

[DOR: 20.1001.1.24237558.1399.6.2.20.1](https://doi.org/10.1001.1.24237558.1399.6.2.20.1)

ارزیابی کیفیت خدمات اماکن ورزشی اداره ورزش و جوانان شهرهای بناب،

مراغه، عجب شیر و ملکان بر اساس مدل سروکوال

وجیهه جوانی^۱

جلال میرزایی قیچاق^۲

محمدرسول خدادادی^۳

چکیده

امروزه کسب مزیت رقابتی یکی از اولویت‌های مهم برای سازمان‌ها در جهت موفقیت می‌باشد که ایجاد این مزیت خود نیازمند شناسایی انتظارات و نیازهای مشتریان و داشتن برنامه‌ای راهبردی برای تعیین آن‌ها می‌باشد. از این رو هدف از این تحقیق ارزیابی کیفیت خدمات اماکن ورزشی اداره ورزش و جوانان شهرهای بناب، مراغه، عجب شیر و ملکان بر اساس مدل سروکوال بود. این پژوهش به لحاظ هدف از نوع پژوهش‌های کاربردی و به لحاظ شیوه‌ی گردآوری داده‌ها توصیفی-پیمایشی بود که به شکل میدانی به مرحله اجرا درآمد. جامعه‌ی آماری این تحقیق شامل کلیه مشتریان و استفاده‌کنندگان از خدمات اماکن ورزشی شهرستان‌های بناب، مراغه، عجب شیر و ملکان بود. انتخاب نمونه آماری این تحقیق با استفاده از روش نمونه‌گیری طبقه‌ای تصادفی بود که با توجه به تعداد جامعه بالاترین میزان نمونه آماری به تعداد ۳۸۴ نفر انتخاب شد. تجزیه و تحلیل داده‌ها، با استفاده از نرم‌افزار SPSS انجام گرفت که به منظور سامان دادن و خلاصه کردن نمره‌های خام و توصیف اندازه‌های به دست آمده از نمونه‌ها از آمار توصیفی استفاده شد. همچنین از آزمون‌های آماری استنباطی کلموگروف اسمیرنف برای بررسی نرمال بودن داده‌های پژوهش و ویلکا کسون، فریدمن و t مستقل برای تجزیه و تحلیل داده‌ها استفاده شد. همچنین تحلیل داده‌ها در سطح معنی‌داری ۰/۰۵ انجام شد. نتایج و یافته‌های به دست آمده نشان داد که در هر ۵ بعد کیفیت خدمات (سروکوال) شکاف منفی و معنی‌داری وجود دارد (بین انتظارات و ادراکات مشتریان) که مسئولین امر باید برای بهبود آن تلاش بیشتری نمایند. با توجه به نتایج پژوهش حاضر مبنی بر وجود شکاف منفی در کیفیت خدمات اماکن و زیرساخت‌های ورزشی، به نظر می‌رسد اماکن و تأسیسات ورزشی مورد مطالعه در پژوهش حاضر و همچنین برنامه‌های ورزشی و فوق برنامه آن، انتظارات مشتریان را برآورده نکرده است.

کلیدواژگان: کیفیت خدمات، اماکن ورزشی، سروکوال.

۱. استادیار، گروه مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه تبریز، تبریز، ایران.

۲. دانشجوی کارشناسی ارشد، گروه مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه تبریز، تبریز، ایران (نویسنده مسئول).

jalalmirzaei1991@gmail.com

۳. استادیار، گروه مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه تبریز، تبریز، ایران.

Evaluating the quality of sports facilities services of Bonab, Maragheh, Ajab Shir and Malekan sports and youth departments based on SERVQUAL model

V. Javani¹

J. Mirzaei Gepchagh²

M. R. Khodadadi³

Abstract

Nowadays, gaining a competitive advantage is one of the most important priorities for organizations to succeed, and creating this advantage requires identifying the expectations and needs of customers and having a strategic plan to determine them. Therefore, the purpose of this study was to evaluate the quality of sports facilities services of the Sports and Youth Administration of Bonab, Maragheh, Ajab Shir and Malekan cities based on the SERVQUAL model. This research was a descriptive-survey in terms of purpose of applied research and in terms of data collection method, which was carried out in the field. The statistical population of this study included all customers and users of sports facilities in Bonab, Maragheh, Ajabshir and Malekan. The statistical sample was selected using stratified random sampling method. Due to the high number of statistical populations, the number of statistical samples was selected based on Morgan table and the highest statistical sample of 384 people was selected according to the population. Data analysis was performed using SPSS software. In order to organize and summarize the raw scores and describe the measurements obtained from the samples, descriptive statistics were used. Kolmogorov-Smirnov inferential statistical tests were also used to evaluate the normality of the research data and Wilcoxon, Friedman and independent t were used to analyze the data. Data analysis was also performed at a significance level of 0.05. The results and findings showed that in all 5 dimensions of service quality (SERVQUAL) there is a negative and significant gap (between customer expectations and perceptions) that officials should make more efforts to improve. According to the results of the present study, there is a negative gap in the quality of services of sports facilities and infrastructure, it seems that the sports facilities and facilities studied in the present study, as well as its sports and extracurricular programs, have not met customer expectations.

Keywords: service quality, sports places, SERVQUAL.

¹ . Assistant Professor of Sports Management, Faculty of Physical Education and Sports Sciences, University of Tabriz, Tabriz, Iran.

² . Master student of Sports Management, Faculty of Physical Education and Sports Sciences, University of Tabriz, Tabriz, Iran (Corresponding Author). Jalalmirzaei1991@gmail.com

³ . Assistant Professor of Sports Management, Faculty of Physical Education and Sports Sciences, University of Tabriz, Tabriz, Iran.

