



دوفصلنامه مدیریت و توسعه ورزش

سال سوم، شماره دوم، پیاپی ۷



دانشگاه گیلان

## طراحی مدل رضایت شرکت کنندگان در ایستگاه‌های تندرستی پارک‌های شهر تهران

حمیدرضا گوهر رستمی\* ۱، سید مرتضی عظیم زاده ۲

تاریخ پذیرش: ۹۳/۱۱/۱۹

تاریخ دریافت: ۹۳/۶/۲۹

### چکیده

**هدف:** هدف این مطالعه طراحی مدل فرایندی رضایت‌مندی شرکت‌کنندگان در ایستگاه‌های تندرستی پارک‌های شهر تهران بر اساس کیفیت خدمات ارائه‌شده بود.

**روش‌شناسی:** روش تحقیق حاضر، توصیفی از نوع پیمایشی است. جامعه آماری را افراد شرکت‌کننده در ایستگاه‌های تندرستی پارک‌های منطقه ۶ شهرداری تهران تشکیل دادند که تعداد ۲۱۰ نفر به‌صورت تصادفی نمونه‌گیری شدند.

**یافته‌ها:** نتایج نشان داد بین متغیرهای جمعیت‌شناختی با رضایت کلی شرکت‌کنندگان رابطه معنی‌داری وجود نداشت، ولی بین رضایت کلی افراد با دفعات حضور در ایستگاه در طول هفته تفاوت معنی‌داری مشاهده شد. همچنین متغیرهای کیفیت خدمات بر کیفیت نتایج حاصل از مشارکت در ورزش، و کیفیت نتایج بر رضایت کلی شرکت‌کنندگان نیز تأثیرگذار بوده است.

**نتیجه‌گیری:** درواقع کیفیت نتایج به‌عنوان متغیر فرایندی و میانجی بین کیفیت خدمات و رضایت شرکت‌کنندگان می‌باشد که لزوم توجه به این عوامل در محیط ورزش را می‌طلبد.

**واژه‌های کلیدی:** رضایت‌مندی، کیفیت خدمات، کیفیت نتایج، ایستگاه‌های تندرستی، پارک‌ها.

۱. استادیار دانشگاه گیلان

۲. استادیار دانشگاه فردوسی مشهد

نشانی الکترونیک نویسنده مسئول: Goharrostami@gmail.com

## مقدمه

سازمان‌ها از یکدیگر است و از مهم‌ترین سلاح‌هایی است که بسیاری از سازمان‌های خدماتی از آن استفاده می‌کنند زیرا آن به نتایجی چون رضایت، وفاداری و خرید مجدد مشتری منتهی می‌شود (شونک<sup>۵</sup>، ۲۰۰۶).

این مسئله برای مدیران مهم است که تلاش خود را با نیازها و انتظارات مشتریان منطبق کنند (لیم، ۲۰۰۹) و باید بدانند که مشتریان چه انتظار و درکی از خدمات سازمان دارند. زیرا فقدان آگاهی از آن‌ها، فرآیند تصمیم‌گیری را در سازمان مختل کرده و در نتیجه منابع زیادی بر اساس تصمیمات نادرست به هدر خواهد رفت (توماس و همکاران<sup>۶</sup>، ۲۰۰۳). مسلماً اندازه‌گیری کیفیت خدمات و رضایتمندی مشتری می‌تواند مشکلات موجود در خدمت را مشخص نماید و به تعیین نیازها، خواسته‌ها و انتظارات مشتریان، پر کردن شکاف بین درک و انتظار آن‌ها از خدمت، ارزیابی و بهبود عملکرد سازمان و همچنین به‌کارگیری فرآیند بهبود منتهی شود (گرسون<sup>۷</sup>، ۱۹۹۹).

با توجه به اهمیت عامل کیفیت در سازمان‌های پیشرو در ارائه خدمات، صاحب‌نظران معتقدند که یکی از راه‌های افزایش اثربخشی سازمان، بهبود کیفیت خدمات، تأمین نیازها، انتظارات و رضایتمندی مشتریان است تا جایی که دمی‌نگ<sup>۸</sup>، کیفیت را با رضایت مشتری یکی می‌داند. بنابراین، با افزایش کیفیت خدمات رضایت مشتریان بالا می‌رود و بدین طریق اثربخشی سازمان ارتقا می‌یابد (خیاط زاده،

با توجه به اهمیت و نقشی که تحرک و فعالیت‌های بدنی در زندگی روزمره و سلامت افراد جامعه ایفاء می‌کند، باید فرصت و محیطی را فراهم نمود که در آن افراد بتوانند به ورزش و فعالیت بدنی تمرکز نمایند و همچنین خدماتی را ارائه داد که افراد بتوانند ساعاتی را به دور از مسائل اجتماعی و خانوادگی، با علاقه و تمایل وافر به ورزش و فعالیت‌های بدنی بپردازند (بهلکه، ۱۳۸۶).

از طرف دیگر ارائه خدمات مناسب ورزشی، موضوع کارآیی و اثربخشی فرایندهای سازمان‌های تأمین‌کننده این خدمات را مطرح می‌کند. در این خصوص دیشمن<sup>۱</sup> (۲۰۰۱) اظهار داشت که حدود نیمی از افرادی که شروع به ورزش می‌کنند در یک دوره کوتاه‌مدت مایوس می‌شوند و به‌طور میانگین در امریکا، تأسیسات ورزشی، ۴۰ درصد از کل مشتریانشان را هر سال از دست می‌دهند (تئودوراکیس<sup>۲</sup>، ۲۰۰۴). شاید با پیشرفت جوامع از لحاظ اقتصادی و بلوغ فرهنگی، تقاضای جامعه برای کیفیت خدمات افزایش یافته است. به همین منظور اندازه‌گیری کیفیت خدمات برای سازمان‌ها و مؤسسات ورزشی از اهمیت بالایی برخوردار است. از این‌رو، محققان کیفیت خدمات ارائه‌شده به مشتریان ورزشی را با دو شاخص کارآیی (استفاده بهینه از منابع) و اثربخشی (رضایتمندی مشتریان و مخاطبان) اندازه‌گیری می‌کنند (هوات<sup>۳</sup>، ۱۹۹۶؛ جا و پاستور<sup>۴</sup>، ۲۰۰۴). برخی از محققان ادعان می‌کنند که کیفیت خدمات تمایزدهنده

5. Shonk
6. Tomas et al.
7. Gerson
8. Deming

1. Dishman
2. Theodorakis
3. Howat et al.
4. Pastore

و پژوهش در این زمینه واداشته است که از آن جمله می‌توان به رضانی (۱۳۸۳) اشاره کرد که با بررسی عوامل مؤثر بر رضایت‌مندی مشتریان باشگاه‌های بدن‌سازی بانوان در سطح شهر تهران» به این نتیجه رسید بین پایگاه اقتصادی و اجتماعی، توجه به خواسته‌ها و نیازهای مشتریان و بین استفاده از وسایل مدرن با رضایت‌مندی مشتریان باشگاه رابطه معنی‌دار وجود دارد. همچنین بهلکه (۱۳۸۴) در تحقیقی به بررسی عوامل مؤثر بر رضایت‌مندی مشتریان استخرهای خصوصی شهر تهران پرداخت و به این نتیجه رسید بین رعایت بهداشت و امور ایمنی استخر، برخورد اجتماعی و روابط انسانی حاکم و تسهیلات ارائه‌شده با مقدار رضایت‌مندی مشتریان رابطه معنی‌دار وجود دارد.

