Research in Sport Management and Motor Behavior, Volume 13 - Issue 25 / 2023

KHARAZMI UNIVERSITY

Research in Sport Management and Motor Behavior

Print ISSN: 2252-0716 - Online ISSN: 2716-9855

Designing a Comprehensive Model of Service Quality of Iranian Wrestling Sport Events

Mohammad Hossein Mohammad Mirza[1] , Hamidreza Saybani[2]*, Mehdi Savadi[3]

1. (Ph.D Student) Islamic Azad University Qeshm Branch, Qeshm, Iran.
2. (Ph.D) Islamic Azad University Qeshm Branch, Qeshm, Iran. hamid.saybani@gmail.com
3. (Ph.D) Islamic Azad University Qeshm Branch, Qeshm, Iran.

ARTICLE INFO

Article type

Research Article

Article history

Received 2022/01/6

Revised 2022/06/02

Accepted 2022/06/21

KEYWORDS:

Service Quality,

Event,

Wrestling

CITE:

Mohammad Mirza, Saybani, Savadi. **Designing a Comprehensive Model of Service Quality of Iranian Wrestling Sport Events,** *Research in Sport Management & Motor Behavior*, 2023: 13(25): 186-204

ABSTRACT

The purpose of this study was to Designing a comprehensive model of service quality of Iranian wrestling sport events. The method of this research was quantitative and qualitative. Theoretical saturation was achieved after 17 deep and semi-structured interviews with experts and managers in sport for all and sponsorship fields. The statistical population in the qualitative section included focus groups and experts present in the wrestling federation, league organization, sports clubs, presidents and managers and people who had a complete knowledge of sports competitions. And in a small part, all the spectators in the Premier League were wrestling in 1400. 17 people in the quality department purposefully and 384 people considering; In a small part, they formed a statistical sample by the available method. The data collection tool in the qualitative part of the interview was semi-structured that the results of this interview were used in the form of a questionnaire with 7 main factors in the quantitative part. SPSS software version 23 and PLS version 2 were used to model the structural equations. Model fit index was reported GOF = 0.67. A total of 7 factors of service quality, technical skills, interaction, quality of environment, evaluation, quality of referees, social value affect the quality of service of Iranian wrestling sport events. According to the results obtained, each of the factors, in order of importance and priority, can be effective in the quality of wrestling sport events and be considered by those involved and officials in this department.

Published by *Kharazmi University, Tehran, Iran*. Copyright(c) The author(s) This is an open access article under the CC BY-NC license (https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]

[DOR: 20.1001.1.22520716.1402.13.25.12.2]

[DOI: 10.61186/JRSM.13.25.186]

پژوهش در مدیریت ورزشی و رفتار حرکتی

دانشگاه خوارزمی

طراحی الگوی کیفیت خدمات رویدادهای ورزش کشتی ایران

محمدحسین محمد میرزا [۱]، حمیدرضا سایبانی *[۲]، مهدی سوادی [۳]

۱-دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی، گروه تربیت بدنی و علوم ورزشی واحدبین الملل قشم،دانشگاه آزاد اسلامی قشم،ایران.

۲-.استادیار مدیریت ورزشی، گروه تربیت بدنی و علوم ورزشی واحدبین الملل قشم،دانشگاه آزاد اسلامی قشم،ایران .

۳- استادیار مدیریت ورزشی، مدیریت ورزشی، گروه تربیت بدنی و علوم ورزشی واحدبین الملل قشم،دانشگاه آزاد اسلامی قشم،ایران.

اطلاعات مقاله:

نوع مقاله: **مقاله پژوهشی**

***نویسنده مسئول:**

hamid.saybani@gmail.com

دریافت مقاله دی ماه ۱۴۰۰

ویرایش مقاله خرداد ماه ۱۴۰۱

پذیرش مقاله خرداد ماه ۱۴۰۱

واژه های کلیدی:

کیفیت خدمات،

رویدادهای ورزشی،

کشتی

ارجاع:

محمدمیرزا، سایبانی، سوادی. **طراحی الگوی کیفیت خدمات رویدادهای ورزش کشتی ایران.** پژوهش در مدیریت ورزشی و رفتار حرکتی، ۱۴۰۲: ۱۳(۲۵): ۲۰۴-۱۶۸

چکیده

هدف پژوهش حاضر طراحی الگوی کیفیت خدمات رویدادهای ورزش کشتی در ایران می باشد، روش تحقیق حاضر آمیخته (کمی،کیفی)می باشد .جامعه آماری در بخش کیفی شامل گروه های کانونی و خبرگان حاضر در فدراسیون کشتی،سازمان لیگ، که شناخت کامل از مسابقات ورزشی داشته و در بخش کمی نیز کلیه تماشاگران حاضر در لیگ برتر کشتی در سال ۱۴۰۰ بود. تعداد ۱۷ نفر در بخش کیفی به صورت روش گلوله برفی وهدفمندو ۳۸۴ نفر در بخش کمی نمونه آماری را به روش تصادفی ودر دسترس، تشکیل دادند. ابزار جمع‌آوری اطلاعات در بخش کیفی، مصاحبه نیمه ساختار یافته بود. نتایج برگرفته مصاحبه در غالب یک پرسشنامه با ۷ عامل اصلی در بخش کمی مورد استفاده قرار گرفت. برای مدل سازی معادلات ساختاری از نرم افزارهای اس.پی.اس نسخه ۲۳ و پی.ال.اس نسخه ۲ استفاده شد. شاخص برازش مدل GOF=۰/۶۷ گزارش شد. در مجموع ۷ عامل کیفیت ارائه خدمات(۰/۷۲)، مهارت های فنی(۰/۵۰)، تعامل(۰/۴۸)، کیفیت محیط(۰/۷۹)، ارزیابی(۰/۷۸)، کیفیت داوران(۰/۴۷)، ارزش اجتماعی(۰/۲۱) بر کیفیت خدمات رویدادهای ورزش کشتی ایران تأثیر دارند. با توجه به نتایج بدست آمده هر یک از عوامل به ترتیب اهمیت و اولویت می تواند در کیفیت بخشی به رویدادهای ورزش کشتی مؤثر بوده و مورد توجه دست اندرکاران و مسئوولین این بخش قراربگیرید.

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]

[DOR: 20.1001.1.22520716.1402.13.25.12.2]

[DOI: 10.61186/JRSM.13.25.186]

مقدمه

باشگاه های ورزشی کشور سازمان هایی مستقل اند و جایگاه ویژه ای درزمینه فعالیت های استعدادیابی و توسعه ورزش کشتی به عهده گرفته اند. این باشگاه ها با هماهنگی هیأت های استانی و با نظارت فدراسیون و زیر نظر سازمان لیگ در فعالیت هایی در قالب شرکت در مسابقات مختلف به توسعه این ورزش کمک می کنند. سوابق نشان می دهد که اهداف این باشگاه ها در توسعه ورزش کشتی چندان روشن نیست. به دلیل وارد شدن برخی از باشگاه ها در بازار رقابت و به منظور ارایه محصولات و جلب حامی مالی و مشتری بیشتر به تیمداری در ورزش های مختلف از جمله ورزش کشتی روی آورده اند. این قبیل باشگاه ها در قالب تیم های ورزشی مقاصد اقتصادی خود را دنبال می کنند و میادین و سالن های ورزشی را بهترین محل برای عرضه محصولات خود به مشتریان و جلب حامی مالی تشخیص می دهند. برای مثال از این قبیل سازمان های اقتصادی می توان به ایران مال،بیمه رازی، سینا صنعت ایذه و غیره اشاره کرد. اما در برخی دیگر در رقابت با باشگاه های حرفه ای و جلب سرمایه و پیدا کردن حامی مالی، چندان موفق عمل نکردند و بالطبع پس مدتی به فعالیت خود خاتمه دادند، در نتیجه از گردونه رقابت کنار گذاشته شدند (۱). علی رغم این که هدف اصلی برگزاری مسابقات برای جلب تماشاگر، بالا بردن ارایه کیفیت خدمات، و لذت بردن خانواده ورزش از نمایشی که بازیکنان تیم محبوب شان ارایه می کنند،متأسفانه در برخی موارد مشاهده شده است که بعضی رویداد های ورزشی به صحنه های پرخاشگری، زد و خوردهای فردی و گروهی، اهانت به داور و مسئولین برگزارکنندگان مسابقه تبدیل شده است. بروز صحنه هایی این چنینی هنگام رویدادهای ورزشی نه تنها در جهت توسعه رویداد های ورزشی نیست، بلکه باعث می شود تا علاقه مندان به این ورزش جذاب و دیدنی، عکس العمل منفی نشان دهند و کمتر موجبات تشویق فرزندان خود برای شرکت در این رویداد ها را فراهم آورند. مدیریت این باشگاه های ورزشی حاضر نیستند عوامل زمینه ساز این گونه رفتارهای پرخاشگری را در سالن ها و میادین ورزشی و در حضور جمعیت چند هزار نفری شناسایی کنند. مدیریت و برنامه ریزی صحیح و اجرای تصمیمات دقیق به منظور ایجاد محیطی مناسب برای تماشاگران و بازیکنان و جلوگیری از هر نوع پرخاشگری و سو، رفتار در سالن های ورزشی، به اقدامات مدیریتی مناسب در جهت افزایش کیفیت خدمات، ایجاد محیطی مناسب بستگی دارد(۲). هر رویداد ورزشی می تواند نشان دهنده توانایی ملت ها در عرصه های مختلف ملی و جهانی باشد و همچنین می توان سالن ها، میادین، و استادیوم های ورزشی را به جای صحنه های پرخاشگرانه بر اساس نظریه های ارایه کیفیت خدمات، مدیریت کرد. علی رغم آن که فعالیت هایی که توسط فدراسیون، سازمان لیگ و باشگاه های ورزشی برای ارتقای ورزش کشتی کشور در حال انجام است،اما عمدتاً فعالیت ها بر اساس دانش شخصی مدیران اداره می شود و این مدیران کمتر توانسته اند تصمیمات خود را بر پایه یافته های علمی استوار سازند(۳). در صنعت خدمات ورزشی، کیفیت خدمات رابطهٔ نزدیکی با رضایتمندی مشتریان داردو سازمان های ورزشی می دانند که شرط موفقیت آن ها ارائه خدمات با کیفیت به مشتریان است و بنابراین اندیشه چنین رویکردی،امروزه رمز ماندگاری در محیط های رقابتی به شمار می رود (٤)، به طوری که با بهبود

