

Studying the Effect of Service Quality on Sports Participation of University Students in Arak

Karim Zohrevandian¹

Associate Professor, Department of Sports Management, Faculty of Sports Sciences, Arak University, Arak, Iran

Received: 3 May 2024 Revised: 23 May 2024 Accepted: 29 May 2024

Abstract

The study aims to investigate the role of service quality on the sports participation of students in the universities of Arak. This is a descriptive-correlational study. The statistical population included all university students in Arak (n=18,000), of whom the research sample was selected using the stratified sampling method. The research tools used for data collection consisted of the 22-item service quality questionnaire developed by Chin Liu (2008), Cronin's (2000) 4-item customer satisfaction questionnaire, and Lim (2006) 6-item Behavioral Future Intentions questionnaire (to measure willingness to engage in sports activities). Face and content validity of the questionnaires were evaluated by a panel of sports (n=12 people); construct validity was assessed by Confirmatory Factor Analysis (CFA), and reliability was evaluated by Cronbach's alpha. For data analysis, descriptive statistics (mean, standard deviation, and diagram) and inferential statistics (Kolmogorov–Smirnov, kurtosis and skewness, one-sample T-test, confirmatory factor analysis, and structural equations) were used in SPSS16 and LISREL8.8 software. Findings suggest that service quality has a direct and significant effect on satisfaction (path coefficient= 0.75) and sports participation of students (path coefficient= 0.15) and the impact of service quality on satisfaction is greater than that of sports participation (path coefficient= 0.75). Moreover, the results reveal that satisfaction plays a mediating role in the relationship between service quality and sports participation of students in university sports facilities. Therefore, given the role of service quality in student satisfaction and sports participation, university sports executives and managers should make efforts to improve service quality to gain the satisfaction of students and encourage them to use university sports facilities.

Keywords: Service Quality, Satisfaction, Participation, Sports Facilities, Students.

1. Corresponding Author. Email: k-zohrevandian@araku.ac.ir



©2024 The author(s). This is an open access article under the CC BY license: <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

How to cite this article: Zohrevandian, K. (2024). Studying the Effect of Service Quality on Sports Participation of University Students in Arak. Ferdowsi University of Mashhad Journal of Social Sciences, 21(4), 177-197. doi: 10.22067/social.2024.87894.1508

مطالعه تأثیر کیفیت خدمات بر مشارکت ورزشی دانشجویان دانشگاه‌های شهر اراک

کریم زهره‌وندیان (دانشیار گروه مدیریت ورزشی، دانشکده علوم ورزشی، دانشگاه اراک، اراک، ایران)

k-zohrevandian@araku.ac.ir

چکیده

هدف پژوهش حاضر بررسی نقش کیفیت خدمات بر مشارکت ورزشی دانشجویان در اماکن ورزشی دانشگاه‌های شهر اراک است. این پژوهش از نوع تحقیقات توصیفی-همبستگی است. جامعه آماری تحقیق شامل کلیه دانشجویان دانشگاه‌های شهر اراک (۱۸۰۰۰ نفر) بود که نمونه از بین آنها به روش نمونه‌گیری طبقه‌ای نسبی انتخاب شد. ابزار مورد استفاده جهت جمع‌آوری داده‌ها شامل سه پرسشنامه کیفیت خدمات لیو و چن (۲۰۱۲) با ۲۲ گویه، رضایت‌مندی مشتریان کرونین (۲۰۰۰) با ۴ سؤال و تمایل حضور دانکن و گری (۲۰۰۲) با ۶ سؤال (جهت سنجش تمایل به مشارکت ورزشی) بود. اعتبار صوری و محتوایی پرسشنامه‌ها توسط نظرات متخصصان (۱۲ نفر)، و روایی سازه با تحلیل عاملی تأییدی سنجیده شد. پایایی به وسیله آلفای کرونباخ تأیید شد. جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها روش‌های آماری توصیفی (میانگین، انحراف استاندارد و نمودار) و استنباطی (آزمون کولموگروف اسمیرنوف، کشیدگی و چولگی، آزمون تی تک‌نمونه‌ای، تحلیل عامل تأییدی و معادلات ساختاری) در نرم‌افزارهای SPSS16 و LISREL8.8 استفاده شد. نتایج نشان داد که کیفیت خدمات اثر مستقیم و معناداری روی رضایت‌مندی (ضریب مسیر ۰/۷۵) و مشارکت در ورزش (ضریب مسیر ۰/۱۵) دانشجویان در اماکن ورزشی دانشگاه‌ها داشت و اثر کیفیت خدمات روی رضایت‌مندی نسبت به مشارکت ورزشی بسیار قوی‌تر بود. همچنین نتایج نشان داد رضایت‌مندی نقش میانجی روی رابطه بین کیفیت خدمات و مشارکت ورزشی دانشجویان در اماکن ورزشی دانشگاه‌ها داشت (ضریب مسیر ۰/۷۵). بنابراین مدیران و مسئولان ورزش دانشجویی در دانشگاه‌ها باید با در نظر گرفتن نقش کیفیت خدمات در اماکن ورزشی تمام تلاش خود را برای بهبود ابعاد مختلف کیفیت خدمات انجام دهند تا رضایت دانشجویان را کسب نمایند و آنها را به حضور در اماکن ورزشی و مشارکت ورزشی در دانشگاه‌ها متمایل سازند.

واژگان کلیدی: کیفیت خدمات، رضایت‌مندی، مشارکت، اماکن ورزشی، دانشجویان.

نشریه علوم اجتماعی دانشگاه فردوسی مشهد، سال بیست‌ویکم، شماره ۴، زمستان ۱۴۰۳، شماره پیاپی ۵۰، صص ۱۹۷-۱۷۷

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۲/۱۴ تاریخ بازنگری: ۱۴۰۳/۰۳/۰۳ تاریخ تصویب: ۱۴۰۳/۰۳/۰۹

۱. مقدمه

ورزش در تمام دوران زندگی انسان‌ها حائز اهمیت است، ولی چون مبنای تربیت جسمی و روحی در سنین جوانی گذاشته می‌شود، باید اهمیت بیشتری برای ورزش در این دوران قائل بود. ورزش علاوه بر آنکه موجب می‌شود جوانان سرگرمی مناسبی برای گذراندن اوقات فراغت خود داشته باشند، در تأمین سلامت جسمی و روحی آنان نیز تأثیر بسیار دارد (مسعودی و همکاران، ۱۳۹۲: ۱۳۲). دانشجویان نیز بخشی از جوانان جامعه هستند که در فرصت‌های فراغت زمان دانش‌آموزی خود، به کسب علم و دانش پرداخته‌اند. بنابراین، زمان دانشجویی برای ایشان می‌تواند بهترین فرصت برای استفاده از برنامه‌های فراغتی که از سوی دانشگاه تعیین می‌شود، باشد تا سرزندگی و نشاط لازم را برای ادامه فعالیت‌های آینده بیشتر به دست آورند. در این خصوص، دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزش عالی به‌عنوان سازمان‌های خدماتی در تربیت نیروی انسانی متخصص در توسعه و پیشرفت کشور نقش مهمی دارند. هدایت و رهبری آینده جامعه به دست دانشجویانی است که امروز در دانشگاه‌ها در حال تحصیل هستند و دانشگاه اراک نیز از این قاعده مستثنا نیست. از این‌رو برای کارآمدی نیروی انسانی آینده، دانشجویان علاوه بر فعالیت‌های آموزشی و پژوهشی باید بتوانند از فعالیت‌های جسمانی و تفریحی در غالب پر کردن اوقات فراغت خویش کمک بگیرند و از تمام مزایای آن در راستای افزایش کیفیت زندگی سالم بهره‌مند شوند (حیدری‌نژاد و جویباری، ۱۳۸۷: ۳). در همین زمینه، نقش اماکن ورزشی به‌عنوان بستر ایجاد و راه‌اندازی فعالیت‌های ورزشی واضح و مبرهن است؛ به همین دلیل شناسایی عوامل مهم و مؤثر بر جذب افراد به میدان‌های ورزشی و بررسی عوامل مهم تداوم شرکت آنان در فعالیت‌های بدنی این امکان را فراهم می‌آورد تا بر فرصت‌های موجود برای ورزش و فعالیت‌های بدنی تمرکز گردد (زهره‌وندیان و ابراهیمی، ۱۳۹۲: ۱۱۲). در ارتباط با عوامل مؤثر در حضور و مشارکت افراد در فعالیت‌های ورزشی تحقیقات بسیاری انجام شده است که یکی از عوامل مهم در سوق دادن افراد به سمت اماکن ورزشی، کیفیت و نحوه ارائه خدمات در این اماکن است. در همین راستا مراکز دانشگاهی و ادارات تربیت‌بدنی آنها که دارای هدف جذب حداکثری دانشجویان به سمت ورزش و اماکن ورزشی خود هستند، نیز از این قاعده مستثنا نیستند. در این

