

## پایایی سنجی و اعتباریابی پرسشنامه کیفیت خدمات در ورزش

حمید سارانی<sup>۱\*</sup>، علیرضا الهی<sup>۲</sup>

۱. دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی دانشگاه خوارزمی.

۲. استادیار مدیریت ورزشی دانشگاه خوارزمی.

تاریخ دریافت: (۹۴/۰۴/۲۳) تاریخ پذیرش: (۹۵/۰۱/۲۲)

## The Reliability and Validation of Service Quality in Sport Questionnaire (SPORTSERV)

H. Sarani<sup>1\*</sup>, A. Elahi<sup>2</sup>

1. PhD Student of Sport Management, Kharazmi University.

2. Assistant Professor of Sport Management, Payame noor University.

Received: (2015/July/14)

Accepted: (2015/April/10)

### Abstract

In the past two decades, the sports industry has been In the last two decades, the sports industry has been proposed interest in service quality; So that nowadays, service quality is one of the most important topics in the field of sports management and marketing services. For this purpose, This research has been designed and conducted to evaluate the Reliability and Validation of Service Quality in Sport Questionnaire (SPORTSERV) as an instrument to assess the status of Perceived service quality of spectators. A 20 question questionnaire of theodorakis has been used to measure the service quality by studying the background of existing researches. The population under study was spectators in Futsal Premier League, according to the formula Cochran 384 people as sample were selected randomly. In this research, the exploratory and confirmatory factor analysis was used to evaluate the validity of structure after assessing the validity of content and convergent validity (average variance extracted). And, Cronbach's Alpha was used to evaluate the combinational reliability. The results of exploratory factor analysis indicated that four factors were explained by 70.66% of variance, and KMO was measured 87%. The reliability of the questionnaire was reported to be 0.92 and 0.96 based on Cronbach's Alpha and combinational reliability, respectively. Given the fact that the validity and reliability indexes of questionnaire have all been reported to be in a satisfactory condition, this questionnaire can be used as a valid and reliable questionnaire to measure sports Justice and its dimensions.

### Keywords

Service Quality, SPORTSERV, Validity, Reliability.

### چکیده

در دو دهه اخیر، علاقمندی به کیفیت خدمات در صنعت ورزش افزایش پیدا کرده است؛ به گونه‌ای که امروزه، کیفیت خدمات یکی از مهمترین سرفصل‌ها در زمینه مدیریت خدمات و بازاریابی ورزشی است. بدین منظور این پژوهش با هدف پایایی سنجی و اعتباریابی پرسشنامه کیفیت خدمات در ورزش (اسپورت سرو) به عنوان ابزاری جهت سنجش کیفیت خدمات ادراک شده تماشاگران طراحی و اجرا شده است. با مطالعه پیشینه پژوهش، پرسشنامه ۲۰ سؤالی تئودراکیس برای اندازه‌گیری کیفیت خدمات استفاده گردید. جامعه آماری کلیه تماشاگران لیگ برتر فوتبال ایران بودند که طبق فرمول کوکران تعداد ۳۸۴ نفر به طور تصادفی به عنوان نمونه انتخاب گردیدند. در این مطالعه پس از بررسی روایی محتوا، جهت بررسی روایی سازه از تحلیل عاملی اکتشافی و تأییدی و برای بررسی پایایی از پایایی ترکیبی و آلفای کرونباخ استفاده گردید. نتایج تحلیل عاملی اکتشافی نشان دهنده چهار عامل با تبیین ۷۰/۶۶ درصد واریانس و شاخص کیسن مایر الکین ۸۷ درصد بود. پایایی پرسشنامه نیز توسط روش آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی به ترتیب ۰/۹۲ و ۰/۹۶ گزارش گردید. با توجه به این که شاخص‌های روایی و پایایی پرسشنامه همگی در حد مطلوبی گزارش گردید، می‌توان از این پرسشنامه به عنوان پرسشنامه‌ای روا و پایا در اندازه‌گیری کیفیت خدمات در بین تماشاگران استفاده نمود.

### واژگان کلیدی

کیفیت خدمات، استاندارد سازی، اعتباریابی.

\*Corresponding Author: Hamid Sarani

E-mail: Hamid.Sarani1@Gmail.Com

\* نویسنده مسئول: حمید سارانی

## مقدمه

ورزش در حال حاضر دارای یکی از محکم‌ترین پایگاه‌ها و بالاترین جایگاه‌های اجتماعی در جامعه می‌باشد. افراد جامعه و گروه‌ها و اقشار گوناگون هر یک به نوعی به ورزش وابسته هستند (سارانی و صفانیا، ۱۳۹۴: ۲) و این وابستگی همزمان با حرفه‌ای شدن ورزش و افزایش هیجانات ناشی از مسابقات آن، به تدریج بر تعداد تماشاگران رشته‌های ورزشی نیز افزوده است. تماشاگران با توجه به نقشی که در هیجان و جو رویدادهای مختلف ورزشی دارند، یکی از اجزاء مهم لیگ‌ها و مسابقات مختلف ورزشی هستند (قاسمی و همکاران، ۱۳۸۸: ۶۹). تماشاگران، یکی از عناصر مهم و تأثیرگذار در موفقیت تیم‌های ورزشی هستند (ناظمی و همکاران، ۱۳۹۲: ۶۶). تماشاگران ورزشی از یک سو نقش مستقیمی در تعیین درآمدهای رویداد ورزشی از طریق فروش بلیت دارند و از سوی دیگر، نقش غیر مستقیم از طریق فروش سایر محصولات ایفا می‌کنند (علی محمدی و همکاران، ۱۳۹۲: ۱۰۱).

یکی از عواملی که بر حضور تماشاگران در مسابقات ورزشی اهمیت بسزایی دارد، کیفیت خدمات ارائه شده به آنان می‌باشد. در این راستا بی‌شک، بهبود کیفیت خدمات برای جذب و نگهداری تماشاگران از مهمترین بخش‌های صنعت ورزش محسوب می‌شود. نتایج تحقیقات نشان می‌دهد که ارائه خدمات مطلوب به تماشاگران مهمترین عامل برای افزایش تعداد تماشاگر و در نتیجه کسب درآمد اکثر لیگ‌ها و باشگاه‌های حرفه‌ای سراسر دنیا است (نقل از جابری و همکاران، ۱۳۹۲: ۲۶). کیفیت به عنوان یکی از مهمترین معیارهای ارزیابی خدمات است (بیرامی ایگدر، ۱۳۹۴: ۱۳۰).