مقدمه

در ادبیات کیفیت خدمات، رایج ترین مدل برای سنجش کیفیت خدمات، مقیاس سروکوآل^۱ است که در سال ۱۹۸۵ به کوشش پاراسورامان، زیتهمال و بری^۲، بر پایه مدل شکاف بنا شده است. کونتو^۳ و همکاران (۱۹۹۹) در پژوهش خود نتیجه گرفتند که مدل سروکوآل، ابزار مناسبی برای سنجش کیفیت خدمت در برنامه‌های ورزش همگانی است. سروکوآل مدلی متشکل از پنج بعد مختلف شامل: ۱) عناصر عینی^۴ سازمان: نمود عینی تسهیلات فیزیکی، تجهیزات، پرسنل، ارتباطات و مواد اولیه موجود در سازمان؛ ۲) قابلیت اعتماد^۵: به معنای توانایی انجام خدمات تعهد شده به طور صحیح و مطمئن است؛ ۳) پاسخگویی^۶: به تمایل در جهت کمک به ارباب رجوع و ارائه خدمات در حداقل زمان ممکن اطلاق می‌شود؛ ۴) تضمین^۷: صلاحیت سیستم و حسن شهرت در ارائه خدمات به‌طور مؤدبانه و مطمئن را نشان می‌دهد؛ ۵) احساس یگانگی و همدلی^۸: به توانایی نزدیک شدن به ارباب رجوع و تلاش برای درک نیازهای او اطلاق می‌شود (پاراسورامان^۹ و همکاران، ۱۹۸۵). از سویی نتایج پژوهش‌ها نیز نشان داده‌اند که کیفیت خدمات و برآورده شدن انتظارات می‌تواند بر روی رضایت مشتری تاثیرگذار بوده و بهبود خدمات موجب بهبود رضایت آن‌ها نیز گردد (فرجی و همکاران، ۱۳۹۵).

^۱ . SERQUAL

^۲ . Parasuraman, Zeithamel and Bery

^۳ Kontou

^۴ . Tangibles

^۵ . Reliability

^۶ . Responsiveness

^۷ . Assurance

^۸ . Empathy

^۹Parasuraman

سازمان‌های ورزشی از ویژگی‌های خاص خدماتی برخوردار هستند که آن‌ها را از سازمان‌های خدماتی دیگر مانند بانک‌ها یا شرکت‌های بیمه مجزا می‌کند (تئودوراکیس^۱ و همکاران، ۲۰۱۴). اولین ویژگی این است که هزینه فعالیت‌های ورزشی و تفریحی اختیاری است. دوم، 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 (رمضانیان و همکاران، ۱۳۹۲). 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 تا مدت‌ها تا بیشتر شود (شیجنز و همکاران^۲، ۲۰۱۶). از طرفی؛ با توجه به اهمیت و نقشی که شرکت در فعالیت‌های بدنی در کیفیت زندگی جامعه دانشگاهی دارد، شناسایی عوامل مؤثر در جهت جذب دانشجویان به سمت میدین ورزشی دانشگاه‌ها و بررسی عوامل مهم در تداوم شرکت آن‌ها در این میدین، لازم و ضروری است (رمضانیان و همکاران، ۱۳۹۲)؛ از این رو، در این زمینه به نظر می‌رسد بررسی کیفیت خدمات اماکن و مراکز ورزشی دانشگاه‌ها امری مفید و ثمرآفرین باشد؛ زیرا رفع نیازمندی‌های فردی مشتریان، جلب رضایت آن‌ها را در پی دارد و تأثیر این رضایت، تمایل به بازگشت مجدد و در نهایت، افزایش میزان مشارکت ورزشی جامعه دانشگاهی خواهد بود (مهدی‌زاده و همکاران، ۱۳۹۲).

^۱ Theodorakis

^۲ . Schijns e al.

در حوزه خدمات ورزشی در کشور ایران پژوهش‌های نسبتاً زیادی در رابطه با کیفیت خدمات انجام شده است (مانند کارهای پژوهشی؛ رجیبی، ۱۳۸۹؛ سیدجوادین و همکاران، ۱۳۸۹؛ رمضانیان و همکاران، ۱۳۹۲؛ همتی‌نژاد و همکاران، ۲۰۱۵)؛ با این حال، پژوهش‌هایی که در ارتباط با کیفیت خدمات در اماکن ورزشی به طور اعم و اماکن ورزشی اداره کل ورزش و جوانان استان آذربایجان شرقی به طور اخص انجام شده باشد، بسیار محدود بوده است و به نظر می‌رسد با توجه به اهداف و اداره کل ورزش و جوانان استان مبنی بر جذب هرچه بیشتر ورزشکاران و مربیان به اماکن ورزشی و مشارکت دادن این افراد در برنامه‌های ورزشی (فرجی و همکاران، ۱۳۹۵)، انجام پژوهش‌های کاربردی ویژه در زمینه سنجش کیفیت خدمات این اماکن ضروری باشد. پژوهش رمضانیان و همکاران (۱۳۹۲) و همتی‌نژاد و همکاران (۲۰۱۵) از جمله پژوهش‌های صورت پذیرفته در این زمینه می‌باشد؛ که کیفیت خدمات اماکن ورزشی اداره کل ورزش و جوانان گیلان را با استفاده از مدل سروکوآل سنجیده‌اند (رمضانیان و همکاران، ۱۳۹۲؛ همتی‌نژاد و همکاران، ۲۰۱۵). شایان به ذکر است که در شهرهای کوچک کشور رسالت اصلی پیشبرد اهداف ورزشی شامل افزایش مشارکت ورزشی اقشار مختلف جامعه، توسعه ورزش حرفه‌ای، کشف و پرورش استعدادها و ورزشی بر عهده‌ی اداره ورزش و جوانان شهرستان می‌باشد. از طرفی یکی از عوامل کلیدی موفقیت در پیشبرد این اهداف ورزشی و جلب آحاد مختلف مردم در جهت مشارکت در فعالیت‌های ورزشی، کیفیت اماکن ورزشی می‌باشد و با توجه به اینکه در جامعه آماری مربوطه اکثر فعالیت‌های ورزشی عموم مردم در اماکن ورزشی تحت نظر اداره ورزش و جوانان شهرستان‌ها می‌باشد. بنابراین، در پژوهش حاضر سعی شد تا دیدگاه مراجعین به اماکن ورزشی، در خصوص کیفیت خدمات اماکن ورزشی ارزیابی شود. همچنین به بررسی