راستا، مراکز دانشگاهی با برگزاری مسابقات مختلف و جذب دانشجویان می‌توانند خود را از سایر دانشگاه‌ها متمایز کنند. اما چه چیزی باعث جذب دانشجویان به سمت اماکن ورزشی دانشگاه می‌شود؟ آیا مدیریت تربیت بدنی باید از عواملی مانند کیفیت خدمات که باعث جلب توجه آنها به شرکت در رویدادهای ورزشی می‌شوند، اطلاع داشته باشند؟ آیا خدمات ارائه شده را تا حدی مطابق نیازهای دانشجویان ارائه می‌دهند تا دانشجویان را راضی کنند؟ آیا کیفیت خدماتی که در اماکن ورزشی ارائه می‌شود روی حضور و رضایت دانشجویان تأثیر دارد؟ این موارد سوالاتی هستند که نیاز به پاسخ دارند تا از این پاسخ‌ها بتوان در رسیدن به اهداف ورزش دانشجویی بهره جست. لذا مسئله اصلی این تحقیق این است که آیا بین کیفیت خدمات، رضایت‌مندی و تمایل حضور دانشجویان در اماکن ورزشی دانشگاه‌های شهر اراک رابطه‌ی علی وجود دارد.

۲. مبانی نظری پژوهش

کیفیت خدمات به‌عنوان حدی از برآورده ساختن نیازها و انتظارات مشتریان توسط خدمات تعریف می‌شود (آذر و همکاران، ۱۳۸۹: ۱۷). پاراسورامان، زیتامل و بری^۱ (۱۹۸۵) بیان کردند که مشتریان با استفاده از ۱۰ عامل (ملموس، قابلیت اطمینان، پاسخ، ارتباطات، اعتبار، امنیت، شایستگی، حسن نیت، درک/شناخت مشتری و دسترسی) به ارزیابی کیفیت خدمات می‌پردازند. این چارچوب به‌عنوان پایه‌ای برای توسعه مدل سروکوال^۲ به کار گرفته شده است که در ادبیات کیفیت خدمات، رایج‌ترین مدل برای سنجش کیفیت خدمات است (فرجی و همکاران، ۱۳۹۵: ۹۸). این مقیاس دارای ۵ بعد و ۲۲ مؤلفه به شرح زیر است: ۱- عوامل محسوس: جنبه‌ها و عناصر فیزیکی سازمان جهت ارائه خدمات ۲- قابل اعتماد بودن: توانایی سازمان در ارائه خدمات و به شکلی صحیح و تا زمان وعده داده شده ۳- پاسخگویی: تمایل برای کمک به مشتریان و ارائه سریع خدمات به آنها ۴- اطمینان: دانش و ادب کارکنان و توانایی آنها برای ایجاد اطمینان

1. Parasuraman, Zeithaml & Berry

2. SERVQUAL

خاطر و اعتماد در مشتریان ۵- همدلی: مهم شمردن و طرز رفتار فردی با مشتریان (زهره وندیان و خسروی زاده، ۱۳۹۴: ۴۷).

در سال‌های اخیر، با توجه به ارتقای نسبی نقش و جایگاه ورزش در بین افراد جامعه، مدیریت کیفیت خدمات و ارزیابی رضایت‌مندی مشتریان به یکی از دغدغه‌های اصلی مدیران بخش ورزش درآمدی است. مدیران در این بخش می‌خواهند بدانند چگونه می‌توانند به نحو مؤثرتری به سنجش کیفیت خدمات و ارزیابی رضایت‌مندی مشتریان در سازمانشان بپردازند؛ زیرا به اهمیت این موضوع واقفند که سنجش کیفیت خدمات و ارزیابی رضایت‌مندی مشتریان و میزان وفاداری آنان و تشخیص نقاط ضعف و قوت سازمان، اولین گام ضروری در جهت بهبود و توسعه فعالیت‌های مجموعه تحت مدیریت خود می‌باشد (محمودی و همکاران، ۱۳۹۴: ۳۵).

۳. پیشینه پژوهش

در موضوع پژوهش تحقیقات زیادی در صنایع مختلف از جمله ورزش انجام شده است که می‌توان به چند مورد اشاره نمود. هاگلی و همکاران (۲۰۱۰) به این نتیجه رسیدند که برای زنان گلف‌باز کیفیت خدمات باشگاه، تمیزی و جدید بودن تجهیزات باشگاه در مقایسه با مردان دارای اهمیت بیشتری است. در همین زمینه تئودوراکیس، الکساندریس، نیکولاس و سرافیم^۱ (۲۰۱۳) و تان و پیون^۲ (۲۰۱۵) در تحقیقی نشان دادند که رضایت تماشاگران نقش میانجی در رابطه بین کیفیت خدمات و رفتارهای تماشاگران نظیر رضایت‌مندی و حضور مجدد دارد. در راستای این موضوع آووردیادو و تئودوراکیس^۳ (۲۰۱۴) نیز در تحقیق خود نشان دادند ارتباط مثبتی بین ابعاد کیفیت خدمات با رضایت کلی وجود دارد. یه، هاو و هانگ^۴ (۲۰۱۶)، لی، چان، پارک، ساح و

1. Theodorakis, Alexandris, Nikolaos & Serafim

2. Tan & Pyun

3. Avourdiadou & Theodorakis

4. Yeh, Hua & Huang

لی^۱ (۲۰۱۷) و لی^۲ (۲۰۱۷) نیز نشان دادند افزایش کیفیت خدمات با رضایت مشتریان و قصد حضور مجدد مشتریان ارتباط مثبت دارد. به طور جزئی تری، گارسیا فرناندز^۳ و همکاران (۲۰۱۷) و گارسیا فرناندز، گالویز، ولز و برنال^۴ (۲۰۱۸) نشان دادند که بین کیفیت ادراک شده و ارزش ادراک شده، بین راحتی خدمات و ارزش ادراک شده، بین ارزش ادراک شده و رضایت مندی، بین رضایت مندی و قصد بازگشت در آینده ارتباط مثبت و معناداری وجود دارد. در راستای این نتایج، نصریان و همکاران (۱۳۹۳) نشان دادند بین مؤلفه‌های کیفیت ارائه خدمات کارکنان با رضایت مندی مشتریان رابطه معنی داری وجود داشته و کیفیت ارائه خدمات کارکنان می‌تواند پیش‌بینی معناداری برای رضایت مندی مشتریان باشد. محمودی و همکاران (۱۳۹۴) نشان دادند که بین متغیر کیفیت خدمات با وفاداری و بین خرده مقیاس‌های موارد کیفی ملموس، اعتماد، پاسخگویی، اطمینان و همدلی با وفاداری و رضایت مندی با وفاداری مشتریان ارتباط مثبت معنی داری وجود دارد.