گوهر رستمی (۱۳۸۶) نیز به ترتیب، عواملی چون رضایت از کیفیت کارکنان، رضایت از تجهیزات و رضایت از برنامه‌های تمرینی را از عوامل مؤثر بر رضایت‌مندی مشتریان در باشگاه‌های بدن‌سازی معرفی کرد. وی همچنین به این نتیجه رسید که با افزایش استفاده از باشگاه در طول هفته مقدار رضایت‌مندی افزایش‌یافته و تفاوت معنی‌داری بین رضایت‌مندی مشتریان باشگاه‌ها با تعداد دفعات استفاده از باشگاه در هفته وجود داشت. همچنین بین رضایت‌مندی مشتریان باشگاه‌های بدن‌سازی با سابقه ورزشی تفاوت معنی‌داری وجود داشت. حمزه پور خردمردی (۱۳۹۱) به این نتیجه رسید که کیفیت خدمات پیش‌بینی‌کننده مناسبی برای رضایت‌مندی، وفاداری و قصد حضور آتی مشتریان باشگاه‌های پرورش اندام هستند. نتایج کار غفوری و همکاران (۱۳۹۰) با عنوان مقایسه کیفیت خدمات و

از این‌رو، کسب بازخورد از مشتریان یکی از گام‌های اساسی تأمین و ارتقاء کیفیت است چون بازخورد از مشتریان کمک می‌کند تا نقاطی که در آن‌ها به بهبود مستمر نیاز است، شناسایی و اولویت‌بندی شوند (چین و همکاران<sup>۱</sup>، ۲۰۰۲).

ابعاد مختلفی برای اندازه‌گیری کیفیت خدمات و ارتباط آن با رضایت‌مندی مطرح شده است. مثلاً، پاراسورامان و زیتمال<sup>۲</sup> (۱۹۸۸) مدل ۵ بعدی SERVQUAL را ارائه دادند که شامل جنبه‌های ملموس، قابلیت اعتماد، پاسخگویی، تعهد و همدلی) بود. چلادورای و چانگ<sup>۳</sup> (۲۰۰۰)، کیفیت را در ۳ بعد معرفی کردند: ۱. مفهوم فیزیکی مثل تجهیزات ۲. تعاملات بین فردی مانند تعامل بین مشتری و کارمند و یا دو مشتری و ۳. خدمات اصلی. برادی و کرونین<sup>۴</sup> (۲۰۰۱) نیز تقسیم‌بندی سه‌گانه دیگری از ابعاد کیفیت خدمات را مطرح کردند: کیفیت تعاملی، محیط فیزیکی و کیفیت نتایج. یونگ جاگو و پاستور<sup>۵</sup> (۲۰۰۴) نیز در تحقیقی، به ۴ بعد کیفیت برنامه، کیفیت تعاملی، کیفیت نتیجه حاصل از شرکت و کیفیت محیط اشاره کرده‌اند. این در حالی است که یوشیدا<sup>۶</sup> (۲۰۰۹) کیفیت زیباشناختی، عملیاتی و کیفیت تکنیکی را به‌عنوان ابعاد کیفیت خدمات در رویدادهای ورزشی ذکر نمود.

اهمیت کیفیت و ابعاد آن برای سازمان‌های ارائه‌دهنده خدمات، محققان زیادی را به تحقیق

1. Chin et al.
2. Parasuraman & Zeithmal
3. Chelladurai & Chang
4. Brady & Cronin
5. Jae & pastore
6. Yoshida

میزان رضایتمندی مشتریان مرد و زن باشگاه-های بدن‌سازی خصوصی شهرستان شاهرود نشان داد که بین میانگین رتبه‌ها در عامل رضایت از تجهیزات فیزیکی و محیطی و عامل دسترسی به خدمات در زنان و مردان تفاوت معنی‌داری وجود ندارد؛ اما بین میانگین رتبه‌ها در عوامل رضایت از رفتار کارکنان، قابلیت اطمینان کارکنان، رضایت از برنامه‌های تمرینی و شهریه باشگاه تفاوت معناداری وجود داشت. خدادادی (۱۳۸۹) در بررسی عوامل مرتبط با رضایتمندی مشتریان اماکن ورزشی شهرداری منطقه ۱۵ تهران نشان داد که عواملی نظیر برخورد اجتماعی کارکنان، هزینه پرداختی مناسب، میزان امکانات و تسهیلات، نحوه مدیریت، تخصص کارکنان مجموعه‌ها، میزان تخصص و کارآمدی مربیان، دسترسی مناسب و آسان در رضایتمندی مشتریان نقش دارد. محققان دیگری چون آکساندریس<sup>۱</sup> و همکاران (۱۹۹۹) در تحقیقی با عنوان "اندازه‌گیری رضایت مشتری در مراکز آمادگی یونان" به این نتیجه رسیدند که رضایتمندی، مفهومی چندبعدی است و شامل ابعاد چون تجهیزات، روانی/انفرادی، آرامش‌سازی، اجتماعی، سلامت و آمادگی است. این در حالی است که بودت<sup>۲</sup> (۲۰۰۶) نشان داد که کیفیت عوامل انسانی مثل رفتار کارکنان و عوامل غیرملموس مثل تصویرسازی در شکل‌گیری رضایت مشتریان تعیین‌کننده است. در همین راستا لیم<sup>۳</sup> (۲۰۰۶) به این نتیجه رسید که کیفیت خدمات بر رضایتمندی مشتریان تأثیر دارد و سطح این

رضایتمندی بر وفاداری آن‌ها مؤثر است و سطح وفاداری نیز بر رفتار آینده مشتری تأثیر دارد. همان‌طور که ملاحظه می‌شود رضایت مخاطبان و مشتریان ورزشی می‌تواند عامل مؤثری در چگونگی بروز رفتار آن‌ها در آینده باشد، اما برخی از محققان نیز به ارتباط بین متغیرهای جمعیت شناختی با کیفیت و رضایت از آن پرداختند که می‌توان به لیو<sup>۴</sup> (۲۰۰۸) اشاره کرد. وی به این نتیجه رسید که بین کیفیت خدمات، رضایتمندی مشتریان و وفاداری با متغیرهای جمعیت شناختی چون سن، درآمد ماهیانه و تحصیلات تفاوت معنی‌داری وجود داشت. همچنین رانگ تاناکیت<sup>۵</sup> (۲۰۰۸) در رساله دکتری خود با عنوان "رضایت مشتریان از کیفیت خدمات در مراکز آمادگی" به این نتیجه رسید که رضایت زنان از کیفیت، بیشتر از مردان بود و افراد بالای ۴۰ سال راضی‌تر از افراد پایین‌تر از این سن بودند.