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]
[DOR: 20.1001.1.22520716.1402.13.25.12.2]
[DOI: 10.61186/JRSM.13.25.186]

کیفیت خدمات رضایتمندی مشتریان نیز افزایش می یابد. کو، ژانگ، کاتونی و پاستور(۲۰۱۱) در مطالعه ای با عنوان "ارزیابی کیفیت رویداد در ورزش های پر طرفدار"، را مورد مطالعه قرار دادند و یک چارچوب مفهومی همراه با یک مقیاس اندازه گیری ویژه برای ارزیابی درک تماشاگران از کیفیت رویداد طراحی کردند. آن ها الگو جامع تری نسبت به دیگر تحقیقات موجود ارایه دادند. در مطالعه آن ها عواملی چون: کیفیت مسابقه، تعامل، کیفیت خدمات، نتیجه بازی، و شرایط محیطی برگزاری مسابقات، مورد بررسی قرار گرفت. تحقیق حاضر از الگویی که کو و دیگران (۲۰۱۱) ارایه کردند به عنوان الگویی پیش فرض به منظور بررسی مبانی نظری و پیشینه در زمینه کیفیت خدمات ،استفاده کرده است. چنین به نظر می رسد که مطالعات کیفیت خدمات در ایران، علاوه بر عواملی که کو و دیگران (۲۰۱۱) در مطالعات شان به آن اشاره کرده اند، لازم است عوامل دیگری که به نظر این محقق مهم به شمار آید مورد بررسی قرار گیرد(۵). از جمله این عوامل می توان به قیمت تهیه بلیط، تسهیلات محل اسکان، کیفیت بهداشت، ایمنی محل برگزاری مسابقات و فراهم کردن آسایش خاطر هواداران و کسانی که برای گذران اوقات فراغت تماشای مسابقات را ترجیح می دهند، اشاره کرد. برای بومی سازی ارایه الگو جامع کیفیت خدمات و ساخت یک ابزار اندازه گیری معتبر و با ثبات، محقق علاوه بر مطالعه مبانی نظری و پیشینه تحقیق که از طریق منابع راهنما، منابع دست دوم و منابع دست اول به دست می آیند استفاده کرده و به محقق در آزمون نظریه های موجود کمک خواهد کرد (٦). همچنین از افرادی که در برگزاری مسابقات کشتی در سطوح مختلف تجربه دارند و نقطه نظرات شان می تواند به محقق در تبیین الگو و تهیه ابزار برای اندازه گیری کیفیت خدمات در مسابقات ملی کمک کند، استفاده کرد. دو کیم وهمکاران (۲۰۱۹) در تحقیقی به بررسی کیفیت خدمات ارائه شده در بازی های زمستانی سال ۲۰۱۸در پیونگ یانگ کره شمالی پرداخت اند که تأکید تحقیق حاضر بر خدمات پزشکی بود(۷). ریبز و همکاران (۲۰۱۸)،نیز به بررسی کیفیت خدمات و برداشت اجتماعی از بازی های المپیک ریو دوژانیرو ۲۰۱٦پرداخت اند و نتایج تحقیق نشان داد: روانسنجی خوبی از ساختار چند بعدی کیفیت خدمات متشکل از ابعاد فنی ، عملکردی ، زیبایی شناختی ، دسترسی ، اقامت و رویدادهای مکمل، ساختار کیفیت خدمات بطور معنی داری با تأثیر مثبت اجتماعی (تصویر شهر و افزایش غرور جامعه ، تجربیات اجتماعی و زیرساخت های عمومی) و تأثیر منفی اجتماعی (تعارضات اجتماعی و هزینه ها) مرتبط اند(۸). کالابوینگ وهمکاران (۲۰۱۵) در تحقیقی به "تأثیرکیفیت خدمات در رویدادهای ورزشی"، پرداخت اند و نتایج تحقیق نشان داد: یک مقیاس معتبر برای سازمان های برگزار کننده مسابقات - کیفیت خدمات درآن رویداد می باشد. بنابراین چنین اقداماتی کمک شایانی به اخذ تصمیمات سازمان های ورزشی می کند(۹). گیووانیس، اتاناسوفولو و تسوکاتوس (۲۰۱۵) در زمینه ،"نقش انصاف و عدالت خدمات در کیفیت خدمات، کیفیت رابطه و زنجیره وفاداری مشتری"، مطالعه کردند. آن ها بیان داشت اند در محیط بسیار رقابتی امروزه، که با نیازهای مشتری، به سرعت درحال تغییر است، از دست دادن مشتریان پر هزینه است و از طرفی حفظ قوا، روابط پایدار، و متقابلا روابط سودمند با مشتریان، مرکز الگوی بازاریابی معاصر است و در حوزه بازاریابی، مزیت رقابتی قابل توجهی برای شرکت ها به شمار می آید.و اما در خدمات،

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]
[DOR: 20.1001.1.22520716.1402.13.25.12.2]
[DOI: 10.61186/JRSM.13.25.186]

