۲۹	۲۳	۳	۱	۱	۱	وجود سایه‌بان مناسب و ایمن برای محافظت وسایل نقلیه از باران، نور خورشید و باد
۸/۵	۸	۸۸/۹۷	۲۹	۱۷	۱۰	۱	۰	۱	وجود پارکینگ مناسب و ایمن برای پارک دوچرخه و موتورسیکلت
۸/۵	۹	۸۸/۹۷	۲۹	۲۰	۵	۲	۱	۱	وجود سیستم کنترل در ورودی و خروجی پارکینگ

در مورد معیار طراحی پارکینگ نظرات مدیران درباره پراهمیت‌ترین استانداردها به ترتیب شامل: توجه به تعداد مراجعان احتمالی در ساخت پارکینگ، پیش‌بینی فضای مناسب برای ماشین‌های امداد و رسانه‌ها و اجرای زهکشی مناسب بود.

جدول ۷. رتبه‌بندی معیارهای طراحی فضاهای ورزشی برای جانبازان و معلولان

Rank	ROW	CSM	Total	خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	بسیار کم	معیارهای طراحی برای جانبازان و معلولان در اماکن و مجموعه‌های ورزشی
۱	۱	۸۹/۶۶	۲۹	۲۴	۰	۱	۳	۱	وجود مسیرهای دسترسی مناسب و ایمن برای جانبازان و معلولان (نیود ناهمواری و شیب مناسب)
۲/۵	۲	۸۶/۲۱	۲۹	۱۸	۶	۲	۲	۱	وجود صندلی‌ها و مناطق استراحت برای افراد معلول و ویلچری‌ها
۲/۵	۳	۸۶/۲۱	۲۹	۲۱	۴	۰	۰	۴	مناسب بودن سالن‌های ورزشی برای استفاده افراد معلول
۵	۴	۸۵/۵۲	۲۹	۱۹	۶	۰	۱	۳	وجود جایگاه‌های ویژه و استاندارد پارک در پارکینگ برای استفاده افراد معلول
۵	۵	۸۵/۵۲	۲۹	۲۱	۳	۰	۲	۳	وجود جایگاه‌های ویژه تماشاچی برای افراد معلول با پهنا و دید مناسب
۵	۶	۸۵/۵۲	۲۹	۱۸	۷	۱	۰	۳	وجود درب‌های چرخشی و استاندارد برای تردد افراد معلول و ویلچری
۷	۷	۸۴/۱۴	۲۹	۱۹	۴	۲	۱	۳	وجود سرویس‌های بهداشتی، رختکن، کمد‌ها و تجهیزات ویژه افراد معلول با جنسیت‌های متفاوت
۸	۸	۸۳/۴۵	۲۹	۱۸	۵	۱	۳	۲	وجود تابلوهای راهنمایی و رانندگی و هشدار دهنده لمسی برای معلولان با اختلالات بصری
۹	۹	۸۰/۰۰	۲۹	۱۶	۵	۳	۲	۳	وجود سیستم‌های کنترل درجه حرارت ویژه سالن‌های معلولان

در مورد مناسب‌سازی مکان‌ها برای افراد معلول مهم‌ترین استانداردها شامل: ساخت مسیرهای دسترسی مناسب برای افراد ناتوان جسمی و ذهنی، نصب تابلوهای هشداردهنده و لمسی برای آن‌ها و نصب صندلی‌ها و مکان‌های ویژه استراحت برای معلولان بود.