فرجی و همکاران (۱۳۹۵) بیان کردند که بهبود نقاط ضعف کیفیت خدمات اماکن ورزشی دانشجویان می‌تواند رضایت مندی کاربران، بازگشت مجدد و در نهایت افزایش مشارکت ورزشی دانشجویان را به دنبال داشته باشد. در پژوهشی دیگر بر روی جامعه دانشجویان، رضایی (۱۳۹۵) نشان داد که بین کیفیت خدمات اماکن ورزشی با رضایت مندی و وفاداری دانشجویان رابطه مثبت و معناداری وجود دارد که باعث افزایش مشارکت ورزشی دانشجویان در اماکن ورزشی می‌گردد. رادمرد (۱۳۹۵) نشان داد که بین رضایت مندی دانشجویان از کیفیت کلی خدمات در وضع موجود و مطلوب اماکن ورزشی دانشگاه شهید چمران اهواز تفاوت وجود دارد. طاهری (۱۳۹۷) نشان داد که ارتباط معنی داری بین کیفیت خدمات و زیر مقیاس‌های آن شامل (کیفیت تعامل، کیفیت برنامه، کیفیت تسهیلات) با وفاداری و رضایت مشتریان وجود داشت. در نهایت، مولایی و صفایی (۱۳۹۷) نیز نشان دادند بین کیفیت خدمات و زیرمجموعه‌های آن با وفاداری

1. Lee, Chun, Park, Suh & Lee

2. Lee

3. García- Fernández

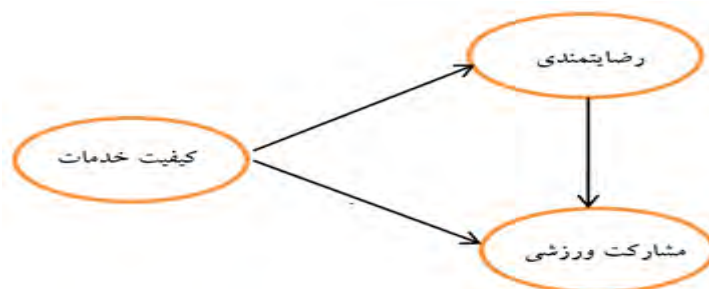
4. García-Fernández, Gálvez-Ruíz, Pitts, Vélez-Colón & Bernal-García,

مشتریان اماکن ورزشی رابطه معنادار وجود دارد که به موجب آن مشارکت ورزشی دانشجویان در اماکن ورزشی افزایش می‌یابد. علیزاده و زین‌العابدین (۱۴۰۱) بیان کردند که شرایط محیطی و ویژگی‌های اماکن ورزشی موجب جذب افراد و مشارکت ورزشی آنها در اماکن ورزشی می‌گردد. کریمی، غلامی و ساعت‌چیان (۱۳۹۹) نیز بیان کردند که کیفیت خدمات در اماکن ورزشی باعث گرایش افراد به ورزش و در واقع مشارکت ورزشی افراد می‌گردد. اوپاکو، آنانی و ماهاما^۱ (۲۰۲۴) بیان کردند که عامل امکانات و تجهیزات و اماکن ورزشی یکی از مهم‌ترین عوامل مشارکت در ورزش است. سید، زین‌الدین و سراج^۲ (۲۰۲۱) و بولارینوا^۳ (۲۰۲۱) تأکید کردند که یکی از این عناصر مشارکت ورزشی، اهمیت امکانات ورزشی مجهز و به‌خوبی نگهداری شده و یا به عبارتی کیفیت خدمات در اماکن ورزشی است.

همان‌گونه که مشاهده می‌شود در تمام نتایج تحقیقات بر ارتباط بین کیفیت خدمات و رضایت‌مندی، تمایل به حضور مجدد و وفاداری و مشارکت ورزشی تأکید می‌شود که مدیران ورزشی باید از این مسئله به نحو احسن استفاده نمایند تا به اهداف خود و سازمان مربوطه که جذب افراد بیشتر به سمت اماکن ورزشی و مشارکت ورزشی است، برسند. با توجه به تحقیقاتی که در زمینه کیفیت خدمات و اهمیت آن در برآورده کردن انتظارات و در پی آن رضایت‌مندی و حضور در فعالیت‌های ورزشی در اماکن ورزشی دانشگاه در پیشینه پژوهش بیان شد، مدل مفهومی تحقیق به‌صورت زیر می‌باشد.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

1. Opoku, Anani & Mahama
2. Sayyd, Zainuddin & Seraj
3. Bolarinwa



شکل ۱. مدل مفهومی تحقیق

(مأخذ: پیشینه پژوهش)

۴. روش پژوهش

تحقیق حاضر از نظر هدف یک تحقیق کاربردی است که از روش توصیفی-همبستگی^۱ با استفاده از تکنیک تحلیل کوواریانس انجام شده است. جامعه آماری مورد نظر را تمامی دانشجویان دانشگاه‌های اراک شامل دانشگاه اراک، دانشگاه آزاد اسلامی اراک، دانشگاه پیام نور، دانشگاه فرهنگیان و دانشگاه صنعتی اراک بود و نمونه‌گیری به شیوه طبقه‌ای نسبتی انجام شد. تعداد نمونه مورد نیاز بنا بر توصیه‌های استیونس^۲ (۱۹۹۶) و بنتلر و چو^۳ (۱۹۹۸) با حداقل ۱۵ مورد به ازای هر متغیر مشاهده شده (هومن، ۱۳۸۴) تعداد ۴۵۰ نمونه بود که با احتساب ۲۰ درصد اضافه ۵۷۰ نفر در نظر گرفته شد.

جدول ۱. وضعیت نمونه‌ها و برگشت پرسشنامه‌ها

(مأخذ: یافته‌های پژوهش)

نام دانشگاه	تعداد جامعه	تعداد نمونه در نظر گرفته شده	تعداد پرسشنامه برگشت خورده	تعداد پرسشنامه قابل استناد
دانشگاه اراک	۶۷۰۰	۲۱۲	۲۰۶	۲۰۲
دانشگاه آزاد اسلامی	۶۰۰۰	۱۹۰	۱۷۹	۱۷۴
دانشگاه پیام نور	۳۵۰۰	۱۱۱	۱۰۵	۱۰۳

1. Correlational research

2. Stevens

3. Bentler & Chou

نام دانشگاه	تعداد جامعه	تعداد نمونه در نظر گرفته شده	تعداد پرسشنامه برگشت خورده	تعداد پرسشنامه قابل استناد
دانشگاه فرهنگیان	۵۰۰	۱۶	۱۶	۱۶
دانشگاه صنعتی اراک	۱۳۰۰	۴۱	۴۰	۴۰
جمع کل	۱۸۰۰۰	۵۷۰	۵۴۶	۵۳۵

جهت جمع آوری داده‌ها از ۳ پرسش‌نامه کیفیت خدمات لیو و چن (۲۰۱۲) شامل ۲۲ سؤال در ۵ عامل موارد کیفی ملموس ۴ سؤال، اعتماد ۵ سؤال، پاسخ‌گویی ۴ سؤال، اطمینان ۴ سؤال و همدلی ۵ سؤال، پرسش‌نامه رضایت‌مندی کرونین^۱ (۲۰۰۰) شامل ۴ سؤال و پرسش‌نامه تمایل به حضور (جهت سنجش تمایل به مشارکت ورزشی) دانکن^۲ و گری^۳ (۲۰۰۲) استفاده شد. روایی صوری و محتوایی ابزار تحقیق به شکل کیفی و با استفاده از پانل متخصصان (۱۲ نفر) و روایی سازه توسط تحلیل عاملی تأییدی انجام شد. جهت پایایی تحقیق نیز از آلفای کرونباخ برای متغیرهای تحقیق شامل عوامل ملموس (۰/۸۰)، اعتماد (۰/۸۲)، پاسخ‌گویی (۰/۸۴)، اطمینان (۰/۷۸)، همدلی (۰/۸۶)، رضایت‌مندی (۰/۷۷) و تمایل حضور (۰/۸۸) استفاده شد. مقیاس مورد استفاده در این تحقیق مقیاس ۵ ارزشی لیکرت بود.