روند اجرا، بیشتر قابل مشاهده است . به طور مثال - ارائه دهندگان خدمات می بایست تمرکز خود را از استراتژی های مبتنی بر معامله که به راحتی می تواند توسط رقبا کپی شود،بهتر است به استراتژی های مبتنی بر روابط تغییر یابند(۱۰). شواهد نشان می دهد که امروزه برای جلب نظر و برآورده کردن نیاز های مشتری (تماشاگر رویداد ورزشی) لازم است شرایطی فراهم گردد تا مدیریت باشگاه ها سطح آگاهی شان را نسبت به نتایج مطالعاتی که در زمینه افزایش کیفیت خدمات انجام گرفته، افزایش دهند. آگاهی نسبت به عواملی که کیفیت خدمات و جلب مشتری را در رویداد های ورزشی ارتقا، می بخشند، این امکان را برای مدیران به وجود می آورد تا در جهت برآورده سازی نیازهای مشتریان و برگزاری بهتر مسابقات لیگ تلاش نمایند. به کار گرفتن بازیکنان زبده و ماهر و مورد علاقه تماشاگران از یک سو، بر تعداد وفاداران باشگاه های ورزشی می افزاید و از سوی دیگر به علاقه مند کردن حامیان مالی برای تامین بخشی از هزینه های جاری تیم های ورزشی کمک می کنند. مشاهده شده است که صاحبان صنایع اعم از ورزشی و غیر ورزشی به دنبال بازار هایی برای جلب مشتری و عرضه محصولات خود هستند. این صنایع به عنوان حامی مالی از تیم های باشگاه های موفق و پر طرفدار به عنوان بازار های مستعد برای ارایه محصولات خود حمایت مالی می کنند. این حامیان (اسپانسر ها) امروزه برای ایجاد انگیزه، شور و هیجان بیشتر تلاش می کنند تا آگاهی بیشتری نسبت به خواسته های مشتریان پیدا کنند و همچنین می کوشند شرایطی برای بازاریابی محصولات و جلب مشتری بیشتر فراهم آورند. ارزیابی مدیران این صنایع این که تا چه اندازه تیم های لیگ برتر در رسیدن به اهداف شان در تأمین و جلب رضایت مشتری موفق بوده اند، به نتایج مطالعات و شیوه های اندازه گیری کیفیت خدمات و جلب رضایت مشتری است که چشم بدان دوخته اند (۱۱). باشگاه های کشتی که در لیگ برتر این فدراسیون حضور دارند، در پی جذب هواداران بیشتر و ایجاد نام نما (برند) در ذهن تماشاگران هست اند تا میزان وفاداری تماشاگران به باشگاه را افزایش دهند. باشگاه ها می کوشند تا افراد بیشتری را جذب باشگاه خود کنند و در پی آن، از طریق حامیان مالی قوی تر خود، در رقابت با دیگر تیم ها، آن هارا به سطح مطلوب تری برسانند. هر چه باشگاهی پرطرفدارتر باشد احتمال جذب بازیکن بهتر وجود دارد و در مبحث جابه جایی بازیکنان می تواند موفق تر عمل کند. وجود طرفداران و علاقمندان احتمال پخش تلویزیونی را افزایش می دهد و به حامیان برای ترویج محصولات کمک می نماید. لیگ هاو سایر رویدادهای کشتی نقش سازنده ای در توسعه این ورزش در بین جوانان دارند و برای جذب و افزایش گرایش جوانان، باید کیفیت خدمات در این مسابقات را بالا برد. با وجود مطالعات مختلف صورت گرفته در سایر بخش های خدماتی، در حیطهٔ ورزش تحقیقاتی که کیفیت خدمات را به طور جامع و کلی در رویداد ورزشی مورد پوشش قرار دهد انجام گرفته است،اما تلاش های اندکی به منظور تبیین الگو جامع کیفیت خدمات و بررسی رضایت مندی تماشاگران در حوزهٔ ورزش کشتی صورت گرفته است. محقق قصد دارد به این سؤال پاسخ دهد که آیا می توان الگویی برای کیفیت خدمات رویدادهای ورزش کشتی- طراحی کرد؟

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]
[DOR: 20.1001.1.22520716.1402.13.25.12.2]
[DOI: 10.61186/JRSM.13.25.186]

روش شناسی تحقیق

این تحقیق به لحاظ هدف و ماهیّت از نوع کاربردی است که نوع داده‌های آن ترکیب کیفی و کمّی است و شکل جمع‌آوری داده‌ها، میدانی می‌باشد. بر اساس طول مدت اجرا، مقطعی و به‌صورت میدانی و از لحاظ زمان مورد بررسی، حال‌نگر و از نظر استراتژی از نوع تحقیقات توصیفی-تحلیلی است. با توجه به طراحی مدل در انجام این تحقیق، طرح تحقیق حاضر مدل‌سازی معادلات ساختاری بود. در بخش کیفی، جامعه آماری متشکل از خبرگانی است که در زمینه رویدادهای ورزشی تخصص علمی و مدیریتی را دارند. بنابراین، مصاحبه‌هایی با ۱۷ نفر خبرگان به روش هدفمند انجام پذیرفت. بخش کمی تحقیق نیز شامل کلیه تماشاگران حاضر در ورزشگاه های لیگ برتر در سال ۱۴۰۰ بوده است. باتوجه به این که برای هر گویه بین ۵ تا ۱۰ نفر مورد نیاز بود بنابراین تعداد ۳۸٤ نفر به روش طبقه ای نسبی به روش در دسترس انتخاب شدند. به علت شیوع بیماری کووید۱۹وعدم حضورکامل تماشاگران در سالن های مسابقات با استفاده ازکانون هواداری رشته ورزشی کشتی وگروه‌های مجازی مربوط به علاقمندان کشتی و قهرمانان کشتی و بانک اطلاعاتی سازمان لیگ فدراسیون کشتی ازپرسشنامه های آنلاین جهت جمع آوری اطلاعات استفاده گردید. در ابتدا به منظور شناسایی عوامل، مصاحبه نیمه ساختاریافته با خبرگان انجام گرفت. اطلاعات تجزیه و تحلیل داده ها در بخش کیفی با استفاده از سه مرحله کدگذاری انجام گرفت. در نتیجه کد باز اولیه از ۱۷ مصاحبه انجام شده ۱۲۹ کد بدست آمد و پس از خلاصه سازی کدهای مشابه تعداد کدهای باز نهایی ۷۲ کد بدست آمد. در مرحله دوم ۱۳ محور و در مرحله سوم ۷ کد انتخابی نهایی شناسایی شد. در نهایت پرسشنامه‌ای با ٥٤ سؤال ۵ گزینه‌ای بر اساس مقیاس ۵ درجه ای لیکرت و دارای گزینه‌های خیلی زیاد، زیاد، متوسط، کم و خیلی کم با امتیازهای به ترتیب ۵، ٤، ۳، ، ۲، ۱ تدوین شد. برای روانسنجی سازه‌های تحقیق، از تحلیل عاملی اکتشافی و تحلیل عامل تأییدی استفاده شد. همچنین برای بررسی مدل مفهومی تحقیق از تحلیل مسیر با استفاده مدلسازی معادلات ساختاری از نرم افزار اس.پی.اس نسخه ۲۳ و پی.ال.اس نسخه ۲ استفاده شد.

یافته های تحقیق

نتایج توصیفی تحقیق نشان داد: نمونه های تحقیق حاضر۵۸/۳ درصد مجرد و ٤۱/۷ درصد متأهل بودن، ۵/درصد۳۰مدرک دیپلم ، ۱۸/۲ مدرک فوق دیپلم، ۳٦/۷ مدرک کارشناسی، ۱۰/۷ درصد کارشناسی ارشد، ۳/۹ مدرک دکتری بودند.وضعیت شغلی هم ۱۲/۸ درصد بیکار، ۸/۱ درصد دانش آموز، ٤۳ درصد دانشجو، ۱٤/۳ درصد کارمند، ۲۱/۹ درصد آزاد بودندومیانگین سن ۲۹/۸۹ و سابقه حضور ۳/۸۲ بود.

در این پژوهش از تحلیل عاملی اکتشافی برای تعیین و شناسایی عوامل موثر بر الگوی جامع کیفیت خدمات رویدادهای ورزش کشتی ایران استفاده شد. به همین دلیل پیش از انجام تحلیل عاملی، به منظور اطمینان از

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]
[DOR: 20.1001.1.22520716.1402.13.25.12.2]
[DOI: 10.61186/JRSM.13.25.186]

کافی بودن تعداد نمونه از معیار کایرز- مِی‌یِر- اولکین[1](KMO) و برای تعیین همبستگی بین متغیرها (گویه‌ها) از آزمون بارتلت[2]استفاده شد.

جدول ۱. نتایج آزمون بارتلت و *KMO*

آزمون		مقدار
مقدار کایرز – می یر و اوکلین (کفایت حجم نمونه)		۰/۷۵۵
آزمون کرویت بارتلت	مقدار کای اسکوآر (χ^2)	۵۶۲۸/۴۵۳
	درجه آزادی	۱۴۳۱
	سطح معناداری	۰/۰۰۱

با توجه به یافته‌های جدول ۱- مقدار KMO به دست آمده ۰/۷۵۵ می‌باشد. این مقدار بیانگر این موضوع است که تعداد نمونه‌های تحقیق به منظور تحلیل عاملی کفایت می‌کند و انجام تحلیل عاملی برای داده‌های مورد نظر امکان‌پذیر بوده و می‌توان داده‌ها را به یک سری عامل‌های پنهان تقلیل داد. همچنین نتایج آزمون بارتلت (χ^2=۵۶۲۸/۴۵۳ ،Sig=۰/۰۰۱) نشان داد: بین گویه‌ها، همبستگی بالایی وجود دارد. ازاین‌رو ادامه و استفاده از سایر مراحل تحلیل عاملی جایز است. در ادامه نتایج به دست آمده، از تحلیل عاملی مؤلفه‌ها به تفکیک با مقدار بارعاملی به دست آمده برای هر عامل ارائه شده است.