در مورد کیفیت خدمات، محققان بیشتر بر کیفیت فرایندی تأکید داشته‌اند و متغیرهایی چون کیفیت کارکنان، برنامه تمرینی، کیفیت تجهیزات و کیفیت تعاملی و کمتر به کیفیت نتایج پرداخته شده است؛ در این بین بردی و همکاران (۲۰۰۶)، گرین ول<sup>۶</sup> (۲۰۰۲)، تی سو جی و همکاران<sup>۷</sup> (۲۰۰۷) و یوشیدا و جیمز<sup>۸</sup> (۲۰۱۰) از محققانی هستند که هر دو بعد فرآیند و نتیجه از ابعاد کیفیت خدمات را مورد مطالعه قرار دادند.

4. Liu
5. Rueangthenekiet
6. Greenwell
7. Tsuji et al.
8. Yoshida & James

1. Alexandris et al.
2. Budet
3. Lim

بالایی برخوردار باشد؛ زیرا این آگاهی می‌تواند مأخذ باارزشی جهت اتخاذ رویه‌های صحیح در برنامه‌ریزی‌های آتی سازمان برای توسعه ورزش همگانی که هدف اصلی آن به شمار می‌رود باشد. از این رو، محققان به دنبال پاسخگویی به این سؤال هستند که چه عواملی از کیفیت خدمات کارکردی و نتیجه‌ای به‌طور مستقل و میانجی بر رضایت‌مندی شرکت‌کنندگان در ایستگاه‌های تندرستی پارک‌های شهر تهران تأثیر دارد؟

### روش‌شناسی پژوهش

تحقیق حاضر، توصیفی و از نوع پیمایشی است. جامعه آماری، افراد شرکت‌کننده در برنامه‌های ورزشی ایستگاه‌های تندرستی پارک‌های منطقه ۶ شهرداری تهران بودند. دلیل انتخاب منطقه ۶، فعال بودن ورزش پارکی در این منطقه با توجه به وجود پارک‌های فعال می‌باشد. تعداد جامعه آماری بر اساس آمار ورزشی منطقه ۶ شهرداری حدود ۵۰۰ نفر بودند که بر اساس جدول مورگان ۲۱۰ نفر به‌عنوان نمونه آماری به روش تصادفی ساده انتخاب شدند.

برای جمع‌آوری اطلاعات از روش کتابخانه‌ای و میدانی استفاده شد. ابزار گردآوری اطلاعات در این پژوهش پرسشنامه محقق ساخته بود. ۱۹ پرسشنامه مخدوش کنار گذاشته شد و تجزیه و تحلیل آماری انجام شد. در این تحقیق رضایت کلی ( $\alpha=0/81$ ) به‌عنوان متغیر وابسته و ۳ بعد کیفیت خدمات کارکردی یا فرایندی شامل محیط فیزیکی ( $\alpha=0/76$ )، کیفیت مربیان ( $\alpha=0/77$ )، برنامه‌های تمرینی ( $\alpha=0/85$ ) به‌عنوان متغیر مستقل و سه متغیر کیفیت نتایج حاصل از مشارکت در ورزش شامل رضایت روانی

بردی و همکاران (۲۰۰۶) و تی سوچی و همکاران<sup>۱</sup> (۲۰۰۷) نیز نشان دادند که عوامل مربوط به بازی کیفیت نتیجه: بعد نتیجه کیفیت خدمات به آنچه مشتری دریافت می‌کند اشاره می‌کند و همان چیزی است که پس از اینکه فرایند تولید-مصرف تمام شد، برای مشتری باقیمانده است (بردی و کرونین، ۲۰۰۱) قوی‌ترین اثرات را بر رضایت دارند درحالی‌که گرین ول و همکاران<sup>۲</sup> (۲۰۰۲) نشان داد که جنبه‌های محیطی خدمات (کیفیت کارکردی) قوی‌ترین تأثیر را دارد.

در این تحقیق کیفیت خدمات کارکردی شامل برنامه‌های تمرینی، کیفیت مربی و محیط فیزیکی است و کیفیت نتایج شامل سلامت جسمانی، رضایت روانی و رضایت اجتماعی در نظر گرفته شده است و بر همین اساس این تحقیق در سازمان ورزش شهرداری تهران به انجام رسید که یکی از متولیان اصلی توسعه ورزش همگانی در کلان‌شهر تهران است. یکی از حیطه‌های اصلی فعالیت این سازمان راه‌اندازی و نظارت بر ایستگاه‌های تندرستی در سطح پارک‌های شهر تهران است. این ایستگاه‌ها دارای مربیان مجربی هستند که از سوی شهرداری تعیین می‌شوند و شهروندان می‌توانند به‌طور رایگان و زیر نظر آن‌ها به ورزش صبحگاهی یا عصرگاهی بپردازند. آنچه مسلم است برای ایجاد ایستگاه‌های جدید، حفظ و ارتقاء ایستگاه‌های فعلی، آگاهی از نحوه ارائه و کیفیت خدمات و مقدار رضایت‌مندی مخاطبان از این خدمات برای مسئولان امر می‌تواند از اهمیت بسیار

1. Tsuji et al.
2. Outcome quality
3. Greenwell et al.
4. Functional quality

بیش از ۵۰ درصد آن‌ها سن بالای ۵۰ سال داشتند. ۴۷/۱ درصد از نمونه‌ها مرد و ۵۲/۹ درصد زن بودند. همچنین، ۸۶/۴ درصد متأهل و ۱۲ درصد از آن‌ها مجرد بودند. اکثر نمونه‌ها (۲۸/۳٪) بازنشسته بودند و ۳۳/۵٪ از افراد بیش از ۵ روز در هفته در برنامه‌های ورزشی این ایستگاه‌ها شرکت می‌کردند که ۳۲/۹ درصد از آن‌ها بالای ۳ سال سابقه حضور در ایستگاه‌ها را داشتند. همچنین غالب نمونه‌های این تحقیق (۳۵/۱ درصد) دارای تحصیلات دیپلم بودند. بر طبق نتایج تحقیق از لحاظ هدف نمونه‌ها از شرکت در ایستگاه‌های تندرستی، سلامتی با ۷۳/۸٪ اولین و آرامش سازی با ۱۷/۸٪ دومین اولویت را به خود اختصاص دادند.

( $\alpha=0/88$ )، رضایت اجتماعی ( $\alpha=0/76$ )، سلامت جسمی ( $\alpha=0/85$ ) به‌عنوان متغیرهای میانجی در نظر گرفته شدند. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از آمار توصیفی (میانگین، توزیع فراوانی و انحراف معیار) و آمار استنباطی (کلموگراف اسمیرنوف برای تعیین نرمال بودن داده‌ها)، ضریب همبستگی پیرسون (بررسی ارتباط بین سن و رضایت کلی)،  $t$  تست و تحلیل واریانس یک‌طرفه (برای بررسی تفاوت رضایت کلی با جنبه‌های انسانی) و برای مدل‌سازی از روش معادلات ساختاری (نرم‌افزار Amos16) استفاده شد.