به منظور آماده‌سازی داده‌ها و برای حذف داده‌های پرت تک‌متغیری از نمودار جعبه‌ای و نمودار Q-Q؛ و برای حذف داده‌های چندمتغیری از فاصله‌ها مالاوانوبیس^۴ (بالتر از سطح جدول توزیع کای دو با درجه آزادی ۲)؛، برای سنجش طبیعی بودن توزیع داده‌ها از آزمون کلموگروف اسمیرنف و بررسی کشیدگی و چولگی داده‌ها؛ برای توصیف کیفیت خدمات، رضایت‌مندی و تمایل حضور در اماکن ورزشی از میانگین، انحراف معیار و به منظور مقایسه میانگین متغیرها با میانگین فرضی جامعه از آزمون تی تک نمونه‌ای در نرم‌افزار SPSS^{۱۶} استفاده شد. جهت بررسی روایی سازه متغیرها از تحلیل عاملی تأییدی^۵ (CFA) و جهت آزمون روابط متغیرها در مدل

1. Cronin
2. Duncan
3. Gary
4. Mahalanobis
5. Confirmatory Factor Analysis (CFA)

مفهومی از مدل سازی معادلات ساختاری (SEM) با استفاده از نرم افزارهای LISREL 8.8 برای رسم نمودارها نیز از نرم افزار EXCEL استفاده گردید.

۵. یافته‌های پژوهش

در مرحله آماده سازی داده‌ها از ۵۴۶ پرسش نامه برگشتی تعداد ۱۱ مورد حذف گردید و تعداد ۵۳۵ مورد تجزیه و تحلیل شد. نتایج آزمون نرمال بودن داده‌ها به صورت جدول ۲ است.

جدول ۲. نتایج آزمون نرمال بودن داده‌ها

(مأخذ: یافته‌های پژوهش)

نتیجه	شاخص	کشیدگی	چولگی	سطح معناداری	آماره کولموگروف	
نرمال	بین ۱ و -۱	-۰/۰۷۷	-۰/۰۷۷	۰/۵۲۸	۰/۸۱۰	کیفیت خدمات
نرمال	بین ۱ و -۱	-۰/۴۶۵	-۰/۲۱۹	۰/۰۵۳	۱/۶۱۸	لموس بودن
نرمال	بین ۱ و -۱	-۰/۱۱۷	-۰/۱۵۱	۰/۰۴۴	۱/۸۸۹	قابلیت اعتبار
نرمال	بین ۱ و -۱	-۰/۴۱۴	۰/۲۴۰	۰/۰۶۴	۱/۵۴۸	پاسخگویی
نرمال	بین ۱ و -۱	-۰/۰۲۹	-۰/۲۹۱	۰/۰۴۷	۱/۷۶۰	اطمینان
نرمال	بین ۱ و -۱	-۰/۱۷۳	-۰/۱۹۱	۰/۰۷۳	۱/۴۰۲	همدلی
نرمال	بین ۱ و -۱	-۰/۱۸۰	-۰/۳۶۶	۰/۰۷۷	۱/۲۰۸	رضایتمندی
نرمال	بین ۱ و -۱	-۰/۴۰۰	-۰/۳۰۰	۰/۰۹۵	۱/۰۱۸	مشارکت ورزشی

همان گونه که در جدول ملاحظه می شود نتایج آزمون کولموگروف اسمیرنوف در سطح $0/05 = \alpha$ در همه متغیرها به جز دو مورد نرمال است؛ اما از آنجاکه تعداد نمونه‌ها بسیار زیاد است (بیشتر از ۱۰۰) تنها نمی توان به آزمون کولموگروف اسمیرنوف بسنده کرد؛ بلکه برای اطمینان از نرمال بودن باید کشیدگی و چولگی هم بررسی گردد. نتایج بررسی کشیدگی و چولگی متغیرهای تحقیق نشان می دهد که همه آماره‌های کشیدگی و چولگی در بازه +۱ و -۱ است که با توجه به بازه معیار (بین +۲ و -۲) نشان از نرمال بودن داده‌ها می دهد. بنابراین می توان از نتایج آزمون کولموگروف اسمیرنوف چشم پوشی کرد.

نتایج توصیفی متغیرها به تفکیک دانشگاه‌ها نشان داد که کیفیت خدمات در دانشگاه اراک کم‌ترین (با میانگین ۲/۸۵۸) و در دانشگاه صنعتی بیشترین (با میانگین ۳/۹۰۷) مقدار است. در متغیر رضایت‌مندی دانشگاه فرهنگیان (با میانگین ۳/۱۸۷) کم‌ترین و دانشگاه صنعتی اراک (با میانگین ۳/۹۴۳) بیشترین و در متغیر مشارکت ورزشی در اماکن ورزشی دانشگاه اراک (با میانگین ۳/۰۵۵) کم‌ترین و دانشگاه صنعتی اراک (با میانگین ۳/۹۰۴) بیشترین مقدار را دارا بودند. در مقایسه میانگین داده‌ها با میانگین فرضی جامعه (میانگین ۳) نتایج به صورت جدول ۳ بود.

جدول ۳. نتایج بررسی وضعیت متغیرهای تحقیق در اماکن ورزشی دانشگاه‌های شهر اراک
(مأخذ: یافته‌های پژوهش)

شاخص	میانگین	آماره تی	سطح معناداری	اختلاف از میانگین	
				حد پایین	حد بالا
کیفیت خدمات	۳/۰۵۸	۰/۷۶۲	۰/۰۷۷	-۰/۰۰۶۴	۰/۱۲۳۱
ملموس بودن	۳/۰۵۰	۱/۲۵۲	۰/۲۱۵	-۰/۰۲۹۱	۰/۱۲۹۱
قابلیت اعتبار	۳/۱۱۹	۰/۸۴۳	۰/۰۰۱	۰/۰۴۷۶	۰/۱۹۰۹
پاسخگویی	۲/۷۹۶	۰/۹۴۳	۰/۰۰۱	-۰/۲۸۳۹	-۰/۱۲۳۶
اطمینان	۳/۲۵۹	۰/۸۴۱	۰/۰۰۱	۰/۱۸۷۹	۰/۳۳۰۸
همدلی	۳/۰۶۶	۰/۸۷۹	۰/۰۷۹	-۰/۰۰۷۷	۰/۱۴۱۶
رضایتمندی	۳/۲۷۱	۰/۹۲۰	۰/۰۰۱	۰/۱۹۲۹	۰/۳۴۹۲
مشارکت ورزشی	۳/۱۴۶	۰/۹۳۸	۰/۰۰۱	۰/۱۴۶۴۲	۰/۲۲۶۱

همان‌طور که در جدول مشخص است میانگین اکثر متغیرهای تحقیق بالاتر از جامعه است. تنها بعد پاسخگویی دارای میانگین کمتر از متوسط است. در ارتباط با مقدار معناداری این اختلاف میانگین باید بیان داشت که کیفیت خدمات ($\text{sig} = ۰/۰۷۷$)، بعد ملموس بودن از کیفیت خدمات ($\text{sig} = ۰/۲۱۵$) و بعد همدلی از کیفیت خدمات ($\text{sig} = ۰/۰۷۹$) دارای $P > ۰/۰۵$ هستند که نشان می‌دهد اختلاف با میانگین فرضی جامعه معنادار نمی‌باشد؛ اما سایر ابعاد کیفیت خدمات و همچنین رضایت‌مندی و مشارکت ورزشی در اماکن ورزشی به دلیل $P < ۰/۰۵$ دارای اختلاف

معناداری با میانگین فرضی جامعه هستند که این اختلاف در همه متغیرها به جز پاسخ‌گویی مثبت است. نتایج تحلیل عاملی متغیرها به شرح جدول ۴ است.