جدول ۲. توصیف گویه‌های عوامل کیفیت خدمات رویدادهای ورزش کشتی ایران

ردیف	گویه های ارائه کیفیت خدمات	بار عاملی
۱	شرایط تشک های مسابقه در سطح مناسب (استاندارد) .	۰/۸۳۰
۲	شرایط تماشای محوطه مسابقه در سطح مناسبی (قابل مشاهده از تمام قسمت های سالن) .	۰/۸۲۳
۳	قیمت خدمات ارائه شده در سالن مسابقات .	۰/۸۱۲
٤	کیفیت امکانات در سطح مناسب	۰/۸۰٤
٥	کیفیت پرسنل (وضعیت ظاهری، رفتار فردی، کارایی) .	۰/۸۰۱
٦	محل استقرار تیم ها در سالن مسابقات در محل مناسب .	۰/۷۹۲
۷	قیمت بلیط سالن مسابقات .	۰/٦۸٦
گویه	گویه های مهارت های فنی	بار عاملی
۸	تداخل زمانی با مسابقات مختلف .	۰/۷۰٤
۹	سازماندهی مسابقات توسط کادر اجرایی .	۰/٦۸۰
۱۰	استفاده از عوامل اجرایی مجرب	۰/٦۷٦
۱۱	استفاده از کشتی گیران با مهارت فنی بالا	۰/٦۰٥

[1]. Kaiser- Meyer-Oklin measure of sampling adequacy (KMO)
[2]. Bartlett' Test of Sphericity

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]
[DOR: 20.1001.1.22520716.1402.13.25.12.2]
[DOI: 10.61186/JRSM.13.25.186]

۱۲	استفاده از کادر سرشناس مجرب	۰/۵۷۸
۱۳	اطلاع رسانی از اتفاقات روز مسابقات .	۰/۵۶۱
۱٤	برخورداری ورزشکاران از مهارت در اجرای فن زیبا .	۰/۵٤٦
۱۵	اطلاع رسانی قبل و بعد از مسابقات	۰/۵۲۳
گویه	**گویه های تعامل**	**بار عاملی**
۱٦	تعامل مربیان با داوران	۰/۷٦۳
۱۷	برگزاری دوره های حرفه ای مربیان و کادر تیم ها	۰/۷۳۱
۱۸	سازماندهی هواداران به منظور افزایش تعامل	۰/۷۱۸
۱۹	راه اندازی کانون هواداران	۰/۷۱٤
۲۰	برقراری فرهنگ مناسب بین تماشاگران	۰/۷۰۹
۲۱	استفاده از کادر اجرایی آموزش دیده	۰/۷۰۰
۲۲	تعامل بین ارکان رقابت	۰/۵۲۵
گویه	**گویه های کیفیت محیط**	**بار عاملی**
۲۳	سهولت در دست یابی به سالن و جایگاه	۰/۷٤٤
۲٤	قراردادن تابلو های نمایش امتیاز در محل مناسب	۰/٦۹۲
۲۵	سهولت خروج از سالن ورزشی	۰/٦۵۷
۲٦	مکان یابی مناسب سالن مسابقات	۰/٦۲۵
۲۷	وجود سرویس های سالن به تعداد مناسب و در محل مناسب	۰/٦۱۲
۲۸	ظرفیت مناسب سالن	۰/٦۰۰
۲۹	تعداد آبخوری های مناسب	۰/۵٦۳
۳۰	زیبایی محیط در سالن مسابقات	۰/۵۰۸
گویه	**گویه های ارزیابی**	**بار عاملی**
۳۱	براورده شدن انتظارات تماشاگران از طرف برگزار کنندگان	۰/۷۳٤
۳۲	فرایند ارزیابی در رویداد های مختلف	۰/۷۳۲
۳۳	وجودآیین‌نامه مرتبط با هر مسابقه	۰/٦۷۸
۳٤	تدوین موارد قانونی مربوط به هر مسابقه	۰/٦۵۳
۳۵	نظام بازرسی مناسب و مدام از مسابقات	۰/۵۲٦
گویه	**گویه های کیفیت داوران**	بار عاملی
۳٦	کیفیت داوری	۰/۷٦٤
۳۷	چیدمان بی طرف داوری ها	۰/۷۲۹
۳۸	استفاده از داوران سرشناس با درجه بین المللی	۰/۵۵۱
۳۹	توانایی تصمیم گیری لازم از سوی داوران	۰/۵٤۱

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]
[DOR: 20.1001.1.22520716.1402.13.25.12.2]
[DOI: 10.61186/JRSM.13.25.186]

گویه	گویه های تعامل ارزش اجتماعی	بار عاملی
٤٠	توجه به مسائل فرهنگی تماشاگران	۰/۸۲۳
٤١	ارزش گذاری اجتماعی صحیح برای برگزاری مسابقه	۰/۸۱۰

به منظور اطمینان از روایی سازه و تأیید عامل‌های شناسایی شده در مرحله قبل (تحلیل عامل اکتشافی)، عامل‌ها با استفاده از آزمون تحلیل عامل تأییدی به روش مربعات جزئی بررسی شد. اگر بار عاملی کمتر از ۰/۳ باشد، رابطه ضعیف درنظر گرفته شده و از آن صرفنظر می شود. بار عاملی بین ۰/۳ و ۰/٦ قابل قبول و اگر بزرگتر از ۰/٦ باشد، خیلی مطلوب است. براساس نتایج گزارش شده در جدول ۳. بارهای عاملی سؤالات تحقیق قابل قبول می باشد و مقادیر آماره t نیز بیش از ۱/۹٦ بدست آمد و در نتیجه تمامی سؤالات حفظ شد (شکل۱ و ۲).

جدول ۳. نتایج بار عامل تاییدی

عوامل	سوال	بارعاملی	مقدار t	سطح معناداری
کیفیت ارائه خدمات	۱	۰/۸۹	۳۳/٦۷	۰/۰۰۱
	۲	۰/۸۰	۱۷/۱۳	۰/۰۰۱
	۳	۰/۷۹	۱۵/۸٦	۰/۰۰۱
	٤	۰/۸۷	۲۸/۳٦	۰/۰۰۱
	۵	۰/۸۸	۲۸/۷۹	۰/۰۰۱
	٦	۰/۸٦	۲۷/٦۵	۰/۰۰۱
	۷	۰/۸٦	۲٦/۰۳	۰/۰۰۱
مهارت های فنی	۸	۰/٦۳	۵/۳۰	۰/۰۰۱
	۹	۰/۵۳	۲/۳۲۰	۰/۰۰۱
	۱۰	۰/٦٤	۲/۹٤	۰/۰۰۱
	۱۱	۰/٦٤	۳/۱۹	۰/۰۰۱
	۱۲	۰/۷۰	۳/۸٦	۰/۰۰۱
	۱۳	۰/۵۹	۳/۱۹	۰/۰۰۱
	۱٤	۰/٤۹	۱/۹۹	۰/۰۰۱
	۱۵	۰/۵۱	۲/٦۲	۰/۰۰۱
تعامل	۱٦	۰/۷۲	۹/۲۹	۰/۰۰۱
	۱۷	۰/۷۳	۱۰/٦۸	۰/۰۰۱
	۱۸	۰/۷۰	۸/۸٦	۰/۰۰۱
	۱۹	۰/۸۰	۱۸/۸۷	۰/۰۰۱
	۲۰	۰/۸۰	۱۹/۲۳	۰/۰۰۱
	۲۱	۰/۸۱	۱۷/۰۷	۰/۰۰۱
	۲۲	۰/۵٤	٦/۱۳	۰/۰۰۱

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]
[DOR: 20.1001.1.22520716.1402.13.25.12.2]
[DOI: 10.61186/JRSM.13.25.186]

کیفیت محیط	۲۳	۰/۸۲	۲۳/۷۷	۰/۰۰۱
	۲٤	۰/۷٦	۱٤/٥۳	۰/۰۰۱
	۲٥	۰/٤٥	٤/٥۳	/۰۰۱
	۲٦	۰/٦۰	٦/۹٦	۰/۰۰۱
	۲۷	۰/٥۹	۷/۲۷	۰/۰۰۱
	۲۸	۰/٥۲	٥/٥۱	۰/۰۰۱
	۲۹	۰/۷۹	۱۹/٦۱	۰/۰۰۱
	۳۰	۰/۷۹	۱۹/٦۱	۰/۰۰۱
ارزیابی	۳۱	۰/٦۸	۱۳/۲۲	۰/۰۰۱
	۳۲	۰/٥٦	٥/۲٦	۰/۰۰۱
	۳۳	۰/٥٥	٤/۹٤	۰/۰۰۱
	۳٤	۰/۸۲	۱٦/۲۸	۰/۰۰۱
	۳٥	۰/۸۸	۲۰/٥٥	۰/۰۰۱
کیفیت داوران	۳٦	۰/٦۱	٥/۳٦	۰/۰۰۱
	۳٤	۰/۸۰	۱٥/٦٦	۰/۰۰۱
	۳۸	۰/٦۷	۷/۰۲	۰/۰۰۱
	۳۹	۰/٥٦	٤/۹۸	۰/۰۰۱
ارزش اجتماعی	٤۰	۰/۸٦	٥/۷٥	۰/۰۰۱
	٤۱	۰/٦۱	۳/٤٤	۰/۰۰۱