### یافته‌های پژوهش

بر اساس یافته‌ها جدول شماره ۱، میانگین سنی نمونه‌های تحقیق برابر با ۴۸/۳ سال می‌باشد که

جدول ۱. توصیف متغیرهای جمعیت شناختی نمونه‌ها

متغیر	f	%	متغیر	f	%	متغیر	f	%		
دامنه سنی	<۲۹	۲۰	۱۰/۵	زیر دیپلم	۳۲	۱۶/۸	وضعیت تحصیلی	کارمند	۲۷	۱۴/۱
	۳۰-۳۹	۱۷	۸/۹	دیپلم	۶۷	۳۵/۱		آزاد	۳۴	۱۷/۸
	۴۰-۴۹	۵۲	۲۷/۲	فوق دیپلم	۳۶	۱۸/۸		دانشجو	۷	۳/۷
	۵۰-۵۹	۵۸	۳۰/۴	لیسانس	۴۳	۲۲/۵		بیکار	۱۵	۷/۹
	>۶۰	۴۴	۲۳	فوق لیسانس >	۱۳	۶/۸		بازنشسته	۵۴	۲۸/۳
								خانه‌دار	۵۳	۲۷/۷
دفعات حضور در هفته	۱ بار	۸	۴/۲	۱ سال <	۷۸	۳۰/۸	سابقه ورزشی	مرد	۹۰	۴۷/۱
	۲ تا ۳ بار	۵۰	۲۶/۲	۱ تا ۲ سال	۲۷	۱۴/۱		زن	۱۰۱	۵۲/۹
	۴ تا ۵ بار	۶۱	۳۱/۹	۲ تا ۳ سال	۲۱	۱۱		مجرد	۲۱	۱۲
	بیش از ۵ بار	۷۱	۳۷/۲	>۳	۶۳	۳۲/۹		متأهل	۱۶۵	۸۶/۴
جمع در هر متغیر	۱۹۱	۱۰۰٪	جمع در هر متغیر	۱۹۱	۱۰۰٪					

شرکت‌کنندگان می‌پردازد که نتایج آزمون آماری جدول شماره ۲، نشان داد که بین جنسیت و

جدول شماره ۲، ۳ و ۴ به بررسی ارتباط بین متغیرهای جمعیت‌شناختی با رضایت کلی

وضعیت تأهل با رضایت کلی شرکت‌کنندگان تفاوت معنی‌داری وجود ندارد ( $p > 0.05$ ).

جدول ۲. تعیین تفاوت رضایت کلی شرکت‌کنندگان بر اساس جنسیت و وضعیت تأهل

Sig	T	Df	sd	M	N	جنس	رضایت کلی
۰/۳۱	۱	۱۸۹	۰/۵۴	۴/۵۵	۹۰	مرد	
			۰/۵۸	۴/۴۷	۱۰۱	زن	
۰/۱۵	۱/۱	۱۸۶	۰/۴۴	۴/۶۵	۲۳	مجرد	
			۰/۵۷	۴/۵۰	۱۶۵	متأهل	

همچنین جدول شماره ۳، ضریب همبستگی بین سن و رضایت کلی را نشان می‌دهد که برابر با  $r = -0.09$  می‌باشد و نتایج نشان داد که ارتباط معنی‌داری بین سن و رضایت کلی شرکت‌کنندگان وجود ندارد ( $p > 0.05$ ).

جدول ۳. تعیین همبستگی پیرسون بین سن و رضایت کلی شرکت‌کنندگان

Sig	df	R	F	متغیر وابسته	متغیر مستقل
۰/۱۹	۱۹۰	-۰/۰۹	۷۵	رضایت کلی	سن

۲ تا ۳ بار در هفته در ایستگاه‌ها حضور داشتند با دو گروه بالاتر خود یعنی کسانی که ۴ تا ۵ بار و ۵ بار و بیشتر در ایستگاه‌ها شرکت می‌کردند تفاوت معنای دار بود، ولی با گروه یک‌بار در هفته تفاوت معنی‌دار وجود نداشت. شرکت‌کنندگانی که ۲ تا ۳ بار در هفته از ایستگاه‌ها استفاده می‌کردند رضایت کمتری نسبت به دو گروه بالاتر خود (۴ تا ۵ بار در هفته و ۵ بار بیشتر) داشتند.

نتایج آزمون تحلیل واریانس یک‌طرفه در جدول شماره ۴، نشان می‌دهد که بین سطح تحصیلات، شغل و سابقه حضور نمونه‌ها در ایستگاه با رضایت کلی تفاوت معنی‌داری وجود نداشت. این در حالی است که بین دفعات حضور نمونه‌ها در هفته در ایستگاه‌های تندرستی و رضایت کلی آن‌ها تفاوت معنی‌داری وجود داشت در ادامه و بر اساس آزمون تعقیب LSD مشخص شد که بین رضایت کلی نمونه‌هایی که

جدول ۴. تعیین تفاوت بین رضایت کلی با متغیرهای تحصیلات، شغل، سابقه، حضور و دفعات حضور

Sig	F	میانگین مجزورات	df	مجمع مجزورات	متغیرها
۰/۵۹	۰/۷	۰/۲۲	۴	۰/۹۱	سطح تحصیلات
		۰/۳۲	۱۸۶	۶۰/۶۴	

۰/۹۳	۰/۲۵	۰/۰۸۵	۵	۰/۴۲	شغل
		۰/۳۳	۱۸۴	۶۰/۹	
۰/۳۴	۱/۱۲	۰/۳۶	۵	۱/۸۲	سابقه حضور
		۰/۳۲	۱۸۳	۵۹/۴۱	
۰/۰۴	۲/۶۶	۰/۱۸۶	۳	۲/۵۷	دفعات حضور
		۰/۳۲	۱۷۹	۵۷/۷۲	