تفاوت‌های جنسیتی از ادارکات و انتظارات اماکن ورزشی پرداخته شد تا اطلاعات ارزشمندی در این خصوص ارائه گردد. بنابراین با توجه به تمامی مطالب بیان شده؛ پژوهش حاضر با هدف ارزیابی کیفیت خدمات اماکن ورزشی اداره ورزش و جوانان شهرهای بناب، مراغه، عجب شیر و ملکان (با استفاده از مدل سروکوال) به مرحله اجرا درآمد.

روش پژوهش

این پژوهش به لحاظ هدف از نوع پژوهش‌های کاربردی و به لحاظ شیوه‌ی گردآوری داده‌ها توصیفی-پیمایشی می‌باشد، که به شکل میدانی به مرحله اجرا درآمد. روش جمع‌آوری آمار و اطلاعات در این مطالعه به صورت پیمایشی و کتابخانه‌ای می‌باشد. جامعه‌ی آماری این تحقیق شامل کلیه مشتریان و استفاده‌کنندگان از خدمات اماکن ورزشی شهرستان‌های بناب، مراغه، عجب‌شیر و ملکان می‌باشد. هم‌چنین با توجه به گستردگی طیف مشتریان اماکن ورزشی (سازمان‌های دولتی، هیئت‌های ورزشی، باشگاه‌های ورزشی و عموم مردم) و همین‌طور انجام تحقیق در چهار شهر مختلف، انتخاب نمونه آماری این تحقیق با استفاده از روش نمونه‌گیری طبقه‌ای تصادفی بود، به این صورت که ابتدا مشتریان خدمات اماکن ورزشی بر اساس شهر مورد نظرشان (بناب، مراغه، عجب‌شیر و ملکان) به چهار طبقه تقسیم شدند و با توجه به جمعیت این طبقات و نسبت جمعیت هر طبقه به جمعیت کل، نمونه‌های آماری تحقیق به همان نسبت و به صورت تصادفی از بین مشتریان چهار شهر مختلف انتخاب شدند که با توجه به نامحدود بودن جامعه آماری، تعداد نمونه آماری بر اساس جدول مورگان و با توجه به تعداد جامعه بالاترین میزان نمونه آماری به تعداد ۳۸۴ نفر انتخاب شد. تعداد نمونه‌های تحقیق در هر یک از طبقات در جدول ۱ آورده شده است.

جدول ۱. تعداد نمونه‌های تحقیق در طبقات مختلف.

شهر	جمعیت	درصد جامعه آماری	تعداد نمونه انتخاب شده
بناب	۱۳۴۸۹۲	۲۳/۲۷	۸۹
مراغه	۲۶۲۶۰۴	۴۵/۳۰	۱۷۴
ملکان	۱۱۱۳۱۹	۱۹/۲۰	۷۴
عجب‌شیر	۷۰۸۵۲	۱۲/۲۲	۴۷
مجموع	۵۷۹۶۶۷	۱۰۰	۳۸۴

در این پژوهش از سه روش کتابخانه‌ای، پرسشنامه جمعیت‌شناختی / اطلاعات فردی و پرسشنامه محقق ساخته استفاده شد. مبانی نظری و پیشینه تحقیق با مراجعه به کتاب‌های مربوط به موضوع و همچنین پایگاه‌های مرجع از جمله **Magiran, Irandoc, SID, Ensani.ir** اطلاعات لازم گردآوری شد. پرسشنامه جمعیت‌شناختی / اطلاعات فردی توسط محقق طراحی شده و شامل اطلاعاتی در خصوص (جنسیت، سن، تحصیلات، سابقه مراجعه به مکان ورزشی) می‌باشد. پرسشنامه سروکوال برای سنجش کیفیت خدمات بر مبنای مدل سروکوال و ۵ عامل عناصر عینی، قابلیت اعتماد، پاسخگویی، تضمین و همدلی برای سنجش ادراکات و انتظارات مشتریان از اماکن ورزشی شهرستان‌های بناب، مراغه، عجب‌شیر و ملکان و بر اساس پرسشنامه استاندارد موجود برای جامعه هدف طراحی شد که قبل از اقدام به پخش مورد بررسی و اعمال نظر توسط اساتید قرار گرفت. پرسشنامه به صورت دو ستونی شماره‌گذاری شد که در یک سمت ادارکات (وضعیت موجود) و در سمت دیگر انتظارات (وضعیت مطلوب) اندازه‌گیری گردید. این پرسشنامه در مطالعات متعددی در ایران به کار رفته است و اعتباریابی شده است. از جمله می‌توان به پژوهش قلاوندی و همکاران (۱۳۹۱)

که پایایی پرسشنامه را ۰/۹۳ گزارش کردند اشاره کرد. در پژوهش رمضانیان و همکاران (۱۳۹۲) نیز الفای کرونباخ ۰/۹۰ و ۰/۹۸ به ترتیب برای ادراکات و انتظارات به دست آمد. همچنین فرانس^۱ و همکاران (۲۰۱۰) آن را ابزار مناسب برای بخش ورزش دانسته‌اند، تعدیل و بازنویسی کرده‌اند. روایی پرسشنامه پژوهش با مراجعه به اساتید دانشگاهی؛ توسط ۱۰ نفر از اساتید دانشگاهی مدیریت ورزشی مورد تایید قرار گرفت و سپس در بین اعضای جامعه آماری پخش شد. برای تعیین پایایی پرسشنامه، پس از جمع‌آوری با استفاده از نرم افزار آماری SPSS و ضریب آلفای کرونباخ مقدار پایایی پرسشنامه به دست آمد که آلفای کرونباخ برای کل پرسشنامه ۰/۸۴ به دست آمد که به معنی پایایی بالای پرسشنامه می‌باشد.