جدول ۴. تحلیل عاملی مرتبه اول متغیرهای تحقیق

(مأخذ: یافته‌های پژوهش)

ابعاد	سؤال	بار عاملی	t	ابعاد	سؤال	بار عاملی	t
عوامل ملموس	Q1	۰/۷۳	۱۸/۷۱	همدلی	Q18	۰/۷۳	۱۸/۷۹
	Q2	۰/۷۷	۱۹/۸۴		Q19	۰/۶۹	۱۷/۲۳
	Q3	۰/۷۴	۱۸/۸۹		Q20	۰/۷۳	۱۸/۸۰
	Q4	۰/۵۶	۱۳/۳۷		Q21	۰/۵۵	۱۳/۰۹
قابلیت اعتبار	Q5	۰/۶۷	۱۶/۹۰	رضایتمندی	Q22	۰/۵۳	۱۲/۳۸
	Q6	۰/۵۸	۱۴/۱۹		Q23	۰/۶۵	۱۵/۱۲
	Q7	۰/۶۴	۱۶/۰۲		Q24	۰/۷۶	۱۸/۲۲
	Q8	۰/۶۴	۱۵/۸۵		Q25	۰/۶۴	۱۴/۹۶
پاسخگویی	Q9	۰/۶۸	۱۷/۴۲	مشارکت در اماکن ورزشی	Q26	۰/۷۶	۱۸/۱۶
	Q10	۰/۷۰	۱۷/۸۶		Q27	۰/۷۳	۱۸/۳۷
	Q11	۰/۷۱	۱۸/۰۲		Q28	۰/۷۵	۱۹/۱۸
	Q12	۰/۷۵	۱۹/۵۶		Q29	۰/۷۰	۱۷/۴۳
اطمینان	Q13	۰/۷۵	۱۹/۳۰	Q30	۰/۵۲	۱۲/۰۵	
	Q14	۰/۷۱	۱۷/۵۰	Q31	۰/۷۹	۲۰/۴۳	
	Q15	۰/۷۰	۱۷/۲۵	Q32	۰/۵۷	۱۳/۴۴	
	Q16	۰/۶۱	۱۴/۴۷				
	Q17	۰/۴۶	۱۱/۴۷				

جدول ۵. تحلیل عاملی مرتبه دوم متغیر کیفیت خدمات

(مأخذ: یافته‌های پژوهش)

بار عاملی	عوامل ملموس	قابلیت اعتبار	پاسخگویی	اطمینان	همدلی
۰/۸۷	۰/۹۹	۰/۹۳	۰/۹۱	۰/۹۲	
۱۶/۶۱	۱۶/۴۶	۱۶/۸۹	۱۶/۰۳	۱۷/۳۶	t معناداری

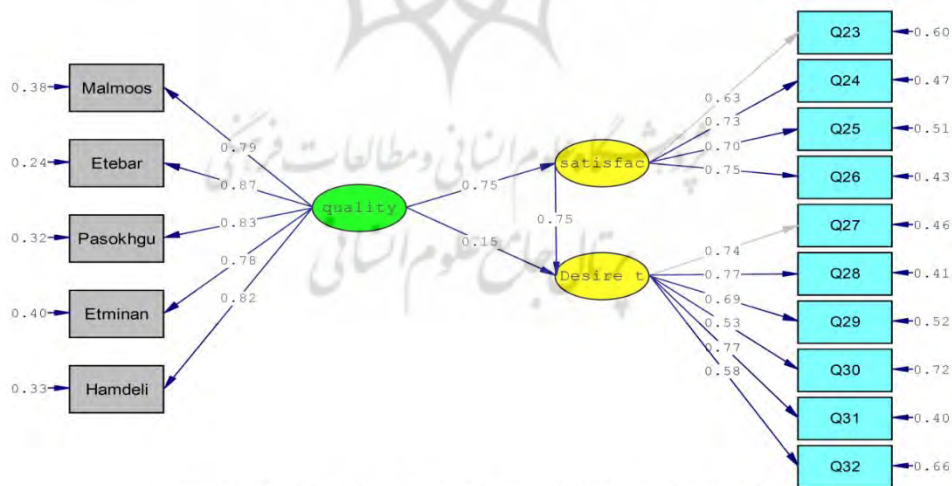
جدول ۶. شاخص‌های برازش

(مأخذ: یافته‌های پژوهش)

PNFI	NFI	IFI	CFI	AGFI	Chi-Square/df	RMSEA	
۰/۸۳	۰/۹۷	۰/۹۸	۰/۹۸	۰/۹۱	۳/۸۷	۰/۰۷۳	مرتبۀ اول کیفیت خدمات
۰/۸۵	۰/۹۶	۰/۹۷	۰/۹۷	۰/۹۲	۴/۰۸	۰/۰۷۶	مرتبۀ دوم کیفیت خدمات
۰/۳۳	۰/۹۹	۰/۹۹	۰/۹۹	۰/۹۶	۴/۲۳	۰/۰۷۸	رضایتمندی
۰/۴۲	۰/۹۹	۰/۹۹	۰/۹۹	۰/۹۷	۲/۵۸	۰/۰۵۴	مشارکت ورزشی

همان‌طور که در جدول ۴ و ۵ مشاهده می‌شود همهٔ سؤالات ابزار تحقیق دارای بار عاملی بیشتر از ۰/۴ هستند که این نشان می‌دهد تمامی سؤالات قدرت تبیین متغیر مربوطه را دارا هستند. در ضمن شاخص‌های برازش مدل نیز طبق جدول ۶ نشان می‌دهد مدل مربوطه در تحلیل عاملی قدرت برازش مناسبی دارد. در نتیجه ابزار تحقیق دارای روایی سازه می‌باشد.

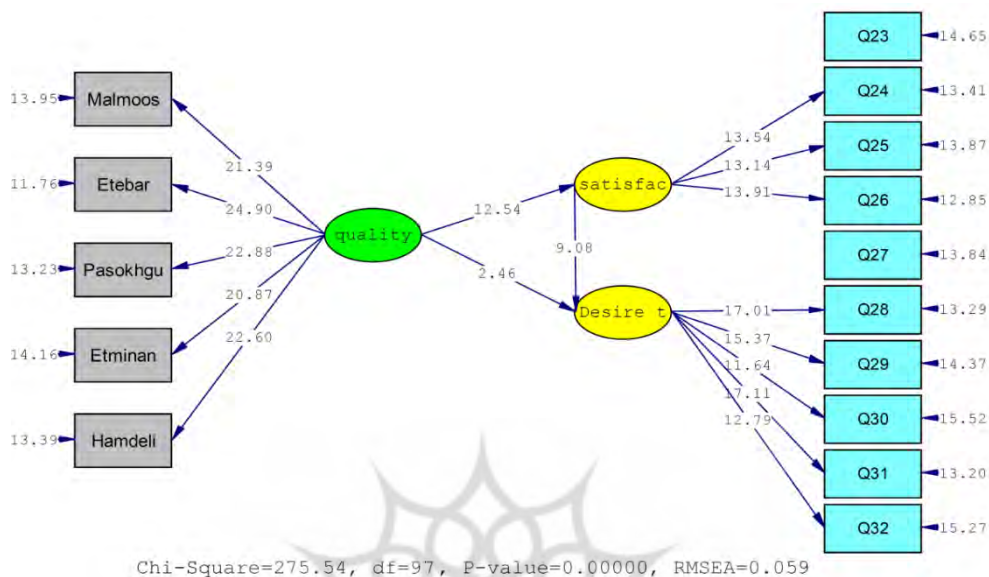
آزمون مدل نهایی تحقیق: پس از انجام تحلیل عاملی و اطمینان از مناسب بودن روایی سازه متغیرهای پژوهش، براساس مدل مفهومی پژوهش به مدل‌سازی معادلات ساختاری پرداخته شد که در شکل ۲ و ۳ ارائه شده است.