از شاخص آلفای کرونباخ و شاخص پایایی ترکیبی به منظور بررسی پایایی و ارزیابی قابلیت اطمینان سازگاری درونی متغیرهای مدل اندازه گیری استفاده گردید. برای شاخص آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی مقادیر بالاتر از ۰/۷ قابل قبول هست اند. همان طور که در جدول ٤، مشاهده می شود، مقادیر آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی برای همه متغیرهای تحقیق قابل قبول شدند. بنابراین پایایی و همسانی درونی متغیرهای تحقیق مورد تأیید قرار گرفت. از شاخص متوسط واریانس استخراج شده به منظور بررسی روایی همگرای مدل اندازه گیری تحقیق استفاده گردید. روایی همگرا برای بررسی این که هر سؤال دارای بیشترین همبستگی با سازه خود نسبت به سایر سازه ها می باشد استفاده می شود.شاخص متوسط واریانس استخراج شده به بررسی تبیین واریانس سؤال ها توسط متغیر پنهان می پردازد، به عبارت دیگر به بررسی میزان همبستگی تک تک متغیرهای پنهان با سؤال های مربوط به خودشان می پردازد. در ادامه حداقل مقدار پذیرفته شده برای شاخص متوسط واریانس استخراج شده، ۰/۵ تعیین شد. همان طور که در جدول ٤، مشاهده می شود با توجه به مقادیر شاخص متوسط واریانس استخراج شده، روایی همگرا مورد تأیید قرار می گیرد.

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]
[DOR: 20.1001.1.22520716.1402.13.25.12.2]
[DOI: 10.61186/JRSM.13.25.186]

جدول٤. مقادیر آلفای کرونباخ، پایایی ترکیبی و شاخص متوسط واریانس استخراج شده برای متغیرهای تحقیق

مولفه ها	آلفای کرونباخ	پایایی ترکیبی	AVE	سطح معناداری
کیفیت ارائه خدمات	۰/۹۳	۰/۹٤	۰/۷۳	۰/۰۰۱
مهارت های فنی	۰/۸۰	۰/۸۱	۰/۵۵	۰/۰۰۱
تعامل	۰/۸٦	۰/۸۹	۰/۵٤	۰/۰۰۱
کیفیت محیط	۰/۹۳	۰/۸۷	۰/۵٦	۰/۰۰۱
ارزیابی	۰/۷٤	۰/۸۲	۰/۵۹	۰/۰۰۱
کیفیت داوران	۰/۷۰	۰/۷٦	۰/۵۵	۰/۰۰۱
ارزش اجتماعی	۰/۷۳	۰/۷۱	۰/۵٦	۰/۰۰۱

از شاخص فورنل و لاکر به منظور بررسی روایی واگرا مدل اندازه گیری تحقیق استفاده گردید. روایی واگرا برای بررسی این که هر سؤال دارای بیشترین همبستگی با سازه خود نسبت به سایر سازه ها باشد استفاده می شود. طبق شاخص فورنل و لاکر، یک متغیر پنهان در مقایسه با سایر متغیرهای پنهان، باید پراکندگی بیشتری را در بین سؤال های خود داشته باشد. به عبارت دیگر جذر میانگین واریانس استخراج شده هر متغیر پنهان باید بیشتر از حداکثر همبستگی آن متغیر با دیگر متغیرهای پنهان مدل باشد. همان طور که در جدول ۵- مشاهده می‌شود این مهم به وقوع پیوسته است. بنابراین روایی واگرا مورد تأیید قرار می گیرد.

جدول۵. فورنل و لاکر به منظور تعیین روایی واگرای بخش اندازه گیری مدل مقادیر تحقیق

مولفه ها	۱	۲	۳	٤	۵	٦	۷
کیفیت ارائه خدمات	۰/۸۵						
مهارت های فنی	۰/۷۱	۰/۷٤					
تعامل	۰/٦۹	۰/۵۲	۰/۷۳				
کیفیت محیط	۰/٦۹	۰/۷۲	۰/٦۱	۰/۷٤			
ارزیابی	۰/۷۲	۰/٦۷	۰/٦٤	۰/۵۱	۰/۷٦		
کیفیت داوران	۰/٦۸	۰/٤۲	۰/٤۳	۰/۳۵	۰/٦۹	۰/۷٤	
ارزش اجتماعی	۰/٤٦	۰/۲۳	۰/۳۹	۰/۲۰	۰/٤۳	۰/٦۳	۰/۷۵

کیفیت و قدرت پیش بینی ساختاری مدل پژوهش از طریق شاخص اشتراکی و ضریب تعیین R^2 قابل بررسی است. مقادیر مثبت شاخص اشتراکی Q^2 نشان دهنده کیفیت مناسب مدل اندازه‌گیری می‌باشد. ضریب تعیین R^2 نشان از تأثیری دارد، که یک مؤلفه برون‌زا بر یک مولفه درون‌زا می‌گذارد. مقدار این ضریب از صفر تا یک است که مقادیر بزرگتر، مطلوب تر است. مقادیر نزدیک به ۰/٦۷ را مطلوب، نزدیک به ۰/ ۳۳ را معمولی، نزدیک به ۰/۱۹ را ضعیف ارزیابی می‌نماید. بنابراین براساس مقادیر نشان داده شده در جدول ٦، مدل ساختاری تحقیق دارای کیفیت و قدرت پیش بینی مناسب است.

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]
[DOR: 20.1001.1.22520716.1402.13.25.12.2]
[DOI: 10.61186/JRSM.13.25.186]

جدول٦. کیفیت خدمات رویداد کشتی و قدرت پیش بینی مدل بررسی اندازه‌گیری مقادیر

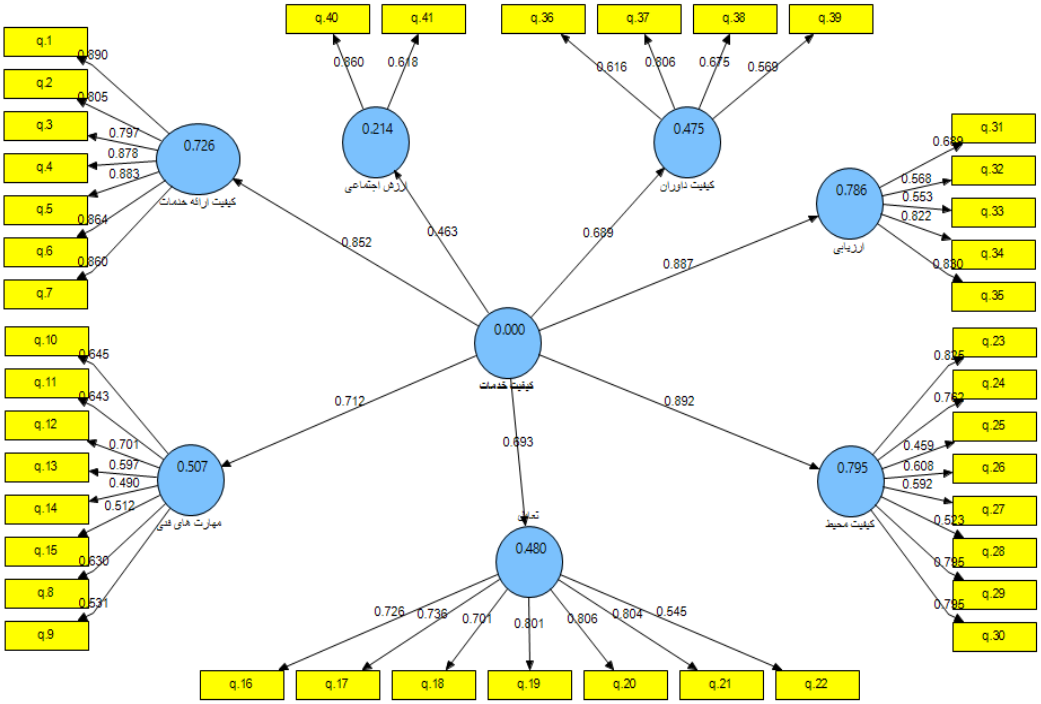
مولفه ها	شاخص اشتراکی Q^2	R^2	سطح معناداری
کیفیت ارائه خدمات	۰/٤۳	۰/۷۲	۰/۰۰۱
مهارت های فنی	۰/۳٦	۰/۵۰	۰/۰۰۱
تعامل	۰/۱۲	۰/٤۸	۰/۰۰۱
کیفیت محیط	۰/۰۹	۰/۷۹	۰/۰۰۱
ارزیابی	۰/۱۰	۰/۷۸	۰/۰۰۱
کیفیت داوران	۰/۳۵	۰/٤۷	۰/۰۰۱
ارزش اجتماعی	۰/۲۹	۰/۲۱	۰/۰۰۱

شاخص نیکویی برازش (گاف) مربوط به بخش کلی مدل های معادلات ساختاری است، که توسط این شاخص پژوهشگر می تواند پس از بررسی بخش اندازه گیری مدل و بررسی کیفیت و قدرت پیش بینی ساختاری مدل، برازش بخش کلی را نیز کنترل نماید. این شاخص، مجذور ضرب دو مقدار متوسط مقادیر اشتراکی و متوسط ضرایب تعیین است. مقادیر ۰/۰۱ ، ۰/۲۵ و ۰/۳٦ به ترتیب قوی، متوسط و ضعیف ارزیابی می نماید (استیونز،۲۰۰۹).