در این رابطه، تعاریف بسیاری از کیفیت خدمات تا به حال صورت پذیرفته است. پاراسورامان، زیتامل و بری<sup>۱</sup> (۱۹۸۵) بیان کرده‌اند که کیفیت خدمات به معنای داشتن نگرش یا قضاوت کلی مشتریان از مزایای یک سرویس یا خدمت است. به گونه‌ای که مطالعات نشان داده، بهبود کیفیت خدمات می‌تواند در افزایش بهره‌وری و عملکرد موفق سازمان مؤثر باشد. همچنین بیتنر و هابرت<sup>۲</sup> (۱۹۹۴) کیفیت خدمات را شامل احساس کلی مشتری در مورد مزایای سازمان و خدمات آن تعریف کرده‌اند. معماری و همکاران به نقل از صالحی و همکاران (۱۳۹۳) بیان کرده‌اند که ارائه خدمات با کیفیت، می‌تواند از مهمترین عناصری باشد که موجب رضایت مراجعه کنندگان می‌شود.

از مشهورترین روش‌های اندازه‌گیری کیفیت خدمات، مدل سروکوال<sup>۳</sup> بوده که در سال ۱۹۸۵ توسط پاراسورامون، بری و زیتامل طراحی شده است (اکبری یزدی و همکاران، ۱۳۹۳: ۸۴). این مدل از پنج بعد تشکیل شده است. این پنج بعد عبارتند از: (۱) عناصر عینی<sup>۴</sup> که شامل تسهیلات فیزیکی، تجهیزات، پرسنل، ارتباطات و مواد اولیه موجود در سازمان است؛ (۲) اعتبار<sup>۵</sup> که به معنی توانایی انجام خدمات تعهد شده به طور صحیح و مطمئن است؛ (۳) پاسخگویی<sup>۶</sup> که به تمایل برای کمک به ارباب رجوع و ارائه خدمات در حداقل زمان ممکن اطلاق می‌شود؛ (۴) اطمینان<sup>۷</sup> که به صلاحیت سیستم و حسن شهرت در ارائه خدمات به طور موذبانانه و مطمئن اشاره دارد؛ (۵) همدلی<sup>۸</sup> که به توانایی نزدیک شدن به ارباب رجوع و تلاش برای درک نیازهای او اطلاق می‌شود (سجادی و همکاران، ۱۳۹۰: ۳۵) در صنایع مختلف مورد استفاده قرار گرفته است. با مطالعه در ادبیات ورزش و اوقات فراغت به چندین مدل بر می‌خوریم که تقریباً تمامی این مدل‌ها از مدل سروکوال به عنوان مدل پایه استفاده نموده‌اند. در سال ۱۹۹۰ مک کی و کرامپتون<sup>۹</sup> مدل رکوال<sup>۱۰</sup> را که شامل چهار بعد (اطمینان، قابلیت اعتماد، پاسخگویی و شواهد فیزیکی) می‌باشد طراحی کردند و پس از آن هوات و همکاران<sup>۱۱</sup> (۱۹۹۳) مدل سی‌ای آر ام-سی اس کیو<sup>۱۲</sup>، مک دونالد و همکاران<sup>۱۳</sup> (۱۹۹۵) مدل تیم کوآل<sup>۱۴</sup>، کیم و کیم<sup>۱۵</sup> (۱۹۹۵) مدل کیواسک<sup>۱۶</sup>، چانگ و چلادورای<sup>۱۷</sup> (۲۰۰۳) مدل اس کیو اف اس<sup>۱۸</sup>، لام و (۲۰۰۵) مدل اس کیو ای اس<sup>۲۰</sup>، کو و پاستور<sup>۲۱</sup> (۲۰۰۵) مدل اس اس کیو آر اس<sup>۲۲</sup> و در نهایت تئودوراکیس (۲۰۰۱) مدل اسپورت سرو<sup>۲۳</sup> را که شامل پنج مؤلفه (موارد ملموس، اعتبار،

3- Service Quality Technique.

4- Tangibles

5- Reliability

6- Responsiveness

7- Assurance

8- Empathy

9- MacKay and Crompton

10- REQUAL

11- Howat et al.

12- CERM-CSQ

13- McDonald et al.

14- TEAMQUAL

15- Kim and Kim

16- QUESC

17- Chang and Chelladurai

18- SQFS

19- Lam et al.

20- SQAS

21- Ko and Pastor

22- SSQRS

23- SPORTSERV

1- Parasuraman, Berry, Zeithamel

2- Bitner &amp; Hubbert

و سگاس<sup>۳۰</sup> (۲۰۱۰) در پژوهش خود که بر روی بازیکنان گلف انجام دادند، به این نتیجه رسیدند که ملموس بودن و همدلی دو جنبه مهم از کیفیت خدمات است که بر رضایتمندی مردان و زنان گلف باز تأثیر می‌گذارد. با این وجود، همچنان سنجش کیفیت خدمات در صنعت خدمات ورزشی موضوعی بحث برانگیز است (سیدجوادی و همکاران، ۱۳۸۹: ۴۳). کو و همکاران<sup>۳۱</sup> (۲۰۱۵) دریافتند که ابعاد کیفیت خدمات بر روی کیفیت خدمات ادراکی تماشاگران بیسبال تأثیر مثبت و معنی داری دارد.

با عنایت به مطالب ذکر شده و با توجه به اینکه مفهوم حضور تماشاگران در ورزشگاه‌ها در شمار مهمترین موضوعاتی است که در رویدادهای ورزشی توجه محققان را به خود جلب نموده و همچنین با رشد انجام پژوهش‌های مختلف در زمینه کیفیت خدمات در صنعت ورزش و اهمیت این موضوع در ورزش، متأسفانه تأکید اندکی برای ساخت ابزاری مناسب جهت بررسی کیفیت خدمات ادراک شده تماشاگران شده است و همچنین با عنایت به اینکه اغلب مقیاس‌های مورد استفاده و ساخته شده در دیگر کشورها به علت تفاوت‌های بین فرهنگی و تأثیر بر نتایج پژوهش‌ها نیز استاندارد شده می‌باشد، محقق را بر آن داشت که به تعیین روایی و پایایی پرسشنامه اسپورت سرو جهت سنجش کیفیت خدمات ادراکی تماشاگران، به منظور تحقق اهداف مورد نظر بپردازد.