در این پژوهش تجزیه و تحلیل داده‌ها، با استفاده از نرم‌افزار SPSS انجام گرفت که به منظور سامان دادن و خلاصه کردن نمره‌های خام و توصیف اندازه‌های به دست آمده از نمونه‌ها از شاخص‌های آمار توصیفی (میانگین، درصد، فراوانی، انحراف معیار و انواع جدول‌ها) استفاده شد. همچنین از آزمون‌های آماری استنباطی کلموگروف اسمیرنف برای بررسی نرمال بودن داده‌های پژوهش، ویلکاکسون برای بررسی شکاف بین ادراکات و انتظارات، فریدمن برای اولویت بندی و رتبه‌بندی ابعاد کیفیت خدمات و t مستقل برای بررسی تفاوت بین دیدگاه‌های گروه‌های متفاوت استفاده شد. همچنین در تحلیل داده‌ها با استفاده از نرم‌افزار SPSS در سطح معنی‌داری ۰/۰۵ استفاده شد.

یافته‌های پژوهش

در این قسمت ابتدا برای شناخت بیشتر نمونه‌های آماری، ویژگی‌های جمعیت‌شناختی آن‌ها با

^۱ Fransi

استفاده از جداول در قالب جنسیت، سن، میزان مراجعه به اماکن ورزشی و مقطع تحصیلات تشریح می‌شود، سپس داده‌های اختصاصی بررسی می‌گردد و از آزمون **K-S**، ویلکاکسون، فریدمن و **t** مستقل برای تجزیه و تحلیل داده‌ها استفاده شده است. در جدول ۱ یافته‌های دموگرافیک نمونه آماری تحقیق آورده شده است.

جدول ۱: یافته‌های دموگرافیک نمونه آماری.

متغیر پژوهش	طبقه	فراوانی	درصد فراوانی
جنسیت	مرد	۲۵۸	۶۷/۲
	زن	۱۲۶	۳۲/۸
سن	۲۰ سال و کمتر	۱۱۵	۲۹/۹
	۲۱-۳۰ سال	۱۷۷	۴۶/۱
	۳۱-۴۰ سال	۴۶	۱۲
	بالتر از ۴۰ سال	۴۶	۱۲
میزان تحصیلات	دیپلم و کمتر	۱۴۵	۳۷/۸
	کاردانی	۷۴	۱۹/۳
	کارشناسی	۹۶	۲۵
	تحصیلات تکمیلی	۶۹	۱۸
مراجعه به اماکن ورزشی	۳ سال و کمتر	۷۱	۱۸/۵
	۳-۵ سال	۱۶۸	۴۳/۸
	۵-۱۰ سال	۱۰۷	۲۷/۹
	بیشتر از ۱۰ سال	۳۸	۹/۹

در این پژوهش به منظور بررسی طبیعی بودن داده‌های پژوهش از آزمون کلموگرونوف اسمیرنوف (k_s) استفاده گردید که نتایج مربوط به آن در جداول ۲ ارائه شده است.

جدول ۲. آزمون K_S برای بررسی نرمال بودن متغیرهای اصلی پژوهش و ابعاد آن‌ها.

متغیرهای پژوهش	تعداد	مقدار کلمگروف-اسمیرنوف	sig
ادراکات (وضع موجود)	۳۸۴	۲/۵۱	۰/۰۰۱
عناصر عینی	۳۸۴	۳/۳۴	۰/۰۰۱
قابلیت اعتماد	۳۸۴	۳/۹۲	۰/۰۰۱
پاسخگویی	۳۸۴	۵/۷۵	۰/۰۰۱
اطمینان	۳۸۴	۵/۹۴	۰/۰۰۱
همدلی	۳۸۴	۴/۸۴	۰/۰۰۱
انتظارات (وضع مطلوب)	۳۸۴	۴/۲۵	۰/۰۰۱
عناصر عینی	۳۸۴	۴/۱۶	۰/۰۰۱
قابلیت اعتماد	۳۸۴	۳/۸۷	۰/۰۰۱
پاسخگویی	۳۸۴	۳/۱۳	۰/۰۰۱
اطمینان	۳۸۴	۳/۵۱	۰/۰۰۱
همدلی	۳۸۴	۴/۷۳	۰/۰۰۱

همانگونه که در جدول ۲ که به منظور بررسی طبیعی بودن متغیرهای اصلی پژوهش و ابعاد آن‌ها یعنی بخش ادراکات (وضع موجود) و انتظارات (وضع مطلوب) که هر کدام به صورت جداگانه با ۵ بعد و با ۲۲ پرسش شناسایی شده بود؛ مشاهده می‌شود؛ با توجه به اینکه سطح معنی‌داری آن‌ها کمتر از ۰/۰۵ است، توزیع غیرنرمال می‌باشند.

به منظور رتبه‌بندی ادراکات مشتریان از ابعاد کیفیت خدمات، از آزمون رتبه‌بندی فریدمن استفاده شد که نتایج آن در جدول ۳ ارائه شده است.

جدول ۳. آزمون فریدمن برای رتبه‌بندی ابعاد کیفیت خدمات ادراک شده.