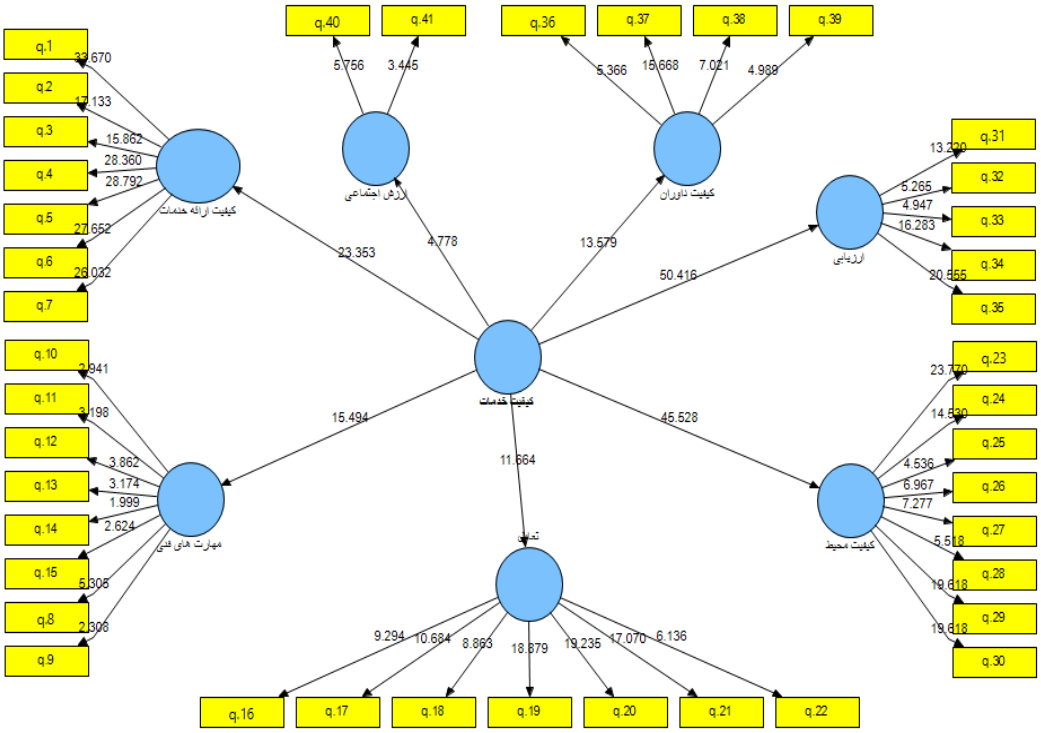
$$GOF = \sqrt{(communality) \times (R\ square)}$$

براساس محاسبات انجام شده بر مبنای فرمول بالا، مقدار شاخص نیکویی برازش برای مدل پژوهش تحقیق حاضر برابر ۰/٦۷ محاسبه شده است، که این مقدار خوب و قوی می باشد. بنابراین می توان نتیجه گرفت که برازش کلی مدل مناسب است و قدرت مدل در تبیین و پیش بینی متغیر کیفیت خدمات رویداد ورزشی بالا و مناسب است.

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]
[DOR: 20.1001.1.22520716.1402.13.25.12.2]
[DOI: 10.61186/JRSM.13.25.186]



شکل ۱- مدل نهایی تحقیق با بار عاملی



شکل ۲- مدل نهایی تحقیق با مقادیر t

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]
[DOR: 20.1001.1.22520716.1402.13.25.12.2]
[DOI: 10.61186/JRSM.13.25.186]

بحث و نتیجه گیری

رویداد های ورزشی از بزرگترین پدیده های اجتماعی در قرن معاصر به شمار می رود. در حال حاضر مردم به رویداد های ورزشی به عنوان یک صنعت مهم در تامین سلامتی روحی و جسمانی جامعه در حال تعییر نگاه می کنند و سازمان ها از آن به عنوان عاملی موثر در رشد اقتصاد ملی و تفاهم و نزدیکی بین فرهنگ ها یاد می کنند. قلمروی رویداد های ورزشی و صنایع وابسته به سرعت رو به گسترش است و شرایطی فراهم آورده است تا میلیاردها انسان از مزایای آن بهره مند شوند. به همین منظور محقق در پی طراحی الگوی جامع کیفیت خدمات رویدادهای ورزش کشتی ایران بود.

نتایج تحقیق حاضرنشان داد که کیفیت ارائه خدمات بر کیفیت خدمات رویدادهای ورزش کشتی ایران تاثیر دارد. نتایج تحقیق با نتایج تحقیقات معماریان و همکاران (۱۳۹۹) همخوان می باشد. در تأیید این نتیجه کالابوینگ و همکاران (۲۰۱٦) در تحقیقی به تأثیرکیفیت خدمات در رویدادهای ورزشی پرداخت اند و نتایج تحقیق نشان داد یک مقیاس معتبر برای سازمان های برگزار کننده مسابقات کیفیت، خدمات درآن رویداد می باشد و این مقوله کمک زیادی به اخذ تصمیمات برای سازمان های ورزشی می باشد. بلادجت و همکاران (۲۰۱۸) در تحقیق خود به این نتیجه رسیدند که کیفیت خدمات در اماکن ورزشی از جمله کیفیت مناسب امکانات، محیط ورزشگاه، پشتیبانی و خدمات کارکنان تأثیر فوالعاده ای بر نیات رفتاری، رضایت و بازگشت مجدد تماشاگران به استادیوم های ورزشی دارد. پیچا او دای و همکاران (۲۰۱۹) در پژوهشی در پارک ورزشی و تفریحی استان ژیانگو چین بر اهمیت کیفیت خدمات در اماکن ورزشی تأکید کردند و دسترسی به امکانات، فضای مناسب، خدمات کارکنان و امنیت محیط را به عنوان مؤلفه‌های کیفیت خدمات در محیط‌ها و اماکن ورزشی ذکر کردند. بنابراین با شناخت شاخص ها و مؤلفه های کیفیت خدمات در رویدادهای ورزشی مسئولین و دست اندرکاران برگزاری رویدادها می توانند در بالا بردن رضایت تماشاگران وخدمات دهی مناسب به انان تلاش کنندتا به کیفیت مسابقات ورضایت تماشاگران افزوده شود.

نتایج تحقیق حاضرنشان داد که مهارت های فنی بر کیفیت خدمات رویدادهای ورزش کشتی ایران تأثیر دارد. نتایج تحقیق با نتایج تحقیقات معماریان و همکاران (۱۳۹۹)، خطیب زاده و همکاران (۱۳۹۰) همخوان می باشد. بردی و کروبین (۲۰۰۱) کیفیت فنی را به عنوان خروجی تولید و تحویل خدمات، مفهوم سازی می کنند، به عبارتی کیفیت فنی کیفیتی است که مصرف کننده به طور واقعی به عنوان نتیجهٔ تعامل اش با شرکت خدماتی دریافت می دارد و این کیفیت برای او و ارزیابی کیفیت خدمات حائز اهمیت است. اگر ورزشکاران به خوبی در مسابقات نقش خود را ایفاء کنند، از مهارت های بالاتری در مسابقات برخوردار باشند و تمام توان خود را در انجام مسابقات به کار گیرند، موجب احساس رضایت تماشاگران نسبت به کیفیت فنی شده و تماشاگران از بودن در ورزشگاه شاد می شوند و زمانی که تیم مقابل از کیفیت بالا و سابقهٔ خوبی در انجام مسابقات و همچنین رکوردهای خوبی برخوردار باشد. یعنی این درک را در تماشاگران ایجاد می کند که موفقیت نه تنها

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]
[DOR: 20.1001.1.22520716.1402.13.25.12.2]
[DOI: 10.61186/JRSM.13.25.186]

برای ورزشکاران تیم بوده، بلکه برای تماشاگران هم نوعی موفقیت ایجاد شده است و تمجید و تحسین تیم سبب ایجاد خوشحالی در تماشاگران می شود و برای آن ها رضایت مناسب و برتری ایجاد می کند.

