

بررسی کیفیت خدمات اماکن ورزشی دانشگاه‌ها مبتنی بر مدل سروکوال (مطالعه موردی: دانشگاه گیلان)

محمد رحیم رضانیان^۱، رسول فرجی^{۲*}، فرهاد خوشنویس^۳، کاظم دانش ثانی^۴
^۱استادیار دانشگاه گیلان، ^۲دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی دانشگاه گیلان،
^۳کارشناس ارشد دانشگاه شهید مدنی آذربایجان، ^۴دانش آموخته کارشناسی ارشد مدیریت ورزشی

تاریخ دریافت: ۹۱/۱۲/۲۲

تاریخ پذیرش: ۹۲/۰۲/۰۴

چکیده

هدف: هدف پژوهش حاضر مطالعه کیفیت خدمات اماکن ورزشی دانشگاه گیلان با استفاده از مدل سروکوال است.

روش‌شناسی: پژوهش حاضر از نوع توصیفی و جامعه آماری آن تمامی دانشجویان دانشگاه گیلان بوده‌اند که ۲۸۵ دانشجوی (۱۵۰ پسر و ۱۳۵ دختر) به صورت تصادفی برای شرکت در این پژوهش انتخاب شدند و به پرسشنامه سروکوال (پاراسورامان و همکاران، ۱۹۸۵) پاسخ دادند. این پرسشنامه دارای ۲۲ سؤال هم‌وزن در مقیاس لیکرت ۷ ارزشی (کاملاً مخالف=۱ تا کاملاً موافق=۷) بود که پنج بُعد کیفیت خدمات (عناصر عینی، اعتبار، پاسخگویی، اطمینان و همدلی) را در دو بخش ادراکات و انتظارات مورد سنجش قرار می‌دهد. این پرسشنامه یک ابزار عمومی برای سنجش کیفیت خدمات است که فرانسوی و همکاران (۲۰۱۰) آن را برای استفاده مناسب در بخش ورزش تعدیل و بازنویسی کرده‌اند و در این پژوهش نیز روایی صوری آن مورد تأیید متخصصان قرار گرفت و پایایی آن در یک مطالعه راهنما به ترتیب $=0/۸۹۹$ و $=0/۹۷۶$ برای پرسشنامه‌های ادراکات و انتظارات محاسبه شد.

یافته‌ها: نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از آزمون‌های ویلکاکسون، رتبه‌بندی فریدمن، t مستقل و اندازه‌گیری مکرر نشان داد که در همه ابعاد کیفیت خدمات در اماکن ورزشی دانشگاه گیلان شکاف منفی معنی‌داری وجود دارد ($p < 0/05$). بیشترین شکاف کیفیت مربوط به بُعد عناصر ملموس ($-۲/۶۴$) و کمترین آن مربوط به بُعد اطمینان ($-۲/۱۸$) بود. سایر نتایج نشان داد که جنسیت، رشته و مقطع تحصیلی دانشجویان بر ادراک آنان از کیفیت خدمات اماکن ورزشی دانشگاه تأثیری ندارد. **نتیجه‌گیری:** از آنجا که در همه ابعاد کیفیت خدمات اماکن ورزشی دانشگاه گیلان شکاف منفی مشاهده شد، به مدیران و مسئولان دانشگاه توصیه می‌شود برای حضور بیشتر دانشجویان در برنامه‌های ورزشی دانشگاه، به بهبود کیفیت خدمات اماکن ورزشی دانشگاه در همه ابعاد آن توجه جدی داشته باشند. همچنین، پیشنهادهایی برای بهبود خدمات اماکن ورزشی ارائه شده است. **واژه‌های کلیدی:** کیفیت خدمات، اماکن ورزشی، مدل سروکوال.

مقدمه

به دلیل تنوع خدمات^۱، تعریف خدمات همواره دشوار بوده است. آنچه این مسئله را پیچیده‌تر می‌کند، این واقعیت است که به دلیل نامحسوس بودن اکثر داده‌ها و ستاده‌ها، غالباً درک و تشخیص راه‌های انجام و عرضه خدمات آسان نیست. کاتلر^۲ (۲۰۰۳) معتقد است خدمت، فعالیت یا منفعتی نامحسوس است که یک سازمان عرضه می‌کند و مالکیت چیزی را به دنبال ندارد و به عبارت دیگر، تولید خدمت ممکن است به کالای فیزیکی وابسته باشد یا نباشد. کالای نامرغوب و خدمات پایین‌تر از حد انتظار، همواره موجب می‌شود که مشتریان کالا و بهره‌گیران از خدمات، روز به روز اعتبار و اعتماد کمتری نسبت به عرضه‌کنندگان آن کالا و ارائه‌دهندگان این خدمت پیدا کنند (کبریایی، ۱۳۸۲). توجه به کیفیت کالا و حساسیت نسبت به خدمات مطلوب‌تر، در زمره مهم‌ترین نکاتی است که جامعه جهانی در عصر حاضر برای آن‌ها اهمیت خاصی قائل است. امروزه کیفیت را، خواسته مشتری تعریف می‌کنند و ادراکات و انتظارات مشتری را اصلی‌ترین عامل تعیین‌کننده کیفیت می‌دانند (وست^۳، ۲۰۰۱؛ شارما و گادن^۴، ۲۰۰۱). مشتریان یا دریافت‌کنندگان خدمت، کیفیت خدمت را با مقایسه ادراکات و انتظارات خود از خدمت دریافت شده ارزیابی می‌کنند (لیم و تانگ^۵، ۲۰۰۰). گرونروس^۶ (۲۰۰۱) کیفیت خدمات را مغایرت بین ادراک^۷ مشتری از خدمت و انتظارات^۸ او تعریف کرده است. پاراسورامان و همکاران^۹ (۱۹۸۵) معتقدند، ادراکات بیانگر ارزیابی مشتری از کیفیت خدمات ارائه شده است و انتظارات، همان خواسته‌های مشتری هستند که بیانگر احساس آن‌ها نسبت به آنچه ارائه‌دهندگان خدمات باید عرضه کنند، است. کرامپتون و همکاران^{۱۰} (۱۹۹۱) ابعاد کیفیت خدمات را در برنامه‌های تفریحی عمومی در ایالت نئو اسکوتیا کانادا آزمایش کردند و نتیجه گرفتند، پنج شاخص ملموس بودن، قابلیت اطمینان، پاسخگویی به مشتریان، تلفیق و تضمین در ادراک مشتری از کیفیت خدمات ارائه‌شده مؤثر است. 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^{۱۱}، ۲۰۰۲) اما غالباً بین شناخت مدیران از ادراکات و انتظارات دریافت‌کنندگان خدمت

1. Services
2. Kotler
3. West
4. Sharma & Gadenne
5. Lim & Tang
6. Gronroos
7. perception
8. Expectation
9. Parasuraman et al
10. Crompton et al
11. Chin & Pun

و ادراکات و انتظارات واقعی آن‌ها تناسب وجود ندارد و این امر موجب صدمه دیدن کیفیت خدمات می‌شود (دانلی و همکاران^۱، ۱۹۹۵).

اگرچه اندازه‌گیری کیفیت در حوزه تولیدات سابقه‌ای طولانی دارد، این موضوع در عرصه خدمات، قدمتی کمتر از بیست سال دارد. پیچیدگی در شناسایی ویژگی‌ها یا مؤلفه‌های کلیدی مؤثر در کیفیت فرایندهای خدماتی در قیاس با فرایندهای تولیدی مهم‌ترین علت تأخیر در توسعه ابزارهای اندازه‌گیری کیفیت خدمات محسوب می‌شود (بحرینی، ۱۳۸۸). در زمینه کیفیت خدمات، رایج‌ترین مدل برای سنجش کیفیت خدمات، مقیاس سروکوال^۲ است که در سال ۱۹۸۵ پاراسورامان و همکاران^۳، آن را بر پایه مدل شکاف^۴ مطرح کرده‌اند. سروکوال مدلی متشکل از ۲۲ مؤلفه مختلف است که کیفیت خدمات یک سازمان را از پنج بُعد مختلف مورد ارزیابی قرار می‌دهد. این پنج بُعد عبارت‌اند از: (۱) عناصر عینی^۵ سازمان که نمود عینی تسهیلات فیزیکی، تجهیزات، پرسنل، ارتباطات و مواد اولیه موجود در سازمان است؛ (۲) اعتبار^۶ که به معنای توانایی انجام خدمات تعهد شده به طور صحیح و مطمئن است؛ (۳) پاسخگویی^۷ به تمایل برای کمک به ارباب رجوع و ارائه خدمات در حداقل زمان ممکن اطلاق می‌شود؛ (۴) اطمینان^۸ صلاحیت سیستم و حسن شهرت در ارائه خدمات به‌طور مؤدبانه و مطمئن را نشان می‌دهد؛ (۵) احساس یگانگی و همدلی^۹ که به توانایی نزدیک شدن به ارباب رجوع و تلاش برای درک نیازهای او اطلاق می‌شود.

