

## ارزیابی ادراکات و انتظارات مشتریان از کیفیت خدمات اماکن ورزشی دانشگاه با استفاده از مدل سروکوال (مطالعه موردی: دانشگاه شهید مدنی آذربایجان)

رسول فرجی<sup>۱</sup>، مهدی بشیری<sup>۲</sup>، یوسف یآوری<sup>۳</sup>، فرهاد خوشنویس<sup>۴</sup>

۱. استادیار مدیریت ورزشی، دانشگاه شهید مدنی آذربایجان\*
- ۲ و ۳. استادیار مدیریت ورزشی، دانشگاه شهید مدنی آذربایجان
۴. کارشناس ارشد، دانشگاه شهید مدنی آذربایجان

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۵/۰۱/۲۲

تاریخ دریافت: ۱۳۹۴/۱۱/۰۲

### چکیده

تحلیل کیفیت خدمات، مدیریت سازمان را قادر می‌سازد ضمن جلوگیری از کاهش کیفیت، منابع محدود مالی را به حوزه‌هایی اختصاص دهد که اهمیت بیشتری دارند؛ از این رو، هدف پژوهش حاضر بررسی کیفیت خدمات ارائه شده در اماکن ورزشی دانشگاه شهید مدنی آذربایجان با استفاده از مدل سروکوال بود. پژوهش حاضر از نوع توصیفی بود که ۲۲۷ نفر از کاربران اماکن ورزشی دانشگاه شهید مدنی آذربایجان (دانشجویان، کارکنان و استادان) به‌عنوان نمونه در آن شرکت کردند. داده‌های پژوهش با استفاده از پرسشنامه ۲۲ گویه‌ای سروکوال جمع‌آوری شد که پنج بعد کیفیت خدمات (عناصر عینی، قابلیت اعتماد، پاسخ‌گویی، تضمین و همدلی) را در دو بخش ادراکات و انتظارات می‌سنجد. تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از آزمون‌های ویلکاکسون و فریدمن نشان داد که در بخش ادراکات (وضعیت موجود)، بعد تضمین ( $4/59 \pm 1/38$ ) بهترین وضعیت را دارد. بعدهای پاسخ‌گویی، قابلیت اعتماد، همدلی و عناصر عینی نیز به ترتیب در رده‌های بعدی قرار گرفتند. در بخش انتظارات (وضعیت مطلوب) نیز بعد تضمین ( $6/15 \pm 0/98$ ) در رده اول تأکید پاسخ‌دهندگان بود. پس از آن نیز به ترتیب بعدهای همدلی، پاسخ‌گویی، قابلیت اعتماد و عناصر عینی مورد تأکید قرار گرفتند. همچنین، نتایج نشان داد که در همه ابعاد کیفیت خدمات در اماکن ورزشی این دانشگاه شکاف منفی کیفیت وجود دارد ( $P < 0/05$ ). بیشترین شکاف منفی کیفیت مربوط به بعد همدلی ( $-2/00$ ) و کمترین آن مربوط به بعد تضمین ( $-1/88$ ) بود. به نظر می‌رسد شکاف منفی در تمام ابعاد کیفیت بیانگر وجود مسئله در کیفیت ارائه خدمات اماکن ورزشی دانشگاه مورد مطالعه باشد. این امر، در راستای رفع موانع و بهبود کیفیت خدمات، ضرورت توجه به آن را ناگزیر می‌سازد. بهبود نقاط ضعف شناسایی شده در این پژوهش می‌تواند رضایتمندی کاربران، بازگشت مجدد و در نهایت افزایش مشارکت ورزشی آنها را به دنبال داشته باشد.

**واژگان کلیدی:** اداراکات، انتظارات، اماکن ورزشی دانشگاهی، کیفیت خدمات، مدل سروکوال

## مقدمه

ارائه خدمات باکیفیت از مهم‌ترین عناصری است که می‌تواند رضایت مشتری را در پی داشته باشد. بنابراین، بسیاری از سازمان‌ها رسالت واقعی خود را درک نیازها و خواسته‌های مشتریان قرار داده‌اند تا از این طریق، راهکارهایی ارائه دهند که با جلب رضایت مشتریان، در آنها تمایلی مبنی بر بازگشت مجدد و یا وفاداری ایجاد کند (محمودی، ۱۳۹۰). به طور کلی، کسب بازخورد از مشتریان، یکی از گام‌های اساسی تأمین و ارتقای کیفیت است. بازخورد کسب‌شده از مشتریان کمک می‌کند تا مناطقی که در آنها نیاز به بهبود مستمر وجود دارد، شناسایی شوند (چین و پون، ۲۰۰۲)؛ اما غالباً بین شناخت مدیریت از ادراکات و انتظارات دریافت‌کنندگان خدمت و ادراکات و انتظارات واقعی آنها تناسب وجود ندارد و این امر موجب صدمه دیدن کیفیت خدمات می‌گردد (دانلی، ویسنیوسکی، دالریمپل و کاری، ۱۹۹۵).

با توجه به اهمیت و نقشی که شرکت در فعالیت‌های بدنی در کیفیت زندگی جامعه دانشگاهی دارد، شناسایی عوامل مؤثر در جهت جذب دانشجویان به سمت میادین ورزشی دانشگاه‌ها و بررسی عوامل مهم در تداوم شرکت آنها در این میادین، لازم و ضروری است (رضانیان، فرجی، خوشنویس و دانش‌ثانی، ۱۳۹۲)؛ از این رو، در این زمینه به نظر می‌رسد بررسی کیفیت خدمات اماکن و مراکز ورزشی دانشگاه‌ها امری مفید و ثمرآفرین باشد. در همین راستا به مطالعه درجه و مسیر اختلاف بین انتظارات مشتری و ادراکات آنها از خدمات اماکن ورزشی این دانشگاه برای رفع نیازهای مشتریان نیز پرداخته شده است. زیرا رفع نیازمندی‌های فردی مشتریان، جلب رضایت آنها را در پی دارد و تأثیر این رضایت، تمایل به بازگشت مجدد و در نهایت، افزایش میزان مشارکت ورزشی جامعه دانشگاهی خواهد بود (مهدی‌زاده، اندام و روزبهانی، ۱۳۹۲).

در ادبیات کیفیت خدمات، رایج‌ترین مدل برای سنجش کیفیت خدمات، مقیاس سروکوآل<sup>۳</sup> است که در سال ۱۹۸۵ به کوشش پاراسورامان، زیتهمال و بری<sup>۴</sup>، بر پایه مدل شکاف<sup>۵</sup> بنا شده است (پاراسورامان، زیتهمال و بری، ۱۹۸۵). کونتو و همکاران (۱۹۹۹) در پژوهش خود نتیجه گرفتند که مدل سروکوآل، ابزار مناسبی برای سنجش کیفیت خدمت در برنامه‌های ورزش همگانی است (کونتو، تزتزیس و کاتارتزی<sup>۶</sup>، ۱۹۹۹). سروکوآل مدلی متشکل از ۲۲ گویه مختلف است که کیفیت خدمات یک سازمان را از پنج بعد مختلف ارزیابی می‌کند. این پنج بعد عبارتند از: ۱) عناصر عینی<sup>۷</sup> سازمان: نمود عینی تسهیلات

1. Chin & Pun
2. Donnelly, Wisniewski, Dalrymple and Curry
3. Serquval
4. Parasuraman, Zeithamel and Bery
5. Gap
6. Kontou, Tzetzis and Katartzi
7. Tangibles