نتایج تحقیق حاضر نشان داد که تعامل بر کیفیت خدمات رویدادهای ورزش کشتی ایران تأثیر دارد. نتایج تحقیق با نتایج تحقیقات آرازشی و سپاسی (۱۳۹۷) همخوان می باشد. تعامل جزو خدمات ناملموس است و دربرگیرنده برخورد کارکنان استادیوم با تماشاگران است. در کیفیت خدمات، تأکید برتعامل برای ایجاد احساس خوب تماشاگران از رویدادهای ورزشی بسیار پراهمیت است. یوشیدا و جیمز (۲۰۱۱) معتقدند که تعامل عامل تأثیرگذاری بر کیفیت خدمات است و رضایت مشتری را به همراه خواهد داشت. روزیتاو همکاران (۲۰۱٤) معتقداند که بزرگی محیط، کیفیت عمل و صلاحیت کارکنان رابطه معنی داری با رضایت مشتریان و نوع رفتار آن ها دارد و بررسی رگرسیون نشان داد صلاحیت کارکنان ارتباط بیشتری با رضایت مشتریان دارد و همچنین عوامل کیفیت خدمات در رضایت مشتریان و رفتار تاثیر دارند.

نتایج تحقیق حاضر نشان داد که کیفیت محیط بر کیفیت خدمات رویدادهای ورزش کشتی ایران تأثیر دارد. نتایج تحقیق با نتایج تحقیقات معماریان و همکاران (۱۳۹۹)، روزیتاو همکاران (۲۰۱٤) همخوان می باشد. معماریان و همکاران (۱۳۹۹) معتقدند سهولت دسترسی به امکانات بر ادراک تماشاگران نسبت به کیفیت خدمات ارائه شده ورزشگاه مؤثر است و می تواند تأثیر زیادی بر کیفیت عملکردی داشته باشد و تماشاگران احساس می کنند ورزشگاه در بعد عملکردی خود بسیار مطلوب است و از این بعد کیفیت یکی از موارد که در کیفیت محیط مطرح می شود –دسترسی– می باشد. چگونگی دسترسی به مکان برگزاری مسابقات، کیفیت و بهداشت اماکن برگزاری، برای تماشاگران از اهمیت خاصی برخورداراند و وجود تابلوهای راهنمایی برای دسترسی راحت تر تماشاگران به ورزشگاه‌ها رضایتمندی آنان را افزایش می‌دهد. نشانه گذاری مشخص و مناسب برای راهنمایی تماشاگران در بیرون ورزشگاه و کیفیت خوب تابلوهای امتیازات در داخل ورزشگاه ها می‌توانند یکی از عوامل مؤثر بر بهبود کیفیت محیط باشند.

نتایج تحقیق حاضرنشان داد که ارزیابی بر کیفیت خدمات رویدادهای ورزش کشتی ایران تأثیر دارد. نتایج تحقیق با نتایج تحقیقات آرازشی و سپاسی (۱۳۹۷) و خطیب زاده و همکاران (۱۳۹۰) همخوان می باشد. شانک (۲۰۰٦) در پژوهش خود عامل ارزیابی کلی را معرفی کرد. کو و همکاران (۲۰۱۱) نیز عامل ارزیابی نهایی را که بعد از برگزاری بازی صورت می پذیرد، به عنوان عاملی از عوامل کیفیت خدمات ورزشی بیان کردند. می توان گفت که خرسندی از حضور در یک رویداد ورزشی و تبدیل شدن به یک هوادار در این زیرعامل مشاهده می شود. در عامل اصلی ارزیابی کلی از بازی، دو عامل فرعی ارزیابی حین بازی و ارزیابی بعد از بازی با کیفیت خدمات ارتباط معناداری دارند که بیشتر، عواطف و احساسات تماشاگران را درحین برگزاری مسابقات و بعد از بازی بررسی می کنند. ارزیابی کلی، احتمال حضور در رویداد را بدون درنظرگرفتن ارزیابی جنبه های خاص کیفیت خدمات در بر می گیرد. ارزیابی تماشاگران بعد از پایان بازی، نقطهٔ پایان فرایند بازی است که درنهایت، با تأثیر بر ارزیابی کلی، عامل مهمی در ارزیابی کیفیت خدمات است. ذهنیت و نگرش فرد عامل

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]
[DOR: 20.1001.1.22520716.1402.13.25.12.2]
[DOI: 10.61186/JRSM.13.25.186]

بسیار مهمی در ارزیابی کیفیت خدمات است. همان طور که بیان شد، کیفیت خدمات به عنوان شکافی بین انتظارات مشتری نسبت به خدمات و درک او نسبت به خدمات درک شده، جایگاه ویژه ای دارد. مشتری در ذهن خود انتظارات را از خدمات با خدمات موجود مقایسه می کند. بنابراین، رضایت تماشاگر از –رویداد– موجب می شود تا هوادار رویداد شود؛ ازاین روی، خوشحالی و رضایت تماشاگر از حضور در رویداد می تواند عامل مهمی در کیفیت خدمات باشد .

نتایج تحقیق حاضرنشان داد که: کیفیت داوران بر کیفیت خدمات رویدادهای ورزش کشتی ایران تأثیر دارد. نتایج تحقیق با نتایج تحقیقات آرازشی و سپاسی (۱۳۹۷) و خطیب زاده و همکاران (۱۳۹۰) همخوان می باشد. برنتال و ساویر (۲۰۰٤) برای اولین بار در مسابقات انجمن تنیس آمریکا، عامل کیفیت داوری را بررسی کردند در پژوهش حاضر، این عامل نیز یک عامل اثرگذار درنظر گرفته شده است که وقت بازی را در الگوی پیشنهادی خود جای دادند. قضاوت و داوری رکن اساسی هر رویداد ورزشی است. کلی و ترولی (۲۰۱۳) نیز معتقداند: اداره صحیح بازی و تصمیمات درست داوران، برای تماشاگران از اهمیت زیادی برخورداراند. در یک مسابقهٔ ورزشی، داور مسئول برگزاری درست و قانونمند مسابقه است، کیوتل و همکاران (۲۰۱۷) دشواری ارزیابی درک مشتری را به هنگام روبه روشدن با خدمات در بستر ورزشی، برجسته نشان دادند. برخلاف ارزیابی یک کالا، ارزیابی تجربهٔ رویداد ورزشی برای تماشاگر دشوار است؛ زیرا، بسیاری از عوامل کیفیت خدمات تحت تأثیر زمینه های اجتماعی و فرهنگی قرار می گیرند. به عقیده پژوهشگران، درحالی که تماشاگران ممکن است انتظارات متفاوتی نسبت به رویدادی داشته باشند، نشانه های ملموسی نیز وجود دارند که می توان آن ها را درمدت برگزاری رویداد ورزشی ارزیابی کرد؛ برای مثال، ارزیابی تماشاگران از ارزش درک شده، کیفیت تفریح و سرگرمی، امکانات فیزیکی و تعامل با کارکنان نظیر راهنماها، فروشندگان بلیت، صاحب امتیازان و دست فروشان را می توان درطول یا پس از رویداد واقعی ارزیابی کرد. درک کیفیت خدمات در بستر ورزش شامل: درک این موضوع است که چه چیزی باید ارزیابی شود.

نتایج تحقیق حاضرنشان کرد که ارزش اجتماعی بر کیفیت خدمات رویدادهای ورزش کشتی ایران تاثیر دارد. نتایج این تحقیق با نتایج تحقیقات ریبرو و همکاران (۲۰۱۸) همخوان می باشد. ریبرو و همکاران (۲۰۱۸) به بررسی کیفیت خدمات و برداشت اجتماعی از بازی های المپیک ریو دوژانیرو(۲۰۱٦)پرداخت اند. نتایج تحقیق نشان داد روانسنجی خوبی از ساختار چند بعدی کیفیت خدمات متشکل از ابعاد فنی، عملکردی، زیبایی شناختی، دسترسی، اقامت و رویدادهای مکمل. ساختار کیفیت خدمات به طور معنی داری با تأثیر مثبت اجتماعی (تصویر شهر و افزایش غرور جامعه، تجربیات اجتماعی و زیرساخت های عمومی) و تأثیر منفی اجتماعی (تعارضات اجتماعی و هزینه)ها مرتبط اند. ارزش‌های اجتماعی شامل همه چیزهای مطلوب یا نامطلوب، مناسب یا نامناسب است که مورد علاقه، توجه و احترام انسان‌ها است. هر امری و هر چیزی اعم از مادی یا معنوی که در جامعه دارای قدر و قیمت باشد و نیازهای مادی و معنوی انسان را برآورده کند یا هرچیز گران بهاء و سودمند از جمله ارزش‌های اجتماعی است. به عبارت دیگر هرچیزی که مفید، خواستنی و بالاخره

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]
[DOR: 20.1001.1.22520716.1402.13.25.12.2]
[DOI: 10.61186/JRSM.13.25.186]

مورد تحسین گروه است ارزش اجتماعی محسوب می شود. بر این اساس ارزش‌ها تمام شئون زندگی اجتماعی را در بر می‌گیرد و امری یا چیزی وجود ندارد که دارای 'ارزش' نباشد.