پاراسورامان و همکاران (۱۹۸۸)، کیفیت را تفاوت بین انتظارات مشتریان از وضع مطلوب و ادراکات آن‌ها از وضع موجود ارائه خدمات تعریف کرده‌اند. مشتریان اغلب کیفیت خدمات را از طریق مقایسه خدمتی که دریافت کرده‌اند، با خدمتی که انتظار آن را داشته‌اند، ارزیابی می‌کنند. اگر سطح خدمات دریافت‌شده را با P و سطح خدمات مورد انتظار را با E نشان دهیم، رضایت مشتری از خدمات از این معادله پیروی می‌کند (الوانی و ریاحی، ۱۳۸۲): $S=P-E$. اگر $P < E$ باشد، بین انتظار مشتری و تجربه دریافت خدمات شکاف ایجاد می‌شود که به نارضایتی مشتری منجر خواهد شد. بنابراین در فرایند ارائه خدمات، هدف به صفر رساندن شکاف بین P و E است. گام اساسی برای جبران این شکاف، اتخاذ راهبردهایی برای کاهش آن و تأمین انتظارات مشتری است. در این صورت، نه تنها اولویت‌گذاری آگاهانه و تخصیص منابع راهبردی تسهیل می‌شود، بلکه

1. Donnelly et al
2. Servqual
3. Parasuraman et al
4. Gap
5. Tangibles
6. Reliability
7. Responsiveness
8. Assurance
9. Empathy

مبنایی فراهم می‌شود تا بتوان کیفیت خدمات ارائه شده را بهبود بخشید، بر اثربخشی آن افزود و رضایت دریافت‌کنندگان خدمت را فراهم کرد (کاریدس و همکاران^۱، ۲۰۰۱).

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 است (کونتو و همکاران^۲، ۱۹۹۹؛ رابینسون^۳، ۲۰۰۶). مطالعات نشان داده است، کیفیت خدمات می‌تواند بر رضایتمندی مشتریان اثرگذار باشد (کبریایی و رودباری، ۱۳۸۴). افزایش رضایتمندی مشتریان منجر به نتایج رفتاری مانند تعهد، وفاداری، میل به ماندن مشتری، ایجاد پیوندی دوسویه میان ارائه دهنده خدمت و مشتری و افزایش تحمل مشتری نسبت به اشکالات در ارائه خدمات شود (ژائو و همکاران^۴، ۲۰۰۲) بنابراین، رضایتمندی مشتری به تصویری مثبت درباره کیفیت خدمات، افزایش افزایش می‌یابد (الکساندریس و همکاران^۵، ۲۰۰۱؛ کارونا^۶، ۲۰۰۲). به عقیده لهتین^۷ (۱۹۹۱)، اگر در ارائه کیفیت خدمات، مشارکت مشتریان را لحاظ کنیم، می‌توانیم سبب برآورده شدن نیازها و انتظارات مشتریان و به دنبال آن باعث رضایتمندی مشتریان از خدمات شویم.

گام اساسی در تدوین برنامه‌های ارتقای کیفیت خدمات، تعیین شکاف کیفیت خدمت و در پی آن اتخاذ راهبردهایی برای رفع یا کاهش آن شکاف است. به لحاظ آنکه همواره کمبود منابع به‌عنوان یکی از موانع عمده اجرای برنامه‌های کیفیت مطرح است؛ ارزیابی کیفیت خدمات، مدیران مجموعه را قادر می‌کند تا ضمن جلوگیری از افت کیفیت، منابع مالی محدود در دسترس را به‌نحوی بهتر تخصیص دهند تا عملکرد سازمان بهبود یابد و کیفیت خدمت نیز ارتقا پیدا کند (بری و همکاران^۸، ۱۹۸۸).

با اینکه طی سال‌های گذشته مطالعات زیادی در مورد کیفیت خدمات در بخش‌های صنعت انجام شده است، اما مفاهیم مربوط به کیفیت خدمات به‌تازگی مورد توجه بخش ورزش و اوقات فراغت قرار گرفته است (هاوات و همکاران^۹، ۱۹۹۹). سازمان‌های ورزشی از ویژگی‌های خاص خدماتی برخوردار هستند که آن‌ها را از سازمان‌های خدماتی دیگر مانند بانک‌ها یا شرکت‌های بیمه مجزا می‌کند. اولین ویژگی این است که، هزینه فعالیت‌های ورزشی و تفریحی اختیاری است. دوم،

1. Karydis et al
2. Kontou et al
3. Robinson
4. Zhao et al
5. Alexandris et al
6. Caruana
7. Lehtinen
8. Bery et al
9. Howat et al

معمولاً مشتری در طول زمان فراغت خود جذب سازمان‌های ورزشی می‌شود و سوم اینکه، اغلب در فعالیت‌های سازمان‌های ورزشی سرمایه‌گذاری عاطفی مانند حمایت از یک تیم، متعلق بودن به یک باشگاه ورزشی و یا بهبود سلامت وجود دارد (سید جوادین و همکاران، ۱۳۸۹). احتمالاً این عوامل باعث انتظارات خیلی بیشتری از سازمان‌های ورزشی نسبت به فراهم‌کنندگان خدمات سایر سازمان‌ها می‌شود. بنابراین، ماهیت متفاوت خدمت در برابر کالا و ویژگی‌های خاص خدمات صنعت ورزش موجب می‌شود که در مورد شناخت انتظارات مشتریان سازمان‌های ورزشی و فاصله بین انتظارات و ادراکات آن‌ها تأمل بیشتری شود (پورایران، ۱۳۸۷). در همین زمینه، کونتو و همکاران^۱ همکاران^۱ (۱۹۹۹) در پژوهش خود نتیجه گرفتند، مدل سروکوال، ابزار مناسبی برای سنجش کیفیت خدمت در برنامه‌های ورزش همگانی است.

کیفیت خدمت در صنعت ورزش باعث می‌شود که جامعه از لحاظ اقتصادی، فرهنگی، پایه دانش و تقاضاهای اجتماعی پیشرفت کند (دناپ و همکاران^۲، ۲۰۰۴). مراکز ورزشی دانشگاه‌ها از جمله اماکن ورزشی‌ای محسوب می‌شوند که قشر مهمی از مشتریان جامعه یعنی دانشجویان، کارکنان و اعضای هیأت علمی دانشگاه‌ها در آن به فعالیت بدنی و ورزش می‌پردازند؛ از این رو رسالت مراکز ورزشی دانشگاهی ایجاب می‌کند که اعتماد دانشجویان، کارکنان و اعضای هیأت علمی خود را از طریق بهبود کیفیت خدمات خود و توجه به نظرات، تمایلات و خواسته‌های آن‌ها جلب کنند.

با وجود اهمیت روزافزون بخش خدمات در اقتصاد ملی، این بخش در ایران مورد غفلت واقع شده است و در متون مدیریتی، آن گونه که باید به آن پرداخته نشده است. این امر به‌ویژه در زمینه کیفیت خدمات ورزشی بیشتر نمایان است. بنابراین، با توجه به اهمیت و نقشی که شرکت در فعالیت‌های بدنی در زندگی روزمره، سلامتی و در پی آن پیشرفت‌های درسی دانشجویان دارد، شناسایی عوامل مؤثر برای جذب دانشجویان به سمت میادین ورزشی دانشگاه‌ها و بررسی عوامل مهم در تداوم شرکت آن‌ها در این میادین لازم و ضروری است؛ در این زمینه، به نظر می‌رسد بررسی کیفیت خدمات اماکن و مراکز ورزشی دانشگاه‌ها امری مفید و مؤثر باشد. بنابراین، در این پژوهش تلاش شده است تا با کاربرد مدلی مناسب (مدل سروکوال)، به اندازه‌گیری کیفیت خدمات اماکن ورزشی دانشگاه گیلان پرداخته شود تا بدین وسیله درک درستی از خدمات اماکن ورزشی آن و نیز متناسب بودن این خدمات با انتظارات مشتریان (دانشجویان) به دست آید. همچنین، درجه و مسیر اختلاف بین انتظارات مشتری و ادراکات آن‌ها از خدمات اماکن ورزشی این دانشگاه برای رفع نیازهای مشتریان مورد مطالعه قرار گرفته است، زیرا رفع نیازمندی‌های فردی مشتریان، جلب رضایت آن‌ها را در پی دارد و تأثیر این رضایت، ایجاد نگرش مثبت نسبت به دانشگاه خواهد

1. Kontou et al

2. De Knop et al

بود. با وجود مدل‌های دیگر سنجش کیفیت خدمات، سه دلیل عمده برای استفاده از مدل سروکوال در این تحقیق وجود داشت: اول اینکه، این ابزار ادراکات و انتظارات مشتریان را به همراه هم می‌سنجد که بدین وسیله می‌توان اطلاعات گسترده‌ای از رضایت‌مندی آن‌ها به دست آورد. دوم، این مدل به طور گسترده‌ای برای سنجش کیفیت خدمات در سایر بخش‌های خدماتی (توریسم، حمل و نقل، بانک‌ها و مؤسسات مالی، دانشگاه‌ها و مراکز آموزشی، بخش خدمات پزشکی و بهداشت، خدمات عمومی و دولتی و غیره) مورد استفاده قرار گرفته است. سوم اینکه، این مدل را محققان برای استفاده مناسب در حوزه‌های مدیریت ورزشی تعدیل و بازنویسی کرده‌اند (فرانسی و همکاران^۱، ۲۰۱۰).

روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از نوع توصیفی است و جامعه آماری آن تمامی دانشجویان دانشگاه گیلان در سال تحصیلی ۱۳۸۹-۱۳۹۰ بودند. ۲۸۵ دانشجو که در فعالیت‌های فوق برنامه اماکن ورزشی دانشگاه گیلان حضور داشتند به صورت تصادفی برای شرکت در این پژوهش انتخاب شدند و به دو پرسشنامه ادراکات و انتظارات مشتری از کیفیت خدمات ارائه‌شده (مدل سروکوال) پاسخ دادند. هر یک از پرسشنامه‌ها شامل ۲۲ سؤال در مقیاس لیکرت ۷ گزینه‌ای (کاملاً مخالف=۱ تا کاملاً موافق=۷) است و پنج بُعد کیفیت خدمات (عناصر عینی، اعتبار، پاسخگویی، اطمینان و همدلی) در اماکن ورزشی دانشگاه گیلان را می‌سنجد. پرسشنامه سروکوال یک پرسشنامه عمومی برای سنجش کیفیت خدمات است و فرانسی و همکاران (۲۰۱۰) آن را برای استفاده مناسب در بخش ورزش تعدیل و بازنویسی کردند. در این پژوهش نیز، ضمن استفاده از نظر متخصصان مدیریت ورزشی برای تأیید روایی صوری ابزار، پایایی آن‌ها نیز در یک مطالعه راهنما و به روش آلفای کرونباخ به ترتیب $0/90 =$ و $0/98 =$ برای پرسشنامه‌های ادراکات و انتظارات محاسبه شد. پس از بررسی نوع توزیع داده‌ها با استفاده از آزمون کولموگروف-اسمیرنوف، از آزمون‌های آماری ویلکاکسون، رتبه‌بندی فریدمن، اندازه‌گیری مکرر و آزمون تعقیبی بُنفرونی برای تجزیه و تحلیل اطلاعات خام در سطح $p < 0/05$ استفاده شد.

یافته‌های پژوهش

بررسی ویژگی‌های دموگرافیک پاسخ‌دهندگان نشان داد که از مجموع ۲۸۵ دانشجوی شرکت کننده در این پژوهش ۱۵۰ دانشجو پسر (میانگین سنی $22/32 \pm 2/65$ سال) و ۱۳۵ دانشجو دختر (میانگین سنی $21/44 \pm 2/36$ سال) هستند. از نظر مقطع تحصیلی ۲۳۶ نفر (۸۲/۸ درصد) آن‌ها

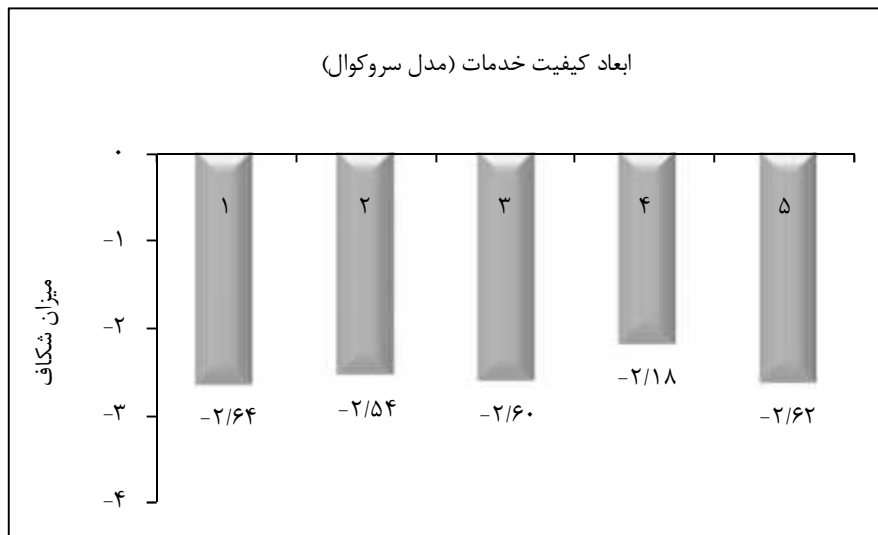
در مقطع کارشناسی و ۴۹ نفر در مقاطع تکمیلی (کارشناسی ارشد و بالاتر) مشغول به تحصیل بودند. ۵۸/۹ درصد (۱۶۸ نفر) دانشجوی رشته تربیت بدنی و ۴۱/۱ درصد (۱۱۷ نفر) دانشجوی سایر رشته‌ها بودند.

یافته‌های پژوهش در بخش ادراکات دانشجویان از کیفیت خدمات اماکن ورزشی دانشگاه، نشان داد که از بین ابعاد پنج‌گانه مدل سروکوال، بُعد اطمینان با کسب بیشترین امتیاز ($4/019 \pm 1/34$) در رده اول قرار دارد. بُدهای اعتبار ($1/231 \pm 3/653$)، پاسخگویی ($1/38 \pm 3/540$)، عناصر عینی ($1/101 \pm 3/538$) و همدلی ($1/36 \pm 3/536$) نیز به ترتیب در رده‌های دوم تا پنجم قرار گرفتند (نمودار ۲). در بخشی از پژوهش، امتیاز بین ادراکات و انتظارات دانشجویان از کیفیت خدمات اماکن ورزشی دانشگاه مورد مقایسه قرار گرفت که در همه ابعاد، امتیاز ادراکات دانشجویان از کیفیت خدمات (وضعیت موجود) به طور معنی‌داری کمتر از انتظارات آنها بود و به عبارتی در هر پنج بُعد شکاف منفی وجود داشت (جدول ۱). بیشترین شکاف منفی ($-2/64$) مربوط به بُعد عناصر عینی بود. ابعاد همدلی ($-2/62$)، پاسخگویی ($-2/60$) و اعتبار ($-2/54$) نیز به ترتیب در رتبه‌های بعدی بودند. کمترین شکاف منفی ($-2/18$) نیز مربوط به بُعد اطمینان یا تضمین بود (جدول ۱). در نمودار ۱ نیز شکاف بین کیفیت خدمات ادراکی و مورد انتظار در هر یک از ابعاد پنج‌گانه نشان داده شده است.

جدول ۱. نتایج آزمون ویلکاکسون در مورد مقایسه ادراکات و انتظارات دانشجویان از کیفیت خدمات

sig	Z	تفاوت میانگین‌ها (شکاف)	Sum of ranks	Mean rank	M ±SD	ابعاد کیفیت	
						ادراکات	عناصر عینی
۰/۰۰۱ *	-۱۴/۳۰۲	-۲/۶۴	۱۳۸/۵۰	۱۷/۳۱	۳/۵۳ ± ۱/۱۰	ادراکات	عناصر عینی
			۳۸۰۸۷/۵۰	۱۴۲/۱۲	۶/۱۸ ± ۰/۸۹	انتظارات	
۰/۰۰۱ *	-۱۴/۳۱۷	-۲/۵۴	۲۵۸/۵۰	۲۱/۵۴	۳/۶۵ ± ۱/۲۳	ادراکات	اعتبار
			۳۹۰۸۱/۵۰	۱۴۵/۸۳	۶/۱۹ ± ۰/۸۲	انتظارات	
۰/۰۰۱ *	-۱۴/۱۷۵	-۲/۶۰	۲۶۷/۵۰	۳۸/۲۱	۳/۵۴ ± ۱/۳۸	ادراکات	پاسخگویی
			۳۷۶۸۲/۵۰	۱۴۰/۶۱	۶/۱۴ ± ۰/۸۶	انتظارات	
۰/۰۰۱ *	-۱۴/۰۰۷	-۲/۱۸	۴۱۷	۲۳/۱۷	۴/۰۱ ± ۱/۳۴	ادراکات	اطمینان
			۳۶۹۸۴	۱۴۵/۰۴	۶/۲۰ ± ۰/۸۶	انتظارات	
۰/۰۰۱ *	-۱۴/۱۵۹	-۲/۶۲	۳۲۳	۲۶/۹۲	۳/۵۳ ± ۱/۳۶	ادراکات	همدلی
			۳۷۹۰۳	۱۴۳/۵۷	۶/۱۵ ± ۰/۹۰	انتظارات	

* در $p < 0/05$ معنی‌دار است.



