

(مقاله پژوهشی)

## مدل سازی رابطه ادراک کیفیت خدمات با رضایتمندی و تمایل به بازگشت به سواحل دریای خزر (مطالعه موردی: المپیاد ورزش‌های آبی و ساحلی بابلسر)

محدثه رحمانی<sup>۱</sup>، مرتضی دوستی<sup>۲</sup>

### چکیده

هدف از پژوهش حاضر بررسی رابطه ادراک کیفیت خدمات با رضایت و تمایل به بازگشت در المپیاد ورزش‌های آبی و ساحلی شهرستان بابلسر بود. روش پژوهش توصیفی و از نظر نتیجه کاربردی، شیوه گردآوری داده‌ها از طریق مطالعات کتابخانه‌ای و پرسشنامه استاندارد صورت گرفت. جامعه آماری شامل مسئولین اجرایی، مربیان و ورزشکاران شرکت کننده در المپیاد ورزش‌های آبی و ساحلی شهر بابلسر بودند که تعداد ۳۶۰ نمونه از بین این جامعه که در المپیاد ورزش‌های آبی و ساحلی بابلسر حضور داشتند به طور تصادفی ساده انتخاب شدند. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از نرم افزار SPSS و برای بررسی نتایج استنباطی و روابط بین متغیرهای پژوهش از تحلیل معادلات ساختاری با رویکرد حداقل مربعات جزئی با استفاده از نرم‌افزار smart pls استفاده شد. نتایج پژوهش نشان داد که بین متغیر کیفیت خدمات و رضایتمندی رابطه معنادار مستقیم و مثبت برقرار بوده و متغیر کیفیت خدمات ۷۹٪ از تغییرات متغیر رضایتمندی را تبیین می‌کند. بین دو متغیر کیفیت خدمات ادراک شده و تمایل به بازگشت مجدد رابطه مثبت و مستقیم برقرار بوده و متغیر کیفیت خدمات ادراک شده ۲۶٪ از تغییرات متغیر تمایل به بازگشت مجدد را تبیین می‌کند؛ همچنین متغیر رضایتمندی نیز ۵۸٪ از تغییرات متغیر تمایل به بازگشت مجدد را تبیین می‌کند و بر این اساس می‌توان گفت متغیر کیفیت خدمات به طور غیرمستقیم و از طریق متغیر میانجی رضایت ۴۵٪ از تغییرات متغیر تمایل به بازگشت مجدد را تبیین می‌کند. بر این اساس به مسئولان شهری و مدیران ورزشی پیشنهاد می‌شود که با ارتقای سطح کیفیت خدمات، می‌توانند سطح رضایتمندی و تمایل به بازگشت مجدد در رویدادهای ورزشی را افزایش دهند.

**واژگان کلیدی:** کیفیت خدمات، رضایتمندی، تمایل به بازگشت، المپیاد، ورزش‌های آبی و ساحلی.

تاریخ دریافت مقاله: ۹۸/۱۱/۰۴

تاریخ پذیرش مقاله: ۹۹/۰۵/۲۱

<sup>۱</sup> کارشناس ارشد مدیریت ورزشی دانشگاه مازندران

<sup>۲</sup> دانشیار دانشگاه مازندران (نویسنده مسئول: dosti@umz.ac.ir)

مقدمه

امروزه ورزش در تمامی جوامع، از جمله ایران، گسترش فراوانی یافته و هر روز بر تعداد افرادی که به صورت رقابتی یا به صورت تفریحی به انواع ورزش ها می پردازند، افزوده می شود (کارگر و همکاران، ۱۳۹۵). ورزش های ساحلی به یک وسوسه کننده بزرگ نه تنها برای ورزشکاران حرفه ای بلکه برای عموم مردم برای انجام ورزش های تفریحی تبدیل شده است و در واقع یکی از راه های جذاب گذراندن اوقات فراغت بطور فعال، انجام ورزش در کنار دریا و سواحل می باشد (بلکا و همکاران<sup>۱</sup>، ۲۰۱۵). توسعه ورزش کشور و استان مازندران به عنوان یکی از بخش های تاثیرگذار در حوزه های اقتصادی، سیاسی، فرهنگی و اجتماعی به سرمایه گذاری داخلی و خارجی نیاز دارد و ورزش های آبی و ساحلی نیز از این قاعده مستثنی نیست.

توجه به کیفیت خدمات، قدرت رقابتی بازاریابی را افزایش می دهد و یکی از عوامل مهم موفقیت در مقاصد گردشگری به شمار می رود (شانک و همکاران<sup>۲</sup>، ۲۰۱۲). به همین دلیل در سه دهه گذشته مباحث مربوط به کیفیت خدمات به یکی از عناصر بسیار مهم بخش های مختلف اقتصادی تبدیل شده است و علاقه مندی به کیفیت خدمات به طور قابل توجهی افزایش یافته است. (چن و همکاران<sup>۳</sup> ۲۰۱۲). کیفیت خدمات می تواند به عنوان اختلاف بین انتظارات مشتریان از خدمات و خدمات دریافت شده تعریف شود. در تعریف دیگری که توسط زیتامال و همکارانش<sup>۴</sup> ارائه شده است کیفیت خدمات نگرش و یا قضاوت کلی مشتریان در رابطه با برتری یک خدمت است (کوزه چیان و همکاران، ۱۳۹۰). لاولاک و همکاران<sup>۵</sup> (۲۰۰۱) در پژوهش خود بیان کردند که، کیفیت خدمات، قضاوت تماشاگر یا شرکت کننده درباره میزان برتری خدمات ورزشی یا اجزای خدمات است. هر چه تصور تماشاگران یا شرکت کنندگان به میزان برتری نزدیکتر باشد، ارزیابی شان از کیفیت خدمات بهتر خواهد بود (علی دوست فرخی و احمدی، ۱۳۹۱).