فیزیکی، تجهیزات، پرسنل، ارتباطات و مواد اولیه موجود در سازمان است؛ ۲) قابلیت اعتماد<sup>۱</sup>: به معنای توانایی انجام خدمات تعهدشده به طور صحیح و مطمئن است؛ ۳) پاسخ‌گویی<sup>۲</sup>: به تمایل در جهت کمک به ارباب‌رجوع و ارائه خدمات در حداقل زمان ممکن اطلاق می‌شود؛ ۴) تضمین<sup>۳</sup>: صلاحیت سیستم و حسن شهرت در ارائه خدمات به‌طور مؤدبانه و مطمئن را نشان می‌دهد؛ ۵) احساس یگانگی و همدلی<sup>۴</sup>: به توانایی نزدیک‌شدن به ارباب‌رجوع و تلاش برای درک نیازهای او اطلاق می‌شود (پاراسورامان، زیتهمال و بری، ۱۹۸۵). افزایش مطالعه کیفیت خدمت به طور تصاعدی طی سال‌های ۱۹۸۰ تا ۱۹۹۰ نشان می‌دهد چگونه بهبود کیفیت می‌تواند منجر به بهبود عملکرد سازمان و رقابت شود؛ به گونه‌ای که امروزه کیفیت خدمات یکی از مهم‌ترین سرفصل‌ها در زمینه مدیریت خدمات و بازاریابی شده است (کونتو، تزتریس و کاتارتزی، ۱۹۹۹؛ رایبسون، ۲۰۰۶). بسیاری از مطالعات نشان داده‌اند کیفیت خدمات می‌تواند بر میزان رضایتمندی مشتریان اثرگذار باشد (کبریایی و رودباری، ۱۳۸۴). به عقیده لهتین<sup>۵</sup> (۱۹۹۱) اگر در ارائه کیفیت خدمات، مشارکت مشتریان را لحاظ کنیم، می‌توانیم سبب برآورده‌شدن نیازها و انتظارات مشتریان و به دنبال آن، باعث رضایتمندی مشتریان از خدمات شویم (لهتین و لهتین). رضانیان و همکاران (۱۳۹۲) و همتی‌نژاد و همکاران (۲۰۱۵) با بررسی کیفیت خدمات اماکن ورزشی دانشگاه گیلان با استفاده از مدل سروکوال، وجود شکاف منفی در تمام مؤلفه‌های کیفیت خدمات را گزارش کردند (رضانیان و همکاران، ۱۳۹۲؛ همتی‌نژاد، قلی‌زاده و شبانی، ۲۰۱۵). نتایج مطالعه تئودوراکس و همکاران<sup>۶</sup> (۲۰۰۸) نیز نشان داد تجهیزات و امکانات، توانایی‌ها و طرز برخورد پرسنل و برنامه‌ریزی و جدول زمان‌بندی خدمات از مهم‌ترین خواسته‌های مشتریان مراکز ورزشی هستند (تئودوراکس و الکساندریس، ۲۰۰۸).

در حوزه خدمات ورزشی در کشور ایران پژوهش‌های نسبتاً زیادی در رابطه با کیفیت خدمات انجام شده است (رجبی، ۱۳۸۹؛ سیدجوادین، خانلری و استیری، ۱۳۸۹؛ مؤذن‌احمدی، ۱۳۸۶)؛ با این حال، پژوهش‌هایی که در ارتباط با کیفیت خدمات در اماکن ورزشی به طور اعم و اماکن ورزشی دانشگاهی به طور اخص انجام شده باشد، بسیار محدود بوده است و به نظر می‌رسد با توجه به اهداف و رسالت ادارات تربیت‌بدنی دانشگاه‌ها مبنی بر جذب هرچه بیشتر دانشجویان، استادان و کارکنان به اماکن ورزشی و مشارکت‌دادن این افراد در برنامه‌های ورزشی دانشگاه، انجام پژوهش‌های کاربردی ویژه در زمینه سنجش کیفیت خدمات این اماکن ضروری باشد. از معدود پژوهش‌هایی که در زمینه کیفیت خدمات در اماکن

- 
1. Reliability
  2. Responsiveness
  3. Assurance
  4. Empathy
  5. Lehtinen
  6. Theodorakis

ورزشی دانشگاهی صورت گرفته است، پژوهش رضانیان و همکاران (۱۳۹۲) و همتی‌نژاد و همکاران (۲۰۱۵) است که کیفیت خدمات اماکن ورزشی دانشگاه گیلان را با استفاده از مدل سروکوال تنها از دیدگاه دانشجویان سنجیده‌اند (رضانیان و همکاران، ۱۳۹۲؛ همتی‌نژاد و همکاران، ۲۰۱۵). این در حالی است که مشتریان اماکن ورزشی دانشگاهی علاوه بر دانشجویان، استادان و کارکنان دانشگاه نیز هستند. انتظارات و ادراک افراد از خدمات اماکن ورزشی دانشگاه‌ها می‌تواند متفاوت باشد و بنابراین بررسی نظرات و کسب بازخورد از تمام گروه‌های ذی‌نفع، در مقایسه با بررسی دیدگاه صرفاً یک گروه، می‌تواند اطلاعات ارزشمندتری فراهم آورد. بنابراین، در پژوهش حاضر سعی شده علاوه بر دیدگاه دانشجویان دانشگاه شهید مدنی آذربایجان، نقطه‌نظرات استادان و کارکنان این دانشگاه نیز در ارزیابی کیفیت خدمات اماکن ورزشی آن لحاظ شود تا نتایج کاربردی ارزشمندتری به دست آید. همچنین، با توجه به کمبود منابع مالی دانشگاه‌ها، انجام این پژوهش و اولویت‌بندی نقاط ضعف و قوت اماکن ورزشی، دانشگاه شهید مدنی آذربایجان می‌تواند در ارائه خدمات، دست‌اندرکاران و مسئولان حوزه ورزش دانشگاه، منابع مالی محدود خود را به بخش‌های ضروری دارای اولویت اختصاص دهد تا بیشترین بازدهی را به دست آورد و رضایت ذی‌نفعان را جلب کند.

در نهایت، با درک نقش کیفیت خدمات ادراک‌شده مشتریان و این موضوع که چه عواملی باعث می‌شود مشتریان دوباره به اماکن ورزشی مراجعه کنند، مدیران اماکن ورزشی را قادر خواهد ساخت تا راهبردهای لازم را بدین منظور به کار گیرند. ادارات تربیت‌بدنی دانشگاه‌ها زمانی می‌توانند مشتریان (دانشجویان، استادان و کارکنان) بیشتری را جذب کنند و به حفظ آنها امیدوار باشند که کیفیت خدمات در اماکن و تأسیسات ورزشی خود را مدنظر قرار دهند، شرایط و امکانات فیزیکی مناسب و تمیزی برای مشتریان فراهم آورند، مشکلات آنان را درک کنند و به نیازهای آنها پاسخ دهند. بنابراین، به نظر می‌رسد ارزیابی اماکن و تأسیسات ورزشی دانشگاه‌ها از لحاظ نحوه و کیفیت ارائه خدمات به مشتریان - که همان دانشجویان، استادان و کارکنان دانشگاه هستند - بتواند اطلاعات کاربردی مفیدی در اختیار دست‌اندرکاران قرار دهد. اما مسئله اصلی در ارتباط با اماکن ورزشی دانشگاه‌ها این است که وضعیت ارائه خدمات در این مراکز به چه صورتی است؟ آیا خدماتی که ارائه می‌شود می‌تواند انتظارات و خواسته‌های مشتریان آنها (دانشجویان، استادان و کارکنان) را در حد مطلوب برآورده کند؟ برای پاسخ منطقی به این سوالات، پژوهش حاضر در دانشگاه شهید مدنی آذربایجان اجرا شد تا بدین طریق ضمن بررسی کیفیت خدمات ارائه‌شده در اماکن و تأسیسات ورزشی این دانشگاه، در صورت وجود نقاط ضعف در این زمینه، راهکارهایی برای بهبود کیفیت ارائه خدمات اماکن ورزشی این دانشگاه و به تبع آن زمینه‌سازی حضور هرچه بیشتر استادان، کارکنان و دانشجویان این دانشگاه در برنامه‌های ورزشی و فعالیت بدنی ارائه شود.