نمودار ۱. شکاف بین خدمات ادراک‌شده و مورد انتظار

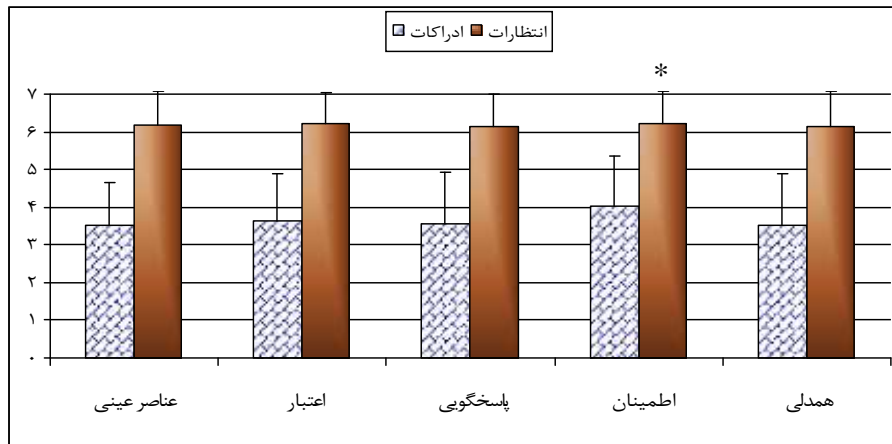
با توجه به توزیع نرمال ابعاد کیفیت خدمات ادراک‌شده، از آزمون اندازه‌گیری مکرر برای مقایسه امتیاز این ابعاد و اولویت‌بندی آن‌ها استفاده شد. نتایج آزمون اندازه‌گیری مکرر مندرج در جدول ۲ نشان داد که بین امتیاز ابعاد کیفیت خدمات در بخش ادراکات تفاوت معنی‌داری وجود دارد ($p < 0/05$) و لیکن نتایج آزمون تعقیبی بونفرونی نشان داد که فقط تفاوت بین امتیاز بُعد اطمینان با چهار بُعد دیگر کیفیت (وضعیت موجود) معنی‌دار است ($p < 0/05$)، اما تفاوت بین چهار بُعد دیگر (عناصر عینی، اعتبار، پاسخگویی و همدلی) نسبت به یکدیگر معنی‌دار نبود (نمودار ۲).

جدول ۲. نتایج آزمون اندازه‌گیری مکرر مربوط به عناصر کیفیت خدمات ادراک‌شده

آزمون تأثیرات بین آزمودنی‌ها					آزمون ماخلی		
sig	F	میانگین مجذورات	درجه آزادی	آزمون	sig	df	آماره ماخلی (w)
0/001	*۲۳/۱۵۱	۱۳/۷۷۷	۳/۵۸۱	Greenhouse- Geisser	*0/001	۹	0/۷۹۶

* در $p < 0/05$ معنی‌دار است.

در بررسی انتظارات دانشجویان از کیفیت خدمات اماکن ورزشی دانشگاه، مشاهده شد که میانگین امتیاز انتظارات در همه ابعاد بالاست (نمودار ۲)، و نتایج آزمون رتبه‌بندی فریدمن تفاوت معنی‌داری بین امتیازات این ابعاد نشان نداد (جدول ۳).



* تفاوت معنی‌دار نسبت به عناصر عینی، اعتبار، پاسخگویی و همدلی در بخش ادراکات ($p < 0.05$).

نمودار ۲. ابعاد کیفیت خدمات ادراک شده و مورد انتظار

جدول ۳. نتایج آزمون رتبه‌بندی فریدمن در قسمت کیفیت خدمات مورد انتظار

متغیر	M±SD	میانگین رتبه	خی دو	df	sig
عناصر عینی	۶/۱۸۰±۰/۸۹۴	۲/۹۳	۸/۰۰۶	۴	۰/۰۹۱
اعتبار	۶/۱۹۸±۰/۸۲۶	۳/۰۹			
پاسخگویی	۶/۱۴۵±۰/۸۶۸	۲/۹۱			
اطمینان	۶/۲۰۵±۰/۸۶۱	۳/۱۶			
همدلی	۶/۱۵۷±۰/۹۰۷	۲/۹۱			

نتایج آزمون تحلیل واریانس دوره‌ها نشان داد که بین متغیرهای مقطع تحصیلی (کارشناسی/ کارشناسی ارشد و بالاتر)، رشته تحصیلی دانشجویان (تربیت بدنی/ سایر رشته‌ها) و نیز تعامل این دو متغیر (مقطع- رشته تحصیلی) با ادراک دانشجویان از کیفیت خدمات اماکن ورزشی دانشگاه ارتباط معنی‌داری وجود ندارد (جدول ۴). به عبارت بهتر، با توجه به نمودار ۳ می‌توان گفت که بین ادراک دانشجویان کارشناسی رشته تربیت بدنی و سایر رشته‌ها از کیفیت خدمات اماکن ورزشی تفاوت معنی‌داری وجود ندارد. به طور مشابه، بین ادراک دانشجویان تحصیلات تکمیلی رشته

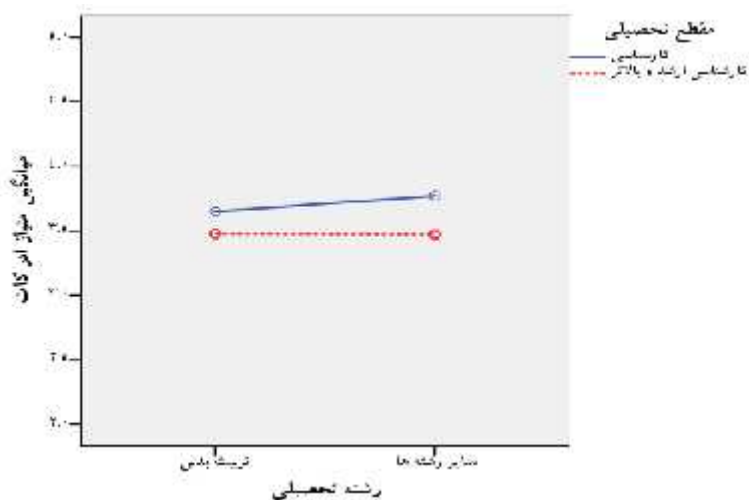
تربیت‌بدنی و سایر رشته‌ها از کیفیت خدمات اماکن ورزشی تفاوت معنی‌داری وجود ندارد. همچنین، بین تعامل مقطع- رشته با ادراک دانشجویان از کیفیت خدمات ارتباط معنی‌داری مشاهده نشد.

جدول ۴. نتایج آزمون تحلیل واریانس دوطرفه مربوط به عناصر کیفیت خدمات ادراک شده

آزمون تأثیرات بین آزمودنی‌ها					آزمون همسانی واریانس‌ها (لون)				
sig	F	میانگین مجذورات	df	مجموع مجذورات	منبع تغییرات	sig	df2	df1	F
۰/۷۴۴	۰/۱۳۲	۰/۱۳۲	۱	۰/۱۳۲	رشته تحصیلی	*۰/۰۰۱	۲۸۱	۳	۵/۲۸۵
۰/۲۰۷	۱/۵۹۷	۱/۹۷۱	۱	۱/۹۷۱	مقطع تحصیلی				

* در $p < 0.05$ معنی‌دار است (پذیره همگنی واریانس‌ها برقرار نیست).

در مقایسه ادراک دانشجویان مقطع کارشناسی با دانشجویان مقاطع تحصیلات تکمیلی در مورد کیفیت خدمات اماکن، نتایج نشان داد که دانشجویان کارشناسی وضعیت موجود را بالاتر از دانشجویان تکمیلی ارزیابی کردند اما این تفاوت نیز از نظر آماری معنی‌دار نبود (نمودار ۳). هر چند در این پژوهش دانشجویان پسر نسبت به دانشجویان دختر امتیاز بالاتری به وضعیت موجود کیفیت خدمات اختصاص داده بودند ($3/77 \pm 1/07$ در مقابل $3/53 \pm 1/14$) اما این تفاوت نیز از نظر آماری معنی‌دار نبود ($t = 1/813$ و $sig = 0/07$).