### روش‌شناسی پژوهش

روش پژوهش حاضر، توصیفی و از نوع همبستگی مبتنی بر معادلات ساختاری می‌باشد که به بررسی ساختار عاملی و با هدف تبیین مدل اندازه‌گیری می‌پردازد. جامعه آماری کلیه تماشاگران لیگ برتر فوتبال ایران بودند و به علت نامشخص بودن جامعه مورد بررسی، طبق فرمول کوکران، حجم نمونه در سطح خطای ۰/۰۵ تعداد ۳۸۴ نفر در نظر گرفته شد و پرسشنامه‌ها به شیوه تصادفی چند مرحله‌ای در بین تماشاگران حاضر در سه بازی لیگ برتر فوتبال توزیع گردید و در نهایت تعداد ۳۳۶ پرسشنامه برگشت و مورد استفاده قرار گرفت. پس از مرور مدل‌های کیفیت خدمات، مدل اسپورت سرو مناسب با تماشاگران شناخته و مورد استفاده قرار گرفت. پرسشنامه اسپورت سرو توسط تئودوراکیس، الکساندریس، سیگیلیس و

پاسخگویی، امنیت و مؤلفه دسترسی) می‌باشد را طراحی نمودند (تئودوراکیس و الکساندریس<sup>۲۴</sup>، ۲۰۰۸: ۱۶۴) که در این بین، مدل‌های تیم کوآل و اسپورت سرو بر روی تماشاگران ورزشی صورت پذیرفته است (اکبری و همکاران، ۱۳۹۳، ۱۰۵). مک دونالد، ساتن و میلن<sup>۲۵</sup> (۱۹۹۵)، مدل تیم کوآل را در محیط بسکتبال آمریکا ارائه کردند. آن‌ها ۳۹ گویه ویژه محیطی را بر اساس پنج بعد اصلی سروکوآل، توسعه دادند. تیم کوآل، انتظارات و ادراکات از خدمات را می‌سنجد، به علاوه تیم کوآل شامل یک ارزیابی وزنی مهم در مورد هر یک از پنج بعد کیفیت خدمات است. تئودوراکیس و همکاران (۲۰۰۱)، مدل اسپورت سرو را در محیط بسکتبال حرفه‌ای یونان استفاده کردند. آن‌ها پایایی و روایی مقیاس را با استفاده از روش‌های آماری مناسب تأیید کردند.

در دهه‌های اخیر، مطالعه در مورد کیفیت خدمات به طور تصاعدی افزایش یافته است و این پژوهش‌ها نشان می‌دهد که 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 (رمضانیان و همکاران، ۱۳۹۲: ۶۸). مطالعات نشان داده که کیفیت خدمات بر رضایتمندی مشتریان اثرگذار است (علیدوست و احمدی، ۱۳۹۱: ۳۱؛ بنسل و تیلور<sup>۲۶</sup>، ۲۰۱۵: ۳۰۵). افزایش رضایتمندی، منجر به تعهد، وفاداری، میل به ماندن مشتری، ایجاد پیوند دو سویه میان ارائه دهنده خدمت و مشتری و افزایش تحمل مشتری نسبت به مشکلات در ارائه خدمات می‌شود (ژائو، بای و هوی<sup>۲۷</sup>، ۲۰۰۲)؛ بنابراین رضایتمندی، تصویر مثبت مشتری درباره کیفیت خدمات را افزایش می‌دهد (کارونا<sup>۲۸</sup>، ۲۰۰۲). اگر در ارائه کیفیت خدمات، مشارکت مشتریان را لحاظ کنیم، می‌توانیم سبب برآورده شدن نیازها و انتظارات مشتریان و به دنبال آن باعث رضایتمندی آنان از خدمات شویم (نقل از رمضانیان و همکاران، ۱۳۹۲: ۶۸). امین الدین و لی<sup>۲۹</sup> (۲۰۰۸) در پژوهش خود پی بردند که تسهیلات ورزشگاه پیش‌بینی کننده قوی رضایت تماشاگران است، تسهیلات ورزشگاه مانند زیبایی، امنیت، راحتی و نظافت ورزشگاه می‌تواند موجب رضایت تماشاگران شود. لی، کیم، کو

24- Theodorakis & Alexandris

25- McDonald, Sutton, Milne

26- Bansal & Taylor

27- Zhao, Bai & Hui

28- Caruana

29- Aminuddin & lee

30- Lee, Kim, Ko, Sagas

31- Koo et al.

استفاده از کلیه مشاهدات ( $n = 336$ )، تحلیل عاملی منجر به شناسایی چهار عامل با واریانس تبیین شده  $70/66\%$  درصد گردید که عوامل شناسایی شده در تحلیل عاملی اکتشافی با توجه به پیشینه موجود، نام‌گذاری گردیدند. واریانس تبیین شده برای هر یک از مؤلفه‌های دسترسی و امنیت ( $25/144\%$  درصد)، پاسخگویی ( $21/995\%$  درصد)، قابلیت اطمینان ( $12/549\%$  درصد) و موارد ملموس ( $10/969\%$  درصد) می‌باشد. شاخص کیسن مایر الکین  $0/868$  به دست آمد. در جدول شماره ۲، نیز مقادیر بار عاملی و نام‌گذاری چهار عامل استخراج شده نمایش داده شده است. پس از تحلیل عامل اکتشافی از تحلیل عاملی تأییدی مبتنی بر مدل معادلات ساختاری، برای بررسی و تأیید خرده مقیاس‌های پرسشنامه و به عبارت دیگر، تأیید روایی سازه (عاملی) پرسشنامه استفاده شد (شاتز و گشارولی<sup>۳۶</sup>، ۱۹۹۳). شکل ۲ نشان دهنده تحلیل عاملی تأییدی و مناسب بودن شاخص‌های نیکویی برازش الگوی اندازه‌گیری است.

به منظور بررسی مناسب و مجاز بودن اجرای تحلیل عاملی روی گویه‌های مدل اسپورت سرو از آزمون کفایت شاخص کیسن مایر الکین<sup>۳۷</sup> و کرویت بارتلت استفاده شده که نتایج آن در جدول زیر آمده است.

**جدول ۱.** نتایج آزمون تحلیل عاملی تست بارتلت و شاخص کیسن

مایر الکین پرسشنامه

مقدار	متغیر
۰/۸۶۸	شاخص کیسن مایر الکین جهت متناسب بودن اندازه نمونه
۲۸۸۴/۴۷	مقدار مجذور کای
۳۳۶	درجه آزادی
۰/۰۰۱	سطح معنی‌داری
	آزمون بارتلت جهت درست بودن تفکیک عامل‌ها

همانگونه که در جدول ۱، مشاهده می‌شود مقادیر به دست آمده برای شاخص کیسن مایر الکین بالاتر از  $0/5$  و سطح معنی‌داری آزمون کرویت بارتلت نیز کمتر از  $0/05$  است. بنابراین در پژوهش حاضر، تحلیل عاملی روی گویه‌های اسپورت سرو مجاز است.

با توجه به منابع آماری مختلف برای اجرای روش تحلیل عاملی از نمودار اسکری استفاده شد (هومن، ۱۳۸۸). در شکل ۱ محور افقی بیانگر هر یک از گویه‌ها است و محور عمودی مقادیر ویژه را نشان می‌دهد.