به طور کلی نگاهی اجمالی به پژوهش های انجام شده مرتبط با پژوهش حاضر نشان می دهد که بحث کیفیت خدمات رویدادهای ورزشی مطالعه و بررسی شده است و پژوهش های انجام شده نیز بیشتر درزمینهٔ رویدادهای بزرگ ورزشی صورت گرفته اند. در ایران، ورزش کشتی بسیار پرطرفدار است. درحال حاضر در کشور ایران، رویدادهای مختلف کشتی در سطوح مختلف و در رده های سنی متفاوتی برگزار می شوند که پیشرفت این رشته و نتایج خوب کشورمان در در مسابقات اخیر المپیک ۲۰۲۰ ژاپن و مسابقات جهانی ۲۰۲۱ نروژ، اهمیت بررسی کیفیت خدمات رویدادهای ورزش کشتی را دوچندان کرده است. در کشور ایران، کیفیت ارائهٔ خدمات در سطوح پایین تری نسبت به مسابقات جهانی قرار دارد. امکانات ارائه شده درطول بازی های ملی، از زمان برنامه ریزی جهت برگزاری مسابقه، فروش بلیت تا اتمام بازی و خروج تماشاگران از استادیوم، نسبت به بیشتر کشورها کیفیت کمتری دارد. اما نتایج تحقیق نشان داد که می توان با مدنظر قرار دادن کیفیت ارائه خدمات، مهارت های فنی، تعامل، ارزیابی، کیفیت محیط، ارزش اجتماعی و کیفیت داوران می توان کیفیت خدمات رویدادهای ورزش کشتی را افزایش داد. به طور کلی می توان نتیجه گرفت که ارائهٔ خدماتی که رضایتمندی و شرکت مجدد تماشاگران را فراهم می‌آورند، ازجمله عوامل بسیار پراهمیت در تکمیل چرخهٔ رویداد ورزشی است که با ارزیابی درست رویداد ورزشی میسر خواهد شد. نتایج تحقیق نشان داد که کیفیت ارائه خدمات بر کیفیت خدمات رویدادهای ورزش کشتی ایران تأثیر دارد. لذا توجه به مواردی از قبیل شرایط تشک های مسابقه، شرایط تماشای محوطه مسابقه، قیمت خدمات ارائه شده در سالن مسابقات، کیفیت امکانات، کیفیت پرسنل (وضعیت ظاهری، رفتار فردی، کارایی)، کیفیت محل استقرار تیم ها و قیمت بلیط سالن مسابقات پیشنهاد می شود. نتایج تحقیق نشان داد که مهارت های فنی بر کیفیت خدمات رویدادهای ورزش کشتی ایران تأثیر دارد. لذا توجه به مواردی از قبیل بررسی عدم تداخل زمانی با مسابقات مختلف، سازماندهی مسابقات توسط کادر اجرایی، استفاده از عوامل اجرایی مجرب، کشتی گیران با مهارت فنی بالا، کادر سرشناس مجرب، اطلاع رسانی از اتفاقات روز مسابقات پیشنهاد می شود. نتایج تحقیق نشان داد که تعامل بر کیفیت خدمات رویدادهای ورزش کشتی ایران تأثیر دارد. تعامل مربیان با داوران در سطح مناسبی قرار دارد. مواردی از قبیل برگزاری دوره های حرفه ای مربیان و کادر تیم ها برای آموزش اصول رفتاری، افزایش تعامل سازماندهی شده، تأسیس کانون هواداری، ایجاد فرهنگ مناسب، تعامل بین ارکان رقابتی پیشنهاد می شود. نتایج تحقیق نشان داد که کیفیت محیط بر کیفیت خدمات رویدادهای ورزش کشتی ایران تأثیر دارد. لذا ایجاد فضایی برای دسترسی آسان و جایگاه سالن، استفاده از تابلوهای نمایش امتیاز، مکان یابی مناسب سالن مسابقات با استفاده از کارشناسان رشته تربیت بدنی، تناسب بین تعداد تماشاگران و سرویس بهداشتی پیشنهاد می شود.

نتایج تحقیق نشان داد که ارزیابی بر کیفیت خدمات رویدادهای ورزش کشتی ایران تأثیر دارد. لذا مواردی از قبیل ایجاد فرایند ارزیابی در رویداد، تدوین آیین نامه مرتبط با هر مسابقه،تدوین قوانین و مقررات برای هر

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]
[DOR: 20.1001.1.22520716.1402.13.25.12.2]
[DOI: 10.61186/JRSM.13.25.186]

مسابقه، ایجار نظامنامه بازرسی مناسب و مداوم در مسابقات پیشنهاد می شود. نتایج تحقیق نشان داد که کیفیت داوران بر کیفیت خدمات رویدادهای ورزش کشتی ایران تاثیر دارد. مواردی از چیدمان داوری ها بی طرفانه، استفاده از داوران سرشناس با درجه بین المللی پیشنهادمی شود. نتایج تحقیق نشان داد که ارزش اجتماعی بر کیفیت خدمات رویدادهای ورزش کشتی ایران تأثیر دارد. لذا توجه به مسائل فرهنگی تماشاگران و ارزش گذاری اجتماعی صحیح برای برگزاری مسابقه پیشنهاد می شود.

References

1-Arzashi N, Sepasi H, NourbakhshP, Nourbakhsh M. Making and validate service quality assessment tools at sporting events. Journal of Sport Management Studies.2019:243-266. (inpersian).

2- Beyrami J, Beyrami b, Rejimi A. Comparison of service quality in spectators of equestrian and volleyball clubs. Journal of Sport Management Studies.2015:129-140. (inpersian).

3- Allameh M, Note Dan A. Investigating the impact of service quality on customer loyalty. Journal of Business Management.2011:109-124.(inpersian).

4- Khatibzadeh M, Koozehchian H, Honor A. Factors Affecting the Quality of Sports Tourism Services from the Perspective of Tourists in Shahrevard Esteghlal and Persepolis. 6th National Conference of Physical Education and Sports Science Students of Iran, Tehran, Research Institute of Physical Education and Sports Sciences.2011. (inpersian).

5- Kopantora J, Zhang J, Cattani K. Assessment of event quality in major spectator sports. Journal of Managing Service Quality.2011: 304-322.

6- Kelley S, Truly, W. Consumer perceptions of service quality". Journal of Business Research.2013: 161-166.

7- Keum Seok B, Doo-Sup K, Young-Hee L. PyeongChang 2018 Winter Olympic Games and athletes' usage of 'polyclinic' medical services. http://dx.doi.org/10.1136/bmjsem-2019:000548

8-Reis A, Vieira M. Fabiana R. Sport for Development" in developing countries: The case of the Vilas Olímpicas do Rio de Janeiro. Sport Management Review. 2018: 107–119

9- Theodorakis N, Kaplanidou K , Karabaxoglou I. Effect of Event Service Quality and Satisfaction on Happiness Among Runners of a Recurring Sport Event. Leisure Sciences: An Interdisciplinary Journal2015: 87-107.

10- Giovanis A, Athanasopoulou P, Tsoukatos E .The role of service fairness in the service quality And relationship quality with customer loyalty chain: An empirical study. Journal of Service Theory and Practice. 2015:744 – 776.

11- Aminuddin Y, Lee H.S. Spectator perceptions of physical facility and team quality: A study of Malaysia super league soccer match. Research Journal of International Studies. 2008: 132-140.

12- Reosta A, Venus D, Ebrahimi A. Marketing Management.Samat Publications, Tehran, Eleventh Edition.2014: 447.

13-Brady M, Cronin J. Some new thoughts on conceptualizing perceived service quality: A hierarchical approach. Journal of Marketing.2001: 34-49.

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]
[DOR: 20.1001.1.22520716.1402.13.25.12.2]
[DOI: 10.61186/JRSM.13.25.186]

14-Kelley S, Truly W.Consumer perceptions of service quality. Journal of Business Research 2013:161-166.

15-Silvers R. Professional Event Coordination.2004: Hoboken NJ: John Wiley & Sons.

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]

[DOR: 20.1001.1.22520716.1402.13.25.12.2]

[DOI: 10.61186/JRSM.13.25.186]