## روش شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از نوع پژوهش‌های توصیفی پیمایشی است و تمام دانشجویان، کارکنان و استادان زن و مرد دانشگاه شهید مدنی آذربایجان در سال تحصیلی ۹۵-۱۳۹۴ جامعه آماری آن بودند. با توجه به جمعیت حدود ۶۹۶۵ نفری دانشگاه (۶۵۰۰ نفر دانشجو، ۴۶۵ عضو هیئت علمی و کارمند) (سایت دانشگاه شهید مدنی آذربایجان، ۱۳۹۴)، نمونه آماری مورد نیاز بر اساس جدول نمونه‌گیری مورگان ۳۶۰ نفر محاسبه شد که علی‌رغم پی‌گیری‌های مکرر، در نهایت ۳۲۷ نفر از افراد شرکت‌کننده در برنامه‌های ورزشی دانشگاه به صورت تصادفی طبقه‌ای (۲۵۶ نفر دانشجو، ۷۱ نفر عضو هیئت علمی و کارمند) به عنوان نمونه در پژوهش شرکت کردند. ابزار مورد استفاده در این پژوهش، پرسشنامه‌های ادراکات و انتظارات مشتری از کیفیت خدمات ارائه‌شده بر اساس مدل سروکوآل<sup>۱</sup> بود که در محل اماکن ورزشی دانشگاه در بین افراد توزیع و جمع‌آوری شدند. هر یک از پرسشنامه‌ها شامل ۲۲ سؤال در مقیاس لیکرت هفت‌گزینه‌ای (کاملاً مخالفم=یک تا کاملاً موافقم=هفت) است و پنج بعد کیفیت خدمات (عناصر عینی، قابلیت اعتماد، پاسخ‌گویی، تضمین و همدلی) را در دو بخش ادراکات و انتظارات می‌سنجد. پرسشنامه سروکوآل یک پرسشنامه عمومی برای سنجش کیفیت خدمات است که آن را پاراسورامان و همکاران (۱۹۸۵) طراحی کرده (۶) و فرانسوی<sup>۲</sup> و همکاران (۲۰۱۰) آن را برای استفاده مناسب در بخش ورزش تعدیل و بازنویسی کرده‌اند (۱۷). روایی صوری و محتوایی پرسشنامه‌ها مورد تأیید متخصصان قرار گرفت و پایایی آنها نیز در یک مطالعه مقدماتی با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ به ترتیب ۰/۹۱۳ = و ۰/۹۱۵ = برای پرسشنامه‌های ادراکات و انتظارات محاسبه شد. پیش از این رضایان و همکاران (۱۳۹۲) پایایی پرسشنامه‌های ادراکات و انتظارات را به ترتیب ۰/۸۹۹ = و ۰/۹۷۶ = گزارش کردند (۴). در تجزیه و تحلیل یافته‌ها از آزمون کولموگروف-اسمیرنوف برای تعیین نرمال بودن توزیع داده‌ها و آزمون‌های ویلکاکسون و فریدمن برای آزمون فرضیه‌ها استفاده شد. تحلیل داده‌ها با استفاده از نرم‌افزار آماری SPSS نسخه ۱۹ در سطح معناداری ۰/۰۵  $P$  صورت گرفت.

## نتایج

از میان ۳۲۷ شرکت‌کننده در این پژوهش ۱۵۰ نفر (۴۵/۹ درصد) زن و ۱۷۷ نفر (۵۴/۱ درصد) مرد بودند. همچنین، از مجموع ۳۲۷ نفر، ۲۵۶ نفر (۷۸/۳ درصد) دانشجو و ۷۱ نفر (۲۱/۷ درصد) اعضای هیئت علمی و کارکنان بودند. با توجه به نتایج آزمون کولموگروف-اسمیرنوف که بر توزیع غیرنرمال داده‌های جمع‌آوری‌شده در بخش انتظارات دلالت داشت (جدول یک)، امتیازی که پاسخ‌دهندگان به

1. SERVQUAL

2. Fransi

ادراکات از کیفیت خدمات اماکن ورزشی داده بودند با امتیاز انتظارات پاسخ‌دهندگان، با استفاده از آزمون ویلکاکسون، مقایسه شد که بر اساس آن در همه ابعاد کیفیت، امتیاز ادراکات پاسخ‌دهندگان از کیفیت خدمات (وضعیت موجود) به طور معناداری کمتر از انتظارات آنها بود و در هر پنج بعد، شکاف منفی کیفیت وجود داشت (جدول دو).

جدول ۱- نتایج آزمون کولموگروف-اسمیرنوف برای بررسی نوع توزیع داده‌های متغیرهای پژوهش در بخش ادراکات و انتظارات (n=۳۲۷)

سطح معناداری	Z	سطح معناداری	Z
*./۰.۰۱	۲/۶۹۲	عناصر عینی	۰/۳۵۳
*./۰.۰۱	۳/۰۸۲	قابلیت	۰/۱۰۴
*./۰.۰۱	۳/۱۸۴	انتظارات پاسخ‌گویی	۰/۴۶۱
*./۰.۰۱	۳/۵۴۸	تضمین	۰/۸۵۳
*./۰.۰۱	۳/۱۹۶	همدلی	۰/۸۵۸
		همدلی	۰/۴۵۳

\*در  $P < 0.05$  معنادار است (توزیع غیرنرمال).

جدول ۲- مقایسه ادراکات و انتظارات از کیفیت خدمات اماکن ورزشی دانشگاه شهید مدنی آذربایجان (n=۳۲۷)

سطح معناداری	Z	تفاوت میانگین‌ها (شکاف)	جمع رتبه‌ها	میانگین رتبه	میانگین و انحراف استاندارد	ابعاد کیفیت
۰/۰۰۱ *	-۱۴/۵۹۱	-۱/۹	۸۹۷/۵۰	۵۲/۷۹	۳/۹۷ع ۱/۳۰	عناصر ادراکات
۰/۰۰۱ *	-۱۴/۴۴۸	-۱/۹۴	۴۶۰۷۳/۵۰	۱۵۹/۴۲	۵/۸۸ع ۱/۰۷	عینی انتظارات
۰/۰۰۱ *	-۱۴/۴۴۸	-۱/۹۴	۹۸۲/۵۰	۵۴/۵۸	۴/۰۸ع ۱/۳۵	قابلیت ادراکات
۰/۰۰۱ *	-۱۴/۵۰۲	-۱/۹۵	۴۵۰۷۳/۵۰	۱۵۸/۱۵	۶/۰۲ع ۱/۰۲	اعتماد انتظارات
۰/۰۰۱ *	-۱۴/۵۰۲	-۱/۹۵	۹۰۳/۵۰	۶۴/۵۴	۴/۰۸ع ۱/۴۴	ادراکات پاسخ‌گویی
۰/۰۰۱ *	-۱۴/۵۰۲	-۱/۹۵	۴۵۱۵۲/۵۰	۱۵۶/۲۴	۶/۰۳ع ۱/۰۴	انتظارات پاسخ‌گویی
۰/۰۰۱ *	-۱۴/۰۰۱	-۱/۸۸	۱۳۵۷	۶۷/۸۵	۴/۵۹ع ۱/۳۸	ادراکات تضمین
۰/۰۰۱ *	-۱۴/۰۰۱	-۱/۸۸	۴۲۵۹۹	۱۵۴/۸۵	۶/۱۵ع ۰/۹۸	انتظارات تضمین
۰/۰۰۱ *	-۱۴/۴۶۵	-۲	۲۲/۵۰	۷/۵۰	۴/۰۷ع ۱/۴۳	ادراکات همدلی
۰/۰۰۱ *	-۱۴/۴۶۵	-۲	۵۰۲۷/۵۰	۵۱/۸۳	۶/۰۷ع ۰/۹۹	انتظارات همدلی

\*: در  $P < 0.05$  معنادار است.

بر اساس اطلاعات جدول دو، بیشترین شکاف منفی کیفیت (۲-) مربوط به بعد همدلی بود. ابعاد پاسخ‌گویی (۱/۹۵-)، قابلیت اعتماد (۱/۹۴-) و عناصر عینی (۱/۹-) نیز به ترتیب در رتبه‌های بعدی بودند. کمترین شکاف منفی (۱/۸۸-) نیز مربوط به بعد تضمین بود.

در بررسی ادراکات پاسخ‌دهندگان از کیفیت خدمات اماکن ورزشی دانشگاه، آزمون فریدمن تفاوت معناداری بین اولویت این ابعاد نشان داد ( $P < 0/05$ ) و از بین ابعاد پنج‌گانه مدل سروکوال، بعد تضمین با کسب بیشترین امتیاز (۴/۵۹) در رده اول و بعدهای پاسخ‌گویی (۴/۰۸)، قابلیت اعتماد (۴/۰۸)، همدلی (۴/۰۷) و عناصر عینی (۳/۹۷) نیز به ترتیب در رده‌های دوم تا پنجم قرار گرفتند (جدول ۳). همچنین در بررسی انتظارات پاسخ‌دهندگان از کیفیت خدمات اماکن ورزشی این دانشگاه، آزمون فریدمن تفاوت معناداری بین امتیازات این ابعاد نشان داد ( $P < 0/05$ ) و بعد تضمین با کسب بیشترین امتیاز (۶/۱۵) در رده نخست قرار گرفت. بعدهای همدلی (۶/۰۷)، پاسخ‌گویی (۶/۰۳)، قابلیت اعتماد (۴/۰۲)، و عناصر عینی (۵/۸۸) نیز به ترتیب در رده‌های بعدی انتظارات شرکت‌کنندگان قرار گرفتند (جدول سه).

