

تحلیل کیفیت خدمات در المپیادهای ورزشی درون - مدرسه ای وزارت آموزش و پرورش بر مبنای مدل سروکوال*

ابوذر زارع**

دکتر مهرزاد حمیدی***

دکتر سید احسان امیرحسینی****

چکیده

هدف این تحقیق بررسی و تحلیل شکاف میان کیفیت مورد انتظار و کیفیت ادراک شده از خدمات ارائه شده از سوی مشتریان بر مبنای مدل سروکوال در المپیاد ورزشی درون- مدرسه ای وزارت آموزش و پرورش بوده و روش انجام آن کمی است. جامعه آماری تحقیق همه دانش آموزان شرکت کننده در المپیاد ورزشی، مدیران مدارس مجری، معلمان تربیت بدنی و معاونان پرورشی و تربیت بدنی مدارس مجری طرح المپیاد و مدیران کل استانها، معاونان تربیت بدنی و سلامت استانها و رؤسای ادارات تربیت بدنی استانها در سال تحصیلی ۹۷-۱۳۹۶ بودند. در این تحقیق از روش نمونه گیری تصادفی خوشه ای مرحله ای استفاده شده است که بر حسب فرمول حجم نمونه کوکران ۴۲۰ نفر برای نمونه تحقیق انتخاب شدند و با پرسشنامه محقق ساخته که بر مبنای پرسشنامه استاندارد سروکوال پاراسورامان و همکاران (۱۹۸۸) تهیه شده بود، مورد بررسی قرار گرفتند. نتایج آمار استنباطی نشان داد که در بعد همدلی، پاسخگویی و اطمینان و تضمین دانش آموزان، مدیران و کارکنان از کیفیت خدمات المپیاد ورزشی درون- مدرسه ای راضی بودند ولی در ابعاد فیزیکی و قابلیت اعتماد، انتظارات دانش آموزان، مدیران و کارکنان از درک آنها از وضعیت موجود بیشتر است و انتظار و توقع بیشتری از آموزش و پرورش در زمینه کیفیت خدمات المپیاد ورزشی درون- مدرسه ای دارند. علاوه بر این انتظارات و ادراکات مشتریان نیز رتبه بندی شدند.

کلید واژگان: کیفیت، کیفیت خدمات، فن کیفیت خدمات (سروکوال)، المپیاد ورزشی درون- مدرسه ای

تاریخ دریافت: ۹۷/۱۲/۶ تاریخ پذیرش: ۹۸/۱۰/۴

* این مقاله برگرفته از رساله دکتری نویسنده اول است.

aboozarzare363@gmail.com

mehrzhadhamidi@gmail.com

amirhoseini@iauyasooj.ac.ir

** دانشجوی دکتری گروه تربیت بدنی و علوم ورزشی، واحد یاسوج، دانشگاه آزاد اسلامی، یاسوج، ایران

*** دانشیار گروه مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی، دانشگاه تهران، تهران، ایران (نویسنده مسئول)

**** استادیار گروه تربیت بدنی و علوم ورزشی، واحد یاسوج، دانشگاه آزاد اسلامی، یاسوج، ایران

مقدمه

ضرورت جهانی شدن ورزش که از دهه ۱۹۸۰ آغاز شده موجب تغییر نقش ورزش در جامعه شده و فرصتهای درآمدزایی بسیاری را برای افراد، مؤسسات و رسانه‌های گوناگون ایجاد کرده است. در عصر حاضر به هیچ وجه نمی‌توان از اهمیت اثرات مستقیم و غیر مستقیم ورزش و تفریحات سالم در توسعه جوامع گوناگون چشم‌پوشی کرد. صنعتی شدن ورزش و تفریحات سالم یکی از رویدادهای قرن گذشته به شمار می‌رود. امروزه ورزش به منزله بزرگ‌ترین پدیده اجتماعی جهان شناخته می‌شود (محمدی، ۱۳۹۱). در کل صنعت ورزش را می‌توان مجموعه‌ای از فعالیتهای مرتبط با تولید خدمات ورزشی به شمار آورد که در ارتقای ارزش خدمات ورزشی نقش دارند. صنعت ورزش دارای بخشهای بسیار است که مرکز ثقل تمامی آنها را محصول ورزشی تشکیل می‌دهد و در خدمت شرکت‌کنندگان، تماشاگران و سایر افراد قرار می‌گیرد. مدیریت خدمت از مباحث نوین مدیریت است که در دهه اخیر مورد توجه قرار گرفته است. با افزایش رقابت میان سازمانها، آنها راههای گوناگون را برای تجدید حیات سازمانهای خود مورد بررسی قرار می‌دهند و نوآوریهای اعمال می‌کنند تا بتوانند مشتریان خود را جذب کنند. ارائه خدمات با کیفیت شاید از مهم‌ترین عناصری باشد که موجب رضایت مشتری می‌شود. در شرایط رقابتی موجود، رسالت واقعی سازمانها درک نیازها و خواسته‌های مشتریان و ارائه راهکارهایی است که رضایت مشتریان را در پی داشته باشد. برتری در بازار فقط با تأمین رضایت مشتری، ابداع و نوآوری و ارائه کیفیت و خدمات برتر به دست می‌آید (یحیایی ایله ای، ۱۳۹۵).

به طور کلی، خدمت به مشتری از مهم‌ترین مسائل سازمانهاست و ارائه خدمات با کیفیت، شرط بقا و موفقیت هر سازمان محسوب می‌شود و امروزه همه صنایع به ارائه خدمات اشتغال دارند. هر چیزی که شرکت به بازار عرضه می‌کند، گاهی با خدماتی همراه است. شرکتها از نظر میزان خدمت رسانی در گروههای گوناگون طبقه‌بندی می‌شوند (لاولاک و رایت^۱، ۱۳۸۹). خدمت نتیجه دستکم یک فعالیت است که الزاماً در فصل مشترک میان تأمین‌کننده و مشتری انجام می‌گیرد و بیشتر ملموس نیست. رضایت مشتری، اهمیتی رو به رشد برای بسیاری از شرکتهای برجسته و ممتاز در سراسر جهان دارد. در واقع رضایت مشتری، یکی از عوامل مهم و اصلی، در مشخص کردن موفقیت یک سازمان در محیط کسب و کار رقابتی است (چن^۲، ۲۰۱۲). گفته شده که رضایت مشتری، بر پایه تجاربی است که وی از مصرف کالا و خدمات سازمان به دست

1. Lovelock & Wright

2. Chen

می‌آورد. با توجه به این تعریف در می‌یابیم که مشتریان ارزیابان نهایی کیفیت محصولات اند و براساس نتایج تحقیقات بازاریابی اگر مشتری از تولیدات و خدمات سازمان ناراضی باشد، تجربه ناراضیاتی خود را با سه یا تعداد بیشتری از افراد در میان می‌گذارد و به این صورت رفته‌رفته تجربه نامطلوب وی ممکن است اعتبار سازمان را خدشه‌دار کند و بقای سازمان را به خطر اندازد (چئونگ و تو^۱، ۲۰۱۱). با فرض اینکه مشتری، توانایی ارزیابی خدمتی را داشته باشد، نتیجه این ارزیابی با انتظارات مشتری پیش از خرید یا مصرف مقایسه می‌شود. هر نوع عدم انطباق بین ارزیابی مشتری با انتظارات او، به عدم تأیید می‌انجامد (صمدی و اسکندری، ۱۳۹۰).