متغیر	M±SD	میانگین رتبه	خی دو	df	Sig.
عناصر عینی	۲/۶۱±۰/۲۵	۲/۶۲	۳۴/۳۹	۴	۰/۰۰۱
اعتبار	۲/۷۵±۰/۴۷	۳/۰۸			
پاسخگویی	۲/۶۳±۰/۵۲	۲/۹۶			
اطمینان	۲/۷۳±۰/۳۱	۳/۲۲			
همدلی	۲/۶۸±۰/۵۱	۳/۱۱			

بر اساس نتایج به دست آمده از این بخش و با توجه به معنی‌دار شدن آزمون خی دو (Sig=۰/۰۰۱) می‌توان بیان داشت که تفاوت معنی‌داری بین رتبه‌های ابعاد ۵ گانه کیفیت خدمات (عناصر عینی، اعتماد، پاسخگویی، اطمینان و همدلی) در بخش ادراکات از اماکن ورزشی وجود دارد. بنابراین می‌توان ابعاد کیفیت خدمات را رتبه‌بندی نمود که بر این اساس و به ترتیب، مولفه اطمینان (۳/۲۲)، همدلی (۳/۱۱)، اعتبار (۳/۰۸)، پاسخگویی (۲/۹۶) و عناصر عینی (۲/۶۲) قرار گرفتند.

عناصر عینی > پاسخگویی > اعتبار > همدلی > اطمینان: رتبه‌بندی ادراکات مشتریان

به منظور رتبه‌بندی انتظارات مشتریان از ابعاد کیفیت خدمات، از آزمون رتبه‌بندی فریدمن استفاده شد که نتایج آن در جدول ۴ ارائه شده است.

جدول ۴. آزمون فریدمن برای رتبه‌بندی ابعاد کیفیت خدمات مورد انتظار.

متغیر	M±SD	میانگین رتبه	خی دو	df	Sig.
عناصر عینی	۳/۹۶±۰/۳۴	۲/۶۱	۲۸۱/۱۲	۴	۰/۰۰۱
اعتبار	۳/۹۷±۰/۴۰	۲/۴۶			
پاسخگویی	۴/۰۱±۰/۴۵	۲/۵۰			
اطمینان	۴/۲۸±۰/۳۵	۳/۸۴			
همدلی	۴/۲۱±۰/۳۳	۳/۵۹			

بر اساس نتایج به دست آمده از این بخش و با توجه به معنی‌دار شدن آزمون خی دو (Sig=۰/۰۰۱) می‌توان بیان داشت که تفاوت معنی‌داری بین رتبه‌های ابعاد ۵ گانه کیفیت خدمات (عناصر عینی، اعتماد، پاسخگویی، اطمینان و همدلی) در بخش انتظارات از اماکن ورزشی وجود دارد. بنابراین می‌توان ابعاد کیفیت خدمات را رتبه‌بندی نمود که بر این اساس و به ترتیب، مولفه اطمینان (۳/۸۴)، همدلی (۳/۵۹)، عناصر عینی (۲/۶۱)، پاسخگویی (۲/۵۰) و اعتبار (۲/۴۶) قرار گرفتند.

اعتبار > پاسخگویی > عناصر عینی > همدلی > اطمینان: رتبه‌بندی انتظارات مشتریان

به منظور بررسی تفاوت بین ادارکات و انتظارات مشتریان از کیفیت خدمات اماکن ورزشی،

از آزمون ویلکاکسون^۱ استفاده شد (با توجه به اینکه در جدول ۲، آزمون نرمال بودن نشان داد که تمام ابعاد کیفیت خدمات غیرنرمال هستند از آزمون ناپارامتریک که ویلکاکسون می باشد استفاده شد). نتایج مربوط به این بخش از تحقیق در جدول ۵ ارائه شده است.

جدول ۵. نتایج آزمون ویلکاکسون برای تفاوت در ادراکات و انتظارات ابعاد اماکن ورزشی.

Sig	Z	Sum of Ranks	Mean Rank	تعداد	ابعاد کیفیت
۰/۰۰۱	۱۷/۰۲	۷۳۹۲۰	۱۹۲/۵۰	۳۸۴	ادراکات
				۳۸۴	انتظارات
۰/۰۰۱	-۱۶/۲۹	۶۱۷۷۶	۱۷۶	۳۸۴	ادراکات
				۳۸۴	انتظارات
۰/۰۰۱	-۱۷/۰۳	۷۳۹۲۰	۱۹۲/۵۰	۳۸۴	ادراکات
				۳۸۴	انتظارات
۰/۰۰۱	-۱۷/۰۶	۷۳۹۲۰	۱۹۲/۵۰	۳۸۴	ادراکات
				۳۸۴	انتظارات
۰/۰۰۱	-۱۱/۱۷	۷۳۹۲۰	۱۹۲/۵۰	۳۸۴	ادراکات
				۳۸۴	انتظارات
۰/۰۰۱	-۱۶/۹۹	۷۳۹۲۰	۱۹۲/۵۰	۳۸۴	ادراکات
				۳۸۴	انتظار

۱. آزمون ویلکاکسون به انگلیسی (Wilcoxon signed-rank test): از آزمون‌های آماری ناپارامتری است که برای ارزیابی همانندی

دو نمونه وابسته با مقیاس رتبه‌ای به کار می‌رود.

همان‌گونه که از نتایج قابل مشاهده می‌باشد، در بین همه ابعاد کیفیت خدمات شکاف منفی وجود دارد. همچنین sig در تمامی موارد کمتر از ۰/۰۵ می‌باشد. بدین معنی که بین انتظارات مشتریان و وضعیت موجود تفاوت معنی‌داری وجود دارد.

به منظور بررسی تفاوت بین ادراکات (عناصر عینی، اعتبار، پاسخگویی، اطمینان، همدلی) مشتریان زن و مرد از کیفیت خدمات اماکن ورزشی از آزمون t مستقل استفاده شد (علی‌رغم غیرنرمال بودن توزیع داده‌ها، با توجه به تعداد بالای نمونه و با توجه به معتبرتر بودن آزمون t مستقل نسبت به همتای غیرپارامتریک آن، از آزمون t مستقل استفاده شد) که بین دو گروه زنان و مردان اجرا گردید.

جدول ۶. اطلاعات توصیفی دانشجویان دختر و پسر در خصوص ادراکات از اماکن ورزشی.