جدول ۳- نتایج آزمون رتبه‌بندی فریدمن کیفیت خدمات ادراک‌شده و مورد انتظار ( $n=327$ )

سطح معناداری	درجه آزادی	خی دو	میانگین رتبه	نام متغیر	کیفیت ادراک‌شده
۰/۰۰۱	۴	*۱۳۰/۶۸۵	۲/۶۳	عناصر عینی	کیفیت ادراک‌شده
			۲/۸۳	قابلیت اعتماد	
			۲/۸۶	پاسخ‌گویی	
			۳/۸۵	تضمین	
			۲/۸۳	همدلی	
۰/۰۰۱	۴	*۵۹/۸۲۳	۲/۵۴	عناصر عینی	کیفیت مورد انتظار
			۳/۰۳	قابلیت اعتماد	
			۳	پاسخ‌گویی	
			۳/۳۵	تضمین	
			۳/۰۸	همدلی	

مقایسه کیفیت هر یک از گویه‌های کیفیت خدمات اماکن ورزشی دانشگاه در بخش ادراکات و انتظارات (جدول چهار) نشان داد گویه «درک درست کارکنان اماکن و تأسیسات ورزشی از نیازها و علایق استفاده‌کنندگان» با اختلاف میانگین ۲/۲۳- و گویه «قابلیت تضمین و در دسترس بودن کارکنان» با اختلاف میانگین ۱/۲۹- به ترتیب بیشترین و کمترین شکاف کیفیت را در میان همه گویه‌ها به خود اختصاص دادند. دیگر نتایج جدول چهار نشان داد در میان گویه‌های مربوط به بعد عناصر عینی گویه «حضور کارکنان و مربیان با پوشش مناسب» (۱/۵۱-) و «طراحی زیبا و مناسب کارت‌های عضویت و کتابچه و بورشورهای راهنما» (۲/۲۲-) به ترتیب کمترین و بیشترین شکاف منفی کیفیت را دارند. در بعد قابلیت اعتماد، گویه «علاقه دست‌اندرکاران برای حل مسائل استفاده‌کنندگان در هنگام استفاده از تجهیزات ورزشی» (۲/۰۸-) و گویه «اجرای کارها و خدمات وعده داده شده در موعد مقرر» (۱/۸۵-) به ترتیب بیشترین و کمترین شکاف منفی کیفیت را دارند. در میان گویه‌های بعد پاسخ‌گویی، گویه‌های «رأیه اثربخش خدمات توسط کارکنان» و «آمادگی کارکنان برای پاسخ‌گویی به دانشجویان در اسرع وقت» (۲/۰۲) بیشترین شکاف منفی کیفیت را دارند. در بعد تضمین، کمترین شکاف منفی مربوط به گویه

«قابلیت تضمین و در دسترس بودن کارکنان» (۱/۲۹-) و بیشترین آن مربوط به گویه «دانش و توانایی کارکنان و توجه مربیان به پیشرفت و بهبود عملکرد» (۱/۸۲-) است. بیشترین شکاف منفی کیفیت در بعد همدلی نیز مربوط به گویه «درک درست کارکنان اماکن و تأسیسات ورزشی از نیازها و علایق استفاده‌کنندگان» است (۲/۲۳-) و کمترین شکاف منفی کیفیت مربوط به گویه «برخورداری مجموعه از ساعات کاری متغیر و متناسب با گروه‌های مختلف» (۱/۸۸-) است.

جدول ۴- میانگین امتیازات ادراک، انتظار و شکاف کیفیت در هریک از گویه‌های کیفیت خدمات

تفاوت میانگین‌ها (شکاف)	ادراکات		گویه‌ها	ابعاد کیفیت
	انتظارات	M±SD		
-۲/۱۴	۵/۷۴±۱/۲۸	۳/۶۰±۱/۵۴	۱. مدرن بودن لوازم و دستگاه‌های ورزشی	عناصر عینی
-۱/۷۴	۵/۸۷±۱/۱۵	۴/۱۳±۱/۵۳	۲. ظاهر مطلوب ساختمان اماکن ورزشی از داخل و خارج	
-۱/۵۱	۶/۱۱±۱/۱۵	۴/۶۰±۱/۶۹	۳. حضور کارکنان و مربیان با پوشش مناسب	
-۲/۲۲	۵/۷۷±۱/۳۶	۳/۵۵±۱/۷۰	۴. طراحی زیبا و مناسب کازت‌های عضویت، کتابچه‌ها و بروشورهای راهنما و...	
-۱/۸۵	۶/۰۵±۱/۲۶	۴/۲۰±۱/۷۹	۵. اجرای کارها و خدمات وعده داده شده در موعد مقرر	قابلیت اعتماد
-۲/۰۸	۶/۰۷±۱/۱۹	۳/۹۹±۱/۷۴	۶. علاقه دست‌اندرکاران برای حل مسائل کاربران در هنگام استفاده از تجهیزات ورزشی	
-۲/۰۳	۵/۹۹±۱/۳۰	۳/۹۶±۱/۷۴	۷. رضایت کارکنان از ارائه خدمات به استفاده‌کنندگان	
-۱/۸۲	۶/۰۶±۱/۲۳	۴/۲۴±۱/۵۹	۸. خدمات‌رسانی به کاربران مطابق با زمان برنامه‌ریزی شده	
-۱/۹۲	۵/۹۳±۱/۲۷	۴/۰۱±۱/۷۸	۹. ثبت صحیح اطلاعات فردی کاربران و استفاده مطمئن از آنها	پاسخ‌گویی
-۱/۸۹	۶±۱/۳۱	۴/۱۱±۱/۷۳	۱۰. اطلاع‌رسانی جامع و به‌موقع در مورد خدمات اماکن ورزشی	
-۲/۰۲	۶±۱/۱۳	۳/۹۸±۱/۶۸	۱۱. ارائه اثربخش خدمات توسط کارکنان	
-۲/۰۲	۶/۰۹±۱/۱۷	۴/۰۷±۱/۶۴	۱۲. آمادگی کارکنان برای پاسخ‌گویی به کاربران	
-۱/۸۹	۶/۰۳±۱/۱۹	۴/۱۴±۱/۷۴	۱۳. پاسخ‌گویی کارکنان به کاربران در اسرع وقت	تضمین
-۱/۲۹	۶/۱۳±۱/۲۶	۴/۸۴±۱/۶۸	۱۴. اطمینان از در دسترس بودن کارکنان	
-۱/۶۵	۶/۱۰±۱/۱۱	۴/۴۵±۱/۵۸	۱۵. اطمینان کاربران از عملکرد و نحوه ارائه خدمات	
-۱/۵۱	۶/۲۰±۱/۰۷	۴/۶۹±۱/۶۷	۱۶. رفتار محترمانه و مؤدبانانه کارکنان با کاربران	
-۱/۸۲	۶/۱۸±۱/۱۳	۴/۳۶±۱/۶۵	۱۷. دانش و توانایی کارکنان به منظور پاسخ‌گویی به کاربران	هم‌دلی
-۱/۸۲	۶/۱۹±۱/۱۲	۴/۳۷±۱/۷۴	۱۸. توجه مربیان به پیشرفت و بهبود عملکرد هر یک از کاربران	
-۱/۸۸	۶/۱۶±۱/۱۵	۴/۲۸±۱/۶۸	۱۹. ساعات کاری متغیر و متناسب با گروه‌های مختلف در اماکن ورزشی دانشگاه	
-۲/۱۱	۵/۸۱±۱/۳۸	۳/۷۰±۱/۷۳	۲۰. رسیدگی کارکنان به مسائل و مشکلات کاربران به‌صورت محرمانه و شخصی	
-۱/۹۸	۶/۰۳±۱/۱۶	۴/۰۵±۱/۷۵	۲۱. توجه مشتاقانه کارکنان به کاربران	
-۲/۲۳	۶/۱۶±۱/۱۸	۳/۹۳±۱/۷۸	۲۲. درک درست کارکنان مجموعه ورزشی از نیازها و علایق کاربران	



## بحث و نتیجه گیری

سنجش کیفیت خدمات، پیش شرط اساسی بهبود کیفیت است؛ زیرا تا نیازهای کیفی مشخص نشود، خدمات اصلاح نمی‌شوند؛ تحلیل کیفیت خدمات، مدیریت را قادر می‌سازد ضمن جلوگیری از کاهش کیفیت، منابع محدود مالی را به حوزه‌هایی اختصاص دهد که اهمیت بیشتری دارند؛ از این رو در پژوهش حاضر کیفیت خدمات ارائه‌شده در اماکن ورزشی دانشگاه شهید مدنی آذربایجان با استفاده از مدل سروکوآل و در قالب ادراکات و انتظارات دانشجویان، استادان و کارکنان بررسی شد تا شکاف‌های موجود شناسایی شوند و زمینه‌های بهبود آنها فراهم آید.

بر اساس نتایج پژوهش حاضر، در هر پنج بعد کیفیت خدمات اماکن و تأسیسات ورزشی دانشگاه، از دیدگاه دانشجویان، استادان و کارکنان، شکاف منفی وجود دارد. رضانیان و همکاران (۱۳۹۲)، همتی‌نژاد و همکاران (۲۰۱۵)، سویتا<sup>۱</sup> (۲۰۱۲) و امامی و همکاران (۱۳۹۲) نیز در ارزیابی کیفیت خدمات در اماکن ورزشی دانشگاهی، باشگاه‌های ورزشی و اماکن ورزشی تفریحی پارک‌ها در همه ابعاد شکاف منفی گزارش کردند که با نتایج پژوهش حاضر در یک راستا هستند (رضانیان و همکاران، ۱۳۹۲؛ همتی‌نژاد و همکاران، ۲۰۱۵؛ سویتا، ۲۰۱۲؛ امامی، خوشبختی و کشتی‌دار، ۱۳۹۲). شکاف منفی در تمام ابعاد کیفیت بیانگر وجود مسئله در ارائه خدمات است و ضرورت توجه به کیفیت ارائه خدمات و بهبود آن را ناگزیر می‌سازد (رضانیان و همکاران، ۱۳۹۲؛ سویتا، ۲۰۱۲). با توجه به نتایج پژوهش حاضر مبنی بر وجود شکاف منفی در کیفیت خدمات اماکن و زیرساخت‌های ورزشی، به نظر می‌رسد اماکن و تأسیسات ورزشی دانشگاه مورد مطالعه در پژوهش حاضر و همچنین برنامه‌های ورزشی و فوق‌برنامه آن، انتظارات دانشجویان، استادان و کارکنان را برآورده نکرده است. چه بسا این امر ممکن است بر حضور مستمر کاربران و مشارکت آنان در برنامه‌های ورزشی این دانشگاه اثرات منفی داشته باشد. همچنان‌که در همین زمینه، الماسی و همکاران (۱۳۹۴) عنوان کردند بین مشتری‌گرایی و کیفیت درک‌شده در اماکن ورزشی، ارتباط معناداری وجود دارد (الماسی، رضوی و امیرنژاد، ۱۳۹۴).

آلندر و همکاران (۲۰۰۶) بیان کردند تجارب منفی از فعالیت بدنی در کلاس‌های تربیت‌بدنی از مهم‌ترین عوامل از بین رفتن علاقه افراد به مشارکت در فعالیت‌های ورزشی است (آلندر، کوبیرن و فاستر<sup>۲</sup>، ۲۰۰۶). برخی از محققان نیز داشتن تجربه‌های ناخوشایند از فعالیت بدنی در گذشته را از جمله موانع مشارکت دانشجویان، استادان و کارکنان در برنامه‌های ورزشی دانشگاه‌های کشور عنوان کرده و وجود امکانات و زیرساخت‌های ورزشی مطلوب، کیفیت تجهیزات و وسایل ورزشی در اماکن ورزشی و در دسترس بودن فضاهای ورزشی دانشگاهی را در جذب دانشجویان، استادان و کارکنان به سالن‌های

1. Soita

2. Allender, Cowburn and Foster

ورزشی مؤثر می‌دانند (مهدی‌زاده و همکاران، ۱۳۹۲؛ دموری و همکاران، ۱۳۹۰)؛ زیرا عقیده بر این است که کیفیت خدمات به‌عنوان یک عامل تحریک‌کننده بر دفعات حضور افراد در اماکن ورزشی و رضایتمندی آنان تأثیرگذار است (الماسی و همکاران، ۱۳۹۴؛ ترزوگلو و همکاران، ۲۰۱۲). همچنین رمضانیان و همکاران (۱۳۹۲) عقیده دارند که ممکن است دانشگاهی از مناسب‌ترین امکانات و زیرساخت‌های ورزشی برخوردار باشد، اما به دلیل کیفیت پایین خدمات و برآورده نشدن انتظارات از میزان، حضور دانشجویان، استادان و کارکنان در اماکن ورزشی کم شود (رمضانیان و همکاران، ۱۳۹۲).

در پژوهش حاضر، بیشترین شکاف منفی کیفیت (۲-) در میان پنج بعد بررسی‌شده، مربوط به بعد «هم‌دلی» بود. بدین معنی که ارزیابی و ادراک کاربران از وضعیت موجود ابعاد هم‌دلی، بسیار ضعیف‌تر از وضعیت مورد انتظار آنها بوده است. در همین زمینه، رمضانیان و همکاران (۱۳۹۲)، هم‌دلی نژاد و همکاران (۲۰۱۵) و امامی و همکاران (۱۳۹۲) نیز در پژوهش خود در بررسی کیفیت خدمات اماکن ورزشی دانشگاهی و تفریحی به وجود شکاف منفی در بعد هم‌دلی اشاره داشته‌اند که با نتیجه پژوهش حاضر هم‌راستا هستند (رمضانیان و همکاران، ۱۳۹۲؛ هم‌دلی نژاد و همکاران، ۲۰۱۵؛ امامی و همکاران، ۱۳۹۲). اسمعیلی و همکاران (۱۳۹۳) نیز در پژوهش خود نشان دادند که بعد هم‌دلی بیشترین تأثیر را بر رضایتمندی مشتریان دارد و پیش‌بینی‌کننده قوی در رضایتمندی مشتریان است (اسمعیلی، احسانی، کوزه چیان و هنری، ۱۳۹۳). بنابراین، مدیران اماکن ورزشی می‌توانند با آموزش کارکنان ارتباطات اجتماعی و دوستانه‌تری بین کارکنان اماکن ورزشی و کاربران برقرار کنند و درک عمیق‌تری از نیازهای واقعی کاربران داشته باشند. بیشترین شکاف منفی کیفیت در بعد هم‌دلی مربوط به گویه درک درست کارکنان اماکن و تأسیسات ورزشی از نیازها و علایق استفاده‌کنندگان (۲/۲۳-) و کمترین شکاف منفی کیفیت مربوط به گویه برخورداری مجموعه از ساعات کاری متغیر و متناسب با گروه‌های مختلف (۱/۸۸-) بود. هرچند اماکن ورزشی دانشگاه، ساعات کاری متغیری دارند، اما با توجه به شکاف منفی موجود، به نظر می‌رسد برنامه‌ریزی‌های صورت‌گرفته در این زمینه، آنچنان که باید، انتظارات کاربران را مرتفع نمی‌کنند و بهتر است با نظرسنجی و نیازسنجی از گروه‌های مختلف کاربران این اماکن ورزشی و همچنین خارج‌شدن مدیریت تربیت‌بدنی دانشگاه از برنامه‌ریزی‌های سنتی و توجه به ایده‌های کاربران، ساعات کاری منعطف‌تری برای استفاده آنان از اماکن و تأسیسات ورزشی دانشگاه تنظیم کنند.

بیشترین شکاف کیفیت پس از بعد هم‌دلی مربوط به بعد پاسخ‌گویی (۱/۹۵-) است که بر تمایل کارکنان و مسئولان در همکاری و ارائه خدمات به کاربران تأکید دارد. به عقیده رمضانیان و همکاران (۱۳۹۲)، شکاف منفی کیفیت در بعد پاسخ‌گویی نشان می‌دهد احتمالاً اطلاع‌رسانی‌های دقیق و به‌موقع در رابطه با برنامه‌ها، دسترسی به کارکنان و مربیان برای پاسخ به سؤالات و خواسته‌های کاربران و نیز ارائه سریع

به موقع خدمات در اماکن ورزشی وجود ندارد و در این موارد اماکن ورزشی دانشگاه آنچنان که باید رضایت کاربران را تأمین نکرده‌اند و بهتر است در برنامه‌ریزی‌های آینده مد نظر قرار گیرد (رضانیان و همکاران، ۱۳۹۲).

شاید بتوان گفت یکی از دلایل حضور کم‌رنگ استادان، کارکنان و دانشجویان دانشگاه مورد مطالعه در اماکن ورزشی و شرکت در برنامه‌های ورزشی و فعالیت بدنی این دانشگاه، فقدان اطلاع‌رسانی مناسب در مورد این برنامه‌ها بوده است. قطعاً برنامه‌ریزی‌های صحیح در این زمینه می‌تواند بهبود کیفیت خدمات و کاهش شکاف منفی کیفیت در این حوزه را به همراه داشته باشد. در همین راستا، به نظر می‌رسد استفاده از سیستم‌های فناوری اطلاعات دانشگاه (وبسایت دانشگاه، سیستم اتوماسیون اداری دانشگاه و نیز وبلاگ انجمن‌های رشته‌های مختلف ورزشی در قالب تیم‌های دانشجویی داوطلب) برای اطلاع‌رسانی در مورد برنامه‌های ورزشی و فعالیت بدنی اماکن و تأسیسات ورزشی دانشگاه، بسیار ثمربخش باشد. در همین زمینه، مهدی‌زاده و همکاران (۱۳۹۲) از عوامل بازدارنده مشارکت استادان، کارکنان و دانشجویان در ورزش همگانی دانشگاه‌های کشور را ضعف در اطلاع‌رسانی به دانشگاهیان برشمرده‌اند (مهدی‌زاده، اندام و روزبهنی، ۱۳۹۲). همچنین، به نظر می‌رسد برگزاری دوره‌های آموزشی برای کارکنان اماکن ورزشی برای به‌روزرسانی دانش آنان در حوزه مشتری‌گرایی و تکریم ارباب‌رجوع، می‌تواند کیفیت خدمات را در بعد پاسخ‌گویی بهبود بخشد.

پس از بعد پاسخ‌گویی، بیشترین شکاف منفی کیفیت مربوط به بعد قابلیت اعتماد (۱/۹۴-) بود که بر ارائه خدمات وعده داده شده به کاربران در اسرع وقت و مطابق با برنامه تدوین شده و همچنین درستی در ثبت اطلاعات فردی کاربران اماکن ورزشی تأکید دارد و وجود شکاف منفی در آن به این معناست که احتمالاً مسئولان مجموعه ورزشی دانشگاه با توجه به برنامه زمانی به کارها و خدمات وعده داده شده، طبق خواسته‌ها و انتظارات کاربران (دانشجویان، استادان و کارکنان) عمل نمی‌کنند. به عقیده مظلومی و همکاران (۱۳۹۲) قابلیت اعتماد بر توانایی در انجام خدمات وعده داده شده به طور دقیق و مطمئن، به عمل به تعهدات دلالت دارد و بنابراین، ایجاد تعهد در کارکنان اماکن ورزشی در فرایند ارائه خدمات به کاربران، می‌تواند منجر به وفاداری بیشتر کاربران و توصیه اماکن به دیگران شود (مظلومی، جابری، مرادی و خزائی پول، ۱۳۹۲). سجادی و همکاران (۱۳۹۰) در پژوهش خود به این نتیجه رسیدند که کیفیت خدمات در بعد قابلیت اعتماد در باشگاه‌های ورزشی خصوصی نسبت به باشگاه‌های دولتی، وضعیت بهتری دارد (سجادی، محمودی، گودرزی و میزانی، ۱۳۹۰) و شاید بتوان شکاف منفی مشاهده شده در بعد قابلیت اعتماد در پژوهش حاضر را به دولتی‌بودن اماکن ورزشی دانشگاه و عدم اهمیت جذب مشتری مرتبط دانست که البته در این مورد اندازه‌گیری مستقیمی صورت نگرفته و نیاز به پژوهش‌های آتی همچنان باقی می‌ماند.

پس از بعد قابلیت اعتماد، بعد عناصر عینی در رده بعدی از نظر شکاف منفی کیفیت (۱/۹۰-) قرار گرفت. بعد عناصر عینی بر کیفیت شرایط فیزیکی محیط اماکن ورزشی تأکید دارد. رمضانیان و همکاران (۱۳۹۲) در خصوص شکاف بعد عناصر عینی در دانشگاه گیلان، قدمت چندین ساله برخی از ساختمان‌ها و طراحی قدیمی ساختمان‌ها را دلیلی بر ارزیابی ضعیف این قسمت توسط دانشجویان عنوان کردند (رمضانیان و همکاران، ۱۳۹۲). اما با توجه به جوان بودن دانشگاه شهید مدنی و به‌ویژه اماکن و تأسیسات ورزشی آن، به نظر نمی‌رسد مطلب فوق در خصوص دانشگاه مورد مطالعه نیز صادق باشد. شاید بتوان علت شکاف منفی در بعد عناصر عینی را عمدتاً به ظاهر نامناسب کارت‌های عضویت کاربران، نبود بروشورهای راهنما و آموزشی و نیز کیفیت و کمیت پایین تجهیزات ورزشی در سالن‌های بدن‌سازی و زمین چمن دانشگاه نسبت داد. همچنان‌که در بررسی گویه‌های مربوط به بعد عناصر عینی، گویه‌های «طراحی زیبا و مناسب کارت‌های عضویت و کتابچه و بروشورهای راهنما (۲/۲۲-)»، مدرن بودن لوازم و دستگاه‌های ورزشی مجموعه‌های ورزشی دانشگاه (۲/۱۴-) بیشترین شکاف منفی را داشتند که این امر، بیانگر نارضایتی دانشجویان از امکانات و تجهیزات ورزشی اماکن ورزشی دانشگاه است و با پژوهش سوینا (۲۰۱۲)، رمضانیان و همکاران (۱۳۹۲)، مهدی‌زاده و همکاران (۱۳۹۲)، سنگدوینی و سعیدی (۱۳۹۳) و همتی‌نژاد و همکاران (۲۰۱۵) هم‌خوانی دارد (سوینا، ۲۰۱۲؛ رمضانیان و همکاران، ۱۳۹۲؛ مهدی‌زاده و همکاران، ۱۳۹۲؛ سنگدوینی و سعیدی، ۱۳۹۳؛ همتی‌نژاد و همکاران، ۲۰۱۵). بنابراین، پیشنهاد می‌شود برای کاهش شکاف منفی این بعد، به تجهیز سالن‌های بدن‌سازی به تجهیزات مدرنی همچون تردمیل و دوچرخه‌های ثابت و نیز بهبود کیفیت زمین چمن ورزشی دانشگاه همت گمارده شود. همچنین، تهیه و توزیع کتابچه‌ها و بروشورهای متناسب با ورزش و فعالیت بدنی، طراحی زیبای کارت‌های عضویت، بلیت‌ها و نیز، پوشش مناسب و آراستگی ظاهر کارکنان اماکن ورزشی، اعم از مسئولان، مربیان، ناچیان، نیروهای خدماتی و غیره، از جمله مواردی هستند که بی‌توجهی به آنها و نادیده‌گرفتن اهمیت آنها نارضایتی کاربران و به دنبال آن، احتمالاً مشارکت‌نکردن افراد در برنامه‌های ورزشی دانشگاه را در پی خواهد داشت. به عقیده خطیبی و همکاران (۱۳۹۰) جذابیت ظاهری تسهیلات فیزیکی و همچنین ظاهر آراسته و حرفه‌ای کارکنان، امری لازم و ضروری است و احتمالاً در ادراک مثبت مشتریان در دیگر مسائل نیز تأثیرگذار خواهد بود (خطیبی، سجادی و سیف‌پناهی، ۱۳۹۰). مهدی‌زاده و همکاران (۱۳۹۲) نیز در پژوهش خود از جمله موانع مشارکت استادان، کارکنان و دانشجویان در برنامه‌های ورزش دانشگاهی را کیفیت پایین تجهیزات ورزشی، نامناسب بودن اماکن ورزشی دانشگاه‌ها و وضعیت ظاهری نامناسب اماکن ورزشی دانشگاه‌ها برشمردند که با نتایج پژوهش حاضر در یک راستاست (مهدی‌زاده و همکاران، ۱۳۹۲).

آخرین بعد بررسی شده، بعد تضمین است که کمترین شکاف منفی کیفیت (۱/۸۸-) را داشت و یافته تحقیق، با نتایج آربونی و همکاران (۱۳۸۴)، آقاملایی و همکاران (۱۳۸۵) و کبریایی و رودباری (۱۳۸۴) همسوست (آربونی، شغلی، بدری و مهاجری، ۱۳۸۴؛ آقاملایی، زارع و عابدینی، ۱۳۸۵؛ کبریایی و رودباری، ۱۳۸۴). رضانیان و همکاران (۱۳۹۲) و همتی نژاد و همکاران (۲۰۱۵) نیز در بررسی اماکن ورزشی دانشگاه گیلان، کمترین شکاف را در بعد «تضمین» گزارش کردند که یافته‌های آنان هم‌راستا با پژوهش حاضر است (رضانیان و همکاران، ۱۳۹۲؛ همتی نژاد و همکاران، ۲۰۱۵). سویتا (۲۰۱۲) نیز در ارزیابی کیفیت خدمات باشگاه‌های ورزشی به نتیجه مشابهی دست یافت و گزارش کرد که بعد تضمین، کمترین شکاف منفی را در جامعه مورد مطالعه‌اش دارد (سویتا، ۲۰۱۲). با اینکه شکاف کیفیت در این بعد، کمتر از ابعاد دیگر است، اما همچنان با وضع مطلوب فاصله دارد. در میان گویه‌های این بعد، گویه قابلیت تضمین و در دسترس بودن کارکنان، با اختلاف میانگین ۱/۲۹- کمترین شکاف منفی و گویه دانش و توانایی کارکنان و توجه مربیان به پیشرفت و بهبود عملکرد (۱/۸۲-) بیشترین شکاف منفی کیفیت را داشتند. بنابراین، به نظر می‌رسد توانمندسازی کارکنان اماکن ورزشی دانشگاه شهید مدنی و نیز مربیان حاضر در این اماکن در ساعات فوق‌برنامه در راستای بهبود دانش و توانایی کاری خود، بتواند مقدار شکاف منفی این بعد را کاهش دهد. همچنین، توجه مربیان حاضر در ساعات فوق‌برنامه ورزشی دانشگاه مبنی بر توجه بیشتر به یادگیری و پیشرفت افراد شرکت‌کننده و یا به کارگیری مربیان جدید و فعال در این زمینه، احتمالاً می‌تواند کمک‌کننده باشد.

به طور کلی می‌توان گفت ارزیابی کیفیت خدمات ارائه شده در اماکن ورزشی دانشگاهی و آگاهی از ادراکات و انتظارات کاربران اماکن می‌تواند نقش فزاینده‌ای در مشارکت دانشجویان، استادان و کارکنان در برنامه‌های ورزشی دانشگاه داشته باشد. گسترش ورزش همگانی در دانشگاه‌های کشور، نیازمند افزایش سطح آگاهی، از طریق آموزش و همچنین برنامه‌ریزی و مدیریت صحیح امکانات و تأسیسات است. در نتیجه، به‌عنوان اولین قدم در رفع مشکل باید ابتدا در مورد مسائل و محدودیت‌های مربوط به این حوزه شناخت پیدا کرد. همچنان‌که جعفری حجین و همکاران (۱۳۸۵) دلیل رکود و پیشرفت‌نکردن ورزش در دانشگاه و همچنین بی‌تمایلی دانشجویان به مشارکت در فعالیت‌های ورزشی در اوقات فراغت را ناشی از فقدان توجه کافی در برنامه‌ریزی ورزشی دانشگاه و نیز بی‌توجهی دست‌اندرکاران تربیت‌بدنی دانشگاه‌ها و کمبود و نارسایی قابلیت اعتماد مالی برای توسعه و برنامه‌ریزی می‌دانند (جعفری حجین، شب خیز و مشهوری، ۱۳۸۵). روکس و همکاران<sup>۱</sup> (۲۰۰۷) نیز معتقدند هرچه فضاها و اماکن ورزشی بیشتری در دسترس افراد قرار داشته باشد، احتمال پرداختن آنها به فعالیت بدنی بیشتر می‌شود؛ زیرا ویژگی‌های رفتاری افراد تا حدودی ناشی از میزان وابستگی آنها به منابع محیطی است (روکس، اونسون،

مک‌گین، براون، مور، برینز و همکاران، ۲۰۰۷). بنابراین، به نظر می‌رسد برای جذب بیشتر جوانان در فعالیت‌های ورزشی، تدابیر و تغییرات محیطی در فضای موجود در دانشگاه‌ها، ایجاد و فراهم‌آوردن امکانات و تجهیزات و همچنین، برنامه‌ریزی صحیح و منطقی، ضروری است (رحمانی، بخشی‌نیا و قوامی، ۱۳۸۵).

با توجه به نتایج پژوهش حاضر و شکاف‌های عمده در کیفیت ارائه خدمات در اماکن و فضاهای ورزشی دانشگاه، به نظر می‌رسد مسئولان و دست‌اندرکاران ورزش این دانشگاه بهتر است برای مشارکت هرچه بیشتر دانشجویان، استادان و کارکنان در فعالیت‌های ورزشی دانشگاه، به بهبود ابعاد کیفیت خدمات در اماکن ورزشی این دانشگاه توجه بیشتری داشته باشند و با عنایت به نقاط ضعف و قوت شناسایی شده در این پژوهش، سعی در بهبود مستمر کیفیت خدمات و دستیابی به تعالی در این حوزه داشته باشند. شاید اولین گام در این زمینه آشنایی کارکنان و دست‌اندرکاران اماکن ورزشی دانشگاه با مباحث کیفیت خدمات، ارتباط با مشتری<sup>۱</sup> و مشتری‌گرایی در قالب آموزش‌های ضمن خدمت و نیز برگزاری دوره‌های توجیهی باشد. از طریق این‌گونه فعالیت‌هاست که آموزش‌های لازم برای آشنا ساختن کارکنان اماکن ورزشی با خصوصیات خدمات و نحوه درست پاسخ‌گویی و ارتباط با کاربران دانشگاه و ارزیابی عملکرد و بهبود گروه‌های کاری و جو سازمانی مناسب در راستای ایجاد احساس مسئولیت بیشتر در کارکنان و برآورده کردن انتظارات کاربران، فراهم خواهد آمد.

### تشکر و قدردانی

از تمام استادان، کارکنان و نیز دانشجویان شرکت‌کننده در پژوهش، دست‌اندرکاران اداره تربیت‌بدنی دانشگاه شهید مدنی آذربایجان که در اجرای پژوهش همکاری داشتند و نیز معاونت پژوهشی دانشگاه که عهده‌دار تأمین مالی پژوهش بودند، تقدیر و تشکر می‌کنیم. مقاله حاضر از طرح پژوهشی به شماره ASMU/۱۴۴۳۱-۱۵ / ۱۱۴۸۶ و با حمایت مالی دانشگاه شهید مدنی آذربایجان استخراج شده است.

### منابع

1. Aghamolaei. T, Zare. S, Abedini. S. (2007). The Quality Gap of Educational Services from the Point of View of Students in Hormozgan University of Medical Sciences. *Strides Dev Med Educ*. 3(2):78-85 (Persian)
2. Allender S, Cowburn G, Foster C. (2006). Understanding participation in sport and physical activity among children and adults: a review of qualitative studies. *Health education research*. 21(6):826-35.