جدول ۵. نتایج تحلیل عاملی تأییدی متغیرهای موجود در مدل

			Estimate	S.E.	C.R.	P	Standard Regression Weight
q4	<---	رضایت روانی	1.000				.771
q3	<---	رضایت روانی	1.387	.125	11.088	***	.781
q2	<---	رضایت روانی	1.129	.093	12.186	***	.850
q1	<---	رضایت روانی	1.302	.106	12.292	***	.858
q8	<---	رضایت اجتماعی	1.000				.766
q7	<---	رضایت اجتماعی	.822	.101	8.107	***	.634
q6	<---	رضایت اجتماعی	.701	.082	8.573	***	.670
q5	<---	رضایت اجتماعی	.816	.107	7.620	***	.596
q11	<---	سلامت جسمی	1.000				.565
q10	<---	سلامت جسمی	1.056	.162	6.517	***	.669
q9	<---	سلامت جسمی	1.146	.183	6.269	***	.627
q15	<---	محیط فیزیکی	1.000				.469
q14	<---	محیط فیزیکی	.864	.196	4.413	***	.441
q13	<---	محیط فیزیکی	.959	.170	5.642	***	.706
q12	<---	محیط فیزیکی	1.154	.211	5.460	***	.650
q20	<---	مربیان	1.000				.725
q19	<---	مربیان	.787	.094	8.373	***	.651
q18	<---	مربیان	.813	.079	10.340	***	.815
q17	<---	مربیان	.773	.183	4.227	***	.328
q16	<---	مربیان	.599	.107	5.598	***	.435
q24	<---	برنامه‌های تمرینی	1.000				.631
q23	<---	برنامه‌های تمرینی	1.126	.127	8.864	***	.790
q22	<---	برنامه‌های تمرینی	1.207	.127	9.472	***	.876
q22	<---	برنامه‌های تمرینی	1.223	.126	9.634	***	.804



			Estimate	S.E.	C.R.	P	Standard Regression Weight
Q33	<---	رضایت کلی	1.000				.372
Q32	<---	رضایت کلی	2.071	.469	4.412	***	.465
Q31	<---	رضایت کلی	1.921	.560	3.431	***	.524
Q30	<---	رضایت کلی	3.151	.739	4.262	***	.981
Q29	<---	رضایت کلی	1.596	.321	4.966	***	.563

همان‌طور که نتایج جدول شماره ۵ نشان می‌دهد تمامی گویه‌های مربوط به همه متغیرها در تحلیل عاملی تأییدی در سطح ۰/۰۰۱ معنی‌دار بوده است و این معناداری وزن‌های رگرسیونی نشان‌دهنده روایی همگرایی متغیرهای موجود در مدل است. همچنین جدول ۶ شاخص‌های برازش مدل تأییدی را نیز نشان می‌دهد.

جدول ۶. خروجی شاخص‌های مربوط به مدل عاملی تأییدی

RMSEA	CFI	IFI Delta2	NFI Delta1	CMIN/DF	DF	CMIN	
۰/۰۶۸	۰/۸۶۵	۰/۸۷۰	۰/۷۵۹	۱/۸۸۶	۳۲۹	۶۲۰/۶۵۰	متغیرهای مستقل و میانجی
۰/۱۲۹	۰/۹۵۷	۰/۹۵۸	۰/۹۴۶	۴/۱۸۵	۳	۱۲/۵۵۴	رضایت کلی

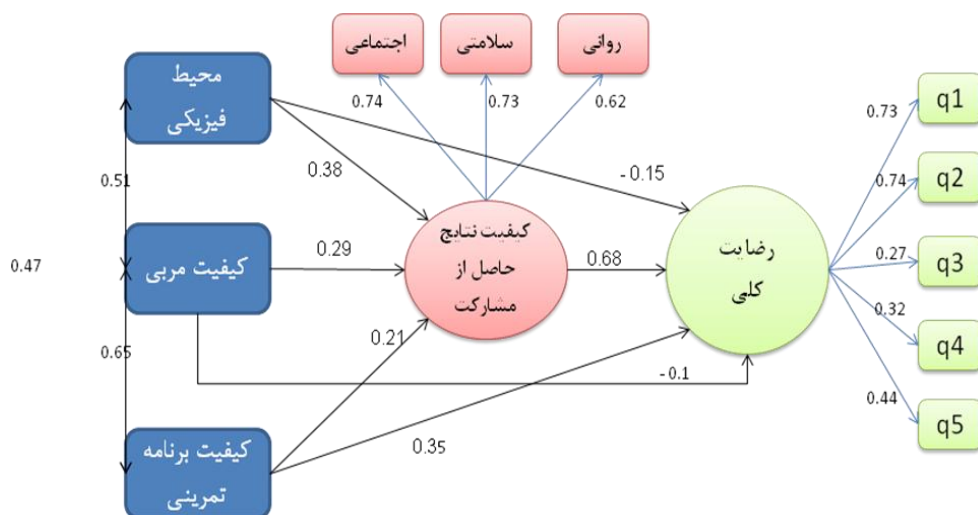
جدول ۷. نتایج خروجی‌های مدل نهایی تحقیق

			Estimate	S.E.	C.R.	P	Standard Regression Weight
کیفیت نتایج	<---	محیط فیزیکی	.219	.048	4.553	***	.381
کیفیت نتایج	<---	کیفیت مربی	.251	.079	3.183	.001	.293
کیفیت نتایج	<---	کیفیت برنامه	.145	.061	2.383	.017	.210
رضایت کلی	<---	کیفیت نتایج	.866	.207	4.195	***	.680
رضایت کلی	<---	محیط فیزیکی	-.114	.073	-1.556	.120	-.155
رضایت کلی	<---	کیفیت مربی	-.118	.114	-1.036	.300	-.109
رضایت کلی	<---	کیفیت برنامه	.313	.089	3.536	***	.357
رضایت روانی	<---	کیفیت نتایج	1.000				.629
رضایت اجتماعی	<---	کیفیت نتایج	.888	.114	7.819	***	.743
رضایت جسمانی	<---	کیفیت نتایج	.761	.098	7.777	***	.736
q29	<---	رضایت کلی	1.000				.730
q30	<---	رضایت کلی	1.146	.142	8.076	***	.749

		Estimate	S.E.	C.R.	P	Standard Regression Weight
q31	رضایت کلی <---	.486	.144	3.367	***	.279
q32	رضایت کلی <---	.694	.184	3.777	***	.325
q33	رضایت کلی <---	.578	.109	5.324	***	.446

همان‌طور که نتایج جدول شماره ۷، نشان داد دو متغیر محیط فیزیکی و کیفیت مربی بر کیفیت نتایج حاصل از مشارکت در ورزش در سطح معنی‌داری ۰/۰۰۱ تأثیر معنی‌داری داشته و همچنین کیفیت برنامه بر کیفیت نتایج در سطح معنی‌داری ۰/۰۵ تأثیر معنی‌داری دارد. همچنین نتایج نشان داد که کیفیت نتایج حاصل از مشارکت در ایستگاه‌ها بر رضایت کلی شرکت‌کنندگان در سطح معنی‌داری ۰/۰۰۱ تأثیرگذار بوده و وزن رگرسیونی آن برابر با ۰/۶۸ می‌باشد. از بین متغیرهای کیفیت خدمات فقط کیفیت برنامه به‌طور مستقیم بر رضایت کلی معنی‌دار بود. شاخص‌های برازش مدل نهایی تحقیق بر اساس جدول شماره ۸، نشان می‌دهد که مدل نهایی از برازش بسیار خوبی برخوردار است.