گروه	تعداد	میانگین	انحراف معیار	خطای انحراف معیار
مردان	۲۵۸	۲/۶۸۲	۰/۳۰	۰/۰۱
زنان	۱۲۶	۲/۶۸۴	۰/۲۹	۰/۰۲

با توجه به نتیجه آزمون لون (جدول ۷)، که معنی‌دار نشده است (۰/۵۹۹)، برقراری شرط تساوی واریانس‌ها تایید می‌شود.

جدول ۷. نتایج آزمون لون برای بررسی تفاوت در دو گروه مردان و زنان.

سطح معنی‌داری

F

آزمون لون

با توجه به نتایج جدول ۸ در خصوص آزمون t مستقل، نتایج و اطلاعات حاصل نشان داد که بین دو گروه جنسیتی زنان و مردان در خصوص متغیر ادراکات از کیفیت اماکن ورزشی تفاوت معنی داری وجود ندارد.

جدول ۸. آزمون t مستقل برای بررسی تفاوت در دو گروه مردان و زنان در ادراکات از کیفیت خدمات.

متغیر شاخص	t	df	سطح معنی داری (p-value)
بررسی تفاوت ادراکات از کیفیت ارائه	-۰/۰۵۵	۳۸۲	۰/۹۵۶
خدمات در اماکن ورزشی	-۰/۰۵۶	۲۵۳/۶۷	۰/۹۵۵

همچنین با توجه به اطلاعات توصیفی این دو گروه و با توجه به اینکه میانگین گروه مردان ۲/۶۸۲ با انحراف معیار ۰/۳۰ می باشد و گروه زنان دارای میانگین نزدیک به آن یعنی ۲/۶۸۴ با انحراف معیار ۰/۲۹ می باشد، لذا می توان بیان داشت که نظرات دو گروه در خصوص میزان ادراکشان از کیفیت خدمات به هم نزدیک و تفاوت آماری قابل مشاهده نمی باشد.

به منظور بررسی تفاوت بین انتظارات (عناصر عینی، اعتبار، پاسخگویی، اطمینان، همدلی) مشتریان زن و مرد از کیفیت خدمات اماکن ورزشی از آزمون t مستقل استفاده گردید که بین دو گروه زنان و مردان اجرا گردید.

جدول ۹. اطلاعات توصیفی دانشجویان دختر و پسر در خصوص انتظارات از اماکن ورزشی.

گروه	تعداد	میانگین	انحراف معیار	خطای انحراف معیار
مردان	۲۵۸	۴/۰۷	۰/۲۴	۰/۰۱
زنان	۱۲۶	۴/۰۹	۰/۲۵	۰/۰۲

با توجه به نتیجه آزمون لون (جدول ۱۰)، که معنی‌دار نشده است (۰/۵۸۱)، برقراری شرط تساوی واریانس‌ها تایید می‌شود.

جدول ۱۰. نتایج آزمون لون برای بررسی تفاوت در دو گروه مردان و زنان.

سطح معنی‌داری	F	آزمون لون
۰/۵۸۱	۰/۳۰۵	

با توجه به نتایج جدول ۱۱ در خصوص آزمون t مستقل، نتایج و اطلاعات حاصل نشان داد که بین دو گروه جنسیتی زنان و مردان در خصوص متغیر انتظارات از کیفیت اماکن ورزشی تفاوت معنی‌داری وجود ندارد.

جدول ۱۱. آزمون t مستقل برای بررسی تفاوت در دو گروه مردان و زنان در انتظارات از کیفیت خدمات.

متغیر شاخص	t	df	سطح معنی‌داری (p-value)
بررسی تفاوت انتظارات از کیفیت ارائه خدمات	-۰/۵۱۱	۳۸۲	۰/۶۱۰

همچنین با توجه به اطلاعات توصیفی این دو گروه و با توجه به اینکه میانگین گروه مردان ۴/۰۷ با انحراف معیار ۰/۲۴ می‌باشد و گروه زنان دارای میانگین نزدیک به آن یعنی ۴/۰۹ با انحراف معیار ۰/۲۵ می‌باشد، لذا می‌توان بیان داشت که نظرات دو گروه در خصوص میزان انتظارشان از کیفیت خدمات به هم نزدیک و تفاوت آماری قابل مشاهده نمی‌باشد.

بحث و نتیجه‌گیری

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

نتایج پژوهش حاضر در خصوص اولویت‌بندی ادراکات مشتریان از کیفیت خدمات اماکن ورزشی بود که بر اساس نتایج به دست آمده از این بخش و با توجه به معنی‌دار شدن آزمون فریدمن ($Sig=0/001$)؛ ادراکات رتبه‌بندی شدند که مولفه اطمینان، همدلی، اعتبار، پاسخگویی و عناصر عینی به ترتیب قرار گرفتند. به طور کلی تحلیل کیفیت خدمات، مدیران را قادر می‌کند ضمن جلوگیری از کاهش کیفیت، منابع محدود مالی را به حوزه‌هایی اختصاص دهند که اهمیت بیشتری دارند؛ دانستن و کسب اطلاعات در خصوص ادراکات