رضایتمندی مفهومی وسیع تر از کیفیت خدمات است، رضایتمندی شامل ارزیابی های عاطفی و شناختی است، درحالی که کیفیت خدمات اصولاً فرآیندی شناختی است (تیان کل و همکاران<sup>۶</sup> ۲۰۰۳). رضایت، احساس یا نگرشی است که مشتری پس از دریافت خدمت با آن مواجه می شود. در صنعت خدمات حفظ مشتری، رضایتمندی مشتری مهم تر از جذب مشتریان جدید است (کیم و همکاران<sup>۷</sup>، ۲۰۱۱). علاوه بر این، کیفیت خدمات نیز محرکی برای تمایل به بازگشت گردشگران محسوب می شود (شانک و همکاران، ۲۰۱۲).

ویلمر و همکاران<sup>۸</sup> (۲۰۱۹) در پژوهش خود به شناسایی بخش های مختلف تقاضا از نظر گردشگران خارجی و ابعاد انگیزشی آنها در منطقه دریایی و ساحلی پرداختند. گروهی از افراد را به عنوان "گردشگران ساحلی" معرفی کردند که هدف آنها دیدار از مقصد به دلیل آب و هوا، شن و ماسه و ارتباط با طبیعت است. گروهی دیگر به عنوان "گردشگران ورزش های آبی" هستند که مقصد را به قصد گشت و گذار آبی بازدید می کنند و از آفتاب و ساحل لذت می برند و گروهی به عنوان "گردشگران آفتاب و ساحل" که از مقصد بازدید می کنند و اساساً معیار آنها برای انگیزش استراحت و آرامش همراه با ساحل و آفتاب است.

راشل و مارک (۲۰۱۹) به پژوهشی با عنوان گردشگران ساحلی و عوامل رضایت آنها برای بازگشت پرداختند و به این نکته اشاره کردند که از بین تمام اشکال گردشگری، محبوب ترین آن بازدید از سواحل است. همچنین به مدل پیش بینی رضایت کلی ساکنان سواحل پرداختند، مدل آنها قادر به پیش بینی ۲۴٪ از مجموع سطوح رضایت کسانی که به ساحل می روند را نشان داد و بیشترین توصیف از واریانس، از اندازه گیری های ادراکی بدست آمد که رضایت از تسهیلات و ساحل است. همچنین به مدیران پیشنهاد دادند تا مدیریت مجموع سطوح رضایت بازدیدکنندگان را افزایش دهند تا احتمال بازدید مجدد آنها افزایش یابد.

<sup>۱</sup> Belka, et al

<sup>۲</sup> Shonk , et al

<sup>۳</sup> Chen, et al

<sup>۴</sup> Zeithaml, et al

<sup>۵</sup> Lovelock, et al

<sup>۶</sup> Tian-Cole, et al

<sup>۷</sup> Kim, et al

<sup>۸</sup> Wilmer, et al

گیبسون و همکاران<sup>۱</sup> (۲۰۰۳) نیز به این نتیجه رسیدند که رویدادهای ورزشی به ویژه رویدادهای کوچک به علت کم هزینه بودن و کارایی بالا در توسعه گردشگری ورزشی موثرند. سوتیریادیو و همکاران<sup>۲</sup> (۲۰۰۸) در تحقیق خود به این نتیجه رسیدند که برگزاری رویدادها و مسابقات ورزشی برای توسعه فنی ورزشکاران نخبه، ترویج ورزش و افزایش ویژگی و خصوصیات آن مهم هستند. اندام و همکاران (۱۳۹۲) به بررسی اثرات برگزاری رویدادهای ورزشی بر جامعه میزبان پرداختند. نتایج نشان داد که عامل توسعه و زیرساخت و مدیریت با اهمیت ترین عامل و عامل توسعه اقتصادی کم اهمیت ترین عامل مشخص شد. ریچی و لیونز<sup>۳</sup> (۱۹۹۰) در مطالعاتشان منافع متعددی از جمله: شناخت شهر میزبان، افزایش گردشگر، منافع اقتصادی (شغل و کسب و کار)، افزایش امکانات و تحصیلات، افزایش غرور شهروندان، فرصتی برای دیدار با افراد مختلف و ایجاد فضای آرام توام با هیجان را در جامعه میزبان ذکر کرده اند.

غفوری و همکاران (۱۳۹۲) به بررسی عوامل مؤثر در توسعه گردشگری ورزشی در شهرهای ساحلی مازندران پرداختند که نتایج نشان داد، تبلیغات و بازاریابی، مهمترین عامل در توسعه و جذب گردشگر ورزشی در شهرهای ساحلی مازندران است، مدیریت، امکانات و تأسیسات و زیرساخت ها در اولویت های بعدی توسعه و جذب گردشگر ورزشی در شهرهای ساحلی قرار دارد. کزاک<sup>۴</sup> (۲۰۰۲) در تحقیقی به بررسی عوامل مؤثر بر مسافرت گردشگران ورزشی با توجه به ملیت و مقصد آن ها به این نتیجه دست یافت که دسترسی به دریا و ساحل از مهم ترین دلایل سفر گردشگران انگلیسی به مالت و ترکیه است.

شیعه و علی پور (۱۳۸۹) در مطالعه ای به تحلیل عوامل کیفیت بخش محیط گردشگری ساحلی در رامسر پرداختند و با استفاده از پرسش نامه، عوامل مختلفی را در کیفیت تجربه گردشگران در محیط ساحلی مشخص نمودند و بیان داشتند که ارتباط معنی داری میان عوامل کیفی با متغیرهای میزان رضایت از محیط گردشگری وجود داشته و احتمال بازگشت مجدد به مقصد گردشگری می باشد. خطیب زاده و همکاران (۱۳۹۲) در پژوهش خود با عنوان رابطه ادراک از کیفیت خدمات با رضایتمندی و تمایل به بازگشت گردشگران ورزشی حاضر در شهرآورد استقلال و پرسپولیس به این نتیجه رسیدند که رضایتمندی در رابطه بین کیفیت خدمات و تمایل به بازگشت گردشگران ورزشی نقش میانجی ندارد. اگرچه رضایتمندی تأثیر معنی داری روی تمایل به بازگشت گردشگران ورزشی دارد؛ تأثیر کیفیت خدمات بیشتر است. تأثیر کیفیت خدمات بر رضایتمندی نیز معنادار است.