همان‌طور که نتایج جدول شماره ۷، نشان داد دو متغیر محیط فیزیکی و کیفیت مربی بر کیفیت نتایج حاصل از مشارکت در ورزش در سطح معنی‌داری ۰/۰۰۱ تأثیر معنی‌داری داشته و همچنین کیفیت برنامه بر کیفیت نتایج در سطح معنی‌داری ۰/۰۵ تأثیر معنی‌داری دارد. همچنین نتایج نشان داد که کیفیت نتایج حاصل از مشارکت در ایستگاه‌ها بر رضایت کلی شرکت‌کنندگان در سطح معنی‌داری ۰/۰۰۱ تأثیر معنی‌داری داشته و وزن رگرسیونی آن برابر با ۰/۶۸ می‌باشد. از بین متغیرهای کیفیت خدمات فقط کیفیت برنامه به‌طور مستقیم بر رضایت کلی معنی‌دار بود. شاخص‌های برازش مدل نهایی تحقیق بر اساس جدول شماره ۸، نشان می‌دهد که مدل نهایی از برازش بسیار خوبی برخوردار است.



شکل ۱. مدل رضایت شرکت‌کنندگان در ایستگاه‌های تندرستی

جدول ۸. شاخص‌های برازش مدل نهایی تحقیق

RMSEA	CFI	IFI Delta2	NFI Delta1	CMIN	DF	CMIN/DF
۰/۰۵۶	۰/۹۷۱	۰/۹۷۲	۰/۹۲۹	۵۴/۴۳۵	۳۴	۱/۶۰۱

## بحث و نتیجه گیری

حاصل از شرکت در ایستگاه‌های تندرستی تأثیر داشته و در بین این عوامل تأثیرگذار محیط فیزیکی ایستگاه‌ها با وزن رگرسیونی ۰/۳۸ و کیفیت برنامه تمرینی با وزن رگرسیونی ۰/۳۵ و کیفیت مربیان با وزن رگرسیونی ۰/۲۹ بر کیفیت نتایج حاصل از مشارکت در ورزش تأثیرگذار بوده است؛ بنابراین می‌توان گفت که اگر به کیفیت کارکردی در ایستگاه‌ها توجه گردد منجر به کیفیت نتایج حاصل از مشارکت در ورزش در ایستگاه‌های تندرستی می‌شود که محیط فیزیکی در این تحقیق شامل: تمیزی ایستگاه تندرستی، راحتی و امنیت در زمان ورزش کردن، موزیک برای ورزش، مساحت و اندازه ایستگاه که مورد توجه مدیران و برنامه ریزان برای افزایش کیفیت محیط فیزیکی ایستگاه‌ها می‌تواند باشد. محیط فیزیکی در واقع نقش بسزایی را در کیفیت نتایج با توجه به نتایج داشته و این مسئله توجه هر چه بیشتر مدیران را در ایجاد محیط فیزیکی مناسب و مکانی که ورزش در آنجا انجام می‌شود را می‌طلبد.

همچنین برنامه‌های تمرینی مربیان و کیفیت کاری آن‌ها به‌عنوان عامل مؤثر دیگر بر کیفیت نتایج بود که پیشنهاد می‌گردد در برنامه‌های تمرینی این موارد مورد نظر قرار گیرد. تنوع برنامه‌ها، خلاقیت و نوآوری، روند پیشرفت آن‌ها و برنامه‌های اختصاصی ویژه افراد. در مورد کیفیت مربیان نیز این موارد برای افزایش کیفیت خدمات کارکردی پیشنهاد می‌گردد. راهنمایی‌ها و آموزش مربی در جلسات تمرینی، آموزش نحوه کار با دستگاه بدن‌سازی پارکی، علاقه‌مندی مربی به پیشرفت ورزشکار و توجه و

هدف این تحقیق تعیین مدل رضایت‌مندی شرکت‌کنندگان در ایستگاه‌های تندرستی پارک-های شهر تهران بود. نتایج تحقیق نشان داد، بین رضایت کلی با متغیر سن ارتباط معنی‌داری وجود نداشت که این یافته با نتایج گوهررستمی (۱۳۸۶) همخوانی و با نتایج لیو (۲۰۰۸) مغایر است (گوهررستمی، ۱۳۸۶؛ لیو، ۲۰۰۸). همچنین بر پایه یافته‌ها، بین رضایت کلی با متغیرهای جمعیت شناختی مورد نظر (تحصیلات، شغل، جنسیت و تاهل) تفاوت معنی‌داری مشاهده نشد که این یافته‌ها با نتایج تحقیق لیو مغایر است (لیو، ۲۰۰۸). در ادامه و در بررسی رضایت کلی شرکت‌کنندگان با سوابق مختلف حضور در ایستگاه‌ها مشخص شد تفاوت معنی‌داری در بین آن‌ها وجود نداشت در مجموع رابطه معنی‌داری بین رضایت با متغیرهای جمعیت‌شناسی وجود ندارد. در واقع رضایت شرکت‌کنندگان در ایستگاه‌های تندرستی تحت تأثیر ویژگی‌های جمعیت شناختی نمونه‌ها قرار نمی‌گیرد. این در حالی است که بین رضایت کلی با دفعات متفاوت حضور در هفته در ایستگاه‌ها تفاوت معنی‌داری مشاهده شد به عبارت دیگر هر چه حضور افراد در هفته بیشتر می‌شد رضایت کلی آن‌ها نیز افزایش می‌یافت که یافته اخیر با نتایج گوهررستمی (۱۳۸۶) همخوانی دارد (گوهررستمی، ۱۳۸۶). شاید حضور منظم و بیشتر این افراد باعث می‌شود تا نتایج حاصل از مشارکت در ورزش بیشتری عاید این افراد گردد.

همچنین یافته‌های تحقیق نشان داد که سه عامل کیفیت کارکردی خدمات بر کیفیت نتایج

رسیدگی به خواسته‌های ورزشکاران. این‌ها عوامل قابل‌کنترلی هستند که می‌توانند از طرف مدیریت ایستگاه‌ها و ورزش پارکی دست‌کاری و مورد توجه قرار گیرند.

در بین عوامل کیفیت نتایج حاصل از مشارکت اهمیت رضایت از سلامت جسمی و اجتماعی بالاتر از رضایت روانی بود. در زمینه رضایت اجتماعی، ورزش در ایستگاه‌های تندرستی می‌تواند زمینه اجتماعی شدن، شانس ملاقات با افراد جدید و ایجاد روابط دوستانه بین افراد را فراهم آورد و افراد می‌توانند نیازهای اجتماعی خود را از طریق مشارکت در ورزش پاسخ بدهند و در زمینه رضایت روانی ورزش در ایستگاه‌ها می‌تواند اعتماد به نفس، احساس پیشرفت و خودشناسی آن‌ها را افزایش دهد. در واقع افراد شرکت‌کننده در ایستگاه‌های تندرستی به دنبال کیفیت نتایج حاصل از مشارکت در ورزش هستند و بر اساس نتایج این تحقیق تا رضایت از سلامتی، رضایت اجتماعی و رضایت روانی این افراد فراهم نشود، رضایت کلی این افراد تأمین نمی‌شود.