جدول ۸. معیارهای اطلاع رسانی و سرویس‌دهی اماکن و مجموعه‌های ورزشی

Rank	ROW	CSM	Total	خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم	معیارهای اطلاع رسانی و سرویس‌دهی اماکن و مجموعه‌های ورزشی
۱	۱	۵۹/۶۶	۲۹	۲۱	۵	۱	۰	۲	وجود تابلوهای اعلانات و تبلیغات به زبان انگلیسی و فارسی در مسیرهای دسترسی داخلی و خارجی
۲	۲	۸۶/۲۱	۲۹	۲۰	۲	۵	۰	۲	وجود مرکز فروش و کنترل بلیت مطابق با ظرفیت ورزشگاه
۳	۳	۸۴/۸۳	۲۹	۱۹	۴	۳	۰	۳	وجود بوفه، رستوران و فروشگاه‌های ورزشی
۴/۵	۴	۸۴/۱۴	۲۹	۱۸	۶	۱	۱	۳	وجود تابلوهای قوانین و مقررات انضباطی و بهداشتی به زبان‌های مختلف در داخل و خارج از مجموعه
۴/۵	۵	۸۴/۱۴	۲۹	۱۷	۷	۱	۲	۲	وجود تابلوهای راهنمایی و رانندگی استاندارد در مسیرهای دسترسی داخلی و خارجی
۶	۶	۸۳/۴۵	۲۸	۱۹	۳	۳	۲	۱	وجود انبار، اتاق تحویل و عودت وسایل و لوازم افراد به تعداد و اندازه مناسب
۷	۷	۸۲/۷۶	۲۹	۱۶	۷	۳	۰	۳	وجود مرکز رسانه، استودیوی گزارش و تسهیلات ویژه خبرنگاران و مصاحبه مطبوعاتی
۸	۸	۸۰/۰۰	۲۹	۱۴	۸	۲	۳	۲	وجود سایت اینترنتی، تلفنخانه و دیگر سیستم‌های اطلاع رسانی عمومی

مهم‌ترین موارد در بحث اطلاع رسانی به ترتیب شامل: نصب تابلوهای راهنما به فارسی و انگلیسی در مسیرهای دسترسی، نصب تابلوهای قوانین و مقررات مجموعه ورزشی و نصب تابلوهای راهنمایی و رانندگی در مکان‌های پرتردد و مسیرهای دسترسی داخلی و خارجی.

بحث و نتیجه‌گیری

هدف از این تحقیق رتبه‌بندی استانداردهای مناسب‌سازی اماکن و فضاهای ورزشی از دیدگاه مدیران و سرپرستان این اماکن با استفاده از تکنیک سنجش رضایت مشتری (CSM) است تا با ارائه راه‌کار مناسب گامی در جهت بهبود ساخت و سازهای آتی اماکن و فضاهای ورزشی برداشته شود. با توجه به اهداف تعیین شده، پژوهش حاضر از نوع تحقیقات کاربردی و از نظر نوع جمع‌آوری داده‌های تحقیق توصیفی-تحلیلی است که به روش میدانی اجرا شده است. اطلاعات مورد نیاز با استفاده از پرسشنامه به صورت حضوری در محل فعالیت مدیران و

سرپرستان اماکن و مجموعه‌های ورزشی جمع‌آوری شد. برای تجزیه و تحلیل اطلاعات از نرم-افزار آماری SPSS، EXCEL و آزمون‌های آماری استفاده شد و وضعیت اماکن ورزشی در مورد وجود یا نبود هر یک از معیارها بررسی و مشخص شد. در قسمت دوم پرسشنامه، نظرات و دیدگاه‌های مدیران و سرپرستان اماکن ورزشی در مورد اهمیت و ارزش سؤالات هر یک از معیارها (استانداردها) گردآوری شد. سپس این نظرات با استفاده از تکنیک سنجش رضایت مشتری (CSM) - که تکنیکی برای اولویت‌بندی است و از میانگین با ضرایب مساوی تبعیت می‌کند- به صورت درصدی ارزش‌گذاری و برای هر معیار از نظر اهمیت، رتبه‌بندی ارائه شد. اندازه‌گیری رضایت مشتریان ابزاری مؤثر برای کنترل عملکرد کلی سازمان است و سازمان را در تشخیص ضعف‌هایش و تلاش برای برطرف کردن آن‌ها یاری می‌دهد. گام‌های اندازه‌گیری (CSM) در تحقیق حاضر شامل موارد زیر بودند:

- آموزش و توضیح مختصر به مدیران در مورد استانداردها؛
- توزیع پرسشنامه نظرات مدیران در مورد اهمیت هر یک از استانداردها؛
- جمع‌آوری نظرات؛
- تحلیل نظرات مدیران؛
- انجام اصلاحات لازم؛
- تعیین اهمیت هر استاندارد؛
- امتیازدهی و جمع‌بندی امتیازات؛
- محاسبه CSM هر مدیر؛
- نرمال‌سازی؛
- محاسبه CSM کل مدیران؛
- تبدیل نمره‌های CSM به رتبه‌های درصدی برای سهولت درک و فهم راحت‌تر.