مشتریان اماکن ورزشی نیز یکی از این حوزه هاست که مدیران برای تصمیم‌گیری در آینده و اتخاذ راهبردهای عملکردی به آن نیازمند هستند. سجادی و همکاران (۱۳۹۰)، در پژوهش خود مشخص کردند که تحقق نیازهای ۵ گانه مشتری می‌تواند کیفیت خدمات را در ذهن مشتری تحت تاثیر قرار می‌دهد. یکی از این نیازهای اساسی و اصلی؛ اطمینانی است که از خدمت ارایه شده به مشتری می‌تواند داده شود؛ رضانیان و همکاران (۱۳۹۲)؛ نیز در مطالعه خود به بررسی "کیفیت خدمات اماکن ورزشی دانشگاه‌ها مبتنی بر مدل سروکوال (مطالعه موردی دانشگاه گیلان)" پرداختند که نتایج آن‌ها نشان داد که بیش‌ترین میانگین در بین ادراکات دانشجویان مربوط به بعد اطمینان می‌باشد و کمترین شکاف شناسایی شده نیز در این بعد بود؛ بنابراین نتایج این دو پژوهش با نتیجه به دست آمده از پژوهش حاضر در این بخش هم‌خوانی دارد. اما، فرجی و همکاران (۱۳۹۵)؛ در پژوهش خود به "ارزیابی ادراکات و انتظارات مشتریان از کیفیت خدمات اماکن ورزشی دانشگاه با استفاده مدل سروکوال (مطالعه موردی: دانشگاه شهید مدنی آذربایجان)" پرداختند که نتایج نشان داد که در بخش ادراکات، بعد تضمین بهترین وضعیت را دارد. بعدهای پاسخ‌گویی، قابلیت اعتماد، همدلی و عناصر عینی نیز به ترتیب رتبه‌های بعدی را داشتند؛ که با نتیجه به دست آمده این بخش ناهم‌خوانی داشت؛ شاید بتوان در توضیح آن ذکر کرد که تفاوت در جامعه‌های آماری دو پژوهش می‌تواند در نتیجه به دست آمده تاثیرگذار بوده باشد زیرا در پژوهش فرجی و همکاران (۱۳۹۵) علاوه بر دانشجویان؛ کارمندان و اساتیدی که از اماکن ورزشی دانشگاه استفاده می‌کردند نیز مورد سنجش و بررسی قرار گرفته بودند. البته؛ می‌توان شرایط حاکم بر اماکن ورزشی دو دانشگاه و تفاوت‌های موجود را نیز دلیلی بر این امر دانست.

دیگر نتیجه پژوهش حاضر در خصوص رتبه‌بندی انتظارات مشتریان از کیفیت اماکن ورزشی بود که با توجه به معنی‌داری آزمون فریدمن ($Sig=0/001$) و با توجه به میانگین رتبه‌های به دست آمده از آزمون، به ترتیب ابعاد از دیدگاه مشتریان در بخش انتظارات شامل اطمینان، همدلی، عناصر عینی، پاسخ‌گویی و اعتبار بود. به عقیده 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 زمینه 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 و رضایت‌مندی مشتریان 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).

یکی دیگر از نتایج پژوهش حاضر در خصوص بررسی شکاف موجود بین انتظارات و ادراکات مشتریان از اماکن ورزشی بود که نتایج به دست آمده نشان داد که در بین همه ابعاد کیفیت خدمات شکاف منفی وجود دارد بدین معنی که بین انتظارات مشتریان و وضعیت موجود تفاوت معنی‌داری وجود دارد ($Sig=0/001$). بر اساس نتایج پژوهش حاضر، در هر پنج بعد کیفیت خدمات اماکن و تأسیسات ورزشی، از دیدگاه مشتریان شکاف منفی وجود دارد. رمضانیان و همکاران (۱۳۹۲)، همتی‌نژاد و همکاران (۲۰۱۵)، سویتا^۱ (۲۰۱۲)؛

¹ Soita

صوفی‌زاده و همکاران (۱۳۹۵) و فرجی و همکاران (۱۳۹۵) نیز در ارزیابی کیفیت خدمات در اماکن ورزشی دانشگاهی، باشگاه‌های ورزشی و اماکن ورزشی تفریحی پارک‌ها و هتل داری در همه ابعاد شکاف منفی گزارش کردند که با نتایج پژوهش حاضر در یک راستا هستند. سویتا (۲۰۱۲)؛ در ارزیابی کیفیت خدمات باشگاه‌های ورزشی کشور اوگاندا شکاف منفی در همه ابعاد شکاف منفی گزارش کرد. صوفی‌زاده و همکاران (۱۳۹۵)؛ در مطالعه خود به "مقایسه میزان رضایت دانشجویان تربیت بدنی دانشگاه‌های تهران و تربیت معلم از کیفیت خدمات آموزشی بر اساس مدل سرکوال" پرداختند. نتیجه پژوهش آن‌ها نشان داد که سطح انتظار دانشجویان هر دو دانشگاه از کیفیت خدمات آموزشی بالاتر از سطح ادراک آن‌ها قرار دارد. فرجی و همکاران (۱۳۹۵)؛ نیز در پژوهش خود گزارش کردند که در همه ابعاد کیفیت خدمات در اماکن ورزشی این دانشگاه شکاف منفی کیفیت وجود دارد. بیشترین شکاف مربوط به بعد همدلی و کمترین آن مربوط به تضمین بود. رمضانیان و همکاران (۱۳۹۲)؛ در مطالعه خود به بررسی "کیفیت خدمات اماکن ورزشی دانشگاه‌ها مبتنی بر مدل سروکوال (مطالعه موردی دانشگاه گیلان)" پرداختند. نتایج حاصل از پژوهش آن‌ها نشان داد که در همه ابعاد کیفیت خدمات در اماکن ورزشی گیلان شکاف منفی معنی‌دای وجود دارد. بیش‌ترین شکاف مربوط به بعد عناصر ملموس و کمترین آن مربوط به بعد اطمینان بود. کلین هانز و همکاران (۲۰۱۲)؛ نیز با هدف بررسی کیفیت خدمات در هتل‌های پروتريا؛ نتایج نشان داد که انتظاراتشان از ادراکشان از پنج بعد کیفیت خدمات بیشتر بود. در این میان، بعد ملموسات بیشترین شکاف انتظارات نسبت به ادراکات را داشت و بعد اعتماد، دارای کمترین شکاف در میان انتظارات و ادراکات گردشگران هتل بود.