درواقع دارا بودن زندگی فردی و اجتماعی خوب به سلامت جسمانی، اجتماعی و روانی فردی و اجتماعی مربوط می‌شود که بخش زیادی از آن را می‌توان از طریق مشارکت در فعالیت‌های بدنی به دست آورد. ورزش و فعالیت بدنی در اماکن ورزشی نیز باید بتوانند کیفیت نتایج حاصل از مشارکت در ورزش را یعنی سلامتی، رضایت اجتماعی و روانی فراهم نماید و درک افراد شرکت‌کننده در ایستگاه‌های تندرستی از این مسئله می‌تواند رضایت کلی شرکت‌کنندگان را فراهم آورد. همان‌طور که نتایج نشان داد محیط فیزیکی و کیفیت مربیان به‌طور مستقیم

بر رضایت کلی شرکت‌کنندگان تأثیرگذار نبوده و فقط برنامه‌های تمرینی به‌طور مستقیم بر رضایت کلی شرکت‌کنندگان تأثیر داشته است که این مسئله اهمیت برنامه‌های تمرینی را نسبت به دو بعد دیگر نشان می‌دهد. تأثیر بالای کیفیت نتایج حاصل از مشارکت در ورزش بر رضایت کلی که مقدار آن بالا بوده و ۰/۶۸ وزن رگرسیون است نشان از اهمیت این عامل بر رضایت کلی شرکت‌کنندگان دارد. اگرچه کیفیت کارکردی خدمات می‌تواند بر رضایت تأثیراتی را داشته باشد ولی تأثیر مهم بر رضایت کلی شرکت‌کنندگان از طریق کیفیت نتایج حاصل از مشارکت در ورزش تأمین می‌شود و ماهیت ورزش و فعالیت‌های بدنی در جهت ایجاد این مهم می‌باشد که در ایستگاه‌های تندرستی حاصل می‌شود. کیفیت نتایج حاصل از مشارکت توسط محققینی چون برادی (۲۰۰۱) و یونگ جاکو و همکاران (۲۰۰۴) نیز گزارش شد (برادی و کرونین، ۲۰۰۱؛ جاکو، ۲۰۰۴).

ادبیات تحقیق بیان می‌کند مدیران کنترل بیشتری را می‌توانند بر کیفیت کارکردی خدمات (برنامه‌های تمرینی، محیط فیزیکی و کیفیت مربیان) نسبت به کیفیت نتایج داشته باشند (کلی و تورلی، ۲۰۰۱؛ کلمز و همکاران ۲۰۱۱)؛ بنابراین تمرکز اصلی مدیران می‌بایست بر کیفیت کارکردی باشد تا بتوان با تأثیرگذاری کیفیت کارکردی بر کیفیت نتایج، رضایت شرکت‌کنندگان در ایستگاه‌های تندرستی فراهم آید. در واقع مربیان کیفی با برنامه‌های تمرینی مناسب و محیط فیزیکی مناسب بر اساس آنچه در بالا در این باره تأکید شده است، می‌تواند سلامت جسمانی، رضایت اجتماعی و روانی افراد شرکت‌کننده در ایستگاه‌ها را تأمین نماید.

مشتریان ایستگاه‌ها سرانجام بر اساس آنچه از شرکت در این فضاها ورزشی کسب می‌کنند، نظر خود را در مورد رضایت کلی خود ابراز می‌کنند. به‌طور خلاصه می‌توان گفت، کیفیت کارکردی در ورزش که می‌توان بیشتر به‌وسیله مدیران کنترل شود، منجر به کیفیت نتایج حاصل از مشارکت در ورزش گردد و در نهایت رضایت ورزشکاران فراهم آید. کیفیت خدمات کارکردی مقدم بر کیفیت نتایج و آن نیز بر رضایت کلی شرکت‌کنندگان می‌باشد.

در واقع رضایت مفهومی که در مدیریت موردتوجه قرار گرفته و تحقیقات زیادی این مفهوم را مورد بررسی قرار داده‌اند. در این تحقیق به عنوان یک متغیر وابسته مورد بررسی قرار است که می‌تواند منجر به نیت رفتاری چون وفاداری، قصد به برگشت دوباره، تبلیغات دهان به دهان شرکت‌کنندگان در ایستگاه‌ها گردد. ارتباط مثبت بین رضایت و نیت رفتاری توسط بسیاری از محققان شامل (کارو و گارسیا، ۲۰۰۷؛ هایتاو و همکاران، ۲۰۰۲؛ کاپلانید و گیسون، ۲۰۱۰؛ شونک، ۲۰۰۶؛ شونک و چلادورای، ۲۰۰۸؛ یوشیدا و جیمز، ۲۰۱۰) تأیید شده است.

بنابراین با توجه به تحقیقات انجام‌شده در رابطه با تأثیر کیفیت خدمات بر رضایت مشتریان و ورزشکاران این تحقیق اظهار می‌دارد که اگرچه کیفیت خدمات به‌عنوان عاملی مهم

در ارائه خدمات ورزشی بوده اما ماهیت ورزش با خدمات دیگر اندکی متفاوت بوده و افراد از مشارکت در ورزش به دنبال نتایجی هستند که در این تحقیق کیفیت نتایج حاصل از مشارکت در ورزش از آن نام برده شده است که به‌عنوان متغیر میانجی بین کیفیت خدمات و رضایت شرکت‌کنندگان در ورزش می‌باشد. با توجه به ماهیت ورزش از لحاظ کارکردهای اجتماعی، ورزش می‌تواند سلامت جسمی، روانی و اجتماعی افراد در جامعه را تأمین نموده و افراد بر اساس ارزشی که از مشارکت در ورزش و فعالیت‌های بدنی کسب می‌کنند درک خود را از رضایت بیان می‌کنند.

بنابراین با توجه به نتایج این تحقیق پیشنهاد می‌گردد که مدیران و برنامه ریزان ایستگاه‌ها در بین ابعاد کیفیت کارکردی خدمات به برنامه‌های تمرینی توجه بیشتری داشته باشند. تأثیر این برنامه‌ها هم بر رضایت شرکت‌کنندگان و هم بر کیفیت نتایج بیشتر است. چون این برنامه‌ها تمرینی رضایت روانی، رضایت از سلامت و اجتماعی بیشتری را برای شرکت‌کنندگان نسبت به ابعاد محیط فیزیکی و کیفیت مربیان ایجاد می‌کند. پیشنهاد می‌گردد تا تمرکز اصلی مدیران در ایستگاه‌ها بر عوامل کیفیت کارکردی باشد تا بتوان در نهایت رضایت شرکت‌کنندگان فراهم گردد.