نخستین و شاید مهم‌ترین گام در دستیابی به رضایت مشتریان، شناخت نیازهای آنها و برنامه‌ریزی برای برآوردن این نیازهاست. توسعه صحیح یک محصول یا خدمت نیز از طریق فهم و درک درست از نیازهای مشتری اتفاق می‌افتد. در واقع موفقیت اقتصادی شرکتهای تولیدی و خدماتی به توانایی آنها در شناسایی نیازهای مشتریان و ایجاد محصول یا ارائه خدمتی وابسته است که بتواند به طور سریع و با کمترین هزینه، پاسخگوی این نیازها باشد. امروزه کیفیت یک عامل کلیدی برای دستیابی به موفقیت‌های تجاری، رشد و جایگاه رقابتی بهتر محسوب می‌شود، به‌طوری که تشدید رقابت جهانی و افزایش تقاضای مشتریان برای کیفیت بهتر، باعث حرکت شرکتهای به سمت ارائه محصولات و خدمات با کیفیت بالا شده است (توفیقی و همکاران، ۱۳۹۰). در مورد کیفیت، تعاریف متعدد وجود دارد؛ به طور خلاصه می‌توان بیان کرد که کیفیت وقتی به وجود می‌آید که تولید یا خدمت، انتظارات و خواسته‌های مشتریان را برآورده سازد. وجه مشترک تمام تعاریف کیفیت، سازگاری کالا یا خدمت با انتظارات و نیازهای مشتریان است. کیفیت از مشتری شروع می‌شود و هر گونه توجه به کالا یا خدمت بدون توجه به نظر مشتری الزاماً کیفیت را در پی ندارد. بنابراین باید نظر مشتریان را جویا و از نیازهای آنان به خوبی آگاه شد و تولید یا خدمت را منطبق با نیازها ارائه کرد (رضائی و همکاران، ۱۳۹۴). امروزه بیش از هر زمان دیگر موضوع کیفیت خدمات به منزله عاملی مهم برای رشد، موفقیت و ماندگاری سازمانها و موضوعی راهبردی، موثر و فراگیر در دستور کار مدیریت سازمانها قرار گرفته است. ارائه خدمات با کیفیت از مهم‌ترین عناصری است که می‌تواند رضایت مشتری را در پی داشته باشد. بنابراین بسیاری از سازمانها رسالت واقعی خود را درک نیازها و خواسته‌های مشتریان قرار داده اند تا از این طریق، راهکارهایی ارائه دهند که با جلب رضایت مشتریان در آنها تمایلی مبنی بر بازگشت مجدد و وفاداری ایجاد

کند. شایان ذکر است که کیفیت خدمات عاملی است که سازمان را قادر می‌سازد تا راهبردهای رقابتی خود را براساس مفاهیم کیفیت تدوین کند و نسبت به سایر رقبای خود، در جلب رضایت مشتریان و در پی آن در کسب مزیت رقابتی پیشی گیرد. برای ارزیابی کیفیت خدمات نیازی به تجربه آن نیست و می‌توان خدمات را بر اساس دانش درباره ارائه‌کننده خدمت ارزیابی کرد، در حالی که رضایت یک دیدگاه درونی و حاصل تجربه خود مشتری از خدمت است که در آن ستاده بر حس با ارزشی که دریافت شده در مقابل آنچه داده شده، ارزیابی می‌شود. برای مثال مشتری ممکن است اظهار کند که خدمت بانک با کیفیت است، اما این بدان معنا نیست که از بانک راضی است چرا که ممکن است بالا بودن نرخ سود و وام سبب نارضایتی وی شده باشد (کونوک و کونوک^۱، ۲۰۱۳). هر چند روشهای متعددی برای بررسی رضایت مشتری وجود دارد، چارچوبهای نظری، محققان را تشویق می‌کند تا انتظارات مشتری را قبل از خرید تعیین، عملکرد درک شده را پس از خرید ارزیابی و شکاف میان این دو را تعیین کنند و در نهایت رابطه میان رضایت مشتری و رفتار وی باید مشخص شود. یکی از نمونه‌های چنین رویکردی مدل سروکوال^۲ است که مبنایی برای تحقیق روی رابطه میان رضایت مشتری و کیفیت خدمات فراهم می‌آورد و با مشخص کردن شکاف میان انتظارات/خواسته‌های استفاده‌کنندگان و ادراک آنها از عملکرد واقعی خدمت، سازمانها را در شناسایی ریشه‌های کمبود کیفیت خدمات و کاربست سیاستهای مناسب برای رفع آنها یاری می‌کند (خراسانی، ۱۳۹۰). فن کیفیت خدمات (سروکوال)^۳، در واقع ابزاری برای تعیین میزان شکافهای موجود میان سطوح مورد نظر و سطوح عملکرد واقعی در یک سازمان خدماتی یا بخش خدماتی یک سازمان تولیدی است. پایه و اساس فن کیفیت خدمات، طرح پرسشنامه و سنجش نگرشهاست (سلطانی و صارمی، ۱۳۸۶). سروکوال از مشهورترین روشهای اندازه‌گیری کیفیت خدمات است که پاراسورامان، زیتامل و بری^۴ در سال ۱۹۸۸ ابداع کردند. روش آنها مبنی بر اندازه‌گیری شکاف موجود میان خواسته‌های مشتریان و خدماتی بود که آنها واقعا درک می‌کنند. سروکوال را باید نقطه‌عطفی در اندازه‌گیری کیفیت خدمات و یکی از پیشگام‌ترین روشهای موجود دانست. ابزار گردآوری اطلاعات در این روش پرسشنامه بوده که شامل دو پرسشنامه انتظارات و ادراکهاست و هر کدام در بر گیرنده پنج بعد و ۲۲ عامل هستند. پنج بعد اصلی این مدل

1. Konuk & Konuk

2. SERVQUAL Model

3. Service quality technique (SERVQUAL)

4. Parasuraman, Zeithaml & Berry

عبارت اند از: عوامل فیزیکی، قابلیت اعتماد، پاسخگویی، اطمینان و همدلی (فارس‌یجانی و زندی، ۱۳۸۹).

رضایی و همکاران مطالعه ای با موضوع سنجش و ارزیابی کیفیت خدمات آموزش با استفاده از مدل سروکوال انجام داده اند که یافته‌های آن نشان داد در تمامی ابعاد کیفیت خدمات آموزشی و عبارات مربوط به سنجش آن، شکاف منفی کیفیت وجود دارد. بیشترین شکاف کیفیت در بعد پاسخگویی (۱/۹۱-) و کمترین شکاف در بعد فیزیکی (۰/۷۱۸-) مشاهده شده است (رضایی و همکاران، ۱۳۹۴). در پژوهشی فرجی و همکاران (۱۳۹۵) به مطالعه ارزیابی ادراکات و انتظارات مشتریان از کیفیت خدمات اماکن ورزشی دانشگاه شهید مدنی آذربایجان با استفاده از مدل سروکوال پرداخته اند. تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از آزمونهای ویلکاکسون و فریدمن نشان داده است که در بخش ادراکات (وضعیت موجود)، بعد تضمین ($1/38 \pm 4/59$) بهترین وضعیت را دارد. بعدهای پاسخگویی، قابلیت اعتماد، همدلی و عناصر عینی نیز به ترتیب در رده‌های بعدی قرار گرفته اند. در بخش انتظارات (وضعیت مطلوب) نیز بعد تضمین ($0/98 \pm 6/15$) در رده اول تأکید پاسخ‌دهندگان بود. همچنین، نتایج نشان داد که در همه ابعاد کیفیت خدمات در اماکن ورزشی این دانشگاه شکاف منفی کیفیت وجود دارد (فرجی و همکاران، ۱۳۹۵). خسروی زاده و زهره‌وندیان (۱۳۹۶) پژوهشی را با عنوان ارزیابی کیفیت خدمات گروه علوم ورزشی دانشگاه اراک بر اساس الگوی سروکوال انجام داده اند. نتایج نشان داد که از نظر دانشجویان، کیفیت خدمات گروه در سطح متوسط بود و تفاوت آماری معناداری (شکاف منفی کیفیت) میان ادراکات و انتظارات دانشجویان در تمام شش مؤلفه کیفیت خدمات وجود دارد (خسروی‌زاده و زهره‌وندیان، ۱۳۹۶). چپو و همکاران^۱ (۲۰۱۶) به ارزیابی کیفیت خدمات آموزش عالی با استفاده از سروکوال در کشور مالزی پرداخته اند که با استفاده از تحلیل شکاف خدمات، یافته‌ها شکاف منفی را میان ابعاد همدلی و اطمینان نشان دادند (چپو و همکاران، ۲۰۱۶).