با توجه به یافته‌های محقق، اهمیت معیارها از دیدگاه مدیران و سرپرستان اماکن به صورت درصدی محاسبه و رتبه‌بندی شد:

معیار همجواری و مکان‌یابی ۸۹/۲۱٪ اهمیت: نتایج بررسی و رتبه‌بندی نظرات مدیران در مورد تک تک استانداردهای معیار همجواری و مکان‌یابی با استفاده از تکنیک سنجش رضایت مشتریان نشان می‌دهد استانداردهای نزدیکی مجموعه به پارکینگ مناسب، فضای سبز و هتل و رستوران رتبه‌های اول تا سوم را کسب کرده و سایر استانداردها به ترتیب اهمیت در رتبه‌های بعدی قرار گرفته‌اند.

معیار دسترسی (مناسب‌سازی) ۸۹/۷۳٪: رتبه‌بندی معیارهای دسترسی (در دسترس بودن)

اماکن و فضاهای ورزشی نشان داد مشکلات ترافیکی، وجود مسیرها و پیاده‌روهای دسترسی مناسب بیشترین اهمیت را از دیدگاه مدیران داشته‌اند.

زیبایی شناختی و فضای سبز ۹۱/۲۹٪: در مورد معیارهای زیبایی‌شناختی بیشترین اهمیت‌ها از دیدگاه مدیران شامل استانداردهای هماهنگی محیط داخلی و بیرونی، استفاده از طراحی مسیرها و محیط پیرامونی زیبا و نماکاری بودند.

بهداشت و نگهداری ۹۳/۳۴٪: در بحث معیار مهم بهداشت و نگهداری نصب سیستم‌های تصفیه و تهویه هوا، نصب سیستم‌های حرارتی و برودتی و عایق‌کاری‌های مناسب بیشترین اهمیت را داشتند و استخدام کارکنان با گواهینامه سلامت با کسب ۲۲ رأی بسیار مهم در رده هشتم قرار گرفت.

ایمنی، کنترل و نظارت ۹۲/۱۸٪: بهترین رتبه معیار ایمنی شامل: ساخت و مناسب‌سازی مسیرهای دسترسی ایمن و استاندارد، مسیرها و درب‌های خروج اضطراری، نصب گاردریل و شیب‌بندی مناسب بود.

طراحی پارکینگ ۹۲/۸۷٪: در معیار طراحی پارکینگ نظرات مدیران درباره پراهمیت‌ترین استانداردها به ترتیب شامل: توجه به تعداد مراجعان احتمالی، پیش‌بینی فضای مناسب برای ماشین‌های امداد و رسانه‌ها و اجرای زهکشی مناسب بود. معیار طراحی برای جانبازان و معلولان ۷۵/۵۵٪ به دست آمد.

با توجه به نظرات مدیران می‌توان گفت که در ساخت و ساز اماکن و فضاهای ورزشی توجه به رعایت استانداردهای بهداشت و نگهداری اماکن ورزشی نظیر طراحی و ساخت سرویس‌های بهداشتی و استفاده از کادر و تجهیزات نظافت و غیره در اولویت اول قرار دارد. طراحی پارکینگ مناسب، ایمن، در دسترس و متناسب با جمعیت استفاده‌کننده از اولویت‌های مهم است. همچنین در نظر گرفتن استانداردهای ایمنی نظیر سیستم‌های نظارتی، درب‌های ورود و خروج، سیستم‌های اطفای حریق، کمک‌های اولیه و ... از اولویت‌های انتخابی مدیران بوده است. همچنین طراحی و ساخت فضاهای سبز و توجه به بعد مهم زیبایی‌شناختی و زیباسازی، پیش‌بینی احتیاجات و مناسب‌سازی برای افراد معلول و ناتوان نظیر مناسب‌سازی مسیرهای دسترسی و توجه به نصب سیستم‌های اطلاع‌رسانی و ساخت اماکن ورزشی در همجواری و همسایگی مناسب با دیگر سازه‌ها و فضاهای شهری از دیگر اولویت‌های مورد نظر مدیران و سرپرستان اماکن بودند.