Chi-Square=275.54, df=97, P-value=0.00000, RMSEA=0.059

شکل ۲. مدل نهایی پژوهش (ضرایب استانداردشده)

(مأخذ: یافته‌های پژوهش)



Chi-Square=275.54, df=97, P-value=0.00000, RMSEA=0.059

شکل ۳. مدل نهایی پژوهش (ضرایب معناداری)

(مأخذ: یافته‌های پژوهش)

جدول ۷. مقادیر برازش مدل نهایی

(مأخذ: یافته‌های پژوهش)

مقدار مطلوب	مقدار به دست آمده	شاخص برازش	
کمتر از ۰/۰۸	۰/۰۵۹	RMSEA	ریشه میانگین مربعات خطای برآورد
بین ۱ تا ۵	۲/۸۴	Chi-Square/df	نسبت کای اسکوئر به درجه آزادی
بالاتر از ۰/۹۰	۰/۹۶	GFI	شاخص نیکویی برازش
بالاتر از ۰/۹۰	۰/۹۴	AGFI	شاخص نیکویی برازش تعدیل یافته
نزدیک به ۰/۵	۰/۶۶	PGFI	شاخص برازش اصلاح شده مقتصد
نزدیک به ۰/۵	۰/۷۶	PNFI	شاخص برازش هنجار شده مقتصد
بالاتر از ۰/۹۰	۰/۹۸	NFI	شاخص برازش هنجار یافته
بالاتر از ۰/۹۰	۰/۹۸	NNFI	شاخص برازش هنجار نیافته
بالاتر از ۰/۹۰	۰/۹۹	CFI	شاخص برازش تطبیقی
بالاتر از ۰/۹۰	۰/۹۹	IFI	شاخص برازش افزایش

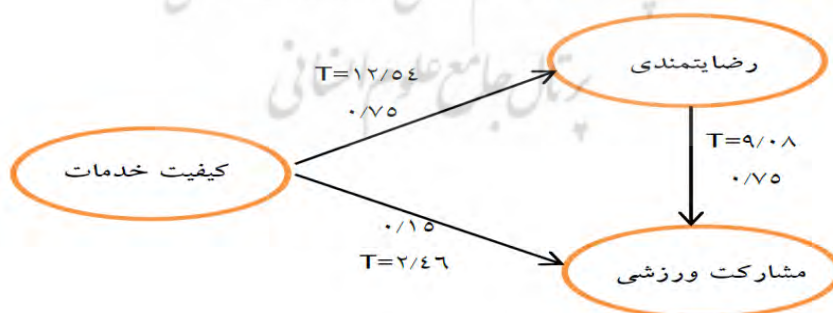
همان‌طور که از شاخص‌های برازش مدل در جدول ۷ مشخص است برازش مدل مطلوب است. با توجه به ضرایب مسیرها در شکل ۲ و نیز عدد معناداری روابط بین متغیرها در شکل ۳ نشان می‌دهد که همه مسیرها و روابط معنادار است؛ چراکه مقادیر معناداری خارج از دامنه $1/96 < t < -1/96$ است. بنابراین مدل و روابط آن بدون تغییر باقی خواهد ماند.

جدول ۸. نتایج آزمون فرضیه‌های تحقیق

(مأخذ: یافته‌های پژوهش)

نتیجه	عدد معناداری	ضریب مسیر	روابط متغیرها
تأیید	۱۲/۵۴	۰/۷۵	رضایتمندی ← کیفیت خدمات
تأیید	۲/۴۶	۰/۱۵	مشارکت ورزشی در اماکن ورزشی ← کیفیت خدمات
تأیید	۹/۰۸	۰/۷۵	مشارکت ورزشی در اماکن ورزشی ← رضایتمندی

همان‌طور که در جدول ۸ مشخص است کیفیت خدمات رابطه قوی‌تری با رضایتمندی نسبت به مشارکت ورزشی در اماکن ورزشی دارد و رابطه آن با مشارکت ورزشی در اماکن ورزشی نسبت به رضایتمندی ضعیف‌تر است. رابطه بین رضایتمندی و تمایل به مشارکت در اماکن ورزشی نیز دارای ضریب مسیر معناداری است. به عبارتی رضایتمندی نقش میانجی در بین کیفیت خدمات و مشارکت ورزشی در اماکن ورزشی دارد. در نهایت مدل مفهومی تحقیق به صورت شکل ۴ به همراه ضرایب مسیر و عدد معناداری تحقیق یافت.



شکل ۴. مدل مفهومی آزمون شده نهایی به همراه ضرایب مسیر و عدد معناداری

(مأخذ: یافته‌های پژوهش)

۶. بحث و نتیجه‌گیری

هدف تحقیق حاضر بررسی نقش کیفیت خدمات بر رضایت‌مندی و مشارکت ورزشی دانشجویان در اماکن ورزشی دانشگاه‌های شهر اراک از طریق مدل‌سازی بود. نتایج در ارتباط با مقایسه وضعیت کیفیت خدمات و ابعاد آن با میانگین فرضی جامعه (میانگین ۳) نشان داد وضعیت کیفیت خدمات، رضایت‌مندی و مشارکت ورزشی دانشجویان در اماکن ورزشی حداقل متوسط است و کم نیست؛ اما این میزان می‌تواند بسیار بهتر شود. در ارتباط با بعد پاسخ‌گویی به‌طور معناداری از میانگین جامعه کمتر بود؛ این نشان می‌دهد که میزان پاسخ‌گویی اماکن ورزشی به نیازهای دانشجویان، توضیحات واضح و شفاف مسئولین و ارائه‌کنندگان خدمات و کارمندان این اماکن از حد متوسط کمتر است و به‌طور مناسبی نیازهای دانشجویان در این بخش برآورده نمی‌شود. شاید بتوان با ارائه خدمات متنوع در رشته‌های ورزشی مختلف، توجیه و آموزش کارکنان و ارائه‌دهندگان خدمات در ارتباط با برخورد با دانشجویان و داشتن صداقت گفتار با دانشجویان این بعد را بهبود بخشید. در مورد سایر ابعاد نیز باید اذعان داشت اگرچه وضعیت متوسط است؛ اما باید توجه داشت که کیفیت باید همیشه افزایش یابد.

یافته‌ها نشان داد که کیفیت خدمات تأثیر مثبت و معناداری روی رضایت‌مندی و مشارکت ورزشی دانشجویان در اماکن ورزشی دانشگاه دارد. به‌عبارت‌دیگر هر چه کیفیت خدمات در اماکن ورزشی بیشتر باشد رضایت‌مندی دانشجویان از اماکن ورزشی و نیز تمایل به حضور آنها افزایش خواهد یافت. نوع تجهیزاتی که در اماکن ورزشی استفاده می‌شود و جدید بودن آنها، تمیزی و زیبایی فیزیکی محل اماکن ورزشی در دانشگاه‌ها، اهمیت مسئولین دانشگاه به نیازهای ورزشی دانشجویان و پاسخ‌گویی به آنها، ارائه خدمات متناسب با نیازهای دانشجویان در ساعات و زمان مناسب برای آنها، به‌کارگیری مربیان با دانش و مهارت‌های حرفه‌ای، شنیدن نظرات و انتقادات دانشجویان و استفاده از کارکنانی که روابط دوستانه و توأم با احترام با دانشجویان داشته باشند، باعث می‌شود که انتظارات دانشجویان برآورده شود و رضایت آنها از خدمات ورزشی

دانشگاه‌ها افزایش یابد. نتایج تحقیق حاضر با نتایج چو^۱ (۲۰۰۱)، هاک‌لی، کیم، کو و سگاس^۲ (۲۰۱۰)، تئودوراکیس و همکاران (۲۰۱۳)، یه و همکاران (۲۰۱۶)، لی و همکاران (۲۰۱۷)، لی (۲۰۱۷)، محمودی و همکاران (۱۳۹۴)، زهره‌وندیان و خسروی‌زاده (۱۳۹۴)، رضایی (۱۳۹۵)، طاهری (۱۳۹۷)، آووردیادو و تئودوراکیس (۲۰۱۴) یه و همکاران (۲۰۱۶)، لی و همکاران (۲۰۱۷)، گارسیا فرناندز و همکاران (۲۰۱۷) همسو است. این موضوع نشان از اهمیت کیفیت خدمات اماکن ورزشی دانشگاه برای دانشجویان دارد. بنابراین دانشگاه‌ها برای به وجود آوردن رضایت‌مندی در بین دانشجویان باید توجه بیشتری نسبت به کیفیت خدمات ورزشی خود داشته باشد و عناصر سخت‌افزاری و نرم‌افزاری اماکن ورزشی خود را هم‌زمان با هم رشد دهند. مسئولان دانشگاه‌ها و مدیران تربیت‌بدنی آنها باید نهایت تلاش خود را به منظور ارتقای هر چه بیشتر سطح کیفیت خدمات ارائه‌شده به دانشجویان به‌عنوان سرمایه‌های اصلی و مهم‌ترین آینده‌سازان کشور به عمل آورند تا با جلب رضایت آنها زمینه حفظ و تداوم حضور آنها در ورزش را فراهم سازند تا از مزایای ورزش در جهت ارتقای سلامتی و تحصیلی دانشجویان کمال استفاده را ببرند.