علی دوست فرخی و علی احمدی (۱۳۹۱) به بررسی رابطه بین کیفیت خدمات و رضایتمندی تماشاگران در ورزشگاه های میزبان لیگ قهرمانان آسیا پرداختند نتایج نشان داد که بین میزان دسترسی به خدمات، امنیت و طراحی و جذابیت فضای ورزشگاه با رضایتمندی تماشاگران رابطه معنی داری وجود دارد. همچنین بین بهداشتی بودن و تمیزی فضای ورزشگاه و نحوه برخورد مدیریت و کارکنان اجرایی با رضایتمندی تماشاگران رابطه معنی داری مشاهده شد.

لی و همکاران<sup>۵</sup> (۲۰۱۱) در پژوهش خود که به بررسی تأثیر کیفیت خدمات بر رضایتمندی و میزان حضور بازیکنان گلف پرداختند، به این نتیجه رسیدند که دو جنبه مهم از کیفیت خدمات، ملموس بودن و همدلی است که بر رضایتمندی بازیکنان گلف باز تأثیر می گذارد. نتایج پژوهش چن و همکارانش (۲۰۱۱) نشان داد که بین کیفیت خدمات و تمایل به بازدید مجدد، ارتباط مثبت وجود دارد. هال و همکارانش<sup>۶</sup> (۲۰۱۰) نیز به این نتیجه رسیدند که اگر تماشاگران از تسهیلاتی مانند در دسترس بودن، پارکینگ و صندلی ها رضایت کافی داشته باشند، احتمالاً در رویدادهای ورزشی مجدداً حضور پیدا خواهند کرد. همچنین نتایج پژوهش شانک و چلادورای (۲۰۰۸) حاکی از آن است که رضایتمندی تأثیر معناداری روی تمایل به بازگشت گردشگران

<sup>۱</sup> Gibson, et al

<sup>۲</sup> Sotiriadou, et al

<sup>۳</sup> Ritchie & Lyons

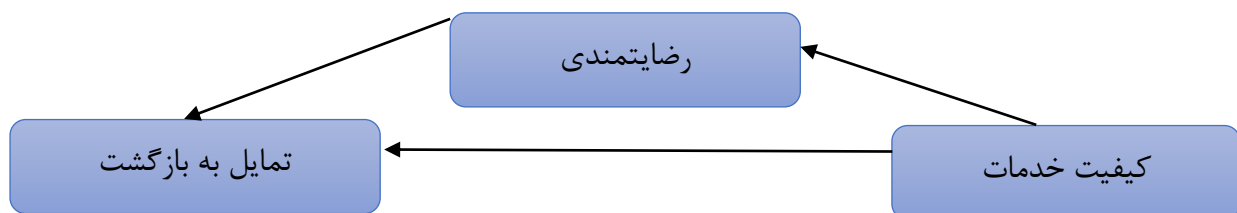
<sup>۴</sup> Kozak

<sup>۵</sup> Lee, et al

<sup>۶</sup> Hall, et al

ورزشی دارد. کاپلانیدو و گیسون<sup>۱</sup> (۲۰۱۰) نیز عنوان کردند گردشگران ورزشی فعالی که تجربه رضایت بخشی از حضور در یک رویداد ورزشی دارند تمایل دارند مجدداً در آن رویداد حضور داشته باشند.

با توجه به ادبیات پژوهش می توان گفت که بحث ارتباط کیفیت خدمات با رضایتمندی و تمایل به بازگشت در بین ورزشکاران، تماشاگران، گردشگران و غیره بحث برانگیز است و ممکن است در شرایط مختلف چگونگی ارتباط بین این متغیرها متفاوت باشد. شهر گردشگری و دانشگاهی بابل در حاشیه بزرگترین دریاچه جهان، از قابلیت‌های فراوانی در انواع مقوله های اقتصادی، تجاری، گردشگری تفریحی و ورزشی برخوردار است. همچنین موقعیت جغرافیایی، دوری از کوه و نزدیکی به دریا، آب و هوای معتدل، برخورداری از جاذبه‌های فرهنگی و محیطی، آن را تبدیل به یک منطقه گردشگری با تأکید بر مقاصد تفریحی و ورزشی کرده است که می‌تواند همه ساله میزبان المپیاد ورزش‌های آبی و ساحلی در بین آقایان و بانوان در رده‌های سنی مختلف و در رشته‌های ورزشی مختلف باشد که جذابیت‌های شهرستان بابل را افزایش دهد. از لحاظ نظری در استان مازندران و در شهرهای ساحلی تحقیق مشابهی با این سبک انجام نشده است از نظر کاربردی هم می‌تواند برای مسئولین شهری، مدیران ورزشی، مسئولین اجرایی، افراد خبره و پیشکسوت در زمینه ورزش‌های آبی و ساحلی، مربیان و ورزشکاران جهت بهبود ضعف ها و مشکلات موجود و همچنین به کارگیری اقدامات هرچه بهتر جهت توسعه کیفیت خدمات و امکانات در برگزاری رویدادهای بزرگ و المپیادها مهم و ضروری باشد؛ بنابراین با توجه به اهمیت ورزش در بین مردم هم به صورت رقابتی و قهرمانی و هم به عنوان تفریح و سرگرمی و گذراندن اوقات فراغت و ظرفیت‌های موجود در شهر بابل برای میزبانی رویدادهای بزرگ ورزشی و المپیاد کشوری در رشته‌های ورزش‌های آبی و ساحلی که موجب محبوبیت و شناخت این شهرستان در کشور، باعث ایجاد فرصت‌های شغلی، درآمد زایی، جذب گردشگران و غیره می‌شود که موجب رونق اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی می‌شود، محققان برآن شدند بر اساس مدل مفهومی زیر به این سوال پاسخ دهند که چه ارتباطی بین کیفیت خدمات با رضایت مندی و تمایل به بازگشت در بین ورزشکاران، مربیان و مسئولین اجرایی در المپیاد ورزش‌های آبی و ساحلی شهرستان بابل وجود دارد.