آخرین نتیجه پژوهش حاضر در خصوص تفاوت بین ادراکات و انتظارات مشتریان زن و مرد

بود که با توجه به نتایج؛ بین دو گروه جنسیتی زنان و مردان در خصوص متغیر ادراکات (sig=۰/۹۵) و همچنین انتظارات (sig=۰/۶۱) از کیفیت اماکن ورزشی تفاوت معنی داری وجود ندارد. در این پژوهش وضعیت کیفیت خدمات بین مشتریان مرد و زن تفاوت معنی داری نداشت و بنابراین می توان گفت جنسیت مشتریان در کیفیت خدمات اماکن ورزشی تأثیر نداشت. تحقیق رضانیان و همکاران (۱۳۹۲) نیز نشان داد که جنسیت عامل تفاوت بین دیدگاه و ادراک نسبت به کیفیت خدمات دانشگاه‌ها نمی باشد. بنابراین با پژوهش حاضر هم خوانی دارد. اما تحقیقات خطیبی و همکاران (۱۳۹۰)؛ آربونی و همکاران (۱۳۸۴) نشان داد که شکاف کیفیت خدمات آموزشی در دانشجویان دختر کمتر از دانشجویان پسر است که با نتیجه پژوهش حاضر هم خوانی 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 نتیجه ای را نمی توان در مورد مشتریان زن و مرد استفاده کننده از خدمات اماکن ورزشی تعمیم داد. همچنین، با توجه به اینکه اماکن ورزشی که مورد استفاده مشتریان مرد قرار می گیرد همان اماکنی هستند که مورد استفاده مشتریان زن قرار می گیرد، بنابراین طبیعی است که مشتریان مرد و زن 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 برای ارائه خدمات به مشتریان زن و مرد نیز از جمله عواملی است که می تواند در ادراک یکسان و مشابه مشتریان زن و مرد تأثیر گذارد.

منابع

- Arboni, Fariba, Alireza shoghli, Badri Peshteh, Sahib, Mohajeri, Mansour. (1384). "Study of the gap between expectations and educational services provided to students of Zanjan University of Medical Sciences in 2005", *Development Steps in Medical Education*, No. 5, pp. 17-25 [Persian].
- Faraji, Rasool; Bashiri, Mehdi; Yavari, Yusef; Khoshnevis, Farhad (2017). "Evaluation of customers' perceptions and expectations of the quality of services of university sports facilities using SERVQUAL model (case study of Shahid Madani University of Azerbaijan)", *Research in Educational Sports*, 4 (11): 97-114 [Persian].
- 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.
- Hemmatinezhad, M.A., Gholizadeh, M.H., Shabani, S. (2015). A survey on service quality of the sport facilities of the physical education and sport sciences faculty of the Guilan University and students needs assessment based on Servqual-Kano model. *International Journal of Basic Sciences and Applied Research*.4: 28-29 [Persian].
- Khatibi, Amin; Sajjadi, Sayed Nasrallah; Saif Panahi, Jabbar. (2012). "Study of the quality of educational services of the Faculty of Physical Education, University of Tehran from the perspective of undergraduate students", *Sports Management Studies*, Year 8, Number 9, Volume 3, pp. 77-94 [Persian].
- Kontou M, Tzetzis G, Katartzi E. (1999). Exercise and physical activities of women participating in 'Sport for All' programs. *Sport Performance and Health*. 1(4):370-82
- Mahdizadeh. R, Andam. R, Rozbehani. Sh. (2013). Barriers to Sport for All promotion in Universities. *Research in University Sport*. 3: 109-26 [Persian].
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. & Berry, L.L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research.

- Journal of Marketing, 41_50.
- Qalavandi, Hassan; Beheshti Rad, Roghayeh; Qaleh, Alireza (2013). Assessing the quality of educational services of Urmia University based on SERVQUAL model. Management and Development Process, 25, 49_66 [Persian].
 - Rajabi, Mojtaba; Ghafouri, Farzad; Shahlaei Bagheri, Javad (2013). Comparison of service quality with the satisfaction of male and female customers of private bodybuilding clubs in Shahroud city. Sports Management Studies, 14, 125-136 [Persian].
 - Ramezani, Mohammad Rahim; Faraji, Rasool; Khoshnevis, Farhad; Danesh Thani, Kazem (2014). "Assessing the quality of university sports facilities services based on SERVQUAL model (Case study of Guilan University)"; Bi-Quarterly Journal of Sports Management and Development, Year 2, Issue 1 (2 consecutive); 65-83 [Persian].
 - Sajjadi, Seyed Nasrallah; Mahmoudi, Ahmad; Goodarzi, Mahmoud; Mirzaei, Mehran (2012). "Comparison of the quality of services provided in public and private sports clubs (bodybuilding and physical fitness) in Tehran from the perspective of customers." Sports Management and Motor Science Research; 1 (2), 33-48 [Persian].
 - Schijns, Jos M.C, Marjolein C.J. Caniëls, Joska Le Conté (2016). The Impact of Perceived Service Quality on Customer Loyalty in Sports Clubs. International Journal of Sport Management, Recreation & Tourism Vol.24, p.42-75, 2016.
 - Seyed Javadin, Seyed Reza; Khanlari, Amir; Esther, Mehrdad (2011). "A Model for Evaluating the Impact of Service Quality on Loyalty of Sports Services Customers", Olympics, No. 4, consecutive 52, pp. 41-54 [Persian].
 - 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.
 - Sufizadeh, Leila, Abolfazl Farahani, Loghman Keshavarz, Mohammad Reza Abbasi (2016). "Comparison of satisfaction of physical education students in Tehran universities and teacher training with the quality of educational services based on the

- curriculum model"; Quarterly Journal of Physiological Research and Management in Sport, Third Year, No. 1. pp. 101-121 [Persian].
- Theodorakis, Nicholas., Alexandris, K., & Kambitsis, Chris. (2014). Relationship between measure of service quality and satisfaction of spectators in professional, sports. *Managing Service Quality*, 11(6), 431-438.
 - Zeithamel, V. A., Berry, I. I., & Parasuraman, A. (2004). The nature and determinants of customer expectations of service, *Journal of the Academy of Marketing services*, 21(1), 1-12.