پیشنهادها و راه کارها

در مورد مناسب سازی ویژه افراد معلول مهم ترین استانداردها شامل: ساخت مسیرهای دسترسی مناسب برای افراد ناتوان جسمی و ذهنی، نصب تابلوهای هشداردهنده و لمسی برای آن ها و نصب صندلی ها و مکان های ویژه استراحت برای معلولان است. مهم ترین موارد در بحث اطلاع رسانی به ترتیب شامل: نصب تابلوهای راهنما به فارسی و انگلیسی در مسیرهای دسترسی، نصب تابلوهای قوانین و مقررات مجموعه ورزشی و نصب تابلوهای راهنمایی و رانندگی در مکان های پر تردد و مسیرهای دسترسی داخلی و خارجی است.

با توجه به رتبه بندی معیارها در این تحقیق و مشخص کردن اهمیت هر یک از آن ها از دیدگاه مدیران و سرپرستان اماکن و فضاهای ورزش، نتایج و اهداف رتبه بندی این تحقیق با نتایج تحقیقات خیابانچیان و همکاران، مشرف جوادی و فاضل نیا شباهت و ارتباط مفهومی دارد و با نتایج تحقیق کاظمی در شعب بانک همخوانی دارد. با استفاده از این یافته ها می توان اولویت ها را در ساخت و ساز اماکن ورزشی رعایت کرد، به ویژه رعایت استانداردهای مناسب سازی اماکن برای جانبازان و معلولان نظیر ایجاد دسترسی مناسب، توجه به موارد و استانداردهای بهداشتی نظیر سیستم های تهویه، سرویس های مناسب و استاندارد بهداشتی و استفاده از کفپوش ها و رنگ های مناسب در سطوح، پیش بینی فضای مناسب پارکینگ با توجه به تعداد کاربران، توجه به موارد ایمنی نظیر درب ها و راهروهای خروج اضطراری و سیستم های اطفای حریق و دوربین های مدار بسته، توجه به بعد زیبا سازی و طراحی فضای سبز، نصب سیستم ها و تجهیزات اطلاع رسانی در اماکن ورزشی و مسیرهای دسترسی به آن ها.

در پایان، پس از تعیین ارزش و اهمیت کلیه معیارها به صورت رتبه بندی می توان از طریق رتبه بندی راه کارها با روش CSM به اهمیت آن ها از دیدگاه مدیران ورزش پی برد و از مقایسه این نظرات با استانداردهای بین المللی و کشورهای برتر در زمینه ساخت و ساز اماکن و فضاهای ورزشی در ارائه راه کار استفاده کرد.

منابع:

۱. امینی، امیرحسین. سمیاری، امیر. (۱۳۸۵) طراحی و مناسب سازی مبلمان شهری. همایش ملی مناسب سازی محیط شهری.
۲. مظفری، سید امیر احمد. (۱۳۸۹) برنامه ریزی و مدیریت اماکن و تأسیسات ورزشی. انتشارات بامداد کتاب.