یکی از برنامه‌هایی که هر سال در آموزش و پرورش اجرا می‌شود، برگزاری المپیادهای ورزشی درون- مدرسه‌ای، با هدف توسعه آمادگی جسمانی و سلامت دانش‌آموزان و ایجاد فرصت مشارکت وسیع‌تر در فعالیتهای ورزشی است. آموزش و پرورش در همه کشورهای دنیا به منزله نهادی شناخته شده است که متولی تربیت نیروی انسانی کشور است و وظیفه ای سنگین به عهده دارد. دانش‌آموزانی که اکنون در مدارس علم آموزی می‌کنند، آینده هر کشور را در همه زمینه‌ها

1. Chui et al.

رقم می‌زنند. وزارت آموزش و پرورش در مسیر پرشتاب تحول بنیادین نظام تعلیم و تربیت، تربیت‌بدنی و ورزش را به مثابه یک ضرورت تلقی کرده و کوشش می‌کند که دانش‌آموزان را در این مسیر به قله‌های رفیع سلامت جسمی و روانی سوق دهد. اگر چه هدف اصلی آموزش و پرورش در بحث المپیادهای ورزشی درون- مدرسه‌ای، گسترش ورزش همگانی است، اما با برگزاری المپیادهای درون- مدرسه‌ای، در واقع آموزش و پرورش به سمت شناخت استعدادها و تربیت آنها برای حرکت به‌سوی ورزش قهرمانی پیش می‌رود (قربانی، واثقی و مجتهدی، ۱۳۸۱). البته آثار غیر قابل تردید جسمی و روحی، که از راه اجرای مسابقات ورزشی نصیب نسل جوان می‌شود، به قدری روشن و مسلم است که جای بحثی باقی نمی‌گذارد. در این راستا توجه به طرحها و برنامه‌های تربیت‌بدنی مدارس همانند طرح المپیاد ورزشی درون- مدرسه‌ای به‌عنوان یکی از روشهای اثرگذار در تربیت کودکان و نوجوان می‌تواند بسیار سازنده و دارای نتایجی مثبت باشد. این طرح در صورت اجرای صحیح قابلیت بسیار در ایجاد بستر مناسب برای آموزش و رشد همه جانبه کودکان و نوجوانان دارد (رشادت‌جو و خادمی، ۱۳۹۴). بررسی عوامل مؤثر بر رضایتمندی مشتریان برای سازمانهای خدماتی بسیار مهم و اساسی است. اگر مدیران ارائه خدمات را در سطحی کمی بیش از حد انتظار مشتری اعمال و درونی کنند، به نحوی که جزئی از فرهنگ سازمان شود، باعث اقبال بیشتر مشتریان به سازمان خواهد شد (عارفی و زندی، ۱۳۹۰). لذا سازمانها بایستی پیوسته کیفیت خدمات ارائه شده به مشتریان را ارزیابی کنند تا بتوانند با رفع ضعفها و مشکلات موجود، رضایت مشتریان را جلب کنند. بی‌شک مجموعه‌ای از معیارها و شاخصها برای سنجش سطح کیفیت خدمات، رضایتمندی، وفاداری و حضور مجدد مشتریان در یک سازمان لازم است (حمیدی‌زاده و غمخواری، ۱۳۸۸). آموزش و پرورش و مؤسسات علمی و آموزشی نماد توسعه‌یافتگی هر کشورند و ارائه خدمات با کیفیت نشانه توجه دولتمردان به گسترش و رشد علمی است (بازرگان، ۱۳۷۴). یکی از مراکز علمی در زمینه ورزش در کشور ایران، آموزش و پرورش و به‌خصوص المپیادهای ورزشی درون- مدرسه‌ای است. مهم‌ترین اهداف المپیاد ورزشی درون- مدرسه‌ای توسعه و ارتقای آمادگی جسمانی و مهارت‌های ورزشی، ارتقای سطح سلامت جسمی و روحی دانش‌آموزان و غنی‌سازی اوقات فراغت و تشویق و ترغیب دانش‌آموزان به شرکت در فعالیتهای ورزشی است. حضور فعال و گسترده دانش‌آموزان در این المپیاد ورزشی یکی از شاخصهای موفقیت المپیاد ورزشی درون- مدرسه‌ای است. شناسایی نیازها و خواسته‌های دانش‌آموزان، مدیران و کارکنان المپیادهای ورزشی درون- مدرسه‌ای و برنامه‌ریزی به منظور

برطرف کردن نیازهای آنان می‌تواند گامی مهم در راستای پیشرفت المپیادهای ورزشی درون- مدرسه‌ای کشور باشد. از سویی نیز، با افزایش کیفیت خدمات المپیادهای ورزشی درون- مدرسه‌ای می‌توان میزان رضایتمندی دانش‌آموزان، مدیران و کارکنان این المپیادهای ورزشی را افزایش داد و تمایل به ادامه و همکاری با این المپیاد ورزشی را بهبود بخشید. در همین راستا، فن کیفیت خدمات (سروکوال) به یاری مدیران سازمانهای ورزشی از جمله مدیران المپیادهای ورزشی درون- مدرسه‌ای آمده است و مانند پل ارتباطی میان مشتریان و المپیادهای ورزشی درون- مدرسه‌ای عمل می‌کند. در دنیای امروز و با تغییر پیوسته خواسته‌ها و الزامات کیفی دانش‌آموزان، ارائه محصولات و خدمات خلاقانه و نوآورانه تنها راه چاره بقای المپیادهای ورزشی درون- مدرسه‌ای است. از این‌رو، توجه به مدیریت خدمات ضرورت بسیاری دارد، اما المپیادهای ورزشی درون- مدرسه‌ای با وجود در اختیار داشتن تجهیزات و امکانات، منابع فیزیکی و مادی و بالاخص منابع انسانی متخصص، در جهت تأمین رضایت کامل مشتریان نتوانسته است ایده‌های خلاق و نو را برای خلق ویژگیهای انگیزشی در محصول یا خدمات و خشنودی مشتریان فراهم کند. به عبارت دیگر، با تمامی تلاشهای صورت گرفته، فعالیتهای المپیاد ورزشی در جهت رفع خواسته‌ها و انتظارات مشتریان قرار نگرفته است. لذا رسالت المپیادهای ورزشی درون- مدرسه‌ای ایجاب می‌کند که اعتماد دانش‌آموزان، مدیران و کارکنان این المپیاد ورزشی را از طریق بهبود روابط کاری و توجه به نظرات و تمایلات و خواسته‌های مشتریان بیشتر به خود جلب کنند. مدیران المپیادهای ورزشی درون- مدرسه‌ای به دلیل تنوع و تعداد مشتریان خود نه تنها بایستی مراقبت کنند تا انتظارات مشتریان برآورده شود، بلکه باید تلاش کنند تا نوع نگرش مشتریان را نسبت به المپیادهای ورزشی درون- مدرسه‌ای دریابند. این نیاز سبب می‌شود که مدیران المپیادهای ورزشی درون- مدرسه‌ای بیش از گذشته در پی سنجش کیفیت خدمات در این بخش باشند. این موضوع می‌تواند به رضایتمندی مشتریان المپیادهای ورزشی درون- مدرسه‌ای، پرورش ورزشکاران و تربیت بازیکنان متخصص در رشته‌های ورزشی و در نتیجه توسعه کیفی المپیادهای ورزشی درون- مدرسه‌ای بینجامد و در نهایت نقشی بسزا در فرایند توسعه ورزش کشور داشته باشد. المپیادهای ورزشی درون- مدرسه‌ای یکی از بزرگ‌ترین پروژه‌های ورزشی کشور هستند. مشتریان این طرح دانش‌آموزان، معلمان و مدیران هستند و درباره شیوه اجرا آن انتقادات و پیشنهادهایی داشته‌اند. این طرح هر چه بیشتر با نیازهای مشتریان تطابق داشته باشد، تداوم و ماندگاری بیشتری خواهد داشت. از این رو باید نظرات مخاطبان را جویا شد و هر سال آنها را اعمال کرد. ضمناً

اهمیت آن به اندازه ای است که اجرای درس تربیت بدنی به تنهایی نمی تواند نیازهای دانش آموزان را مرتفع سازد، از این رو باید فعالیتهای فوق برنامه مثل المپیاد ورزشی درون- مدرسه ای برای افزایش فعالیتهای حرکتی دانش آموزان و ایجاد نشاط و سلامتی برگزار شود. از آنجا که مهم ترین دستاورد المپیادهای ورزشی درون- مدرسه ای مسابقات است و اهمیت خدمات ارائه شده در رضایتمندی مشتریان نقشی اساسی دارد، بنابراین توجه به مدیریت خدمات در المپیادهای ورزشی ضرورت بسیار دارد. همچنین چون به کارگیری فن کیفیت خدمات (سروکوال) در حوزه ورزش دانش آموزی و المپیادهای ورزشی درون- مدرسه ای روشی جدید است و تاکنون تحقیقی با روش سروکوال در زمینه المپیادهای ورزشی درون- مدرسه ای انجام نشده است، از این رو پژوهشگر به انجام دادن این پژوهش مبادرت ورزیده است. هدف این تحقیق پیاده سازی مدل سروکوال در المپیادهای ورزشی درون- مدرسه ای وزارت آموزش و پرورش است. در این تحقیق، پژوهشگر ضمن شناسایی نیازهای مشتریان، به اولویت بندی انتظارات مشتریان، رتبه بندی کیفیت ادراک شده از سوی مشتریان در مورد هر کدام از مؤلفه ها و نیازها و همچنین شناسایی شکاف موجود میان کیفیت مورد انتظار و کیفیت ادراک شده از سوی مشتریان پرداخته است.

روش تحقیق

این تحقیق از نظر هدف کاربردی و از نظر روش تحقیق، توصیفی است. به منظور گردآوری داده های تحقیق از روش کمی استفاده شده است. ابزار مورد استفاده در این تحقیق پرسشنامه محقق ساخته بر مبنای پرسشنامه استاندارد سروکوال پارسورامان و همکاران (۱۹۸۸) بود. برای ساخت ابزار اندازه گیری، پرسشنامه سروکوال پارسورامان و همکاران با نظرات ۱۵ نفر از خبرگان در المپیادهای ورزشی از جمله معاون تربیت بدنی و سلامت وزارت آموزش و پرورش، برخی از معاونان تربیت بدنی و سلامت استانها و کارشناسان این رشته که همه دارای مدرک دکتری ورزشی بودند متناسب سازی شد و پایایی پرسشنامه با روش آلفای کرونباخ (۰/۸۱۹) محاسبه و تأیید شد. همچنین روایی سازه ای پرسشنامه را خبرگان و متخصصان با هماهنگی اساتید راهنما و مشاور تأیید کردند.

جامعه آماری این تحقیق را همه دانش آموزان شرکت کننده در المپیاد، مدیران مدارس مجری، معلمان تربیت بدنی مدارس مجری طرح المپیاد و مدیران کل استانها، معاونان تربیت بدنی و سلامت استانها و رؤسای ادارات تربیت بدنی استانها به ترتیب به تعداد ۴۰۰۰۰۰، ۴۰۰۰۰، ۲۸۰۰۰ و ۹۳ نفر در سال تحصیلی ۹۷-۱۳۹۶ تشکیل داده اند. این آمار از امور اداری وزارت آموزش و

پرورش گرفته شده است. در این تحقیق، چون جامعه آماری ما بزرگ و گسترده بود، از روش نمونه‌گیری تصادفی خوشه‌ای مرحله‌ای استفاده شده است. تعداد نمونه آماری تحقیق با فرمول تعیین حجم نمونه کوکران و با توجه به جامعه آماری محاسبه شده است. برای جامعه آماری که شامل دانش‌آموزان شرکت‌کننده در المپیاد، مدیران مدارس مجری، معلمان تربیت بدنی و معاونان پرورشی و تربیت بدنی مدارس مجری طرح المپیاد و مدیران کل استانها، معاونان تربیت بدنی و سلامت استانها و رؤسای ادارات تربیت بدنی استانها به تعداد ۴۰۶۸۰۹۶ نفر بودند، ۳۸۴ دانش‌آموز به عنوان حجم نمونه آماری کفایت می‌کرد. البته به منظور کاستن احتمال خطای نمونه‌گیری و با احتمال ده درصد خطا در تکمیل پرسشنامه‌ها، ده درصد به حجم نمونه اضافه شده و تعداد برآورد شده از فرمول ذکر شده به ۴۲۰ نفر افزایش یافت. برای توزیع پرسشنامه‌ها، طبق نظر گروه کانونی، از کل جامعه آماری که شامل دانش‌آموزان شرکت‌کننده در المپیاد و مدیران و کارکنان بودند، نسبت گرفتیم. ۶۰ درصد از تعداد ۴۲۰ پرسشنامه (۲۵۲ پرسشنامه) را به دانش‌آموزان دادیم و ۴۰ درصد (۱۶۸ پرسشنامه) به مدیران و کارکنان تعلق گرفت. برای تجزیه و تحلیل داده‌های آماری از آمار توصیفی مانند فراوانیها، میانگینها، انحراف معیارها، جداول و نمودارها با استفاده از نرم افزارهای اکسل ۲۰۱۰ و SPSS نسخه ۱۹ و از آمار استنباطی مانند آزمون کولموگروف اسمیرنوف برای مشخص شدن نحوه توزیع امتیازات پرسشنامه (نرمال یا غیرنرمال بودن توزیع داده‌ها)، آزمون علامت برای تحلیل شکاف میان گویه‌های پرسشنامه (مقایسه کیفیت مورد انتظار و کیفیت ادراک شده) با توجه به غیر نرمال بودن توزیع داده‌ها، آزمون تحلیل واریانس فریدمن برای اولویت‌بندی نیازهای مشتریان و آزمون آلفای کرونباخ برای تأیید پایایی ابزار استفاده شده است.

یافته‌ها

بر اساس نتایج آزمون کولموگروف اسمیرنوف، می‌توان گفت به دلیل اینکه سطح معناداری همه مؤلفه‌ها و گویه‌ها، هم در قسمت کیفیت ادراک شده و هم در کیفیت مورد انتظار، کمتر از ۰/۰۵ به دست آمده، می‌توان با اطمینان ۹۵ درصد بیان کرد که توزیع داده‌های همه مؤلفه‌ها و گویه‌ها، غیرنرمال است.

جدول ۱: نتایج تحلیل شکاف بین ادراکات و انتظارات پنج مؤلفه مدل سروکوال بر اساس آزمون علامت						
مؤلفه	اختلاف منفی	اختلاف مثبت	برابر	کل	آماره Z	سطح معناداری
قابلیت اعتماد	۲۲۹	۴۶	۷۵	۴۲۰	-۱۳/۴۷	۰/۰۰۱
پاسخگویی	۱۲۲	۲۷۱	۲۷	۴۲۰	-۷/۴۷	۰/۰۰۱
قابلیت اطمینان و تضمین	۲۹۴	۵۴	۷۲	۴۲۰	-۱۲/۸۱	۰/۰۰۱
همدلی	۱۰۱	۲۹۲	۳۷	۴۲۰	-۹/۵۸	۰/۰۰۱
عوامل فیزیکی	۳۰۱	۴۲	۷۷	۴۲۰	-۱۳/۹۳	۰/۰۰۱

بر اساس جدول ۱ می‌توان گفت که:

۱. در مقایسه کیفیت ادراک شده و کیفیت مورد انتظار دانش‌آموزان، مدیران و معلمان بر اساس مؤلفه‌های قابلیت اعتماد، قابلیت اطمینان و تضمین و عوامل فیزیکی می‌توان گفت به دلیل اینکه سطح معناداری کمتر از ۰/۰۵ به دست آمده است، بنابراین تفاوت معنادار مقایسه کیفیت ادراک شده و کیفیت مورد انتظار مشتریان در سطح قابلیت اعتماد ۹۵ درصد، تأیید می‌شود. بر اساس اختلافهای مثبت و منفی می‌توان گفت کیفیت مورد انتظار قابلیت اعتماد، قابلیت اطمینان و تضمین و فیزیکی دانش‌آموزان، مدیران و معلمان به شکل معناداری بیشتر از کیفیت ادراک شده آنهاست.

۲. در مقایسه کیفیت ادراک شده و کیفیت مورد انتظار دانش‌آموزان، مدیران و معلمان بر اساس مؤلفه‌های پاسخگویی و همدلی می‌توان گفت به دلیل اینکه سطح معناداری کمتر از ۰/۰۵ به دست آمده است، بنابراین تفاوت معنادار مقایسه کیفیت ادراک شده و کیفیت مورد انتظار مشتریان در سطح پاسخگویی ۹۵ درصد، تأیید می‌شود. بر اساس اختلافهای مثبت و منفی می‌توان گفت که کیفیت ادراک شده پاسخگویی و همدلی دانش‌آموزان، مدیران و معلمان به شکل معناداری بیشتر از کیفیت مورد انتظار آنهاست.

جدول ۲: نتایج تحلیل شکاف میان ادراکات و انتظارات ۲۲ گویه مدل سروکوال بر اساس آزمون علامت

نتیجه	سطح معناداری	آماره Z	کل	برابر	اختلاف مثبت	اختلاف منفی	مقایسه میان گویه‌ها
رد H_0	۰/۰۰۱	-۱۴/۰۴	۴۲۰	۱۲۳	۲۷	۲۷۰	روز آمد بودن تجهیزات
رد H_0	۰/۰۰۱	-۱۱/۲۹	۴۲۰	۱۳۴	۴۷	۲۳۹	جذاب بودن تجهیزات
رد H_0	۰/۰۰۱	-۱۱/۰۲	۴۲۰	۱۲۹	۵۱	۲۴۰	ظاهر مناسب کارکنان
رد H_0	۰/۰۰۱	-۱۱/۱۱	۴۲۰	۱۱۸	۵۴	۲۴۸	تناسب ظاهر فیزیکی تجهیزات با خدمات
رد H_0	۰/۰۰۱	-۱۳/۰۱	۴۲۰	۱۲۶	۳۵	۲۵۹	خوش‌قولی آموزش و پرورش
رد H_0	۰/۰۰۱	-۱۳/۱۱	۴۲۰	۱۳۶	۳۱	۲۵۳	دلسوزی و اطمینان‌بخش بودن آموزش و پرورش
رد H_0	۰/۰۰۱	-۱۳/۴۵	۴۲۰	۱۳۰	۳۰	۲۶۰	قابل اعتماد بودن آموزش و پرورش
رد H_0	۰/۰۰۱	-۱۰/۷۵	۴۲۰	۱۲۴	۵۵	۲۴۱	انجام دادن خدمات در زمان معین
رد H_0	۰/۰۰۱	-۱۰/۱	۴۲۰	۱۴۰	۵۵	۲۲۵	نگهداری دقیق اسناد و پرونده‌ها
رد H_0	۰/۰۰۱	-۸/۴۵	۴۲۰	۷۹	۲۴۹	۹۲	اعلام زمان دقیق به دانش‌آموزان
رد H_0	۰/۰۰۱	-۸/۳۵	۴۲۰	۷۱	۲۵۳	۹۶	دریافت خدمات فوری از کارکنان
رد H_0	۰/۰۰۱	-۴/۳۱	۴۲۰	۶۶	۲۱۸	۱۳۶	تمایل داشتن کارکنان برای کمک به دانش‌آموزان
رد H_0	۰/۰۰۱	-۵/۸۲	۴۲۰	۸۲	۲۲۳	۱۱۵	وقت آزاد برای کمک به دانش‌آموزان
رد H_0	۰/۰۰۱	-۱۱/۲۶	۴۲۰	۱۲۹	۴۹	۲۴۲	اطمینان داشتن به کارکنان
رد H_0	۰/۰۰۱	-۱۱/۲۲	۴۲۰	۱۲۴	۵۱	۲۴۵	احساس امنیت به کارکنان
رد H_0	۰/۰۰۱	-۱۱/۲۶	۴۲۰	۱۴۱	۴۵	۲۳۴	مؤدب بودن کارکنان
رد H_0	۰/۰۰۱	-۱۱/۴۹	۴۲۰	۱۱۴	۵۲	۲۵۴	حمایت آموزش و پرورش از کارکنان
رد H_0	۰/۰۰۱	-۹/۴۶	۴۲۰	۶۲	۲۶۹	۸۹	توجه شخصی به دانش‌آموزان
رد H_0	۰/۰۰۱	-۹/۰۶	۴۲۰	۶۴	۲۶۴	۹۲	توجه شخصی به نیازهای دانش‌آموزان
رد H_0	۰/۰۰۱	-۷/۲۸	۴۲۰	۸۱	۲۳۷	۱۰۲	آگاهی کارکنان از نیازهای دانش‌آموزان
رد H_0	۰/۰۰۱	-۶/۶۲	۴۲۰	۹۱	۲۲۵	۱۰۴	ارزش قائل بودن آموزش و پرورش برای دانش‌آموزان
رد H_0	۰/۰۰۱	-۸/۴۴	۴۲۰	۷۴	۲۵۲	۹۴	رقم زدن ساعتهای کاری راحت و بدون دردسر برای دانش‌آموزان

بر اساس جدول ۲ می‌توان گفت که در گویه‌های روزآمد بودن تجهیزات، جذاب بودن تجهیزات، ظاهر مناسب کارکنان، تناسب ظاهر فیزیکی تجهیزات با خدمات، خوش‌قولی آموزش و پرورش، دلسوزی و اطمینان‌بخش بودن آموزش و پرورش، قابل اعتماد بودن آموزش و پرورش، انجام دادن خدمات در زمان معین، نگهداری دقیق اسناد و پرونده‌ها، اطمینان داشتن به کارکنان، احساس امنیت به کارکنان، مؤدب بودن کارکنان و حمایت آموزش و پرورش از کارکنان با توجه به اینکه سطح معناداری آزمون کمتر از ۰/۰۵ به دست آمده است، با اطمینان ۹۵ درصد می‌توان گفت که میان انتظارات و ادراکات مشتریان بر اساس ویژگیهای فوق اختلاف آماری معناداری وجود دارد. بر اساس اختلافهای مثبت و منفی می‌توان گفت انتظارات دانش‌آموزان، مدیران و معلمان بالاتر از ادراکات آنهاست. همچنین در گویه‌های اعلام زمان دقیق به دانش‌آموزان، دریافت خدمات فوری از کارکنان، تمایل کارکنان برای کمک به دانش‌آموزان، داشتن وقت آزاد برای کمک به دانش‌آموزان، توجه شخصی به دانش‌آموزان، توجه شخصی به نیازهای دانش‌آموزان، آگاهی کارکنان از نیازهای دانش‌آموزان، ارزش قائل بودن آموزش و پرورش برای دانش‌آموزان و رقم زدن ساعتهای کاری راحت و بدون دردسر برای دانش‌آموزان، با توجه به اینکه سطح معناداری آزمون کمتر از ۰/۰۵ به دست آمده است، با اطمینان ۹۵ درصد می‌توان گفت که میان انتظارات و ادراکات مشتریان بر اساس این ویژگیها اختلاف آماری معناداری وجود دارد. بر اساس اختلافهای مثبت و منفی می‌توان گفت ادراکات دانش‌آموزان، مدیران و معلمان بالاتر از انتظارات آنهاست.

اولویت‌بندی مؤلفه‌ها و گویه‌های مدل سروکوال

با توجه به نرمال نبودن توزیع داده‌ها، به منظور اولویت‌بندی مؤلفه‌ها و گویه‌های پرسشنامه سروکوال از آزمون ناپارامتریک فریدمن استفاده شده که نتایج آن در ادامه آورده شده است.

جدول ۳: اولویت‌بندی مؤلفه‌های پرسشنامه سروکوال - انتظارات (آزمون فریدمن)

رتبه	مؤلفه	میانگین رتبه‌ها
۱	قابلیت اعتماد	۴/۸۴
۲	عوامل فیزیکی	۳/۲۴
۳	قابلیت اطمینان و تضمین	۳/۱۷
۴	همدلی	۲/۱۷
۵	پاسخگویی	۱/۵۸
کای دو	درجه آزادی	سطح معناداری
۳/۷۴	۲۱	۰/۰۰۰

با توجه به اینکه سطح معناداری آزمون کمتر از $0/05$ به دست آمده است، می‌توان با اطمینان ۹۵ درصد گفت که رتبه مؤلفه‌های انتظارات پرسشنامه سروکوال با یکدیگر متفاوت است (رتبه‌های ۱ تا ۵ در جدول ۳ نمایش داده شده است). بر اساس نتایج جدول ۳ می‌توان گفت قابلیت اعتماد و عوامل فیزیکی مهم‌ترین انتظاراتی اند که دانش‌آموزان، مدیران و معلمان توقع دارند، محقق شوند.

جدول ۴: اولویت‌بندی مؤلفه‌های پرسشنامه سروکوال - ادراکات (آزمون فریدمن)

رتبه	مؤلفه	میانگین رتبه‌ها
۱	همدلی	۴/۱۷
۲	قابلیت اعتماد	۳/۷۸
۳	پاسخگویی	۲/۴۸
۴	قابلیت اطمینان و تضمین	۲/۴۷
۵	عوامل فیزیکی	۲/۱۰
کای دو	درجه آزادی	سطح معناداری
۳/۷۴	۲۱	۰/۰۰۰

با توجه به اینکه سطح معناداری آزمون کمتر از $0/05$ به دست آمده است، می‌توان با اطمینان ۹۵ درصد گفت که رتبه مؤلفه‌های ادراکات مشتریان بر اساس پرسشنامه سروکوال با یکدیگر متفاوت است (رتبه‌های ۱ تا ۵ در جدول ۴ نمایش داده شده است). بر اساس نتایج جدول ۴ می‌توان گفت که در رتبه‌بندی مؤلفه‌های پرسشنامه سروکوال بر اساس ادراکات دانش‌آموزان، مدیران و معلمان مؤلفه‌های همدلی، قابلیت اعتماد، پاسخگویی، قابلیت اطمینان و تضمین و در نهایت عوامل فیزیکی به ترتیب رتبه‌های ۱ تا ۵ را به خود اختصاص داده‌اند.

جدول ۵: اولویت‌بندی گویه‌های پرسشنامه سروکوال بر اساس انتظارات مشتریان (آزمون فریدمن)

رتبه	گویه	میانگین رتبه‌ها
۱	روز آمد بودن تجهیزات	۱۵/۵۸
۲	قابل اعتماد بودن آموزش و پرورش	۱۵/۱۸
۳	خوش‌قولی آموزش و پرورش	۱۵/۱۷
۴	دلسوزی و اطمینان بخش بودن آموزش و پرورش	۱۴/۷۷
۵	ظاهر مناسب کارکنان	۱۴/۶۳
۶	مؤدب بودن کارکنان	۱۴/۴۴

۷	اطمینان داشتن به کارکنان	۱۴/۲۶
۸	احساس امنیت به کارکنان	۱۴/۱۹
۸	حمایت آموزش و پرورش از کارکنان	۱۴/۱۹
۱۰	جذاب بودن تجهیزات	۱۴/۰۴
۱۱	انجام دادن خدمات در زمان معین	۱۴/۰۱
۱۲	نگهداری دقیق اسناد و پرونده‌ها	۱۳/۸۷
۱۳	تناسب ظاهر فیزیکی تجهیزات با خدمات	۱۳/۸۲
۱۴	ارزش قائل بودن آموزش و پرورش برای دانش‌آموزان	۸/۰۹
۱۵	تمایل داشتن کارکنان برای کمک به دانش‌آموزان	۸/۰۴
۱۶	داشتن وقت آزاد برای کمک به دانش‌آموزان	۷/۳۷
۱۷	اعلام زمان دقیق به دانش‌آموزان	۷/۳۴
۱۸	آگاهی کارکنان از نیازهای دانش‌آموزان	۷/۱۹
۱۹	دریافت خدمات فوری از کارکنان	۷/۰۲
۲۰	رقم زدن ساعتهای کاری راحت و بدون دردسر برای دانش‌آموزان	۶/۷۴
۲۱	توجه شخصی به دانش‌آموزان	۶/۵۳
۲۲	توجه شخصی به نیازهای دانش‌آموزان	۶/۵۱
کای دو	درجه آزادی	سطح معناداری
۳/۷۴	۲۱	۰/۰۰۰

با توجه به اینکه سطح معناداری آزمون کمتر از ۰/۰۵ به دست آمده است، می‌توان با اطمینان ۹۵ درصد گفت که رتبه گویه‌های انتظارات پرسشنامه سروکوال با یکدیگر متفاوت است. بر اساس نتایج جدول ۵ می‌توان گفت که در رتبه‌بندی گویه‌های پرسشنامه سروکوال بر اساس انتظارات مشتریان، به ترتیب گویه‌های روز آمد بودن تجهیزات، قابل اعتماد بودن آموزش و پرورش، خوش‌قولی آموزش و پرورش، دلسوزی و اطمینان‌بخش بودن آموزش و پرورش، ظاهر مناسب کارکنان و مؤدب بودن کارکنان بیشترین اولویت را به خود اختصاص داده‌اند.

جدول ۶: اولویت‌بندی گویه‌های پرسشنامه سروکوال بر اساس ادراکات مشتریان (آزمون فریدمن)

رتبه	گویه	میانگین رتبه‌ها
۱	ارزش قائل بودن آموزش و پرورش برای دانش‌آموزان	۱۲/۹۵
۲	توجه شخصی به نیازهای دانش‌آموزان	۱۲/۷۹
۳	توجه شخصی به دانش‌آموزان	۱۲/۵۹
۴	آگاهی کارکنان از نیازهای دانش‌آموزان	۱۲/۵۷
۵	مؤدب بودن کارکنان	۱۲/۴۷
۶	احساس امنیت به کارکنان	۱۲/۰۹
۷	دریافت خدمات فوری از کارکنان	۱۱/۹۳
۸	نگهداری دقیق اسناد و پرونده‌ها	۱۱/۹۲
۹	ظاهر مناسب کارکنان	۱۱/۷۸
۱۰	اعلام زمان دقیق به دانش‌آموزان	۱۱/۷۷
۱۱	رقم زدن ساعتهای کاری راحت و بدون دردسر برای دانش‌آموزان	۱۱/۷۵
۱۲	اطمینان داشتن به کارکنان	۱۱/۶۴
۱۳	داشتن وقت آزاد برای کمک به دانش‌آموزان	۱۱/۳۶
۱۴	تمایل داشتن کارکنان برای کمک به دانش‌آموزان	۱۱/۳۱
۱۵	قابل اعتماد بودن آموزش و پرورش	۱۱/۲۸
۱۶	انجام دادن خدمات در زمان معین	۱۰/۷۳
۱۷	حمایت آموزش و پرورش از کارکنان	۱۰/۷۲
۱۸	دلسوزی و اطمینان بخش بودن آموزش و پرورش	۱۰/۵۴
۱۹	تناسب ظاهر فیزیکی تجهیزات با خدمات	۱۰/۵۲
۲۰	خوش‌قولی آموزش و پرورش	۱۰/۴۲
۲۱	جذاب بودن تجهیزات	۱۰/۱۲
۲۲	روز آمد بودن تجهیزات	۰/۷۳
کای دو	درجه آزادی	سطح معناداری
۲۳۹/۵۴	۲۱	۰/۰۰۰

با توجه به اینکه سطح معناداری آزمون کمتر از ۰/۰۵ به دست آمده است، می‌توان با اطمینان ۹۵ درصد گفت که رتبه گویه‌های ادراکات پرسشنامه سرکوال با یکدیگر متفاوت است (رتبه‌های ۱ تا ۲۲ در جدول ۶ نمایش داده شده است).

بحث و نتیجه‌گیری

عوامل فیزیکی شامل روزآمد بودن تجهیزات، جذاب بودن تجهیزات، ظاهر مناسب کارکنان و تناسب فیزیکی تجهیزات با خدمات می‌شود. بعد عوامل فیزیکی طبق نتایج آزمون فریدمن رتبه دو انتظارات و رتبه پنج ادراکات مشتریان را به دست آورده است و شکاف حاصل میان ادراکات و انتظارات نشان می‌دهد که رضایتمندی در این بعد وجود ندارد. همچنین این نتایج نشان می‌دهد که در مؤلفه فیزیکی انتظارات دانش آموزان، مدیران و کارکنان برآورده نشده است.

امکانات و تسهیلات فیزیکی مانند زمین ورزش، سالنهای ورزشی، ساختمان و ... از نظر ظاهری جذاب و خوشایند نیستند و نتوانسته اند رضایت دانش آموزان را به طور کامل جلب کنند. این در حالی است که بعد فیزیکی خدمات در معرض دید دانش آموزان و کارکنان بوده و تأثیری بسزا بر رضایتمندی آنان داشته و بیشتر از ابعاد دیگر مد نظر بوده است. نتایج مذکور با نتایج تحقیقات توفیقی و همکاران (۱۳۹۰)، خواجه (۱۳۹۴) و خاندان و همکاران (۱۳۹۴) همخوانی دارد. خاندان و همکاران (۱۳۹۴) در پژوهش خود نشان دادند که بیشترین شکاف در ابعاد فیزیکی و پاسخگویی وجود دارد و پیشنهاد دادند که به‌روز بودن و تخصیص منابع با استفاده از یک برنامه‌ریزی مناسب و اولویت‌بندی انجام شود. اما به نظر می‌رسد با برنامه‌ریزی مناسب و اختصاص دادن و اجرایی کردن دقیق و مناسب بودجه، امکانات و تجهیزات ورزشی از سوی آموزش و پرورش بتوان به تجهیزات روزآمد و مدرن دست یافت.

گویه‌های دسته بندی شده در مؤلفه قابلیت اعتماد عبارت اند از: خوش‌قولی آموزش و پرورش، دلسوزی و اطمینان‌بخش بودن آموزش و پرورش، قابل اعتمادبودن آموزش و پرورش، انجام دادن خدمات در زمان معین و نگهداری دقیق اسناد و پرونده‌ها.

بعد قابلیت اعتماد طبق نتایج آزمون فریدمن رتبه یک انتظارات و رتبه دو ادراکات مشتریان را به دست آورده است و این نتایج نشان می‌دهد با وجود اینکه دانش آموزان و کارکنان از نظر مؤلفه قابلیت اعتماد از سازمان آموزش و پرورش رضایت نسبی دارند ولی انتظار دارند که این مؤلفه (قابلیت اعتماد) افزایش و بهبود یابد.

عواملی که در مؤلفه پاسخگویی مورد بررسی قرار گرفته اند، عبارت اند از: اعلام زمان دقیق به دانش‌آموزان، دریافت خدمات فوری از کارکنان، تمایل داشتن کارکنان برای کمک به دانش‌آموزان، داشتن وقت آزاد برای کمک به دانش‌آموزان. مؤلفه پاسخگویی طبق نتایج آزمون فریدمن رتبه پنج انتظارات و از اولی‌ترین متوسط در ادراکات مشتریان برخوردار است (رتبه سه ادراکات مشتریان را به دست آورده است). این نتایج نشان می‌دهد که ادراکات دانش‌آموزان و کارکنان بیشتر از انتظارات آنهاست و در نتیجه در مؤلفه پاسخگویی، آموزش و پرورش به خوبی عمل کرده و در این بعد نیازهای مشتریان را برآورده کرده است. در پژوهشی عنایتی و همکاران (۱۳۹۲) به بررسی کیفیت خدمات آموزشی دانشگاه علوم پزشکی مازندران بر اساس الگوی سروکوال پرداختند. نتایج پژوهش نشان داد که در بعد پاسخگویی (با میانگین ۴/۳۲)، انتظارات دانشجویان در سطحی بالاتر از خدمات دریافت شده بود و در نهایت به این نتیجه گیری کلی رسیدند که هرچند انتظارات دانشجویان در سطحی بالاتر از خدمات دریافتی قرار داشت و دانشجویان از کیفیت خدمات دانشگاه رضایت کامل نداشتند، ولی از رضایت نسبی برخوردار بودند (عنایتی و همکاران، ۱۳۹۲).

مؤلفه دیگری که در این تحقیق مورد بررسی قرار گرفته است، اطمینان و تضمین است. گویه‌هایی که در این مؤلفه مورد توجه قرار گرفتند، عبارت اند از: اطمینان داشتن به کارکنان، احساس امنیت به کارکنان، مؤدب بودن کارکنان و حمایت آموزش و پرورش از کارکنان. مؤلفه اطمینان و تضمین طبق نتایج آزمون فریدمن رتبه سوم انتظارات و رتبه چهارم ادراکات مشتریان را به دست آورده است. همچنین از نظر میزان شکاف در رتبه پنجم قرار گرفته است. این نتایج نشان می‌دهد که با توجه به نزدیک بودن رتبه انتظارات و ادراکات، تقریباً انتظارات دانش‌آموزان برابر با ادراک آنهاست و در نتیجه در مؤلفه اطمینان و تضمین، دانش‌آموزان از کارکنان و آموزش و پرورش رضایت نسبی دارند. یکی از معیارهای اساسی در آموزش و پرورش، معیار کارکنان و کارمندان است. کارکنان حرفه‌ای، تحصیل کرده و متخصص، کلیدی هستند برای هر چه بالاتر رفتن سرعت پیشرفت امور از همه لحاظ. از این رو آموزش و پرورش تاکید می‌کند که مدارس نیاز به مدیریتی قوی برای رشد آموزشی، ورزشی و فنی دارند و باید انگیزه کارکنان و معلمان را افزایش داد.

پنجمین مؤلفه‌ای که برای بررسی کیفیت خدمات در المپیاد ورزشی درون- مدرسه‌ای وزارت آموزش و پرورش مورد بررسی قرار گرفت، مؤلفه همدلی بود که در برگیرنده گویه‌های توجه شخصی به دانش‌آموزان، توجه شخصی به نیازهای دانش‌آموزان، آگاهی کارکنان از نیازهای

دانش‌آموزان، ارزش قائل بودن آموزش و پرورش برای دانش‌آموزان و رقم زدن ساعتهای کاری راحت و بدون دردسر برای دانش‌آموزان بود. مؤلفه همدلی طبق نتایج آزمون فریدمن رتبه چهار انتظارات و از اولییتی پایین در انتظارات مشتریان برخوردار است و رتبه یک ادراکات مشتریان را به‌دست آورده است. این نتایج نشان می‌دهد که ادراکات دانش‌آموزان و کارکنان در این مؤلفه بیشتر از انتظارات آنهاست و در نتیجه در مؤلفه همدلی، آموزش و پرورش به خوبی عمل کرده و در این بعد نیازهای مشتریان را برآورده کرده است. در پژوهش شیحکی و همکاران (۱۳۹۴) که به بررسی کیفیت خدمات آموزشی از نظر اولیای مدارس در نظام دوره ابتدایی با استفاده از مدل سروکوال پرداختند نتایج پژوهش نشان داد که از پنج فرضیه مورد بررسی فقط فرضیه رضایتمندی در بعد همدلی اولیای مدارس مورد تأیید قرار گرفت و وجود شکاف میان انتظارات و ادراکات در دیگر ابعاد کیفیت خدمات آموزشی حکایت از عدم رضایت اولیای مدارس داشت (شیحکی و همکاران ۱۳۹۴). در میان این عوامل ارزش قائل بودن آموزش و پرورش برای دانش‌آموزان بیشترین انتظارات (رتبه چهاردهم) و توجه شخصی به نیازهای دانش‌آموزان کمترین انتظارات (رتبه بیست و دوم) را در بر داشته‌اند. نقش مهم همدلی در ادراک کیفیت از سوی مشتریان بسیار بدیهی است. بهبود همدلی و افزایش انگیزه شرکت‌کنندگان و مجریان در زمینه برگزاری المپیاد ورزشی بسیار ضروری است.

در مجموع در بعد همدلی، پاسخگویی و اطمینان و تضمین دانش‌آموزان، مدیران و کارکنان از کیفیت خدمات المپیاد ورزشی درون- مدرسه ای راضی بودند ولی در ابعاد فیزیکی و قابلیت اعتماد انتظارات دانش‌آموزان، مدیران و کارکنان از درک آنها از وضعیت موجود بیشتر است و انتظار و توقع بیشتری از آموزش و پرورش در زمینه کیفیت خدمات المپیاد ورزشی درون- مدرسه ای دارند.

با توجه به نتایج این مطالعه، در مؤلفه عوامل فیزیکی لازم است تدابیری اتخاذ شود تا امکانات و تسهیلات رفاهی مناسب، همچون استفاده از اماکن ورزشی، فضای ورزشی مناسب چه از لحاظ کمی و چه از لحاظ کیفی در مدارس و مراکز آموزشی، سرویس رفت و آمد و ... مطابق با شأن و جایگاه دانش‌آموزان برای آنان فراهم شود. بنابراین پیشنهاد می‌شود که برای کاهش شکاف در بعد فیزیکی، مدیریت آموزش و پرورش بر آراسته و مرتب بودن کارکنان به هنگام ارائه خدمات، تاکید داشته باشند. محیط مدارس (محوطه، زمینهای ورزش، سالنها و سایر قسمتها) به هنگام ارائه خدمات تمیز و پاکیزه باشد، امکانات رفاهی مناسب برای دانش‌آموزان تأمین شود و نظارت بیشتر

بر امکانات فیزیکی مطلوب در مدارس و سالنهای ورزشی به عمل آید. پایین بودن انتظارات در بعد پاسخگویی نسبت به سایر ابعاد نشان‌دهنده آن است که به آن توجه بیشتری شده است. برای به حداقل رساندن شکاف مذکور پیشنهاد می‌شود که مدیران و کارکنان به طور رسمی و غیر رسمی نسبت به شنیدن نظرات دانش آموزان از خود علاقه نشان دهند و رفتاری احترام آمیز با آنان داشته باشند. ساعت کاری مناسب و انعطاف پذیری را در طول سال برای دانش آموزان لحاظ کنند. همچنین برگزاری دوره‌های لازم در زمینه مهارت‌های مشاوره و برقراری ارتباط مؤثر با دانش آموزان در اولویت قرار گیرد. مدیریت و کارکنان ساعات مشخصی را برای پاسخگویی به سؤالات دانش آموزان و طرح مشکلات آنها در نظر بگیرند. در نهایت اینکه از نظرات سازنده دانش آموزان در برنامه‌ریزیهای المپیاد ورزشی تا حد امکان استفاده شود و به ارتباطات خود با دانش آموزان دقت و توجه بیشتری داشته باشند و به طور کلی مشتری‌محوری را ملاک کار خود قرار دهند.

در بعد قابلیت اعتماد اگر آموزش و پرورش به حل مشکلات دانش آموزان علاقه‌مندی نشان دهد می‌تواند شکاف میان انتظارات و ادراکات پاسخ‌دهندگان را از بین ببرد و سبب افزایش رضایتمندی آنها شود. بالا بودن ادراکات در بعد همدلی نسبت به سایر ابعاد نشان‌دهنده آن است که به آن توجه بیشتری شده است و شاید بتوان آن را یکی از نقاط قوت المپیاد ورزشی درون- مدرسه ای دانست.

در نهایت، با توجه به وجود شکاف در بعضی از ابعاد کیفیت خدمات المپیادهای ورزشی درون- مدرسه ای وزارت آموزش و پرورش پیشنهاد می‌شود تا مسئولان و مدیران فرایند ارزیابی کیفیت خدمات را با جدیت و حساسیت بیشتری پیگیری کنند و در کنار فراهم کردن زیرساختها، امکانات و تجهیزات ورزشی، با به کارگیری مدیران کارآمد، پاسخگو و متخصص، شفاف‌سازی قوانین و مقررات المپیاد ورزشی و همچنین انجام دادن کارها به صورت صحیح و دقیق و در زمان وعده داده شده در جهت بهبود کیفیت خدمات المپیادهای ورزشی درون- مدرسه ای اقدام کنند. تأمین و بهینه‌سازی فضاهای موجود، آشنا کردن دانش آموزان و کارکنان با مقررات و محدودیتهای موجود در المپیادهای ورزشی، امکان برقراری ارتباط با سایر سازمانهای مرتبط برای پیشبرد امور المپیادهای ورزشی درون- مدرسه ای می‌تواند در کاهش یا حذف شکاف و افزایش رضایتمندی دانش آموزان مؤثر باشد. در پایان به مسئولان المپیادهای ورزشی درون- مدرسه ای پیشنهاد می‌شود با عنایت به نتایج به‌دست آمده، شکاف موجود میان انتظارات و ادراکات دانش آموزان، مدیران و کارکنان را برطرف کنند و از این طریق کیفیت خدمات را در المپیادهای ورزشی درون- مدرسه ای ارتقا بخشند.

منابع

- بازرگان، عباس. (۱۳۷۴). ارزیابی درونی دانشگاهی و کاربرد آن در بهبود مستمر کیفیت آموزش. پژوهش و برنامه‌ریزی در آموزش عالی، ۳ (۳-۴)، ۷۰-۴۹.
- توفیقی، شهرام؛ صادقی‌فر، جمیل؛ حموزاده، پژمان؛ افشاری، سعیده؛ فروزانفر، فائزه و تقوی‌شهری، سید محمود. (۱۳۹۰). کیفیت خدمات آموزشی از دیدگاه دانشجویان؛ مدل سروکوال. فصلنامه راهبردهای آموزش، ۴ (۱)، ۲۱-۲۶.
- حمیدی‌زاده، محمدرضا و غمخواری، سیده معصومه. (۱۳۸۸). شناسایی عوامل موثر بر وفاداری مشتریان بر اساس مدل سازمان‌های پاسخگوی سریع. پژوهشنامه بازرگانی، ۱۳ (۵۲)، ۱۸۷-۲۱۰.
- خانندان، مریم؛ نوحی، عصمت و سبزواری، سکینه. (۱۳۹۴). کیفیت خدمات آموزشی دانشکده پرستاری و مامایی کرمان بر اساس مدل سروکوال. مجله ایرانی آموزش در علوم پزشکی، ۱۵ (۳۲)، ۲۵۱-۲۶۲.
- خراسانی، محبوبه. (۱۳۹۰). ارزیابی سطح کیفیت خدمات و رتبه‌بندی کتابخانه‌های دانشکده‌ای دانشگاه سمنان براساس مدل لایب کوال. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه الزهرا (س)، دانشکده علوم تربیتی و روانشناسی.
- خسروی‌زاده، اسفندیار و زهره‌وندیان، کریم. (۱۳۹۶). ارزیابی کیفیت خدمات گروه علوم ورزشی دانشگاه اراک براساس الگوی ترکیبی سروکوال، کانو و گسترش عملکرد کیفیت. پژوهش در ورزش تربیتی، ۵ (۱۲)، ۶۰-۳۷.
- خواجه، مصطفی. (۱۳۹۴). به کارگیری مدل سروکوال و منطق فازی در ارزیابی کیفیت خدمات آموزشی از دیدگاه دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد قم. مجله توسعه آموزش در علوم پزشکی، ۸ (۱۸)، ۲۳-۳۲.
- رشادت‌جو، سهیلا و خادمی، مسعود. (۱۳۹۴). تأثیر المپیاد ورزشی درون مدرسه‌ای در سلامت روانی دانش‌آموزان دختر دبیرستان‌های شهر تهران. سومین همایش ملی توسعه پایدار در علوم تربیتی و روانشناسی، مطالعات اجتماعی و فرهنگی، مرکز راهکارهای دستیابی به توسعه پایدار، مرکز مطالعات و تحقیقات اسلامی سروش حکمت، ۸ دی ماه ۱۳۹۴، تهران.
- رضائی، کامران؛ حسینی آشتیانی، حمیدرضا؛ هوشیار، محمد و وزیری، فرزانه. (۱۳۹۴). *QFD* رویکردی مشتری‌مدار به طرح‌ریزی و بهبود کیفیت محصول. تهران: نشر آتنا، ویرایش دوم.
- زندى، خلیل. (۱۳۹۰). پیشنهاد الگوی ادغام مدل‌های بهبود کیفیت: رویکردی به مشتری‌مداری در آموزش عالی. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه شهید بهشتی.
- سلطانی، ایرج و صارمی، بابک. (۱۳۸۶). مروری بر فن کیفیت خدمات. نشریه تدبیر، (۱۸۴)، ۴۵-۴۸.
- شیحکی، محمدحسن؛ وحدت‌زاد، محمدعلی و لطفی، محمدمهدی. (۱۳۹۴). بررسی کیفیت خدمات آموزشی از نظر اولیای مدارس در نظام دوره‌ای دوره ابتدایی شهر زاهدان با استفاده از مدل سروکوال. همایش ملی مدیریت و آموزش، دانشگاه ملایر.
- صمدی، عباس و اسکندری، سهیلا. (۱۳۹۰). بررسی تأثیر کیفیت خدمات بر رضایت مشتریان بانک ملی شهرستان تویسرکان (راساس مدل سروکوال). فصلنامه مدیریت، ۸ (۲۱)، ۳۰-۴۰.
- عنایتی، ترانه؛ ضامی، فرشیده و نصیری‌پور دروئی، نگار. (۱۳۹۲). بررسی کیفیت خدمات آموزشی دانشگاه علوم پزشکی مازندران بر اساس الگوی سروکوال. مدیریت ارتقای سلامت، ۲ (۲)، ۳۲-۳۹.

فارسیجانی، حسن و زندی، امید. (۱۳۸۹). تبیین و سنجش مدل راهبردی کیفیت خدمات. *مطالعات مدیریت راهبردی*، ۱ (۱)، ۶۹-۹۴.

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

قربانی، خیرالله؛ واثقی، ناهید و مجتهدی، حسین (۱۳۸۱). بررسی راهکارهای تقویت تربیت بدنی دانش آموزان دختر در دوره‌های راهنمایی و متوسطه استان اصفهان در سال تحصیلی ۸۱-۸۰. *فصلنامه آموزه*، ۱۶ (۴)، ۶۷-۷۲.

لاولاک، کریستوفر و رایت، لارن. (۱۳۸۹). *اصول و مدیریت بازاریابی خدمات*، ترجمه بهمن فروزنده. اصفهان: آموخته.

محمدی، اسماعیل. (۱۳۹۱). *مشتري مداری و تکریم ارباب رجوع*. تهران: مؤسسه خدمات فرهنگی رسا.

یحیایی ایله ای، احمد. (۱۳۹۵). *اصول مشتری‌مداری (بانکداری، هتلداری و خودرو سازی)*. تهران: انتشارات جاجرمی.

Chen, L.-F. (2012). A novel approach to regression analysis for the classification of quality attributes in the Kano model: An empirical test in the food and beverage industry. *Omega*, 40(5), 651-659.

Cheung, M. F. Y., & To, W. M. (2011). Customer involvement and perceptions: The moderating role of customer co-production. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 18(4), 271-277.

Chui, T. B., Ahmad, M., Bassim, F., & Zaimi, N. (2016). Evaluation of service quality of private higher education using service improvement matrix. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 224, 132-140.

Konuk, F. & Konuk, F. (2013). The relationship between service quality, economic and switching costs in retail banking. *Business Systems Review*, 2(1), 1-16.