1. Customer Relationship Management (CRM)

3. Almasi. S, Razavi. SMH, Amirnejhad. S. (2015). Study of customer satisfaction and customer orientation in Mazandaran province's public and private sport facilities. *Journal of Sport Management and Action Behavior*. 21: 129-38. (Persian)
4. Arbouni. F, Shoghli. A, Badriposhteh. S, Mohajery. M. (2008). The Gap between Students Expectations and Educational Services Provided for them, *Zanjan University of Medical Sciences*, 2007. *Strides Dev Med Educ*. 5(1):17-25. (Persian)
5. Chin K-S, Pun K-F. (2002). A proposed framework for implementing TQM in Chinese organizations. *International Journal of Quality & Reliability Management*. 19(3):272-94.
6. Demouri. D, Zare AhmadAbadi. H, TaheriDamne. M, Mansouri. H. (2011). evaluating qualification of provided services by athletic department of universities; a artificial neural networks approach (case study: yazd university). *Olympic Journal*. 1(53): 39-53. (Persian)
7. Donnelly M, Wisniewski M, Dalrymple JF, Curry AC. (1995). Measuring service quality in local government: the SERVQUAL approach. *International Journal of Public Sector Management*. 8(7):15-20.
8. Emami. A, Khoshbakhti. J, Keshtidar. M. (2013). The Quality of Recreational Facilities Evaluation in Golestan Province Parks Based on (Gaps) Model. *Sport Management Studies*. 18: 51-66. (Persian)
9. Esmaeili. M, Ehsani. M, Kouzechian. H, Honari. H. (2014). A Study of Service Quality Dimensions in Sport Tourism. *Sport Management Studies*. 6(26): 37-58. (Persian)
10. Fransi, E. C., Adillon, M. J., Thorsson, A., & Ramon, N. D. (2010). Measuring service quality in sport management: An application of the SERVQUAL scale. *Working papers New Trends in Accounting and Management*. 3:5-21.
11. Hemmatinezhad, M.A., Gholizadeh, M.H., Shabani, S. (2015). A survey on service quality of the sport facilities of the physical education and sport sciences faculty of the Guilan University and students needs assessment based on Servqual-Kano model. *International Journal of Basic Sciences and Applied Research*.4: 28-29.
12. <http://vtour.azaruniv.ac.ir/>
13. Jafari Hajin. A, Shabkhiz. F, Mashhour. M. (2007). Investigating leisure time activities among female students of the University of Tehran indicating on physical education. *Harekat Journal*. 27: 103-16.
14. Kebriaei. A, Roudbari. M. (2005). Quality Gap in Educational Services at Zahedan University of Medical Sciences: Students Viewpoints about Current and Optimal Condition. *Iranian Journal of Medical Education*. 5(1):53-61. (Persian)
15. Khatibi. A, Sajjadi. SN, Seifpanahi. J. (2011). Investigating quality of the educational services at the Physical Education Faculty of Tehran University from the perspective of undergraduate students. *Sport Management Studies*. 9: 77-94. (Persian)
16. Kontou M, Tzetzis G, Katartzi E. (1999). Exercise and physical activities of women participating in Sport for All programs. *Sport Performance and Health*. 1(4):370-82.
17. Lehtinen U, Lehtinen JR. (1991). Two approaches to service quality dimensions. *Service Industries Journal*. 11(3):287-303.
18. Mahdizadeh. R, Andam. R, Rozbehani. Sh. (2013). Barriers to Sport for All promotion in Universities. *Research in University Sport*. 3: 109-26. (Persian)

19. Mahmoudi. A. (2011). Exploring the Relationship between Service Quality and Satisfaction with Customer Loyalty in Sport Clubs (Bodybuilding and Aerobic). MA Thesis, University of Tehran. (Persian).
20. Mazloumi Sovini. F, Jaberi. A, Moradi. M, Khazaei pool. J. (2013). Examining the effect of service quality of sport tourism destinations on mouth to mouth advertisement (Case study of sport tourists in Noshahr). *Research in Sport Management*. 2(6): 19-38. (Persian)
21. Moazzen Ahmadi. L. (2006). Exploring service quality and intention to reparticipation in female fitness classes in Khorasane Razavi province. MA Thesis, University of Shomal. (Persian)
22. Parasuraman A, Zeithaml VA, Berry LL. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of Marketing*. 41-50.
23. Rahmani. A, Bakhshiniya. T, Ghavami. SS. (2005). The role of sport in leisure time of students in takestan azad university. *Research in Sport Sciences*. 12: 33-50.
24. Rajabi. M. (2010). The Relationship between Service Quality and customers' Satisfaction in Shahrood private bodybuilding Clubs. MA Thesis, University of Shahrood. (Persian)
25. Roux AVD, Evenson KR, McGinn AP, Brown DG, Moore L, Brines S, et al. (2007). Availability of recreational resources and physical activity in adults. *American journal of public health*. 97(3):493-9.
26. Sajjadi. SN, Mahmoudi. A, Goudarzi. M, Mizani. M. (2012). A comparison of service quality provided by public and private sport clubs (body building and fitness) in Tehran based on customers' viewpoints. *Contemporary Studies on Sport Management*. 1(2): 33-48. (Persian)
27. Sangdovini. E, Saeidi. AM. (2014). The Relationship between Service Quality and customer loyalty. *Golestan Danesh'e Entezami Quarterly*. 19: 70-90. (Persian)
28. Seyed Javadin. SR, Khanlari. A, Estiri. M. (2010). A Model for Evaluating the Effects of Service Quality on loyalty of sporting services customers. *Olympic Journal*. 4(52): 41-54. (Persian)
29. Soita PW. (2012). Measuring perceived service quality using SERVQUAL: A case study of the Uganda health and fitness sector. *International Journal of Business and Social Science*. 3(5):261-71.
30. Terzoglou M, Papadopoulos P, Koronas V, Matsaridis A. (2012). Quality assessment of private fitness centers in eastern Thessaloniki. *Studies in Physical Culture and Tourism*. 19(4):196-200.
31. Theodorakis ND, Alexandris K. (2008). Can service quality predict spectators' behavioral intentions in professional soccer? *Managing Leisure*. 13(3-4):162-78.



استناد به مقاله

فرجی رسول، بشیری مهدی، یآوری یوسف، خوشنویس فرهاد. (۱۳۹۵)، پاییز و زمستان). ارزیابی ادراکات و انتظارات مشتریان از کیفیت خدمات اماکن ورزشی دانشگاه با استفاده از مدل سروکوال (مطالعه موردی: دانشگاه شهید مدنی آذربایجان). پژوهش در ورزش تربیتی، ۴(۱۱): ۹۷-۱۱۴.

Faraji. R, Bashiri. M, Yavari. Y, Khoshnevis. F. (2016 Fall & Winter). Assessment of Customers Perception and Expectation of University s Sports Facilities Service Quality using SERVQUAL Model (Case study: Azarbaijan Shahid Madani University). Research on Educational Sport, 4(11): 97-114. (Persian)

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی  
پرتال جامع علوم انسانی

## Assessment of Customers' Perception and Expectation of University's Sports Facilities Service Quality using SERVQUAL Model (Case study: Azarbaijan Shahid Madani University)

R. Faraji<sup>1</sup>, M. Bashiri<sup>2</sup>, Y. Yavari<sup>3</sup>, F. Khoshnevis<sup>4</sup>

1. Assistant Professor in Sport Management, Azarbaijan Shahid Madani University\*

2,3. Assistant Professor in Sport Management, Azarbaijan Shahid Madani University

4. Master of Art in Sport Management, Azarbaijan Shahid Madani University

Received Date: 2016/01/22

Accepted Date: 2016/04/10

---

### Abstract

Analysis of service quality enables management not only to prevent quality decline but also allocate the limited financial resources to more important areas. Therefore, the aim of this study was to investigate the quality of services in the Sports facilities of Azerbaijan Shahid Madani University using SERVQUAL model. This survey was descriptive which 327 users of the university facility (students, staff and teachers) participated in it as sample. Data were collected using 22-items SERVQUAL questionnaire that measures five dimensions of service quality (Tangibles, reliability, responsiveness, assurance and empathy) in perception and expectation sections. Analyzing using statistical tests of Wilcoxon and Friedman indicated that in the perception section (existing situation), Assurance dimension ( $4.59 \pm 1.38$ ) was at the best situation followed by responsiveness, reliability, empathy and tangibles in order of priority. In the expectation section, also, Assurance dimension ( $6.15 \pm 0.98$ ) was in first rank of responders emphasis. After that the dimensions of empathy, responsiveness, reliability and tangibles, were highlighted respectively. Moreover, the results showed that there are negative significant gaps between existing and desired situations in all five dimensions of service quality of the university s sport facilities ( $P < 0.05$ ). Maximum negative quality gap ( $-2.00$ ) were observed in empathy and the minimum ( $-1.88$ ) were in assurance dimensions. Negative quality gaps in all dimensions seems to be a demonstration of some problems in quality of the university s sport facilities services and needs to pay attention in order to remove barriers and improve the services. Improving identified weak points in present research can be followed by users satisfaction, return and finally increasing in their sport participation.

**Keywords:** Perceptions, Expectations, University Sports' Facilities, Service Quality, SERVQUAL Model

---

---

\* Corresponding Author

Email: r.faraji@yahoo.com