## منابع

- بهلکه، ط. ۱۳۸۴. بررسی عوامل مرتبط با رضایتمندی مشتریان استخرهای سرپوشیده شهر تهران. پایان‌نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه تهران.
- خدادادی، ح. ۱۳۸۹. بررسی عوامل مرتبط با رضایتمندی مشتریان اماکن ورزشی شهرداری منطقه ۱۵ تهران. پایان‌نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه پیام نور مرکز تهران.
- خیاط زاده ماهانی، ا. ۱۳۸۲. رضایت مشتری. مجله تدبیر، سازمان مدیریت صنعتی، ۱۴۱: ۷۵-۷۷.
- رضائی، ن. ۱۳۸۳. بررسی عوامل مؤثر بر رضایتمندی مشتریان باشگاه‌های بدن‌سازی خصوصی بانوان در سطح شهر تهران. پایان‌نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه تهران.
- غفوری، ف. ج. شهلائی و م. رجبی. ۱۳۸۹. مقایسه کیفیت خدمات و میزان رضایتمندی مشتریان مرد و زن باشگاه‌های بدن‌سازی خصوصی شهرستان شاهرود. پایان‌نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه علامه طباطبائی تهران.
- گوهررستمی، ح. ر. ۱۳۸۶. بررسی رضایتمندی مشتریان باشگاه‌های خصوصی و دولتی مردان شهر تهران و رتبه‌بندی عوامل مؤثر بر آن. پایان‌نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه تربیت مدرس.
- Alexandris, K. and P. Euaggelia. 1999. *Measuring Customer Satisfaction in Fitness Centres in Greece: An Exploratory Study*. *Managing Leisure*, 4: 218-228.
- Alidoost Ghahfarokhi, E., H. Kozechian., M. Jalali Farahani and M. Torki. 2009. *The Study and Comparison of the Women Customers Consent in Tehran Public and Private Body Building Clubs*. *Sports management*, 5: 140- 124.
- Bodet, G. 2006. *Investigating Customer Satisfaction in a Health Club Context by an Application of the Tetraclasse Model*. *European Sport Management Quarterly*, 6(2): 149\_165.
- Brady, M.K., J.J. Voorhees., J. Cronin and B.L. Bourdeau. 2006. *The Good Guys don't Always Win: The Effect of Valence on Service Perceptions and Consequences*. *Journal of Services Marketing*, 20: 83-91.
- Chelladurai, P. and K. Chang. 2000. *Targets and Standards of Quality in Sport Services*. *Sport Management Review*, 3:1-22.
- Chin, K. and K. Pun. 2002. *A Proposed Framework for Implementation TQM in Chinese Organization*. *Int J Qual and Reli Manag*, 19(3): 272-294.
- Gerson, R. 1999. *Members for Life: Proven Service and Retention Strategies for Health – Fitness and Sports Clubs*, Human Kinetics Publishers, Champaign, IL.
- Greenwell, C.T., J.S. Fink and Y.D.L. Pastore. 2002. *Assessing the Influence of the Physical Sports Facility on Customer Satisfaction with in the Context of the Service Experience*. *Sport Management Review*, 5: 129-148.
- Hamzhepour kheradmardi, M. 2013. *The Relation of Service Quality, Consent and Loyalty to the Customers' Future Intention in Mazandaran Body Building Clubs*, M. A Thesis shomal university.
- Howat, G. et al. 1996. *Measuring Customer Service Quality in Sports and Leisure Centres*. *Managing Leisure*, 1: 77-89.
- Jae, K.Y. and L.D. Pastore. 2004. *Current Issues and Conceptualizations of Service Quality in the Recreation Sport Industry*. *Sport Marketing Quarterly*, 13: 158-166.

- Landers, D. 2005. *The Influence of Exercise on Mental Health*. from <http://www.fitness.gov/mentalhealth.htm>
- Lim, J.S. 2006. *The Influence of Service Quality on Customer Satisfaction, Attitudinal Loyalty, and Behavioral Future Intentions for Participation of Fitness Centers in South Korea*. Dissertation, University of Alabama.
- Liui, c. 2008. *Analysis of Service Quality, Customer Satisfaction and Customer Loyalty of Commercial Swim Clubs in Taiwan*, Dissertation, Alabama University.
- Parasuraman, A. and C. Ziethmal. 1988. *Servqual: A Multiple Item Scale for Measuring Customer Perceptions of Service Quality*, Journal of Retailing, 64(1).
- Rueangthenekiet, P. 2008. *Members' Satisfaction of Fitness Service Quality :A Case Study of California Wow Experience Public Company Limited*, Dissertation, Srinakharinwirot University
- Seyyed Javadeen, S.R., A. Khanlari and M. Esteeri. 2011. *A Model of the Assessment of the Service Quality Affecting the Sports Service Customers' Loyalty*, Olympic Journal, 52: 54-41
- Shonk, j.D. 2006. *Perceptions of Service Quality, Satisfaction and the Intent to Return among Tourists Attending a Sporting Event*. Dissertation, The Ohio State University, Sport Management Review, 3: 1-22.
- Theodorakis, N. 2004. *Measurement of customer satisfaction in the context of health club in portugal*. International Sports Journal, 8 (1):44-53.
- Tomas, R.S., L.J. Crompton and D. Scott. 2003. *Assessing Service Quality and Benefits Sought Among Zoological Park Visitors*. Journal of Park and Recreation Administration, 21(2): 105-124.
- Tsuji, Y., G. Bennett and J. Zhang. 2007. *Consumer Satisfaction with an Action Sports Event*. Sport Marketing Quarterly, 16: 199–208.
- Yoshida, M. and J. James. 2009. *Service Quality at Sporting Events: Is Aesthetic Quality a Missing Dimension?*. Sport Management Review, doi:10.1016/j.smr.2009.06.002.
- Yoshida, M. and J. James. 2010. *Customer Satisfaction with Game and Service Experience: Antecedents and Consequences*. Journal of Sport Management, 24: 338–361.



**Management and Sport Development**  
**A bioannual journal**

**No 2, Serial 7, 2015-2016**



**Designing A Model for Participants' Satisfaction of Health Stations in Tehran Parks**

**Goharrostami. H.R<sup>1\*</sup>, Azimzadeh. S.M<sup>2</sup>**

Received: 20/09/2014

Accepted: 08/02/2015

**Abstract**

**Objective:** As society advances economically, matures culturally, and increases its knowledge, the societal demands for quality service increase. Therefore, performance of sport organizations is measured by both efficiency (resource utilization) and effectiveness (customer satisfaction) in terms of service quality delivery for sport customers. The purpose of this research was to determine relationship between service quality and participants' satisfaction in health stations of Tehran parks.

**Methodology:** The present study is descriptive. For data collection, field study and questionnaire were used. The population included the participants in sport programs of parks' health stations in district 6 of Tehran municipality. 210 of the population were randomly selected.

**Results:** The results showed that there was no significant relationship between demographic variable with overall satisfaction but there was a significant relationship between frequencies of week at health station with overall satisfaction.

**Conclusion:** Service quality dimensions in this research influenced on results quality and results quality affected overall satisfaction. In fact, result quality as process variable and mediator between service quality and overall satisfaction should be considered in sport.

**Keywords:** Satisfaction, Service Quality, results quality, health stations, Parks.

---

1. Accosiated professor of University of Guilan

2. Accosiated professor of Ferdowsi University of Mashhad

\*Email: Goharrostami@gmail.com