شکل (۱) مدل مفهومی ارتباط کیفیت خدمات با رضایتمندی و تمایل به بازگشت ورزشکاران، مربیان و مسئولین اجرایی در المپیاد ورزش‌های آبی و ساحلی شهرستان بابل

بر اساس مدل فوق، کیفیت خدمات ادراک شده و رضایتمندی به طور مستقیم تمایلات رفتاری ورزشکاران، مربیان و مسئولین اجرایی را تحت تأثیر قرار می‌دهند. علاوه بر این، کیفیت خدمات به طور غیرمستقیم نیز از طریق رضایتمندی رفتار ورزشکاران، مربیان و مسئولین اجرایی را تحت تأثیر قرار می‌دهد.

### روش‌شناسی تحقیق

تحقیق حاضر توصیفی از نوع همبستگی است که به شکل میدانی انجام شد. جامعه آماری شامل مسئولین اجرایی، مربیان در رشته‌های ورزشی (کشتی، سومو، فلوربال، راگی، تنیس، کبده، رزمی، فوتبال) ورزشکاران مرد در رشته‌های ورزشی (فوتبال ساحلی، والیبال ساحلی، کبده ساحلی، کشتی ساحلی، کشتی سومو، تنیس ساحلی، فلوربال ساحلی، راگی، طناب کشی، داژبال، کیک جیتسو، رزمی، کاناپولو، شنای آب های آزاد، سه گانه، موج سواری، اسپوکس و فوتبال رومیزی) و ورزشکاران زن در رشته‌های ورزشی (داژبال، راگی و رفتینگ) حاضر در المپیاد ورزش‌های آبی و ساحلی شهرستان بابل بودند، نمونه آماری

<sup>۱</sup> Kaplanidou & Gibson

۳۶۰ نفر به صورت تصادفی از بین جامعه آماری نامبرده که از استان‌های گیلان، خراسان رضوی، تهران، همدان، سمنان، فارس، زنجان، اصفهان، کرمانشاه، مرکزی و سایر شهرستان‌های استان مازندران به شهرستان بابلسر سفر کرده و در المپیاد ورزش‌های آبی و ساحلی حضور داشتند انتخاب شدند. تعداد ۴۰۰ پرسشنامه توزیع شد که در نهایت ۳۶۰ پرسشنامه قابل استفاده بود و مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. ابزار گردآوری اطلاعات در این پژوهش پرسشنامه ای است که شانک در رساله دکتری خویش در سال (۲۰۰۶) در دانشگاه اوهایو مورد استفاده قرار داده است. برای تعیین روایی صوری و محتوایی پرسشنامه با ۶ تن از اساتید مدیریت ورزشی مشورت شد و بعد از اعمال کلیه پیشنهادات اصلاحی و تغییرات ضروری، پرسشنامه مورد استفاده قرار گرفت. همچنین پایایی پرسشنامه از طریق آلفای کرونباخ در تعداد ۳۰ پرسشنامه‌ی تکمیل شده توسط افرادی که در المپیاد حضور داشتند و به صورت تصادفی ساده انتخاب شده بودند بررسی شد (۰/۷۶-α). این پرسشنامه در قالب مقیاس ۵ ارزشی لیکرت تدوین و به هر یک از شاخص‌ها ارزش عددی ۱ تا ۵ (کاملاً مخالفم تا کاملاً موافقم) اختصاص داده شد. برای تجزیه تحلیل داده‌ها از نرم افزار SPSS و برای بررسی نتایج استنباطی و روابط بین متغیرهای پژوهش از تحلیل معادلات ساختاری با رویکرد حداقل مربعات جزئی با استفاده از نرم‌افزار smart pls استفاده شد.

### یافته‌های تحقیق

در جدول (۱) ویژگی‌ها جمعیت‌شناختی افرادی که به پرسشنامه پاسخ داده اند آورده شد. از بین افراد (۳۱۸ نفر) مرد و (۴۲ نفر) مرد بودند. میزان تحصیلات این افراد (۸۳ نفر) زیر دیپلم، (۱۱۱ نفر) دیپلم، (۴۴ نفر) کارشناسی ارشد و (۴ نفر) دکترا لوده است. همچنین افراد با میانگین سنی زیر ۲۰ سال (۸۳ نفر)، میانگین سنی ۲۰ تا ۳۰ سال (۱۷۲ نفر)، میانگین سنی ۳۰ تا ۴۰ سال (۹۵ نفر) و افراد با میانگین سنی بالای ۴۰ سال (۱۰ نفر) بودند. همچنین از بین افراد (۲۱۳ نفر) با سابقه فعالیت ورزشی زیر ۱۰ سال، (۱۳۰ نفر) با سابقه فعالیت ورزشی بین ۱۰ تا ۲۰ سال و (۱۷ نفر) با سابقه فعالیت ورزشی بالای ۲۰ سال بوده اند.

جدول (۱) ویژگی‌ها جمعیت‌شناختی

متغیر	متغیرهای فرعی	فراوانی	درصد فراوانی
جنسیت	مرد	۳۱۸	۸۸/۳
	زن	۴۲	۱۱/۷
تحصیلات	زیر دیپلم	۸۳	۲۳/۱
	دیپلم	۱۱۱	۳۰/۸
	کارشناسی	۱۱۸	۳۲/۸
	کارشناسی ارشد	۴۴	۱۲/۲
نوع فعالیت	دکترا	۴	۱/۱
	ورزشکار	۲۹۰	۸۰/۶
	مربی	۳۶	۱۰
سن	مسئول اجرایی	۳۴	۹/۴
	زیر ۲۰ سال	۸۳	۲۳/۱
	۲۱ تا ۳۰ سال	۱۷۲	۴۷/۸
سابقه فعالیت ورزشی	۳۱ تا ۴۰ سال	۹۵	۲۶/۴
	بالای ۴۰ سال	۱۰	۲/۸
	زیر ۱۰ سال	۲۱۳	۵۹/۲
	۱۰ تا ۲۰ سال	۱۳۰	۳۶/۱
	بالای ۲۰ سال	۱۷	۴/۷

برای بررسی نتایج استنباطی و روابط بین متغیرهای پژوهش از تحلیل معادلات ساختاری با رویکرد حداقل مربعات جزئی با استفاده از نرم افزار smart pls استفاده شد؛ بر این اساس مدل پژوهش در سه مرحله برازش مدل اندازه‌گیری، برازش مدل ساختاری و برازش مدل کلی مورد ارزیابی قرار گرفت. به منظور بررسی مدل اندازه‌گیری پژوهش، مقدار پایایی مدل اندازه‌گیری از طریق سنجش بارهای عاملی، مقدار ضریب آلفا و پایایی ترکیبی به همراه روایی همگرا مورد ارزیابی قرار گرفت؛ بر این اساس و با توجه به نتایج جدول (۲) مقدار بارهای عاملی برای متغیرهای پژوهش محاسبه شده است و مشاهده می‌شود که بار عاملی برآورد شده برای هر شاخص بیشتر از ۰/۴ است و بیانگر همبستگی مناسب بین تمام شاخص‌های پژوهش است.

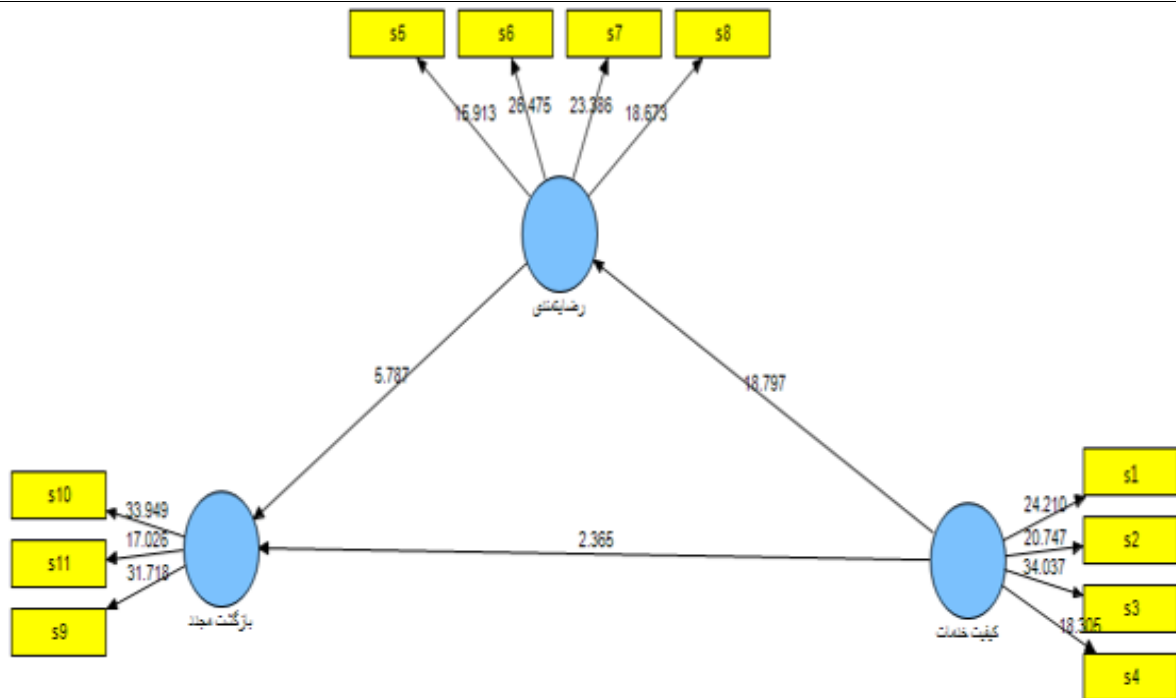
جدول (۲) بارهای عاملی متغیرهای پژوهش

سوال	کیفیت خدمات	سوال	رضایتمندی	سوال	بازگشت مجدد
۱	۰/۸۵	۵	۰/۷۹	۹	۰/۸۸
۲	۰/۸۴	۶	۰/۸۵	۱۰	۰/۹۰
۳	۰/۸۸	۷	۰/۸۵	۱۱	۰/۸۳
۴	۰/۸۱	۸	۰/۸۰	-	-

همچنین مقدار ضریب آلفا و پایایی ترکیبی متغیرهای پژوهش، در جدول (۳) خلاصه شده است و بر اساس آن می‌توان استنباط کرد که مقدار ضریب آلفا و پایایی ترکیبی برای تمام شاخص‌های پژوهش بیشتر از ۰/۷ به دست آمده و می‌توان گفت شاخص‌های پژوهش از پایایی مناسبی برخوردار هستند. با توجه به نتایج به دست آمده، به منظور بررسی روایی همگرای متغیرهای پژوهش مشاهده می‌شود که مقدار AVE (میانگین واریانس استخراجی) به دست آمده برای متغیر بازگشت مجدد (۰/۷) است که با توجه به این‌که مقدار قابل قبول AVE (۰/۴) می‌باشد؛ پس نشان از همبستگی قابل قبول متغیر بازگشت مجدد با شاخص‌های خود می‌باشد. مقدار AVE متغیر رضایتمندی برابر با (۰/۶) و متغیر کیفیت خدمات برابر (۰/۷) به دست آمده که نشان دهنده همبستگی خوب این متغیرها با شاخص‌های خود می‌باشد.

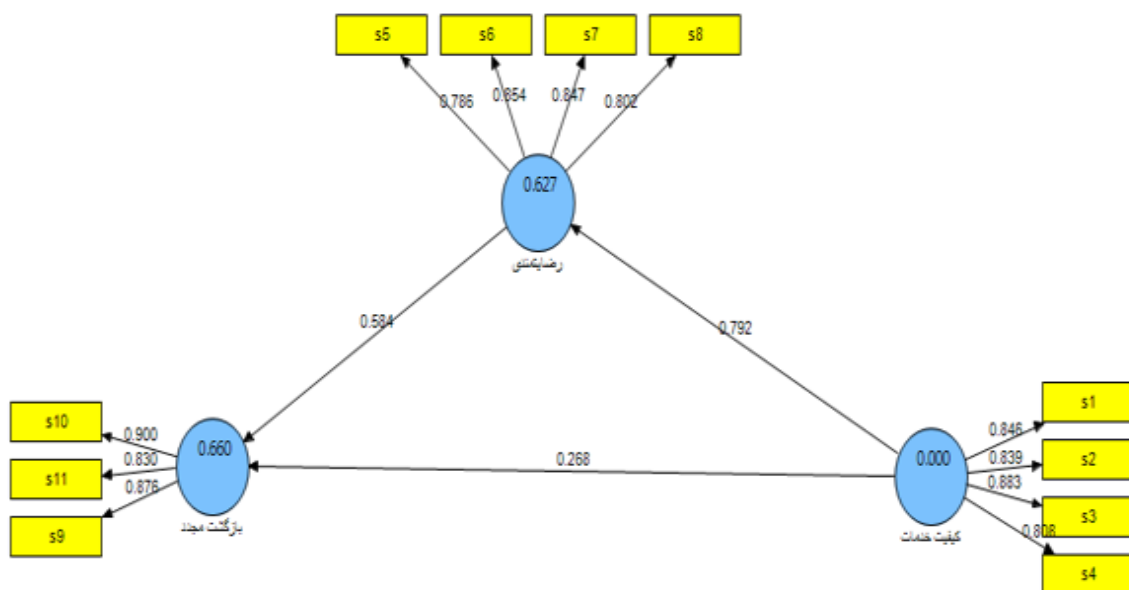
جدول (۳) مقادیر آلفای کرونباخ، ضریب تعیین و میانگین واریانس استخراجی متغیرهای پژوهش

متغیر	میانگین واریانس استخراجی	پایایی ترکیبی	ضریب تعیین	آلفا کرونباخ	میانگین مقادیر اشتراک
بازگشت مجدد	۰/۷۵	۰/۹	۰/۶۶	۰/۸۴	۰/۷۵
رضایتمندی	۰/۶۸	۰/۸۹	۰/۶۲	۰/۸۴	۰/۶۷
کیفیت خدمات	۰/۷۱	۰/۹۱	۰/۶۲	۰/۸۶	۰/۷۱



شکل (۲) ضرایب معنادار

به منظور برآزش مدل ساختاری پژوهش از سنجش ضرایب معناداری  $z$  (t-values)، ضرایب مسیر، معیار ضریب تعیین و  $Q^2$  بهره گرفته شده. ضرایب معناداری به دست آمده برای متغیرهای پژوهش در شکل ۱ نشان داده شده است که بر این اساس مشاهده می‌شود که مقدار  $t$  به دست آمده بین متغیر کیفیت خدمات و رضایتمندی  $18/79$  است که از مقدار  $1/96$  بیشتر می‌باشد و نشانگر معنادار بودن رابطه بین این دو متغیر در سطح اطمینان  $95\%$  است. مقدار آماره  $t$  بین متغیر کیفیت خدمات و بازگشت مجدد برابر  $(2/36)$  برآورد شده است که نشان می‌دهد بین این دو متغیر نیز در سطح اطمینان  $95\%$  رابطه معناداری برقرار می‌باشد. آماره  $t$  بین دو متغیر رضایتمندی و بازگشت مجدد نیز برابر  $(5/78)$  برآورد شده است که نشان دهنده وجود رابطه‌ی معنادار بین این دو متغیر در سطح اطمینان  $95\%$  است.



شکل (۳) ضرایب مسیر

همچنین ضرایب مسیر بین متغیرهای پژوهش نیز در شکل ۲ نشان داده شده است که بر اساس آن می‌توان استنباط کرد که بین متغیر کیفیت خدمات و رضایتمندی رابطه معنادار مستقیم و مثبت برقرار بوده و متغیر کیفیت خدمات ۷۹٪ از تغییرات متغیر رضایتمندی را تبیین می‌کند. ضریب مسیر بین متغیر کیفیت خدمات ادراک شده و تمایل به بازگشت مجدد برابر (۰/۲۶) برآورد شده است که نشان می‌دهد بین این دو متغیر رابطه مثبت و مستقیم برقرار بوده و متغیر کیفیت خدمات ادراک شده ۲۶٪ از تغییرات متغیر تمایل به بازگشت مجدد را تبیین می‌کند؛ همچنین متغیر رضایتمندی نیز ۵۸٪ از تغییرات متغیر تمایل به بازگشت مجدد را تبیین می‌کند و بر این اساس می‌توان گفت متغیر کیفیت خدمات به طور غیرمستقیم و از طریق متغیر میانجی رضایت ۴۵٪ از تغییرات متغیر تمایل به بازگشت مجدد را تبیین می‌کند. معیار ضریب تعیین برای متغیرهای رضایتمندی و تمایل به بازگشت مجدد در شکل (۲) و جدول (۳) نشان داده شده است که این مقادیر به ترتیب (۰/۶۲) و (۰/۶۶) به دست آمده است و نشان دهنده برازش مدل ساختاری قوی می‌باشد.

برازش کلی مدل پژوهش نیز با استفاده از معیار GOF (برازش) صورت گرفت که نتایج آن در جدول (۳) خلاصه شده است و بر اساس آن مقدار GOF برابر با (۰/۶۷) به دست آمده که نشان دهنده برازش خیلی خوب مدل کلی پژوهش است.

جدول (۴) نتایج برازش مدل

متغیرهای پنهان	میانگین مقادیر اشتراک	ضریب تعیین
بازگشت مجدد	۰/۷۵	۰/۶۶
رضایتمندی	۰/۶۸	۰/۶۳
کیفیت خدمات	۰/۷۱	-

$$GOF = \sqrt{\text{communalities} \times R^2} = 0.67$$

### بحث و نتیجه گیری

ورزش یک پدیده با ابعاد مختلف سیاسی، اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی است که بخش زیادی از جمعیت جهان را درگیر خود کرده است. یکی از دغدغه‌های بازاریابان و سازمان دهندگان رویدادهای ورزشی، بالا بردن میزان استقبال بازدیدکنندگان و تماشاگران از طریق شناسایی علل و عواملی است که بر حضور آنها تأثیرگذار است. رویدادهای ورزشی مهم توانایی توسعه ساختار شهری در تمام این زمینه‌ها (زیرساخت‌ها، ایجاد شغل، گسترش مکان‌های تفریحی و گسترش خدمات حمل و نقل) را دارند. همچنین میزبانی رویداد های ورزشی مهم، باعث توسعه زیر ساخت‌ها، ایجاد تجهیزات جدید و پیشرفت منطقه میزبان و جذب گردشگران بیشتر می‌شود بیشتر شهرهای درخواست دهنده میزبانی، به این دلیل خواستار میزبانی رویداد های ورزشی بزرگ هستند که درآمد منطق‌های کوتاه یا بلند مدت قابل توجهی را به وجود می‌آورد (نوبخت و همکاران ۱۳۹۲).

سواحل و نواحی وابسته به دریا از جاذبه‌های اصلی در بسیاری از نقاط جهان هستند که این جاذبه‌ها می‌توانند گردشگران زیادی را جذب کنند؛ بر این اساس هدف از این پژوهش بررسی کیفیت خدمات، رضایت و تمایل به بازگشت گردشگران ورزشی در المپιάد ورزش‌های آبی و ساحلی شهرستان بابلسر می‌باشد. مسئولین اجرایی، مربیان و ورزشکاران رشته‌های آبی و ساحلی که در المپιάد ورزش‌های آبی و ساحلی حضور داشتند جامعه آماری پژوهش را تشکیل داده‌اند. نتایج به دست آمده پژوهش نشان داد که ۳/۸۸ درصد پاسخ دهندگان مرد بوده‌اند. افراد با تحصیلات در سطح کارشناسی و سپس دیپلم دارای بیشترین فراوانی بوده‌اند. ۸۰/۶ درصد پاسخ دهندگان به عنوان ورزشکار در المپιάد حضور داشتند و ۱۰ درصد به عنوان مربی و ۴/۹ درصد نیز مسئول اجرایی المپιάد بوده‌اند. افراد در رده سنی ۲۰-۳۰ سال دارای بیشترین فراوانی در بین پاسخ دهندگان بوده‌اند و ۲/۵۹ درصد از پاسخ دهندگان نیز عنوان کرده‌اند که سابقه فعالیت‌های ورزشی آن‌ها کمتر از ۱۰ سال است.



نتایج تحلیل استنباطی داده‌ها نیز نشان داد که بین متغیر کیفیت خدمات و رضایتمندی رابطه معنادار مستقیم و مثبت برقرار بوده و متغیر کیفیت خدمات ۷۹٪ از تغییرات متغیر رضایتمندی را تبیین می‌کند. این نتایج همسو با تحقیق علی دوست فرخی و احمدی (۱۳۹۱)؛ خطیب زاده و همکاران (۱۳۹۲)؛ شیعه و علی پور (۱۳۸۹) و لی و همکاران (۲۰۱۱) می‌باشد. لذا مسئولین شهری و استانی با بهبود خدمات ورزشی که در سواحل شهرستان بابلسر ارائه می‌شود می‌توانند باعث رضایت گردشگران ورزشی شوند. تمایل به بازگشت گردشگران ورزشی راضی بیش از گردشگران ناراضی خواهد بود. همانطور که نتایج پژوهش حاضر نشان داد بین دو متغیر کیفیت خدمات ادراک شده و تمایل به بازگشت مجدد رابطه مثبت و مستقیم برقرار بوده و متغیر کیفیت خدمات ادراک شده ۲۶٪ از تغییرات متغیر تمایل به بازگشت مجدد را تبیین می‌کند که این نتایج با تحقیقات شانک و همکاران (۲۰۱۲)، چن و همکاران (۲۰۱۱)، هال و همکاران (۲۰۱۰) هم خوانی دارد. در واقع این سه متغیر کیفیت خدمات، رضایت و تمایل به بازگشت با هم رابطه مستقیم و معنادار دارند. به عبارت دیگر هر چه قدر کیفیت خدمات بهتر شود رضایت گردشگران بهبود می‌یابد و در نهایت تمایل به بازگشت نیز افزایش می‌یابد. این چرخه باعث رونق گردشگری و گردشگری ورزشی در شهر ساحلی بابلسر می‌شود. به نظر می‌رسد دلیل هم خوانی نتایج پژوهش حاضر با تحقیقات مشابه اهمیت موضوع ارائه خدمات ورزشی و غیر ورزشی با کیفیت یا حداقل ادراک از کیفیت ارائه شده باشد.

همچنین متغیر رضایتمندی نیز ۵۸٪ از تغییرات متغیر تمایل به بازگشت مجدد را تبیین می‌کند و همسو با تحقیقات شانک و چلادرای (۲۰۰۸) و کاپلانیدو و گیسون (۲۰۱۰) می‌باشد و بر این اساس می‌توان گفت متغیر کیفیت خدمات به طور غیرمستقیم و از طریق متغیر میانجی رضایت ۴۵٪ از تغییرات متغیر تمایل به بازگشت مجدد را تبیین می‌کند و همسو با تحقیقات شیعه و علی پور (۱۳۸۹) و خطیب زاده و همکاران (۱۳۹۱) است. علاوه بر این، برازش مدل مفهومی پژوهش نشان داد که مدل مفهومی در هر سه مرحله از برازش مدل مقدار قابل قبولی از برازش مدل را به دست آورده است. بایستی با بررسی و شناخت نیازها و انتظارات گردشگران و گردشگران ورزشی و ارائه خدماتی با کیفیت و متناسب با آنان در سواحل به ویژه در شهر ساحلی بابلسر، شرایط بازگشت مجدد آن‌ها را فراهم نمود و از مزایای اقتصادی و اجتماعی گردشگری ورزشی سود برد. این شهر ساحلی با چشم اندازی زیبا و با آب و هوایی معتدل و شرایط دسترسی مناسب؛ ظرفیت‌های بیشمار ی را برای توسعه گردشگری و گردشگری ورزشی را دارد.