نتایج این تحقیق نشان داد که رضایت‌مندی نقش میانجی بین کیفیت خدمات و مشارکت ورزشی دانشجویان در اماکن ورزشی دارد. اگر انتظارات دانشجویان از اماکن ورزشی برآورده شود، آنگاه دانشجویان از اماکن ورزشی راضی هستند و این رضایت آنها را ترغیب می‌کند که مجدداً برای کسب احساس خوبی که از اماکن ورزشی به دست آوردند، دوباره به اماکن ورزشی بیایند تا یک بار دیگر تجربه حضور در این اماکن را داشته باشند و تکرار این تجربه به حضور پی‌درپی در اماکن ورزشی می‌انجامد. نتایج تحقیق حاضر در این بخش با نتایج چوی (۲۰۰۱)، تئودوراکیس و همکاران (۲۰۱۳)، دوراندیش (۱۳۹۰)، گارسیا فرناندز و همکاران (۲۰۱۷)، گارسیا فرناندز و همکاران (۲۰۱۸)، تان و پیون (۲۰۱۵) و قزلسفلو و کلاته‌سیفیری (۱۳۹۶) همسو است. بنابراین هرگاه خواسته‌های دانشجویان از اماکن ورزشی برآورده شود آنها راضی

1. Cho

2. Hak-Lee, Kim, Ko & Sagas

هستند و باز هم برای تمرین یا فعالیت ورزشی به اماکن ورزشی خواهند آمد. در همین راستا رایبسون^۱ (۲۰۰۶) بیان می‌دارد که در سازمان‌های خدماتی ورزشی بیشتر مراجعه‌کنندگان برای گذران اوقات فراغت در یک محیط آرام به این مراکز مراجعه می‌کنند، لذا برآوردن شدن این خواسته مشتریان از عوامل حضور مجدد آنها در این مراکز می‌باشد. البته نقش کیفیت خدمات روی مشارکت ورزشی دانشجویان در اماکن ورزشی کمتر از نقش رضایت‌مندی روی مشارکت ورزشی دانشجویان در اماکن ورزشی بود به عبارتی رضایت‌مندی نسبت به کیفیت خدمات دارای اثر قوی‌تری روی مشارکت ورزشی دانشجویان در اماکن ورزشی دارد. به همین دلیل است که نقش میانجی رضایت‌مندی بیشتر دیده می‌شود.

بی‌شک یکی از اهداف ورزش دانشجویی مشارکت هر چه بیشتر دانشجویان در فعالیت‌های ورزشی است؛ چراکه مزایا و منافع فعالیت‌های ورزشی در هر سنی بخصوص در دوران جوانی بر هیچ کسی پوشیده نیست و این امر نیازمند حضور هر چه بیشتر دانشجویان در اماکن ورزشی دانشگاه است. چه چیزی باعث افزایش حضور دانشجویان در اماکن ورزشی خواهد شد؟ با توجه به نتایج این تحقیق نقش کیفیت خدمات و رضایت‌مندی دانشجویان از اماکن ورزشی در متمایل کردن دانشجویان به سمت اماکن ورزشی واضح است و مسئولان و مدیران دانشگاه بخصوص مدیران تربیت‌بدنی دانشگاه اگر خواهان افزایش هرچه بیشتر حضور دانشجویان در اماکن ورزشی دانشگاه هستند، باید به دنبال عواملی باشند که دانشجویان را از حضور در این اماکن راضی می‌کند و با توجه به یافته‌های پیشین این تحقیق کیفیت خدمات در ابعاد مختلف می‌تواند از عوامل رضایت آنها از اماکن ورزشی دانشگاه و فعالیت در این اماکن باشد که به دنبال آن، آنها را متمایل به حضور بیشتر در این اماکن جهت مشارکت در ورزش می‌کند. بنابراین به مسئولان ورزش دانشگاه‌ها پیشنهاد می‌شود: ۱- ایجاد یک دوره آموزشی در زمینه نحوه ارائه خدمات، بازاریابی، ارتباطات مؤثر برای کارکنان و مدیران ورزشی دانشگاه در نظر گرفته شود تا بتوانند نیازها و خواسته‌های مشتریان را شناسایی و به‌خوبی به آنها پاسخ دهند؛ ۲- تعبیه صندوق پیشنهادات و انتقادات و پایش و اندازه‌گیری سطح کیفیت خدمات و ارزیابی رضایت‌مندی

مشتریان به صورت مستمر و دوره‌ای و تلاش در جهت رفع و برآورده شدن انتظارات آنان؛ ۳- توجه بیشتر نسبت به ظواهر، نوسازی تجهیزات و وسایل قدیمی و ازکارافتاده و نظافت اماکن ورزشی؛ ۴- ایجاد فضای ارتباطی مناسبی بین دانشجویان، مدیریت تربیت بدنی و کارکنان اماکن ورزشی نظیر جلسات ماهانه برای بررسی مطالبات دانشجویان.

کتابنامه

۱. آذر، ع؛ رضایی پندری، ع؛ و جعفری نژاد، نوید. (۱۳۸۹). ارزیابی کیفیت خدمات بخش دولتی با داده‌های فازی. *پژوهش‌نامه مدیریت اجرایی*، ۱۰(۲)، ۱۳-۳۸.
۲. حیدری نژاد، ص؛ و لسان جویباری، ف. (۱۳۸۸). بررسی میزان رضایت‌مندی دانشجویان ساکن در خوابگاه‌های دانشجویی دانشگاه شهید چمران اهواز از فعالیت‌های فوق‌برنامه ورزشی. *پژوهش‌نامه مدیریت ورزشی و رفتار حرکتی*، ۵(۹)، ۱-۱۴.
۳. خسروی زاده، ا؛ و زهره‌وندیان، ک. (۱۳۹۶). ارزیابی کیفیت خدمات گروه علوم ورزشی دانشگاه اراک بر اساس الگوی ترکیبی سروکوال، کانو و گسترش عملکرد کیفیت، پژوهش در ورزش تربیتی، ۵(۱۲)، ۳۷-۶۰.
۴. دوران‌دیش، ع. (۱۳۹۰). *رابطه کیفیت خدمات با رضایت‌مندی و تمایل جهت حضور مجدد مشتریان در باشگاه‌های پرورش اندام استان فارس (پایان‌نامه منتشر نشده کارشناسی ارشد رشته علوم ورزشی)*. دانشکده علوم ورزشی، دانشگاه تربیت معلم، تهران، ایران.
۵. رادمرد، ک. (۱۳۹۵). *بررسی کیفیت خدمات ورزشی دانشگاه شهید چمران اهواز از دیدگاه دانشجویان با تأکید بر فعالیت‌های فوق‌برنامه (پایان‌نامه منتشر نشده کارشناسی ارشد رشته علوم ورزشی)*. دانشکده علوم ورزشی، دانشگاه شهید چمران، اهواز، ایران.
۶. رضایی، د. (۱۳۹۵). *بررسی نقش ابعاد کیفیت خدمات اماکن ورزشی دانشگاه فردوسی مشهد بر رضایت‌مندی و وفاداری دانشجویان (پایان‌نامه منتشر نشده کارشناسی ارشد رشته علوم ورزشی)*. دانشکده علوم ورزشی، دانشگاه فردوسی، مشهد، ایران.
۷. زهره‌وندیان، ک؛ خسروی زاده، ا. (۱۳۹۴). پیش‌بینی تصمیمات رفتاری تماشاگران فوتبال حرفه‌ای: نقش کیفیت نتیجه، کیفیت عملکردی و رضایت‌مندی، *نشریه رویکردهای نوین در مدیریت ورزشی*، ۳(۱۰)، ۴۵-۵۵.

۸. زهره وندیان، ک؛ ابراهیمی، ف. (۱۳۹۲). ارائه مدل پیشنهادی برای مکان‌گزینی اماکن ورزشی با استفاده از تلفیق سیستم اطلاعات جغرافیایی و روش‌های تصمیم‌گیری چندمعیاره. *مطالعات مدیریت ورزشی*، ۵(۲۱)، ۱۱۱-۱۲۶.
۹. علیزاده، ع؛ و کابلی، ز. (۱۴۰۱). نقش ابعاد زیبایی‌شناختی در اماکن ورزشی بر جذب افراد به ورزش در شهروندان تاجیک. *مطالعات روانشناسی ورزشی*، ۱۱(۳۹)، ۱۵۵-۱۷۲.
۱۰. فرجی، ر؛ بشیری، م؛ یآوری، ی؛ و خوشنویس، ف. (۱۳۹۵). 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)، ۹۷-۱۴۴.
۱۱. کریمی، ز؛ غلامیان، ج؛ و ساعت‌چیان، و. (۱۳۹۹). بازاریابی مکان و گرایش به ورزش: تحلیلی بر نقش زیبایی‌شناختی و گرایش به ورزش مشتریان. *پژوهش در مدیریت ورزشی و رفتار حرکتی*، ۱۰(۱۹)، ۷۱-۵۷.
۱۲. طاهری، آ. (۱۳۹۷). بررسی ارتباط میان کیفیت ارائه خدمات با وفاداری و رضایت‌مندی مشتریان اماکن ورزشی سرپوشیده شهر مشهد. *چهارمین همایش ملی علوم ورزشی و تربیت بدنی ایران، تهران: انجمن توسعه و ترویج علوم و فنون بنیادین*.
۱۳. محمودی، ا؛ سجادی، ن؛ و گودرزی، م. (۱۳۹۴). ارتباط بین کیفیت خدمات و رضایت‌مندی با وفاداری مشتریان در باشگاه‌های ورزشی (بدنسازي و ايروبيک) شهر تهران. *نشریه مدیریت ورزشی*، ۱۷(۱)، ۳۱-۵۱.
۱۴. مسعودی، ح؛ مسعودی، م؛ و مسعودی، م. (۱۳۹۲). تأثیر ورزش بر زندگی علمی و اجتماعی افراد. *چهارمین کنگره پیشگامان پیشرفت، شیراز. مرکز الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت*، ۱۲۱-۱۳۶.
۱۵. مولایی، ح؛ و صفایی، ا. (۱۳۹۷). بررسی رابطه بین کیفیت خدمات با رضایت‌مندی و وفاداری مشتریان اماکن ورزشی شهر بیرجند، *چهارمین همایش ملی علوم ورزشی و تربیت بدنی ایران، تهران، انجمن توسعه و ترویج علوم و فنون بنیادین*.
۱۶. ناصریان، ع؛ کردلو، ح؛ و اکبرزیدی، ح. (۱۳۹۳). ارتباط رضایت‌مندی و کیفیت ارائه خدمات عوامل برگزاری با میزان رضایت‌مندی شرکت‌کنندگان در المپیاد ورزش دانشجویی. *پژوهش‌های کاربردی در مدیریت ورزشی*، ۲(۴)، ۱۰۳-۱۱۴.
۱۷. هومن، ح. (۱۳۸۷). *مدل‌سازی معادلات ساختاری با کاربرد نرم‌افزار لیزرل*. تهران: انتشارات سمت.

18. Avourdiadou, S., & Theodorakis, N.D. (2014). The development of loyalty among novice and experienced customers of sport and fitness centres. *Sport Management Review*. 17(4), 419–431.
19. Bolarinwa, O. M. (2021). Influence of Sports Facilities and Equipment on Sports Participation among Secondary School Students in Ekiti State, Nigeria. *IJO-International Journal of Educational Research*, 4(05), 73-87.
20. Choi, J. P. (2001). *The influence of service quality on customer satisfaction and repurchase intentions at fitness clubs in South Korea*. The University of New Mexico.
21. Cronin, J.J., Brady, M. K., & Hult, G.T. (2000). Assessing the effects of quality, value, and customer satisfaction on consumer behavioral intentions in service environments. *Journal of retailing*. 76(2), 193–218.
22. Duncan, M., Gary, H. (2002). The relationship among service quality, value, satisfaction, and future intentions of customers at an Australian sports and leisure center. *Sport Management Review*. 5(1), 25–43.
23. García- Fernández, J., Gálvez-Ruiz, P., Fernández-Gavira, J., Vélez-Colon, L., Pitts, B., & Bernal-García, A. (2017). The effects of service convenience and perceived quality on perceived value, satisfaction and loyalty in low-cost fitness centers. *Sport Management Review*. 21(3), 250-261.
24. García-Fernández, J., Gálvez-Ruiz, P., Pitts, B. G., Vélez-Colón, L., & Bernal-García, A. (2018). Consumer behaviour and sport services: an examination of fitness centre loyalty. *International Journal of Sport Management and Marketing*, 18(1-2), 8-23.
25. Hak-Lee, J., Kim, H.D., Ko, Y.J., & Sagas, M. (2010). The influence of service quality on satisfaction and intention: A gender segmentation strategy. *Sport Management Review*. 14(1), 36-44.
26. Lee, M.S., Chun, S.B., Park, C., Suh, K.B., & Lee, C.W. (2017). Perception of safety as a mediator in the relations among service quality, satisfaction, and behavioral intention at Korean beach sites. *Journal of Coastal Research*. 33(79), 16–20.
27. Lee, Sh.Y. (2017). Service quality of sports centers and customer loyalty. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*. 29(4), 870-879.
28. Liu, Y. C., & Chen, T. L. (2012). An Analysis of Service Quality, Customer Satisfaction and Customer Loyalty of Commercial Swim Clubs in Taiwan. *Studies in the Humanities and Social Science*, Hongguang, 15, 133-154
29. Opoku, I. O., Anani, G. K., & Mahama, M. (2024). Situational analysis of college of education student motivation to participate in sporting activities in Ghana. *European Journal of Physical Education and Sport Science*, 10(5), 92-109.

30. Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., & Berry, L.L. (1985). A conceptual model of service quality and its implication for future research. *Journal of Marketing*, 49(4), 41-50.
31. Robinson, L. (2006). Customer expectations of sport organizations. *European Sport Management Quarterly*, 6(1), 67-84.
32. Sayyid, S. M., Zainuddin, Z. A., & Seraj, P. M. (2021). A scientific overview of the impact of COVID-19 pandemic on sports affairs: A systematic review. *Physical education of students*, 25(4), 221-229.
33. Tan, M.X.G., & Pyun, D.Y. (2015). The effects of service quality of university sport facilities on students' affective and behavioral outcomes. *Asian Journal of Physical Education and Sport Science*, 4, 1-17.
34. Theodorakis, N., Alexandris, K., Nikolaos, T., & Serafim, K. (2013). Predicting spectators' behavioural intentions in professional football: The role of satisfaction and service quality. *Sport Management Review*, 16(1), 85-96.
35. Yeh, C. C., Hua, K. T., & Huang, C. H. (2016). Service quality improving effects and recreational benefits for sports tourism-A case study. *Tourism economics*, 22(6), 1332-1337.