۳. بادامی، رخساره. (۱۳۸۵). ساخت محیط و فعالیت بدنی. اولین همایش ملی شهر و ورزش.
۴. کاظمی، مصطفی مهاجر، شیما (۱۳۸۸). رتبه بندی عوامل مؤثر بر رضایت مشتریان از کیفیت خدمات در شعب بانک اقتصاد نوین.
۵. مبشری، جلیل (۱۳۷۷). بررسی سطح رضایت مندی بیمه گذاران زیان‌دیده در بیمه‌های اتومبیل پایان نامه کارشناسی ارشد. ص ۱، ۲.
۶. کهن‌دل، مهدی. امیر تاش، علی محمد. مظفری، سید امیر احمد (۱۳۸۱). تعیین و اولویت بندی معیارهای انتخاب مربیان تیم‌های ملی در چند ورزش گروهی. فصلنامه المپیک. سال دهم. شماره ۱ (پیاپی ۲۱). بهار و تابستان. ص ۱۷.
۷. محمد احسانی، سیده ناهید شتاب بوشهری، هاشم کوزه چیان، اصغر مشبکی، بررسی و رتبه بندی عوامل بازدارنده ارتقاء زنان به پست‌های مدیریتی در هیأت‌های ورزشی استان خوزستان، نشریه پژوهش در علوم ورزش، شماره ۱۹، (۱۳۸۷). صص. ۱۸۹-۱۷۱
۸. خیابانچیان، نازیلا. امیر تاش، علی محمد. مظفری، سید امیر احمد (۱۳۸۳). عامل‌های مؤثر بر بهره‌وری دبیران زن تربیت بدنی از دیدگاه خود، مدیران مدرسه‌ها و مسئولان آموزش و پرورش و ارائه الگو. فصلنامه المپیک، سال دوازدهم، شماره ۴. ۱۳۸۳
۹. مشرف جوادی، بتول. مظفری، سید امیر احمد. طالبی، ناهید (۱۳۸۳). عوامل مؤثر بر افزایش بهره‌وری سازمان تربیت بدنی از دیدگاه مدیران و کارشناسان و ارائه الگو. نشریه پژوهش در علوم ورزش. جلد اول، شماره ۳. صص. ۱۰۰-۸۹
۱۰. خدایاری، عباس. امیر تاش، علی محمد. مظفری، سید امیر احمد (۱۳۸۸). کاربرد روش تحلیل پوششی داده‌ها برای تعیین بهره‌وری و رتبه بندی دانشکده‌ها و گروه‌های آموزشی تربیت بدنی و علوم ورزشی. نشریه مدیریت ورزشی. شماره ۲. پاییز
۱۱. الله وردی، مصطفی. فرح آبادی، سید محمد احسان. سجادی، حانیه السادات (۱۳۸۸). اولویت بندی عوامل مؤثر بر بهره‌وری منابع انسانی از دیدگاه مدیران میانی دانشگاه علوم پزشکی اصفهان. فصلنامه بیمارستان. سال نهم. شماره ۴. ۳. پاییز و زمستان ۱۳۸۹. شماره مسلسل ۳۵.
۱۲. غریب فاضل نیا، اکبر کیانی، موسی رستگار. (۱۳۸۹). مکان یابی بهینه فضاهای ورزشی با استفاده از مدل تحلیل سلسله مراتبی (AHP) و سیستم اطلاعات جغرافیایی (GIS). مجله

پژوهش و برنامه ریزی شهری، سال اول، شماره اول. صص. ۲۰-۱.

13. Marshall F., Chakraborty G., and srivastave P. 2007. Are drivers of customer satisfaction different for Buyers/users from different functional areas? Journal of Business and Industrial Marketing.
14. Yuksel, Atila, Yuksel, Fisun, Bilim, yasin, (2010). Destination attachment: Effects on customer satisfaction and cognitive, affective and cognitive loyalty, journal of tourism management vol.31, pp: 274-284.
15. Arbore, Alessandro, Busacca, Bruno, (2009). Customer Satisfaction and Dissatisfaction in retail banking: Exploring the asymmetric impact of Attribute performances, journal of Retailing and customer services, Vol.16, pp: 271-280.
16. Ronald, Gilbert, Velatso, Clepatro, (2006). across industry comparison of customer satisfaction, Journal of service marketing, Vol20, No5.
17. Yuksel, Atila, Yuksel, Fisun, Bilim, yasin, (2010). Destination attachment: Effects on customer satisfaction and cognitive, affective and cognitive loyalty, journal of tourism management vol.31, pp: 274-284.

ارجاع مقاله به روش Vancouver

جوادی پور محمد؛ سهرابی پوریا. رتبه‌بندی استانداردهای مناسب‌سازی اماکن ورزشی با استفاده از تکنیک سنجش رضایت مشتری (CSM) برای ارائه راه‌کار، ۱۳۹۲؛ ۵ (۱۹): ۱۲۹-۱۵۰

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی