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 کمّی است. جامعه آماری تحقیق همهٔ دانش آموزان شرکت‌کننده 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 نمونه‌گیری 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 محقق‌ساخته که بر مبنای پرسشنامه استاندارد سروکوال پاراسورامان و همکاران (۱۹۸۸) تهیه شده بود، مورد بررسی قرارگرفتند. 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 زمینهٔ کیفیت خدمات المپیاد ورزشی درون- مدرسه‌ای دارند. علاوه بر این انتظارات و ادراکات مشتریان نیز رتبه‌بندی 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.

** دانشجوی دکتری گروه تربیت بدنی و علوم ورزشی، واحد یاسوج، دانشگاه آزاد اسلامی، یاسوج، ایران aboozarzare363@gmail.com

*** دانشیار گروه مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی، دانشگاه تهران، تهران، ایران (نویسنده مسئول) mehrzadhamidi@gmail.com

**** استادیار گروه تربیت بدنی و علوم ورزشی، واحد یاسوج، دانشگاه آزاد اسلامی، یاسوج، ایران amirhoseini@iauyasooj.ac.ir

[Downloaded from qjoe.ir on 2026-09-07]

[DOR: 20.1001.1.10174133.1399.36.2.3.9]

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 منزلهٔ بزرگ‌ترین پدیده اجتماعی جهان شناخته می‌شود (محمدی، ۱۳۹۱). در کل صنعت ورزش را می‌توان مجموعه ای 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 نوآوریهایی 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 می آید(یحیایی ایله ای، ۱۳۹۵).

به طور کلی، خدمت به مشتری از مهم‌ترین مسائل سازمانهاست و ارائهٔ 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[1]، 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[2]، ۲۰۱۲). گفته شده که رضایت مشتری، بر پایهٔ تجاربی است که وی از مصرف کالا و خدمات سازمان به دست

1. Lovelock & Wright
2. Chen

[Downloaded from qjoe.ir on 2026-09-07]

[DOR: 20.1001.1.10174133.1399.36.2.3.9]

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، تجربهٔ نارضایتی خود را با سه یا تعداد بیشتری از افراد در میان می‌گذارد و به این صورت رفته‌رفته تجربهٔ نامطلوب وی ممکن است اعتبار سازمان را خدشه‌دار کند و بقای سازمان را به خطر اندازد (چئونگ و تو[1]، 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 می افتد. در واقع موفقیت اقتصادی شرکتهای تولیدی و خدماتی به توانایی آنها در شناسایی نیازهای مشتریان و ایجاد محصول یا ارائهٔ 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 شرکتها 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 منزلهٔ 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

1. Cheung & To

[Downloaded from qjoe.ir on 2026-09-07]

[DOR: 20.1001.1.10174133.1399.36.2.3.9]

کند. شایان ذکر است که کیفیت خدمات عـاملی اسـت که سازمان را قادر می‌سازد تا راهبردهای رقابتی خود را براساس مفـاهیم کیفیـت تـدوین کنـد 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 حالی‌که 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[1]، ۲۰۱۳). هر چند روشهای متعددی برای بررسی رضایت مشتری وجود دارد، چارچوبهای نظری، محققان را تشویق می‌کند تا انتظارهای 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 رابطهٔ میان رضایت مشتری و رفتار وی باید مشخص شود. یکی از نمونه‌های چنین رویکردی مدل سروکوال[2] است که مبنایی برای تحقیق روی رابطهٔ میان رضایت مشتری و کیفیت خدمات فراهم می آورد و با مشخص کردن شکاف میان انتظارات/ خواسته‌های استفاده کنندگان 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)[3]، 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[4] 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 انتظارها و ادراکهاست و هر کدام در بر گیرندهٔ 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

[Downloaded from qjoe.ir on 2026-09-07]
[DOR: 20.1001.1.10174133.1399.36.2.3.9]

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 وتحلیل داده‌ها با استفاده از آزمونهای ویلکاکسون و فریدمن نشان داده است که در بخش ادراکات(وضعیت موجود)، بعد تضمین (۱/۳۸ ± ۴/۵۹) 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 (۰/۹۸ ± ۶/۱۵) در ردهٔ اول تأکید پاسخ‌دهندگان بود. همچنین، نتایج نشان داد که در همهٔ 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). چیو و همکاران[1] (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 (چیو و همکاران، ۲۰۱۶).

یکی از برنامه‌هایی که هر سال در آموزش‌و پرورش اجرا می‌شود، برگزاری المپیادهای ورزشی درون- مدرسه‌ای، با هدف توسعهٔ آمادگی جسمانی و سلامت دانش‌آموزان و ایجاد فرصت مشارکت وسیع‌تر در فعالیتهای ورزشی است. آموزش‌و پرورش در همه کشورهای دنیا به منزلهٔ 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، آیندهٔ هر کشور را در همه زمینه‌ها

1. Chui et al.

[Downloaded from qjoe.ir on 2026-09-07]

[DOR: 20.1001.1.10174133.1399.36.2.3.9]

رقم می‌زنند. وزارت آموزش‌و 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 آموزش‌و 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 کمّی 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). آموزش‌و 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، آموزش‌و 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

[Downloaded from qjoe.ir on 2026-09-07]

[DOR: 20.1001.1.10174133.1399.36.2.3.9]

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. به‌عبارت 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 دربارهٔ شیوه اجرا آن انتقادات و پیشنهادهایی داشته اند. 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

[Downloaded from qjoe.ir on 2026-09-07]

[DOR: 20.1001.1.10174133.1399.36.2.3.9]

اهمیت آن به اندازه ای است که اجرای درس تربیت‌بدنی به‌تنهایی نمی‌تواند نیازهای دانش‌آموزان را مرتفع سازد، از این رو باید فعالیتهای فوق برنامه مثل المپیاد ورزشی درون- مدرسه‌ای برای افزایش فعالیتهای حرکتی دانش‌آموزان و ایجاد نشاط و سلامتی برگزار شود. از آنجا که مهم‌ترین 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 به‌کارگیری فن کیفیت خدمات (سروکوال) در حوزه ورزش دانش‌آموزی و المپیادهای ورزشی درون- مدرسه‌ای روشی جدید است و تاکنون تحقیقی با روش سروکوال در زمینهٔ المپیادهای ورزشی درون- مدرسه‌ای انجام نشده است، از این رو پژوهشگر به انجام دادن این پژوهش مبادرت ورزیده است. هدف این تحقیق پیاده‌سازی مدل سروکوال در المپیادهای ورزشی درون- مدرسه‌ای وزارت آموزش‌و پرورش است. در این تحقیق، پژوهشگر ضمن شناسایی نیازهای مشتریان، به اولویت‌بندی انتظارات مشتریان، رتبه‌بندی کیفیت ادراک‌شده از سوی مشتریان در مورد هر کدام از مؤلفه‌ها 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 داده‌های تحقیق از روش کمّی استفاده شده است. ابزار مورد استفاده در این تحقیق پرسشنامه محقق‌ساخته بر مبنای پرسشنامه استاندارد سروکوال پاراسورامان و همکاران (۱۹۸۸) بود. برای ساخت ابزار اندازه‌گیری، پرسشنامه سروکوال پاراسورامان و همکاران با نظرات ۱۵ نفر از خبرگان در المپیادهای ورزشی ازجمله معاون تربیت‌بدنی و سلامت وزارت آموزش‌و پرورش، برخی از معاونان تربیت‌بدنی 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 سازه‌ای پرسشنامه را خبرگان و متخصصان با هماهنگی اساتید راهنما و مشاور تأیید کردند.

جامعه آماری این تحقیق را همهٔ دانش آموزان شرکت‌کننده 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 ۴۰۰۰۰۰۰، ۴۰۰۰۰، ۲۸۰۰۰ و ۹۳ نفر در سال تحصیلی ۹۷-۱۳۹۶ تشکیل داده اند. این آمار از امور اداری وزارت آموزش و

[Downloaded from qjoe.ir on 2026-09-07]
[DOR: 20.1001.1.10174133.1399.36.2.3.9]

پرورش گرفته شده است. در این تحقیق، چون جامعه آماری ما بزرگ و گسترده بود، از روش نمونه‌گیری تصادفی خوشه ای مرحله ای 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 دانش آموزان شرکت کننده 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 دانش آموز 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 دانش آموزان شرکت کننده در المپیاد و مدیران و کارکنان بودند، نسبت گرفتیم. ۶۰ درصد از تعداد ۴۲۰ پرسشنامه (۲۵۲ پرسشنامه) را به دانش آموزان 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 همهٔ 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 همهٔ مؤلفه‌ها و گویه‌ها، غیرنرمال است.

[Downloaded from qjoe.ir on 2026-09-07]

[DOR: 20.1001.1.10174133.1399.36.2.3.9]

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	نتیجه
قابلیت اعتماد	۲۲۹	۴۶	۷۵	۴۲۰	-۱۳/۴۷	۰/۰۰۱	رد H_0
پاسخگویی	۱۲۲	۲۷۱	۲۷	۴۲۰	-۷/۴۷	۰/۰۰۱	رد H_0
قابلیت اطمینان و تضمین	۲۹۴	۵۴	۷۲	۴۲۰	-۱۲/۸۱	۰/۰۰۱	رد H_0
همدلی	۱۰۱	۲۹۲	۲۷	۴۲۰	-۹/۵۸	۰/۰۰۱	رد H_0
عوامل فیزیکی	۳۰۱	۴۲	۷۷	۴۲۰	-۱۳/۹۳	۰/۰۰۱	رد H_0

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 شدهٔ 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 به‌دست 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 شدهٔ پاسخگویی و همدلی دانش‌آموزان، مدیران و معلمان به شکل معناداری بیشتر از کیفیت مورد انتظار آنهاست.

[Downloaded from qjoe.ir on 2026-09-07]

[DOR: 20.1001.1.10174133.1399.36.2.3.9]

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

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

[Downloaded from qjoe.ir on 2026-09-07]

[DOR: 20.1001.1.10174133.1399.36.2.3.9]

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 گویه های 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

[Downloaded from qjoe.ir on 2026-09-07]

[DOR: 20.1001.1.10174133.1399.36.2.3.9]

با توجه به اینکه سطح معناداری آزمون کمتر از ۰/۰۵ به دست آمده است، می‌توان با اطمینان ۹۵ درصد گفت که رتبهٔ مؤلفه‌های انتظارات پرسشنامه سرکوال 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 ۰/۰۵ به دست آمده است، می‌توان با اطمینان ۹۵ درصد گفت که رتبهٔ مؤلفه‌های ادراکات مشتریان بر اساس پرسشنامه سرکوال 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

[Downloaded from qjoe.ir on 2026-09-07]

[DOR: 20.1001.1.10174133.1399.36.2.3.9]

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 رتبهٔ گویه‌های انتظارات پرسشنامه سرکوال 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 داده اند.

[Downloaded from qjoe.ir on 2026-09-07]

[DOR: 20.1001.1.10174133.1399.36.2.3.9]

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**

[Downloaded from qjoe.ir on 2026-09-07]

[DOR: 20.1001.1.10174133.1399.36.2.3.9]

با توجه به اینکه سطح معناداری آزمون کمتر از ۰/۰۵ به دست آمده است، می‌توان با اطمینان ۹۵ درصد گفت که رتبهٔ 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 دراین 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 تاثیری 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.

[Downloaded from qjoe.ir on 2026-09-07]

[DOR: 20.1001.1.10174133.1399.36.2.3.9]

عواملی که در مؤلفه پاسخگویی مورد بررسی قرارگرفته 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 اولویتی متوسط در ادراکات مشتریان برخوردار است(رتبه سه ادراکات مشتریان را به دست آورده است). این نتایج نشان می‌دهد که ادراکات دانش آموزان 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 دانش آموزان برابر با ادراک آنهاست و در نتیجه در مؤلفه اطمینان و تضمین، دانش آموزان از کارکنان و آموزش و پرورش رضایت نسبی دارند. یکی از معیارهای اساسی در آموزش و پرورش، معیار کارکنان و کارمندان است. کارکنان حرفه ای، 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 مؤلفه ای که برای بررسی کیفیت خدمات در المپیاد ورزشی درون- مدرسه ای وزارت آموزش و پرورش مورد بررسی قرار گرفت، مؤلفه همدلی بود که در برگیرندهٔ گویه‌های توجه شخصی به دانش‌آموزان، توجه شخصی به نیازهای دانش‌آموزان، آگاهی کارکنان از نیازهای

[Downloaded from qjoe.ir on 2026-09-07]

[DOR: 20.1001.1.10174133.1399.36.2.3.9]

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 اولویتی پایین در انتظارات مشتریان برخوردار است و رتبه یک ادراکات مشتریان را به‌دست آورده است. این نتایج نشان می دهد که ادراکات دانش آموزان 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 دورهٔ ابتدایی با استفاده از مدل سروکوال پرداختند نتایج پژوهش نشان داد که از پنج فرضیهٔ 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 داشته اند. نقش مهم همدلی در ادراک کیفیت از سوی مشتریان بسیار بدیهی است. بهبود همدلی و افزایش انگیزه شرکت‌کنندگان و مجریان در زمینهٔ برگزاری المپیاد ورزشی بسیار ضروری است.

در مجموع 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 زمینهٔ 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 دانش آموزان 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 دانش آموزان تأمین شود و نظارت بیشتر

[Downloaded from qjoe.ir on 2026-09-07]

[DOR: 20.1001.1.10174133.1399.36.2.3.9]

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 دانش‌آموزان 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.

[Downloaded from qjoe.ir on 2026-09-07]

[DOR: 20.1001.1.10174133.1399.36.2.3.9]

منابع

بازرگان، عباس. (۱۳۷۴). ارزیابی درونی دانشگاهی و کاربرد آن در بهبود مستمر کیفیت آموزش. *پژوهش و برنامه‌ریزی در آموزش عالی*، ۳ (۳-۴)، ۴۹-۷۰.

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.

خاندان، 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 رتبه بندی کتابخانه‌های دانشکده ای 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.

رشادت جو، سهیلا و خادمی، مسعود. (۱۳۹۴). *تأثیر المپیاد ورزشی درون مدرسه ای در سلامت روانی دانش آموزان دختر دبیرستان های 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 مشتری مدار به طرح‌ریزی و بهبود کیفیت محصول*. تهران: نشر آتنا، ویرایش دوم.

زندی، خلیل. (۱۳۹۰). *پیشنهاد الگوی ادغام مدل های بهبود کیفیت: رویکردی به مشتری مداری 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 دوره ای 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؛ ضامنی، فرشیده و نصیرپور دروئی، نگار. (۱۳۹۲). بررسی کیفیت خدمات آموزشی دانشگاه علوم پزشکی مازندران بر اساس الگوی سروکوآل. *مدیریت ارتقای سلامت*، ۲ (۲)، ۳۲-۳۹.

[Downloaded from qjoe.ir on 2026-09-07]

[DOR: 20.1001.1.10174133.1399.36.2.3.9]

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 سروکوال (مطالعهٔ 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). *مشتری 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.

[Downloaded from qjoe.ir on 2026-09-07]

[DOR: 20.1001.1.10174133.1399.36.2.3.9]

[DOR: 20.1001.1.10174133.1399.36.2.3.9]
[Downloaded from qjoe.ir on 2026-09-07]