کارونیس<sup>۳۲</sup> (۲۰۱۳)، از ۲۰ سؤال که پنج مؤلفه موارد ملموس، قابلیت اطمینان، دسترسی، امنیت و پاسخگویی کارکنان تشکیل شده است. این پرسشنامه بر اساس مقیاس هفت گزینه‌ای لیکرت (از کم=۱ تا خیلی زیاد=۷) تنظیم شده بود و همچنین دارای ۳ سؤال جمعیت شناختی (سن، وضعیت تأهل و تحصیلات) بود. سؤال‌های تخصصی پرسشنامه، با چند تن از اساتید مدیریت ورزشی کنترل شد. بنابراین پرسشنامه از روایی صوری بالایی برخوردار است. همچنین در این پژوهش جهت بررسی روایی سازه از تحلیل عاملی اکتشافی و تأییدی و برای بررسی پایایی از پایایی ترکیبی و آلفای کرونباخ و جهت تحلیل داده‌ها از نرم افزارهای اس.پی.اس.اس<sup>۳۳</sup> و لیزرل<sup>۳۴</sup> استفاده گردید.

### یافته‌های پژوهش

یافته‌های حاصل از بررسی ویژگی‌های جمعیت شناختی نمونه‌های پژوهش نشان می‌دهد که اکثر تماشاگران لیگ برتر فوتسال در رده سنی ۲۰ تا ۳۰ سال می‌باشند ( $51/8\%$ ) و پس از آن تماشاگران ۳۱ تا ۴۰ سال با حدود  $23/8\%$  در رده دوم قرار دارند. همچنین  $52/6\%$  تماشاگران مجرد و  $42/9\%$  متأهل می‌باشند و  $34/5\%$  تماشاگران تحصیلات دیپلم و پس از آن  $31/5\%$  تماشاگران دارای تحصیلات لیسانس هستند. برای ارزیابی روایی پرسشنامه از چندین روش استفاده گردید. ابتدا ابزار پژوهش توسط نویسنده مقاله انجام پذیرفت. سپس، نسخه ترجمه شده این مقیاس طی فرایند ترجمه معکوس توسط دانشجوی دکتری مترجمی زبان انگلیسی، به زبان انگلیسی برگردانده شد. مطابقت داشتن نسخه ترجمه شده فارسی به انگلیسی با نسخه اصلی این مقیاس، به تأیید صحت ترجمه نسخه فارسی، پرسشنامه اسپورت سرو، انجامید. پس از مرحله ترجمه نسخه فارسی، این نسخه در اختیار ۵ نفر از اساتید مدیریت ورزشی ارسال و نظر نهایی آنان در مورد روایی صوری و روایی محتوایی<sup>۳۵</sup> پرسشنامه مورد سؤال قرار گرفت و پرسشنامه را مناسب دانستند. پس از این مرحله، برای بررسی ساختار عاملی پرسشنامه از تحلیل عاملی اکتشافی و تأییدی استفاده شد. از تحلیل عاملی اکتشافی برای سنجش بار عاملی سؤال‌های پرسشنامه استفاده شد و برای تعیین این که مواد پرسشنامه از چند عامل اشباع شده‌اند، از شیوه چرخش واریانس استفاده شد (رحمانیان، واعظ موسوی و زید آبادی، ۱۳۹۳). با

32- Theodorakis, Alexandris, Tsigilis & Karvounis

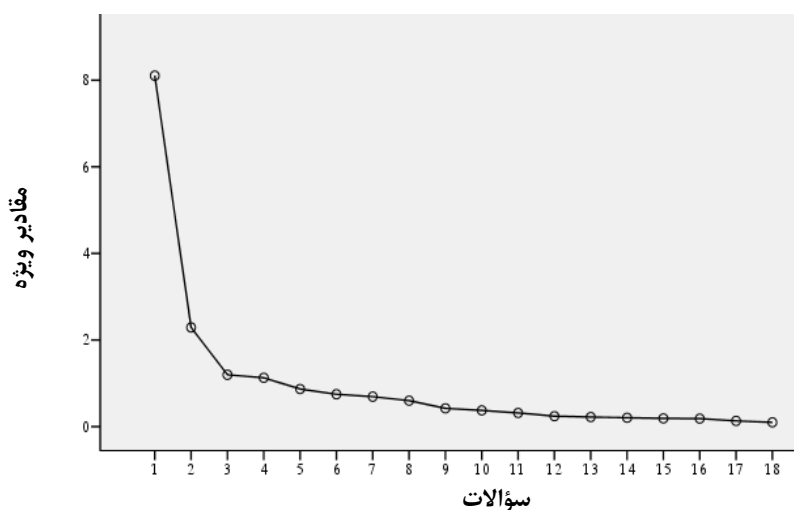
33- SPSS

34- Lisrel

35- CVR

36- Shutz & Gessaroli

37- KMO



شکل ۱. نمودار شن ریزه برای عوامل استخراج شده

جدول ۲. توصیف سنجه‌های آماری و نام‌گذاری چهار عامل استخراج شده

عوامل	گویه‌ها	بار عاملی	آلفای کرونباخ	پایایی ترکیبی	AVE
دسترسی و امنیت	راحتی و دسترس بودن حمل و نقل عمومی	۰/۷۱۳	۰/۸۸	۰/۸۹۴	۰/۵۵۳
	سهولت ورود و خروج به سالن ورزشی	۰/۷۱۷			
	سهولت دسترسی به سالن ورزشی	۰/۶۳۴			
	احساس امنیت در داخل سالن ورزشی	۰/۷۵۳			
	احساس امنیت در محیط بیرونی سالن ورزشی	۰/۶۲۴			
	احساس امنیت در طول بازی	۰/۷۸۲			
	احساس امنیت کلی هنگام حضور در تماشای بازی‌ها	۰/۷۶۳			
پاسخگویی	ارائه شدن بهترین خدمات در اولین زمان ممکن توسط کارکنان	۰/۸۳۱	۰/۸۹	۰/۹۰۴	۰/۶۴۷
	تمایل کارکنان برای کمک به تماشاگران	۰/۷۳۰			
	توجه به منافع واقعی تماشاگران در پاسخ به نیازهای آنان، توسط کارکنان	۰/۷۹۷			
	توجه به تک تک تماشاگران به صورت فردی توسط کارکنان	۰/۷۵۴			
قابلیت اطمینان	ارائه شدن خدمات در زمان وعده داده شده	۰/۵۴۹	۰/۸۸	۰/۸۸۲	۰/۶۵۶
	صداقت کارکنان سالن، نسبت به تماشاگران	۰/۶۹۲			
	پاسخگویی کارکنان در برابر بروز مشکلات	۰/۷۴۶			
	درست و به موقع ارائه شدن خدمات، در زمان وعده داده شده	۰/۷۹۲			
موارد ملموس	جذاب بودن ظاهر سالن ورزشی	۰/۵۶۹	۰/۶۳	۰/۷۳	۰/۴۰۳
	نظافت سالن ورزشی	۰/۵۷۵			
	راحتی صندلی‌ها	۰/۵۳۰			
<b>مقدار کل</b>					
			۰/۹۲۳	۰/۹۶	۰/۵۶۲

باقیمانده به لحاظ داشتن بارهای عاملی بالاتر از ۰/۵ در چهار مؤلفه (دسترسی و امنیت، ۷ سؤال؛ پاسخگویی، ۴ سؤال؛ قابلیت اطمینان، ۴ سؤال و موارد ملموس، ۳ سؤال) دسته‌بندی شدند.

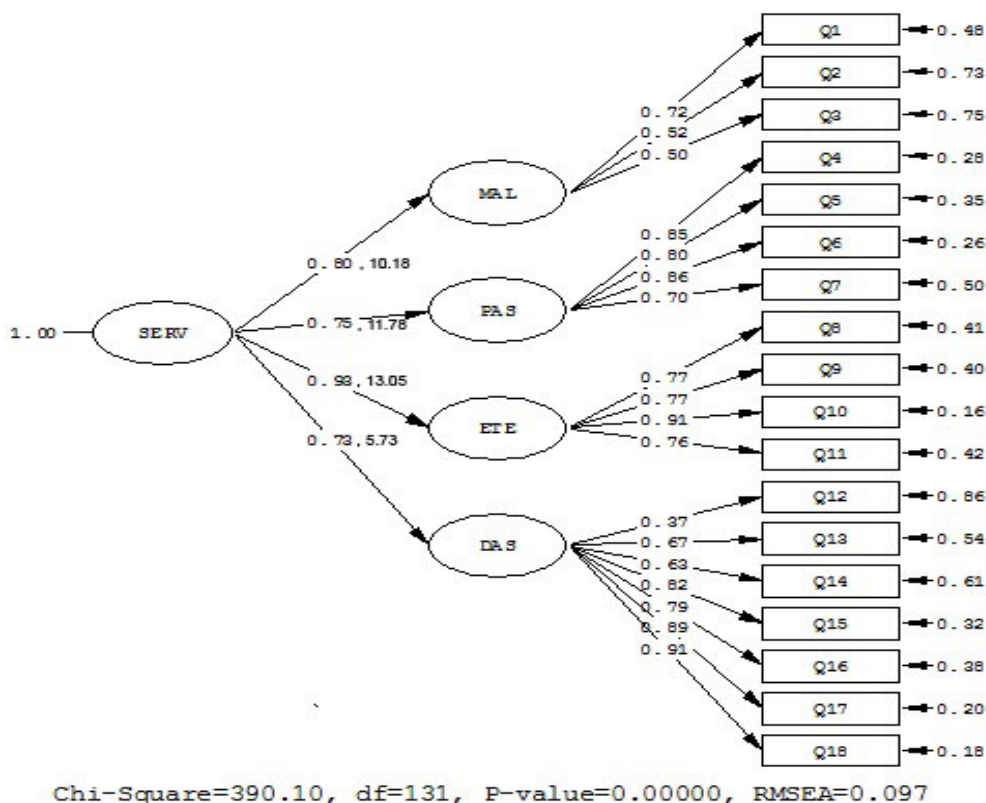
نمودار شن‌ریزه نشان از شناسایی چهار عامل دارد که مقدار آن از مقدار ویژه یک بیشتر می‌باشد. بررسی نتایج نشان می‌دهد که ۱۸ سؤال از ۲۰ سؤال

می‌دهد. همچنین شاخص دیگر، نیکویی برازش ریشه میانگین مربعات خطای برآورد است که ملاک مورد نظر در این مورد باید کمتر از ۰/۰۵ باشد که برازش عالی را نشان می‌دهد و مقادیر ۰/۰۵ تا ۰/۱۰، نشان دهنده برازش متوسط است (رامین مهر و چارستاد، ۱۳۹۲: ۲۷۹).

همان گونه که در شکل ۲ مشاهده می‌نمایید، ضریب تأثیر مؤلفه‌ی قابلیت اطمینان (ETE)، (۰/۹۳) می‌باشد. ضریب تأثیر مؤلفه‌ی موارد ملموس (MAL)، (۰/۸۰) و ضریب تأثیر مؤلفه‌ی پاسخگویی (PAS)، (۰/۷۵) می‌باشد و ضریب تأثیر مؤلفه‌ی دسترسی و امنیت (DAS)، (۰/۷۳) می‌باشد (شکل ۲). همچنین تمامی مسیرها در سطح ۰/۰۱ معنی‌دار می‌باشند.

تعداد ۲ سؤال از مجموع ۲۰ سؤال باقیمانده به علت داشتن بار عاملی کمتر از ۰/۵ حذف گردید.

پس از تحلیل عامل اکتشافی، به انجام تحلیل عامل تأییدی برای هر یک از ابعاد مدل اسپورت سرو، با استفاده از نرم افزار لیزرل پرداخته شد. اعتبار عاملی، صورتی از اعتبار سازه است که از طریق تحلیل عاملی به دست می‌آید و استفاده از تحلیل عاملی در شاخه‌هایی که در آن‌ها از آزمون و پرسشنامه استفاده می‌شود، لازم و ضروری است (هنری، ۱۳۹۰). با توجه به شکل ۲ مقدار نسبت خی دو به درجه آزادی، برابر ۲/۹۸ است. با توجه به اینکه این مورد، مهمترین آماره برازش است و به حجم نمونه حساس می‌باشد، چنانچه معیار ملاک این آماره کمتر از سه باشد، وضعیت مطلوب را نشان



شکل ۲. تحلیل عاملی تأییدی: مقادیر ضریب تأثیر هر یک از مؤلفه‌ها با اسپورت سرو

ورزش (اسپورت سرو) بپردازد که شاخص‌ها و عامل‌هایی قابل اعتماد و معتبر به منظور استفاده سایر محققان را داشته باشد. در این پژوهش اعتباریابی پرسشنامه اسپورت سرو مورد بررسی قرار گرفت. نتایج تحلیل عاملی اکتشافی نشان داد که این مدل دارای چهار مؤلفه دسترسی و امنیت، پاسخگویی، قابلیت اطمینان و موارد ملموس می‌باشد. مطابق اطلاعات جدول ۲. برخلاف انتظار، پس از تحلیل عاملی اکتشافی،

### بحث و نتیجه‌گیری

با حرفه‌ای شدن ورزش و افزایش هیجان‌ناشی از مسابقات آن، به تدریج بر تعداد تماشاگران افزوده می‌شود. از مقوله‌هایی که بر جذب تماشاگران تأثیر دارد کیفیت خدمات می‌باشد. نبود یک ابزار معتبر و روا (استاندارد) به منظور سنجش کیفیت خدمات ادراک شده تماشاگران ورزشی، موجب شد تا پژوهش حاضر به تعیین روابی و پایایی پرسشنامه کیفیت خدمات در

هم مقایسه شده و در واقع یک روش مفید و سودمند برای بازنگری ابزارهای مناسب جهت انجام تحقیقات می‌باشد. پس از تحلیل عاملی داده‌ها، چهار عامل دسترسی و امنیت، پاسخگویی، قابلیت اطمینان و موارد ملموس به دست آمد. لازم به ذکر است که میزان شاخص کیسین مایر الکین، ۸۷ درصد (بسیار مطلوب) است. از سویی دیگر، توزیع سوالات اسپورت سرو دارای کروییت و توزیع مقیاس‌ها، نرمال است. همچنین مقدار واریانس مشترک چهار عامل، ۷۰/۶۶ است. در نهایت مشخص شد که با استفاده از تحلیل عاملی تأییدی، چهار عامل دسترسی و امنیت، پاسخگویی، قابلیت اطمینان و موارد ملموس با عنوان عوامل تشکیل دهنده مدل اسپورت سرو مطرح می‌شوند و پرسشنامه دارای روایی سازه است؛ که این چهار سازه با سازه‌های مورد استفاده تئودوراکیس و الکساندریس (۲۰۰۸) و تئودوراکیس و همکاران (۲۰۰۱) یکسان می‌باشد.

در بررسی مقادیر ضریب تأثیر و مقادیر تی، هر چهار مؤلفه مشاهده گردید که مؤلفه قابلیت اطمینان (۰/۹۳) بیشترین تأثیر و بعد از آن مؤلفه موارد ملموس (۰/۸۰)، مؤلفه پاسخگویی (۰/۷۵) و در نهایت مؤلفه دسترسی و امنیت (۰/۷۳) کمترین تأثیر را با مدل اسپورت سرو دارد. تمامی مؤلفه‌ها در سطح ۰/۰۱ با مدل اسپورت سرو معنی‌دار می‌باشد.

قابلیت اطمینان اولین مؤلفه‌ای است که بیشترین تأثیر را بر روی مدل اسپورت سرو دارد. پاراسورامان و زیتامل (۱۹۸۵)، قابلیت اطمینان را توانایی انجام دقیق و قابل اطمینان خدمت وعده داده شده، می‌دانند. با توجه به شاخص‌های مؤلفه قابلیت اطمینان، تماشاگران انتظار دارند تا کمیته برگزاری مسابقات، توانایی اجرای خدمات وعده داده شده را به نحو احسن داشته باشد. آنان انتظار دارند تا کمیته، زمانی که کاری را متعهد می‌شود، آن را به خوبی ارائه داده و همچنین خدمات وعده داده شده در زمان مقرر ارائه گردد و در زمان بروز مشکلات برای تماشاگران به حل مشکلات آن علاقمندی نشان دهند.

موارد ملموس، دومین مؤلفه‌ای است که بیشترین تأثیر را بر روی مدل اسپورت سرو دارد. با توجه به شاخص‌های مؤلفه موارد ملموس، تماشاگران انتظار دارند، ظاهر سالن ورزشی از جذابیت برخوردار باشد؛ نظافت سالن ورزشی رعایت شود و همچنین صندلی‌های موجود، راحت تعبیه شده باشد. وون و کیتامورا<sup>۳۸</sup> (۲۰۰۶)، ورزشگاه‌های زیبا و مجهز را یک عامل مهم در جذب تماشاگران گزارش کردند و معتقدند باشگاه‌ها

عامل‌های پنج گانه کیفیت خدمات در جامعه مورد بررسی در چهار عامل دسته بندی شدند و عامل امنیت به عنوان مؤلفه‌ی مستقل ظاهر نشد و متغیرهای آن در عامل دسترسی قرار گرفت. نتایج این یافته پژوهش با نتایج پژوهش‌های محققانی چون تئودوراکیس و همکاران که به شناسایی پنج عامل مستقل دست یافته بودند، همسو نبود (تئودوراکیس و الکساندریس، ۲۰۰۸: ۱۶۲؛ تئودوراکیس و همکاران، ۲۰۰۱: ۴۳۱؛ تئودوراکیس و همکاران، ۲۰۱۳: ۸۵). شاید بتوان دلیل آن را این گونه توضیح داد که در بحث مدیریت خدمات متغیرهای این عامل به گونه‌ای مناسب و مستقل مدیریت نمی‌شود؛ به همین دلیل برای تماشاگران، مؤلفه امنیت قابل تفکیک نبوده است؛ لذا به ارائه دهندگان خدمات پیشنهاد می‌شود، به هر یک از متغیرهای این عامل، مدیریت مستقل و متمرکزی داشته باشد تا بتوان از فواید آن نیز بهره‌مند شوند.

جهت بررسی پایایی ابزار از دو روش آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی استفاده گردید. آلفای کرونباخ برای هر یک از مؤلفه‌های دسترسی و امنیت، پاسخگویی، قابلیت اطمینان و موارد ملموس به ترتیب ۰/۸۸، ۰/۸۹، ۰/۸۸، ۰/۶۳ و برای مدل اسپورت سرو ۰/۹۲ می‌باشد. همچنین پایایی ترکیبی برای هر یک از مؤلفه‌های دسترسی و امنیت، پاسخگویی، قابلیت اطمینان و موارد ملموس به ترتیب، ۰/۸۹، ۰/۹۰، ۰/۸۸، ۰/۷۳ و برای مدل اسپورت سرو ۰/۹۶ می‌باشد. با توجه به اینکه تمامی ضرایب اعتبار بالاتر از ۰/۶ است، می‌توان پذیرفت که پرسشنامه مورد نظر از اعتبار مناسبی برخوردار می‌باشد (بال زاده، تجاری و کامکاری، ۱۳۹۰: ۱۲۹). تئودوراکیس و الکساندریس (۲۰۰۸)، پایایی ترکیبی برای هر یک از مؤلفه‌های پاسخگویی، قابلیت اطمینان و موارد ملموس، دسترسی و امنیت، به ترتیب ۰/۹۳، ۰/۹۲، ۰/۸۷، ۰/۹۳ و ۰/۹۱ گزارش کردند، که این نتایج نزدیک با نتایج پایایی ترکیبی پژوهش حاضر می‌باشد. این یافته‌ها پژوهش بیانگر آن است که پرسشنامه اسپورت سرو ابزار معتبری است که می‌تواند به پژوهشگران مدیریت ورزشی در حوزه‌های مرتبط با خدمات ورزشی کمک کند.

جهت بررسی روایی پس از بررسی روایی صوری و محتوای پرسشنامه، از روایی سازه یا عاملی از طریق تحلیل عاملی تأییدی محاسبه شد. باربارا و ویلیام<sup>۳۸</sup> (۲۰۰۵) بیان می‌کنند که در تحلیل عاملی تأییدی، الگوهای نظری خاصی با

که از آن جمله، طراحی ویژه آن برای اندازه‌گیری کیفیت خدمات در تماشاگران و هم‌چنین روایی و پایایی بالای آن، می‌توان استفاده از این ابزار را به عنوان پرسشنامه‌ای مناسب در اندازه‌گیری کیفیت خدمات در تماشاگران توصیه نمود. از نقاط قوت این مطالعه می‌توان به استفاده از روش‌های متنوع روایی و پایایی، محاسبه روایی محتوی، تحلیل عامل تأییدی و اکتشافی، همگن بودن افراد مورد مطالعه و از نقاط ضعف آن می‌توان به عدم وجود جوامع مختلف نمونه‌گیری مطالعه اشاره نمود.

پیشنهاد می‌شود، هر چند عوامل مورد بررسی در جامعه مورد مطالعه توانسته‌اند بیش از ۷۰ درصد واریانس کیفیت خدمات در بین تماشاگران لیگ برتر فوتسال را تبیین کنند، همچنان درصد دیگری از واریانس کیفیت خدمات در جامعه مورد مطالعه تبیین نشده باقی مانده است که باید پژوهش‌های بعدی توجه خود را به سایر پیش‌بینی‌ها معطوف کنند. همچنین پیشنهاد می‌شود که روایی و پایایی این پرسشنامه در تماشاگران سایر رشته‌های ورزشی نیز مورد بررسی قرار گیرد.

#### منابع

- اکبری یزدی، حسین؛ حمیدی، مهرزاد؛ سجادی، سید نصرالله؛ خبیری، محمد (۱۳۹۳). مدیریت کیفیت در ورزش یا رویکرد سروکوال و QFD. تهران: علم و دانش. ##بالزاده، امیررضا؛ تجاری، فرشاد؛ کامکاری، کامبیز (۱۳۹۰). «استانداردسازی پرسشنامه روابط بین مربی- ورزشکار (CART-Q)». فصلنامه المیک، شماره ۳ (پیاپی ۵۵)، صص ۱۳۱-۱۱۹. ##بیرامی ایگدر، جمال الدین؛ بیرامی ایگدر، بی بی گل؛ رژیم، عبدالحکیم (۱۳۹۴). «مقایسه کیفیت خدمات در تماشاگران باشگاه‌های سوارکاری و والیبال». مطالعات مدیریت ورزشی. سال ۷، شماره ۲۹، صص ۱۴۰-۱۲۹. ##جابری، اکبر؛ نادریان چهرمی، مسعود؛ مظلومی سوینی، فرزانه (۱۳۹۲). «نقش کیفیت خدمات ورزشگاه‌ها در جذب و حفظ تماشاگران فوتسال». فصلنامه پژوهش در مدیریت ورزشی. دوره ۲، شماره ۵، صص ۴۲-۲۵. ##رامین مهر، حمید؛ چارستان، پروانه (۱۳۹۲). روش تحقیق کمی با کاربرد مدلسازی معادلات ساختاری (نرم افزار لیزرل). تهران: ترمه. ##رحمانیان، زاهده؛ واعظ موسوی، سید محمد کاظم (۱۳۹۳). «ویژگی‌های روان سنجی مقیاس فراشناخت کاربردی در فعالیت بدنی». مطالعات روانشناسی ورزشی. شماره ۹، صص ۲۶-۱۱. ##رضانیان، محمدرحیم؛ فرجی، رسول؛ خوشنویس، فرهاد؛ دانش ثانی، کاظم (۱۳۹۲). «بررسی کیفیت خدمات اماکن ورزشی دانشگاه‌ها مبتنی بر مدل سروکوال (مطالعه موردی: دانشگاه گیلان)». دو فصلنامه مدیریت و توسعه ورزش. دوره ۲، شماره ۱، صص ۸۳-۶۵. ##سارانی، حمید؛ صفانیا، علی محمد (۱۳۹۴). «ساخت و اعتباریابی پرسشنامه عدالت ورزشی».

برای جذب تماشاگران بیشتر خود باید دارای ورزشگاه‌های مجهز و با امکانات پیشرفته باشند (جابری و همکاران، ۱۳۹۲: ۳۹). وجود یک استادیوم زیبا و با تجهیزات و امکانات پیشرفته، جذب تماشاگران بیشتر و درآمدزایی بیشتر باشگاه‌ها را به دنبال خواهد داشت.

پاسخگویی، سومین مؤلفه‌ای است که بیشترین تأثیر را بر روی مدل اسپورت سرو دارد. با توجه به شاخص‌های مؤلفه پاسخگویی، تماشاگران از کارکنان انتظار دارند، به منافع واقعی آن‌ها در پاسخ به نیازهای آنان توجه شود؛ بهترین خدمات در اولین زمان ممکن به آن‌ها ارائه شود؛ کارکنان در کمک به تماشاگران تمایل داشته باشند و همچنین و به صورت فردی به آن‌ها توجه شود. پژوهش‌ها نشان می‌دهد که بین نحوه برخورد مناسب مدیریت و کارکنان ورزشگاه با رضایتمندی تماشاگران رابطه مثبتی وجود دارد (علیدوست قهفرخی و احمدی، ۱۳۹۱: ۴۱).

در نهایت دسترسی و امنیت، آخرین مؤلفه‌ای است که بر روی مدل اسپورت سرو تأثیر دارد. با توجه به شاخص‌های مؤلفه امنیت و دسترسی، تماشاگران به ترتیب خواستار احساس امنیت کلی، هنگام حضور در تماشای بازی‌ها هستند؛ همچنین خواهان احساس امنیت در طول بازی، در محیط بیرونی سالن ورزشی و در داخل سالن ورزشی هستند. پترسون و استون<sup>۴۰</sup> (۲۰۰۸) در پژوهش خود به این نتیجه رسیدند که محدودیت‌ها و حضور بسیار محسوس پرسنل امنیتی ورزشگاه می‌تواند بر تجربه‌های تماشاگران در ورزشگاه‌ها تأثیرگذار باشد (جابری و همکاران، ۱۳۹۲: ۲۹). همچنین یافته‌های پژوهش نشان داد که بین عامل امنیت و رضایت تماشاگران رابطه مثبتی وجود دارد (تئودوراکیس و همکاران، ۲۰۰۱: ۴۳۱؛ لی، ۲۰۰۸). تماشاگران در صورت احساس امنیت، فارغ از مسائل دیگر، صرفاً به تماشای بازی می‌پردازند.

همچنین با توجه به شاخص‌های مؤلفه دسترسی، تماشاگران خواهان سهولت در ورود و خروج به سالن ورزشی، سهولت دسترسی به سالن ورزشی و همچنین راحتی و در دسترس بودن حمل و نقل عمومی هستند. پژوهش‌ها نشان می‌دهد که بین دسترسی به خدمات با رضایتمندی تماشاگران رابطه مثبتی وجود دارد (تئودوراکیس و همکاران، ۲۰۰۱: ۴۳۱). با توجه به افزایش رقابت بین تیم‌ها برای جذب تماشاگران، ارائه خدمات در مکان مناسب عامل تعیین کننده در رضایت مشتریان است.

بر اساس یافته‌های پژوهش و همچنین مزایای این پرسشنامه



ذوالاکتاف، وحید؛ نورعلی‌وند، علی (۱۳۸۸). «توصیف جامعه شناختی عوامل مؤثر بر وندالیسم و اوباشگری در ورزش فوتبال». *المییک*. دوره ۱۷، شماره (پیاپی ۴۵)، صص ۷۹-۶۹##معماری، زاله؛ اصغری جعفرآبادی، محمد؛ مسکین، عالیه (۱۳۹۳). «بخش‌بندی بازار خدمات مجموعه‌های ورزشی بخش خصوصی مبتنی بر کیفیت ادراک شده مشتریان». *پژوهش‌های کاربردی در مدیریت ورزشی*. دوره ۲، شماره ۸، صص ۱۴۴-۱۲۸##ناظمی، علی؛ گودرزی، محمود؛ خبیری، محمد (۱۳۹۲). «تأثیر ویژگی‌های استادיום بر حضور مجدد تماشاگران در لیگ برتر فوتبال ایران». *رویکردهای نوین در مدیریت ورزشی*. دوره ۱، شماره ۱، صص ۷۷-۶۵##هنری، حبیب (۱۳۹۰). «طراحی مدل معادلات ساختاری سرمایه اجتماعی و مدیریت دانش در سازمان‌های ورزشی». *پژوهش‌های مدیریت ورزشی و علوم حرکتی*. شماره ۱، صص ۱۰۵-۸۵##هومن، حیدرعلی. (۱۳۸۸). *مدلیابی معادلات ساختاری با کاربرد نرم افزار لیزرل*. تهران: انتشارات سمت. ##

*فصلنامه المییک*. زیر چاپ.##سجادی، سید نصرالله؛ محمودی، احمد؛ گودرزی، محمود؛ میزانی، مهران (۱۳۹۰). «مقایسه کیفیت خدمات ارائه شده در باشگاه‌های ورزشی (بدنسازی و آمادگی جسمانی) دولتی و خصوصی شهر تهران از دیدگاه مشتریان». *پژوهش‌های معاصر در مدیریت ورزشی*. دوره ۱، شماره ۲، صص ۴۸-۳۳##سید جوادین، سید رضا؛ خانلری، امیر؛ استیری، مهرداد (۱۳۸۹). «مدلی از ارزیابی تأثیر کیفیت خدمات بر وفاداری مشتریان خدمات ورزشی». *المییک*. شماره ۵۲، صص ۵۴-۴۱##علیدوست قهفرخی، ابراهیم؛ احمدی، علی (۱۳۹۱). «رابطه بین کیفیت خدمات و رضایتمندی تماشاگران در ورزشگاه‌های میزبان لیگ قهرمانان آسیا». *نشریه مدیریت ورزشی*. شماره ۱۴، صص ۴۷-۳۱##علی محمدی، حسین؛ تندویس، فریدون؛ هادوی، فریده (۱۳۹۲). «مقایسه عوامل مؤثر بر حضور تماشاگران ورزشی لیگ‌های برتر فوتبال، بسکتبال و والیبال ایران». *دوفصلنامه پژوهش در مدیریت ورزشی و رفتار حرکتی*. دوره ۳، شماره ۵ (پیاپی ۲۱)، صص ۱۱۱-۹۹##قاسمی، وحید؛

- Aminuddin, Y. Lee, H.S. (2008). "Spectator perception of physical facility and team quality: a study of Malaysia super league soccer match". *Research journal of intentional studies*. 8: 132-140.##Bansal, H. S., Taylor, SH. (2015). *Investigating the Relationship between Service Quality, Satisfaction and Switching Intentions*. Springer International Publishing. pp. 304-313.##Barbara, H. M., William, F. (2005). *Statistical methods for health care research*. Lippincott Williams and Wilkins, A welters clawer company, PP: 325-330.##Bitner, M. J., Hubbert, A.R. (1994). Encounter satisfaction versus overall satisfaction versus quality. In R.T. Rust & R. L. Oliver (Eds), *service quality: new directions in theory and practice* (pp. 73-94). Thousand oaks, CA: Sage.##Caruana, A. (2002). "The effects of service quality and the mediating role of customer satisfaction". *European Journal of Marketing*, 36(7): 1-14.##Koo, G, Y., Hardin, R., McClung, S., Jung, T., Cronin, J., Vorhees, C. (2015). *Effects of Dimensions of Service Quality on Spectators' Cognitive and Affective Responses: Minor League Baseball*. Springer International Publishing. pp. 99-102.##Lee, J.H., 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*. In press.##Mcdonald, M. Suton, W. Milne, G. (1995). "Measuring service quality in

professional team sports". *Sport marketing quarterly*. 4(2): 9-16.##Parasuraman, A., Zeithamel, V. A., Berry, L.L. (1985). "A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for future research". *Journal of Marketing*, 49, 12-40.##Shutz, R. W., Gessaroli, M. E. (1993). *Use, misuse, and disuse of psychometrics in sport psychology research*. In R. N. Singer, M. Murphy, & L. K. Tennant (Eds.), *Handbook of research on sport psychology*, Pp. 901-917. New York: Macmillan.##Theodorakis, N. D., Alexandris, K. (2008). "Can service quality predict spectator's behavioral intentions in professional soccer"? *Managing leisure*, 13: 162-178.##Theodorakis, N. D., Kambitsis, Chris. "Laios, A. and Koustelios, A. (2001). Relationships between measures of service quality and satisfaction in professional sports". *Managing service quality*. 11(6):431-438.##Theodorakis, N. D., Alexandris, K., Tsigilis, N., Karvounis, S. (2013). "Predicting spectator's behavioral intentions in professional football: The role of satisfaction and service quality". *Sport Management Review*. 16: 85-96.##Won, J. Kitamura, K. (2006). "Motivational factors affecting sports consumption behavior of K-League and J-League spectators". *International Journal of sport and health Science*, 4: 233-251.##Zhao, X. Bai, C. Hui, Y., V. (2002). "An empirical department store". *Total Quality management*, 13(2): 241-254.##