نمودار ۳. ادراک دانشجویان از کیفیت خدمات اماکن ورزشی بر اساس مقطع و رشته تحصیلی

بحث و نتیجه‌گیری

تحلیل کیفیت خدمات، مدیران را قادر می‌کند ضمن جلوگیری از کاهش کیفیت، منابع محدود مالی را به حوزه‌هایی اختصاص دهند که اهمیت بیشتری دارند؛ از این‌رو در این پژوهش نیز کیفیت خدمات اماکن ورزشی دانشگاه گیلان با استفاده از مدل سروکوال و در قالب ادراکات و انتظارات دانشجویان بررسی شده است تا شکاف‌های موجود شناسایی و زمینه‌های بهبود آن‌ها فراهم شود. مهم‌ترین نتیجه پژوهش حاضر این بود که در همه ابعاد کیفیت (عناصر عینی، اعتبار، پاسخگویی، اطمینان و همدلی) امتیاز ادراکات دانشجویان از کیفیت خدمات (وضعیت موجود) به طور معنی‌داری کمتر از انتظارات (وضعیت مورد انتظار) آن‌ها بود و در همه ابعاد شکاف منفی وجود داشت. شکاف منفی بیانگر این است که انتظارات دانشجویان از ارائه خدمات، فراتر از ادراکات آن‌ها از وضع موجود است. کبریایی و رودباری (۱۳۸۴)، آربونی و همکاران (۱۳۸۴)، آقاملایی و همکاران (۱۳۸۵)، خطیبی و همکاران (۱۳۹۰) و سانی^۱ و همکاران (۲۰۰۴) نیز در ارزیابی کیفیت خدمات آموزشی با استفاده از مدل سروکوال به نتایج مشابهی دست یافتند و در همه ابعاد کیفیت خدمات، شکاف منفی گزارش کردند. سویتا^۲ (۲۰۱۲) نیز در ارزیابی کیفیت خدمات باشگاه‌های ورزشی کشور اوگاندا در همه ابعاد شکاف منفی گزارش کرد. وجود شکاف منفی در تمام ابعاد کیفیت بیانگر وجود مشکلاتی در ارائه خدمات است و توجه به کیفیت ارائه خدمات و بهبود آن را ضروری می‌سازد. شاید بتوان بخشی از این شکاف منفی در اماکن و فضاهای ورزشی دانشگاه را به غیر قابل کنترل بودن برخی ابعاد کیفیت در زمین‌ها و میادین ورزشی روباز این دانشگاه نسبت داد. کوتوریس و اکساندریس^۳ (۲۰۰۵) در تحقیق خود که در حوزه خدمات توریسم ورزشی انجام شده بود، در همه ابعاد کیفیت خدمات شکاف مثبت گزارش کردند و ابعاد پاسخگویی، اعتبار، هم‌دلی، عناصر عینی و اعتبار به ترتیب بیشترین شکاف مثبت را داشتند. شکاف مثبت در تحقیق کوتوریس و اکساندریس (۲۰۰۵) نشان داد شرکت‌کنندگان از خدمات ارائه‌شده رضایت کلی داشتند و تجربه توریسم ورزشی در فضاهای باز^۴ را یک تجربه مثبت ارزیابی کردند. این نتایج با نتیجه تحقیق حاضر هم‌خوانی ندارد و علت این ناهم‌خوانی را شاید بتوان به محیط متفاوت در ارائه خدمات ورزشی در این دو تحقیق نسبت داد. زیرا بر خلاف اماکن ورزشی، در فضاهای باز مثل دریاچه، رودخانه، کوه، پارک و غیره سنجش برخی ابعاد کیفیت خدمات همچون عناصر عینی و ملموس با پیچیدگی‌هایی مواجه است (لیم و تانگ، ۲۰۰۰). با توجه به نتیجه تحقیق حاضر مبنی بر وجود شکاف منفی در کیفیت خدمات اماکن ورزشی، می‌توان گفت برنامه‌های ورزشی دانشگاه انتظارات دانشجویان را

1. Sahney
2. Soita
3. Kouthouris & Alexandris
4. Outdoor programs

برآورده نکرده است (اصلان و کوچاک^۱، ۲۰۱۱) و احتمالاً دانشجویان از شرکت در این برنامه‌ها تجربه‌ی آنچنان مثبتی کسب نمی‌کنند و این امر ممکن است بر حضور مستمر دانشجویان در اماکن ورزشی دانشگاه و بهره‌مندی از خدمات آن‌ها تأثیر منفی داشته باشد. عقیده بر این است که وجود امکانات و تأسیسات ورزشی مطلوب باعث جذب دانشجویان به سالن‌های ورزشی می‌شود (دموری و همکاران، ۱۳۹۰) اما کیفیت مطلوب خدمات می‌تواند به عنوان یک عامل تحریک‌کننده^۲ دفعات حضور افراد در اماکن ورزشی را افزایش دهد (ترزاولو^۳ و همکاران، ۲۰۱۲). چه بسا دانشگاهی از مناسب‌ترین امکانات و تأسیسات ورزشی برخوردار باشد اما به دلیل کیفیت پایین خدمات و برآورده نشدن انتظارات دانشجویان میزان حضور آن‌ها در این اماکن پایین باشد.

به عقیده‌ی سیدجوادین و همکاران (۱۳۸۹)، برآوردن انتظارات مشتریان در مورد ویژگی‌های کیفیت خدمات، به رضایت‌مندی بالاتر آن‌ها می‌انجامد و باعث می‌شود مشتریان به خدمات وفادار بمانند و حتی آن را به دیگر مشتریان نیز پیشنهاد دهند. بنابراین، در زمینه‌ی خدمات ورزشی، مدیران ورزشی نیاز دارند بدانند چه ویژگی‌هایی از خدماتشان بر رضایت‌مندی مشتریان تأثیر می‌گذارد و به وفاداری آنان می‌انجامد (سیدجوادین و همکاران، ۱۳۸۹). توجه به کیفیت خدمات در اماکن ورزشی دانشگاهی و رضایت‌مندی دانشجویان استفاده‌کننده از این فضاها نیز می‌تواند در حضور مستمر آن‌ها در اماکن ورزشی و انجام فعالیت‌های بدنی تأثیر داشته باشد. از سوی دیگر، ارزیابی مستمر کیفیت خدمات می‌تواند به کاهش نقاط ضعف، کاهش شکاف‌های موجود و بهبود قضاوت مشتریان از کیفیت خدمات کمک کند (پورحیدری و همکاران، ۱۳۸۹) از این‌رو مسئولان تربیت‌بدنی این دانشگاه برای کاهش شکاف منفی موجود در کیفیت خدمات ورزشی، بهتر است به‌طور مستمر برنامه‌های ارزیابی کیفیت خدمات اماکن ورزشی این دانشگاه را مورد نظر داشته باشند.

در این پژوهش از بین ابعاد پنج‌گانه‌ی مدل سروکوال، بُعد اطمینان با کسب بیشترین امتیاز ($1/34 \pm 4/019$) بهترین وضعیت موجود و کمترین شکاف منفی ($-2/18$) را داشت که با نتیجه‌ی تحقیق آربونی و همکاران (۱۳۸۴)، آقاملایی و همکاران (۱۳۸۵) و کبریایی و رودباری (۱۳۸۴) که کیفیت خدمات آموزشی دانشگاه‌ها را بررسی کرده بودند، هم‌خوانی دارد. سویتا (۲۰۱۲) نیز در ارزیابی کیفیت خدمات باشگاه‌های ورزشی به نتیجه‌ی مشابهی دست یافت و گزارش کرد که بُعد اطمینان کمترین شکاف منفی را در جامعه‌ی مورد مطالعه‌ی او دارد. بُعد اطمینان یا تضمین، صلاحیت سیستم و حسن شهرت در ارائه‌ی خدمات به‌طور مؤدبانه و مطمئن را نشان می‌دهد. در این تحقیق بالا بودن امتیاز این بُعد نسبت به ابعاد دیگر مدل سروکوال می‌تواند دلایل متعددی داشته باشد. با

1. Aslan & Kocak
2. Catalytic factor
3. Terzoglou

توجه به گویه‌های پرسشنامه سروکوال در بُعد اطمینان می‌توان گفت که احتمالاً از دیدگاه دانشجویان، کارکنانی که در اماکن ورزشی دانشگاه خدمات ارائه می‌دهند، افرادی قابل اطمینان هستند و به گونه‌ای خدمات‌رسانی می‌کنند که دانشجویان به عملکرد و نحوه ارائه خدمات آن‌ها اطمینان دارند. همچنین، به نظر می‌رسد، کارکنان اماکن ورزشی با دانشجویان برخوردی صمیمانه و دوستانه دارند و برای پاسخ به سؤالات دانشجویان از اطلاعات و دانش کافی برخوردارند.

در بین پنج بُعد بررسی‌شده، بیشترین شکاف منفی (۲/۶۴-) مربوط به بُعد عناصر عینی و ملموس بود که با تحقیق سویتا (۲۰۱۲) هم‌خوانی دارد. خطییبی و همکاران (۱۳۹۰) در بررسی کیفیت خدمات آموزشی دانشکده تربیت‌بدنی دانشگاه تهران به این نتیجه رسیدند، بُعد عناصر عینی و ملموس کمترین شکاف منفی را دارد و در این زمینه با نتایج پژوهش حاضر هم‌خوانی ندارد. بُعد عناصر عینی بر کیفیت شرایط فیزیکی محیط ارائه خدمت و تسهیلات و تجهیزات اماکن ورزشی تأکید می‌کند. با توجه به گویه‌های مربوط به بُعد عناصر عینی به نظر می‌رسد که از دیدگاه دانشجویان، وضعیت لوازم و دستگاه‌های ورزشی در اماکن ورزشی دانشگاه چندان مناسب نیست. این احتمال نیز وجود دارد که به دلیل قدمت چندین ساله برخی از ساختمان‌ها و طراحی قدیمی آن‌ها، وضع ظاهری این ساختمان‌ها مورد علاقه دانشجویان نبوده و آزمودنی‌ها در ارزیابی این قسمت امتیاز پایینی را به آن اختصاص داده‌اند. در همین زمینه، ممکن است با بهره‌برداری از سالن‌های ورزشی جدیدالاحداث و نیمه ساخته دانشگاه، میانگین امتیاز بُعد عناصر عینی در قسمت ساختمان‌ها افزایش یافته، شکاف موجود در این زمینه تا حدودی بهبود یابد. نبود و یا وضعیت نامناسب کارت‌های عضویت دانشجویان در فعالیتهای فوق برنامه ورزشی دانشگاه، بلیت‌ها، کتابچه‌ها و بروشورهای راهنما، تابلوهای اعلانات و موارد مشابه از جمله مواردی است که می‌تواند امتیاز بُعد عناصر عینی را کاهش دهد. بنابراین، برای کاهش شکاف منفی بُعد عناصر عینی توجه به وضع ظاهری داخل و خارج فضاهای ورزشی، تجهیز این فضاها، به‌خصوص سالن‌های بدنسازی، به تجهیزات مدرن همچون تردمیل و دوچرخه‌های ثابت، تهیه و توزیع کتابچه‌ها و بروشورها، کارت‌های عضویت، بلیت‌ها و غیره و همچنین پوشش مناسب و آراستگی ظاهر کارکنان اماکن ورزشی اعم از مسئولان، مربیان، ناجیان، نیروهای خدماتی و غیره می‌تواند مورد توجه قرار گیرد. به عقیده خطییبی و همکاران (۱۳۹۰) جذابیت ظاهری تسهیلات فیزیکی و همچنین ظاهر آراسته و حرفه‌ای کارکنان امری لازم و ضروری است و احتمالاً در ادراک مثبت دانشجویان در سایر مسائل نیز تأثیرگذار خواهد بود. بنابراین، احتمالاً با بهبود مؤلفه‌های بُعد عناصر عینی و ملموس، دانشجویان و به‌خصوص دانشجویان رشته‌های غیر تربیت‌بدنی نسبت به مسائلی همچون ورزش و تربیت‌بدنی، دانشجویان، استادان و کتب این رشته و به‌طور کلی نسبت به رشته تربیت‌بدنی و علوم

ورزشی دیدگاه بهتری خواهند داشت و بدین ترتیب احتمال حضور این دانشجویان در فعالیت‌های ورزشی و بهره‌مندی از مزایای ورزش و فعالیت بدنی افزایش می‌یابد.

بعد از بُعد عناصر عینی، بُعدهای همدلی (۲/۶۲-)، پاسخگویی (۲/۶۰-) و اعتبار (۲/۵۴-) به ترتیب در رتبه‌های بعدی شکاف منفی بودند. به عبارت دیگر، ارزیابی و ادراک دانشجویان از وضعیت موجود ابعاد همدلی، پاسخگویی و اعتبار بسیار ضعیف‌تر از وضعیت مورد انتظار بود. همدلی یعنی برخورد ویژه کارکنان سازمان با هر یک از مشتریان، با توجه به روحیات آن‌ها، به طوری که مشتریان قانع شوند سازمان آن‌ها را درک کرده است. در مورد اماکن ورزشی دانشگاه، همدلی مواردی همچون توجه مربیان و دست‌اندرکاران به پیشرفت و بهبود عملکرد هر یک از دانشجویان، ساعات کار متغیر و متناسب با گروه‌های مختلف دانشجو (کارشناسی، کارشناسی ارشد و دکتری و نیز ساعات مجزای مخصوص دانشجویان دختر و پسر)، توجه کارکنان به نیازها، خواسته‌ها و علائق دانشجویان استفاده‌کننده از اماکن ورزشی و مسائلی از این قبیل را شامل می‌شود. با توجه به امتیاز ضعیف بُعد همدلی، برای بهبود کیفیت خدمات اماکن ورزشی دانشگاه گیلان، توجه به موارد پیش‌گفته ضروری به نظر می‌رسد.

برای بهبود شکاف بُعد پاسخگویی در اماکن ورزشی دانشگاه، اطلاع‌رسانی‌های دقیق و به موقع برنامه‌ها، در دسترس بودن کارکنان و مربیان برای پاسخ به سؤالات و خواسته‌های دانشجویان و نیز ارائه سریع و به موقع خدمات اماکن ورزشی از جمله موارد مهم و قابل توجه است که مسئولان ورزش دانشگاه باید آن‌ها را مورد نظر داشته باشند. شکاف بُعد اعتبار نیز از طریق ارائه خدمات ورزشی دانشگاه در زمان‌های برنامه‌ریزی شده، رضایت‌مندی و علاقه کارکنان و دست‌اندرکاران اماکن ورزشی در ارائه خدمات و نیز عمل دست‌اندرکاران و مسئولان اماکن ورزشی دانشگاه به وعده‌های خود قابل بهبود خواهد بود. همچنین، در صورت ثبت اطلاعات شخصی دانشجویان، احتمالاً ثبت درست و بدون اشتباه این اطلاعات و نیز استفاده صحیح این اطلاعات، باعث بهبود شکاف منفی در بُعد اعتبار خواهد شد.

به طور کلی، در بررسی وضعیت موجود کیفیت خدمات (ادراکات) در اماکن ورزشی دانشگاه گیلان، ابعاد اطمینان، اعتبار، پاسخگویی، عناصر عینی و همدلی به ترتیب در رتبه‌های اول تا پنجم قرار گرفتند و به جز بُعد اطمینان که امتیاز بالاتری نسبت به سایر ابعاد داشت، سایر ابعاد امتیازهای مشابه و نزدیک به هم داشتند و با توجه به اینکه امتیاز آن‌ها کمتر از میانگین بود، نیاز به بهبود در این چهار بُعد به شدت احساس می‌شود.

در بررسی انتظارات دانشجویان از کیفیت خدمات در اماکن ورزشی دانشگاه، مشاهده شد که میانگین امتیاز انتظارات در همه ابعاد بالاست و تفاوت معنی‌داری بین امتیازات این ابعاد مشاهده نشد. در این زمینه، بررسی پاسخ‌های برخی دانشجویان به پرسشنامه‌های پژوهش نشان داد که

احتمالاً انتظارات بسیار بالای دانشجویان در همه ابعاد حاکی از دیدگاه آرمان‌گرایانه برخی از دانشجویان از خدمات اماکن ورزشی دانشگاه است، در حالی که به نظر می‌رسد در این زمینه باید واقع‌بین بود تا بتوان به طور صحیح در مورد کیفیت خدمات اماکن ورزشی دانشگاه قضاوت کرد. زیرا به نظر می‌رسد امکانات ورزشی دانشگاه گیلان در مقایسه با سایر دانشگاه‌های هم‌تراز از برتری نسبی برخوردار است، اما با توجه به اینکه در این تحقیق اندازه‌گیری مستقیمی در این زمینه انجام نشده است، باید با احتیاط نتیجه‌گیری شود و همچنان به مطالعات آینده نیاز است.

بین ادراک دانشجویان کارشناسی رشته تربیت‌بدنی و سایر رشته‌ها از وضعیت موجود کیفیت خدمات اماکن ورزشی تفاوت معنی‌داری وجود نداشت و این در حالی است که دانشجویان تربیت‌بدنی بیش از نیمی از واحدهای درسی خود را به صورت عملی در اماکن ورزشی دانشگاه می‌گذرانند و نبود تفاوت معنی‌دار در ادراک این دانشجویان با دانشجویان غیرتربیت‌بدنی نشان‌دهنده این است که احتمالاً برنامه‌ها، برخوردها و نحوه پاسخگویی کارکنان و مسئولان اماکن ورزشی دانشگاه در مورد دانشجویان تربیت‌بدنی و غیرتربیت‌بدنی یکسان و مشابه است که موجب ارزیابی یکسان این دانشجویان از کیفیت خدمات اماکن ورزشی دانشگاه شده است. نکته قابل توجه در این زمینه این است که ویژگی عدم تبعیض از سوی مسئولان و کارکنان اماکن ورزشی در نحوه ارائه خدمات یک ویژگی بسیار پسندیده است، اما در مقابل باید به این نکته نیز توجه داشت که دانشجویان رشته تربیت‌بدنی با توجه به ماهیت رشته تحصیلی خود و حقی که در خدمات اماکن ورزشی دانشگاه برای خود قائل هستند، خواسته‌ها و انتظارات بیشتری از نحوه ارائه خدمات به آن‌ها دارند و به نظر می‌رسد این انتظارات برای آن‌ها برآورده نشده و ارزیابی این گروه از دانشجویان نسبت به دانشجویان غیرتربیت‌بدنی تفاوتی نداشته است. با توجه به اینکه بین ادراک دانشجویان تحصیلات تکمیلی رشته تربیت‌بدنی و سایر رشته‌ها از کیفیت خدمات اماکن ورزشی نیز تفاوت معنی‌داری وجود نداشت، بنابراین، نتایج ذکر شده در مورد دانشجویان کارشناسی تربیت‌بدنی و غیر تربیت‌بدنی برای دانشجویان مقاطع تکمیلی این رشته‌ها نیز می‌تواند صادق باشد.

هر چند نتایج نشان داد که دانشجویان کارشناسی نسبت به دانشجویان مقاطع تکمیلی، به مقدار جزئی ادراک بالاتری از کیفیت خدمات اماکن داشتند، اما این تفاوت از نظر آماری معنی‌دار نبود. شاید بتوان علت این عدم معنی‌داری را انتظارات و خواسته‌های پایین دانشجویان مقطع کارشناسی نسبت به دانشجویان مقاطع تکمیلی دانست که این انتظارات پایین احتمالاً سبب شده است که نسبت به خدماتی که به آن‌ها ارائه می‌شود قانع باشند و کیفیت خدمات را بالاتر از دانشجویان مقاطع تکمیلی ارزیابی کنند اما در مقابل دانشجویان تحصیلات تکمیلی انتظارات و خواسته‌های بالاتری دارند که این انتظارات بالا احتمالاً باعث شده است که به خدمات اماکن ورزشی دانشگاه قانع نشوند و امتیاز کمتری به خدمات این اماکن اختصاص دهند. به عبارت بهتر،

انتظارات پایین و امتیاز بالای دانشجویان کارشناسی در مقابل انتظارات بالا و امتیاز پایینی دانشجویان تحصیلات تکمیلی سبب شده است که امتیازات این دو گروه تفاوت معنی‌داری را نشان ندهد. ترزولگو و همکاران^۱ (۲۰۱۲) نیز در پژوهش خود بین سطح تحصیلات مشتریان باشگاه‌های ورزشی و کیفیت خدمات ادراک شده رابطه معنی‌داری مشاهده نکردند که این نتیجه مشابه با یافته تحقیق حاضر است، اما خطیبی و همکاران (۱۳۹۰) گزارش کردند، با افزایش سنوات تحصیلی دانشجویان، شکاف منفی کیفیت خدمات افزایش می‌یابد و دلیل آن را افزایش شناخت دانشجویان از وضع موجود و همچنین انتظارات آن‌ها از سطح مطلوب بیان می‌کنند.

در این پژوهش وضعیت موجود کیفیت خدمات بین دانشجویان پسر و دختر تفاوت معنی‌داری نداشت و بنابراین می‌توان گفت جنسیت دانشجویان در کیفیت خدمات اماکن ورزشی دانشگاه تأثیر نداشت. تحقیقات خطیبی و همکاران (۱۳۹۰) و آربونی و همکاران (۱۳۸۴) نشان داد که شکاف کیفیت خدمات آموزشی در دانشجویان دختر کمتر از دانشجویان پسر است که با نتیجه پژوهش حاضر همخوانی ندارد. این محققان دلیل تفاوت شکاف بین دانشجویان دختر و پسر را حساسیت و نگرانی بیشتر دانشجویان پسر درباره آینده شغلی خود بیان کردند، اما با توجه به ماهیت متفاوت خدمات آموزشی دانشگاه و خدمات اماکن ورزشی و نبود حساسیت و نگرانی شغلی برای دانشجویان دختر و پسر در اماکن ورزشی، چنین نتیجه‌ای را نمی‌توان در مورد دانشجویان دختر و پسر استفاده کننده از خدمات اماکن ورزشی دانشگاه تعمیم داد. همچنین، با توجه به اینکه اماکن ورزشی‌ای که مورد استفاده دانشجویان پسر قرار می‌گیرد همان اماکنی هستند که مورد استفاده دانشجویان دختر قرار می‌گیرد، بنابراین طبیعی است که دانشجویان دختر و پسر به برخی از عناصر عینی همچون ظاهر داخلی و خارجی ساختمان‌ها و نیز تجهیزات ورزشی امتیاز مشابهی اختصاص دهند. از سوی دیگر، سیاست‌ها و برنامه‌های یکسان اماکن و فضاهای ورزشی دانشگاه برای ارائه خدمات به دانشجویان دختر و پسر نیز از جمله عواملی است که می‌تواند در ادراک یکسان و مشابه دانشجویان دختر و پسر دانشگاه تأثیر گذارد.

در نهایت، با توجه به نتایج پژوهش حاضر و شکاف‌های عمده در کیفیت ارائه خدمات در اماکن و فضاهای ورزشی دانشگاه گیلان، به مسئولان و دست‌اندرکاران ورزش این دانشگاه پیشنهاد می‌شود برای مشارکت هر چه بیشتر دانشجویان در فعالیت‌های ورزشی دانشگاه و بهره‌مندی از مزایای ورزش، به بهبود ابعاد کیفیت خدمات در اماکن ورزشی این دانشگاه توجه کنند، راه‌کارهای ارائه شده در این پژوهش می‌تواند در این مورد کمک کننده باشد. با توجه به اینکه به نظر می‌رسد تحقیقات محدودی برای ارزیابی کیفیت خدمات اماکن ورزشی، به‌ویژه اماکن ورزشی دانشگاه‌ها، انجام شده است، از این‌رو به مسئولان ورزش سایر دانشگاه‌ها نیز پیشنهاد می‌شود از مدل سروکوال

1. Terzoglou et al

برای ارزیابی کیفیت خدمات اماکن ورزشی دانشگاه‌های خود نیز استفاده کنند. همچنین، با توجه به اینکه مشتریان اماکن ورزشی دانشگاه‌ها فقط دانشجویان نیستند، به محققان بعدی پیشنهاد می‌شود در پژوهش‌های آینده کیفیت خدمات این اماکن و فضاها از دیدگاه کارکنان دانشگاه، اعضای هیأت علمی و سایر گروه‌های استفاده‌کننده نیز بررسی شود.

منابع

۱. آربونی، فریبا، شغلی علیرضا، بدری پشته، صاحب، مهاجری، منصور (۱۳۸۴). بررسی شکاف بین انتظارات و خدمات آموزشی ارائه شده به دانشجویان دانشگاه علوم پزشکی زنجان در سال ۱۳۸۴، گام‌های توسعه در آموزش پزشکی، شماره ۵، صص ۱۷-۲۵.
۲. آقاملایی، تیمور؛ زارع، شهرام؛ عابدینی، صدیقه (۱۳۸۵). شکاف کیفیت خدمات آموزشی در دانشگاه علوم پزشکی هرمزگان، گام‌های توسعه در آموزش پزشکی، شماره ۳، صص ۷۸-۸۹.
۳. الوانی، مهدی؛ ریاحی، بهروز (۱۳۸۲). سنجش کیفیت در بخش خدمات عمومی، تهران، مرکز آموزش تحقیقات صنعتی ایران.
۴. بحرینی، کیومرث؛ شاه علیزاده کلخوران، محمد؛ نورائی، فرهاد (۱۳۸۸). بررسی کیفیت خدمات در دانشگاه آزاد اسلامی بر اساس مدل سروکوال و QFD، فصلنامه مدیریت، سال ششم، شماره ۱۴، صص ۶۲-۷۹.
۵. پورایران، زهرا (۱۳۸۷). بررسی کیفیت خدمات استخرهای سرپوشیده شهر مشهد، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه فردوسی مشهد، دانشکده تربیت‌بدنی و علوم ورزشی.
۶. پورحیدری، امید؛ خاکساری، محمد؛ دوست محمدی، محمد (۱۳۸۹). بررسی کیفیت خدمات شرکت مخابرات استان کرمان از ابعاد مختلف در راستای حفظ و جذب مشتریان، نشریه مدیریت بازرگانی، شماره ۳، صص ۱۸-۳.
۷. خطیبی، امین؛ سجادی، سید نصرالله؛ سیف پناهی، جبار (۱۳۹۰). مطالعه کیفیت خدمات آموزشی دانشکده تربیت‌بدنی دانشگاه تهران از دیدگاه دانشجویان کارشناسی، مطالعات مدیریت ورزشی، سال هشتم، شماره نهم، دوره سوم، صص ۷۷-۹۴.
۸. دموری، داریوش؛ زارع احمدآبادی، حبیب؛ طاهری دمنه، محسن؛ منصور، حسین (۱۳۹۰). کارایی رویکرد شبکه‌های عصبی مصنوعی در ارزیابی کیفیت خدمات در ادارات تربیت‌بدنی دانشگاه‌ها: مطالعه موردی دانشگاه یزد، المپیک، سال نوزدهم، شماره ۱، پیاپی ۵۳، صص ۳۹-۵۳.
۹. سید جوادین، سیدرضا؛ خانلری، امیر؛ استیری، مهرداد (۱۳۸۹). مدلی از ارزیابی تأثیر کیفیت خدمات بر وفاداری مشتریان خدمات ورزشی، المپیک، شماره ۴، پیاپی ۵۲، صص ۴۱-۵۴.

۱۰. کبریایی، علی (۱۳۸۲). طراحی الگوی مدیریت کیفیت فراگیر برای بخش بهداشت شهرستان کاشان بر اساس ادراک و انتظار دریافت‌کنندگان خدمت از کیفیت خدمات و ارائه دهندگان خدمت از مؤلفه‌های مدیریت کیفیت فراگیر، رساله دکتری، دانشگاه علوم پزشکی و خدمات بهداشتی درمانی تهران.
۱۱. کبریایی، علی؛ رودباری، مسعود (۱۳۸۴). شکاف کیفیت خدمات آموزشی دانشگاه علوم پزشکی زاهدان: دیدگاه دانشجویان از وضعیت موجود و مطلوب، آموزش در علوم پزشکی، شماره ۵، ص ۱۰.
12. Alexandris, K., Dimitriadis, N., & Kasiara, A (2001). *The Behavioral consequences of perceived service quality: an exploratory study in the context of private fitness clubs in Greece*, *European Sport Management Quarterly*, 1(4), 251-280.
13. Aslan, M., & Kocak, M.S (2011). *Determination of the service quality among sport and fitness centers of the selected universities*, *International Journal of Human Sciences*, 8(2), 817-833.
14. Bery, L.A., Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., & Berry, L.L (1988). *SERVQUAL: A multiple item scale for measuring customer perceptions of service quality*, *Journal of Retailing*, 64 (1), 13-40.
15. Caruana, A (2002). *the effects of service quality and the mediating role of customer satisfaction*, *European Journal of Marketing*, 36(7), 1-14.
16. Chin, K., & Pun, K (2002). *A proposed framework for implementation TQM in Chinese organization*, *International Journal of Quali and Reli Management*, 19(3), 272-294.
17. Crompton, J., Mackay, K., & Fesenmair, D (1991). *Identifying dimensions of service quality in public recreation*, *Journal of Park and Recreation Administration*, 9, 15-27.
18. De Knop, P., Van Hoeke, J., & De Bosscher, V (2004). *Quality management in sports clubs*, *Sport Management Review*, 7, 57-77.
19. Donnelly, M., Wisniewski, M., Dalrymple, J.F., & Curry, A.C (1995). *Measuring service quality in local government, The SERVQUAL approach*, *International Journal of Public Sector Management*, 8(7), 15-20.
20. 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.
21. Gronroos, C (1990). *Service Management and marketing: managing the moment of truth in service competition*, Lexington: Lexington Books.
22. Gronroos, C (2001). *Service Management & Marketing (2 ed.)*, Wiley.
23. Howat, G., Murray, D., & Crilley, G (1999). *The relationships between service problems and perceptions of service quality, satisfaction, and behavioral intentions of Australian public sport and leisure center customer*, *Journal of Park and Recreation Administration*, 17(2), 42-64.
24. Karydis, A., Kodovazeniti, K.M., Hatzigeorgiou, D., & Panis, V (2001). *Expectations and perceptions of Greek patients regarding the quality of*

- dental health care*, International Journal of Quality of Health Care, 13(5), 409-416.
25. 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).
 26. Kotler, P (2003). *Marketing Management (11 ed.)*, Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
 27. Kouthouris, C., & Alexandris, K (2005). *Can service quality predict customer satisfaction and behavioral intentions in the sport tourism industry? an application of the SERVQUAL model in an outdoors setting*, Journal of Sport Tourism, 10(2), 101-111.
 28. Lehtinen, U., & Lehtinen, J.R (1991). *Two approaches and service quality dimensions*, The Service Industry Journal, 11, 287-303.
 29. Lim, P.C., & Tang, N (2000). *A study of patients expectations and satisfaction in Singapore hospitals*, Int Journal Health Care Qual Assur, 13(7), 290-299.
 30. Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., & Berry, L.A (1985). *Conceptual model of service quality and its implications for future research*, Journal of Marketing, 49, 41-50.
 31. Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., & Berry, L.A (1988). *SERVQUAL: A multiple item scale for measuring customer perceptions of service quality*, Journal of Retailing, 64(1), 13-40.
 32. Robinson, L (2006). *Customer Expectations of Sport Organizations*, European Sport Management Quarterly, 6(1), 67-84.
 33. Sahney, S., Banwet, D.K., & Karunes, S (2004). *A SERVQUAL and QFD approach to total quality education, A student perspective*, International Journal of Productivity and Performance Management, 53(2), 143-166.
 34. Sharma, B., & Gadenne, D (2001). *An investigation of the perceived importance and effectiveness of quality management approaches*, The TQM Magazine, 3(6), 433-443.
 35. Soita, W.P (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), 261-271.
 36. Terzoglou, M., Papadopoulou, 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.
 37. West, E (2001). *Management matters: The link between hospital organization and quality of patient care*, Qual Health Care, 10, 40-48.
 38. Zhao, X., Bai, C., & Hui, Y.V (2002). *An empirical assessment and application of SERVQUAL in a mainland chinese department store*, Total Quality Management, 13(2), 241-254.

A survey on service quality in university sports' facilities based on SERVQUAL model (Case study: University of Guilan)

Ramezani M.R.¹, Faraji R.^{2*}, Khoshnevis F.³, Danesh Sani K.⁴

¹Assistant Professor, University of Guilan, ²PhD student, University of Guilan,
^{3 & 4}MA, Sports Management

Abstract

Objective: The purpose of the present study was to investigate service quality in sports' facilities of Guilan University by using the SERVQUAL model.

Methods: This study was descriptive and all the students of Guilan university were the statistical population. Two hundred eighty five students (150 male and 135 female) were selected as statistical sample and responded to the SERVQUAL questionnaire (Parasuraman et al, 1985). This questionnaire consists of 22 pairs of questions on a seven-point Likert-type rating scale (of 1: strongly disagree to 7: strongly agree) that can measure five dimensions of the service quality (Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance and Empathy) in perceptions and exceptions sections. This instrument is a general questionnaire for measuring service quality and have been modified to use in the sports sector by France et al (2010). In this study the validity of the questionnaire was verified by the experts and the reliability was also calculated in a pilot study ($\alpha=0.899$ and $\alpha=0.976$ respectively for the perceptions and exceptions questionnaire). Wilcoxon and Fridman, independent t-test and repeated measures tests were used to analyze collected data.

Results: The results indicated that there was a negative significant gap between the five dimensions of service quality in sport facilities ($p<0.05$). Maximum negative quality gap (-2.64) was observed in tangibles and the minimum of it (-2.18) was in reliability dimension. Other results indicated that respondents' gender, academic field and educational profile didn't have any significant effect on their perceptions of service quality in university's sports facilities.

Conclusion: Since a negative gap was observed in all dimensions of service quality in sports facilities of Guilan university, it is recommended that managers and directors of the University pay attention to improve their service quality in university's sports facilities in order to increase students' attendance in university's sports programs. Also, the paper provides valuable suggestions for improving sports facilities offering services.

Keywords: Service quality, Sports facility, SERVQUAL model.

*E-mail: r.faraji@yahoo.com