## منابع

- اندام، رضا؛ مهدی زاده، رحیمه و تقی پور جهرمی، فریده (۱۳۹۲). بررسی اثرات برگزاری رویدادهای ورزشی بر جامعه میزبان (مطالعه موردی دانشگاه بیرجند میزبان یازدهمین المپیاد فرهنگی ورزشی دانشجویان دختر دانشگاه های سراسر کشور). پژوهش های معاصر در مدیریت ورزشی، سال سوم، شماره ۶، صص: ۷۳-۸۵.
- خطیب زاده، مهدی؛ کوزه چیان، هاشم و هنرور، افشار (۱۳۹۱). نقش کیفیت خدمات گردشگری ورزشی در تمایل به بازگشت گردشگران ورزشی. مطالعات مدیریت ورزشی، شماره ۱۷، صص: ۲۰۶-۱۹۱.
- خطیب زاده، مهدی؛ کوزه چیان، هاشم و هنرور، افشار (۱۳۹۲). رابطه ادراک از کیفیت خدمات با رضایتمندی و تمایل به بازگشت گردشگران ورزشی حاضر در شهرآورد استقلال و پرسپولیس. دوفصلنامه مدیریت و توسعه ورزش، سال پنجم، شماره اول، پیاپی ۸، صص: ۱۸۵-۱۶۹.
- خطیب زاده، مهدی؛ کوزه چیان، هاشم و هنرور، افشار (۱۳۹۳). عوامل مؤثر بر کیفیت خدمات گردشگری ورزشی از دیدگاه گردشگران حاضر در شهرآورد استقلال و پرسپولیس. مدیریت ورزشی، دوره ۶، شماره ۱، صص: ۵۵-۳۹.
- شیعه، اسماعیل و علی پور اشلیکی، سجاده (۱۳۸۹). تحلیل عوامل کیفیت بخش محیط گردشگری ساحلی با توجه به معیارهای گردشگری پایدار، مطالعه موردی سواحل شهر رامسر، آرمان شهر، شماره ۵، صص ۱۶۷-۱۵۵.
- علی دوست فرخی، ابراهیم و احمدی، علی (۱۳۹۱). رابطه بین کیفیت خدمات و رضایتمندی تماشاگران در ورزشگاه‌های میزبان لیگ قهرمانان آسیا. مدیریت ورزشی، شماره ۱۴، صص: ۴۷-۳۱.
- غفوری، فرزاد؛ هنرور، افشار و نعمت پور، رفیعه (۱۳۹۲). عوامل مؤثر در توسعه گردشگری ورزش‌های آبی در شهرهای ساحلی مازندران. دو فصلنامه مدیریت و توسعه ورزش، شماره ۲، پیاپی ۳، صص: ۳۰-۱۹.

- کارگر، غلامعلی؛ غفوری، فرزاد؛ محمدی مقدم، یوسف و مرادی سیاسی، غلامرضا (۱۳۹۵). ارائه الگوی عوامل تأثیرگذار بر امنیت رویدادهای ورزشی ایران. فصلنامه انتظام اجتماعی، سال هشتم، شماره ۴، صص: ۱۹۰-۱۵۷.
- کوزه چیان، هاشم؛ خطیب زاده، مهدی و هنرور، افشار (۱۳۹۰). نقش ابعاد کیفیت خدمات گردشگری در رضایتمندی گردشگران ورزشی، نشریه پژوهش های مدیریت ورزشی و علوم حرکتی، سال اول، شماره ۲، صص: ۱۹-۳۲.
- Bělka, J., Hůlka, K., Šafář, M., Weisser, R., & Chadimova, J. (2015). Beach Handball and Beach Volleyball as Means Leading to Increasing Physical Activity of Recreational Sportspeople—Pilot Study. *Journal of Sports Science*, 3(4), 165-170.
- Carvache-Franco, W., Carvache-Franco, M., Carvache-Franco, O., & Hernández-Lara, A. B. (2019). Segmentation of foreign tourist demand in a coastal marine destination: The case of Montañita, Ecuador. *Ocean & coastal management*, 167, 236-244.
- Chen, Y.-F., & Mo, H.-e. (20۱۲). Attendees' perspectives on the service quality of an exhibition organizer: A case study of a tourism exhibition. *Tourism Management Perspectives*, 1, 28-33.
- Dodds, R., & Holmes, M. R. (2019). Beach tourists; what factors satisfy them and drive them to return. *Ocean & coastal management*, 168, 158-166.
- Gibson, H. J., Willming, C., & Holdnak, A. (2003). Small-scale event sport tourism: Fans as tourists. *Tourism management*, 24(2), 181-190.
- Hall, J., O'Mahony, B., & Vieceli, J. (2010). An empirical model of attendance factors at major sporting events. *International Journal of Hospitality Management*, 29(2), 328-334.
- Kaplanidou, K., & Gibson, H. J. (2010). Predicting behavioral intentions of active event sport tourists: The case of a small-scale recurring sports event. *Journal of Sport & Tourism*, 15(2), 163-179.
- Kim, Y. K., & Lee, H. R. (2011). Customer satisfaction using low cost carriers. *Tourism management*, 32(2), 235-243.
- Kozak, M. (2002). Comparative analysis of tourist motivations by nationality and destinations. *Tourism management*, 23(3), 221-232.
- Lee, M. S., San, Y. H., & Hsu, Y. R. (2011). A study of the key success factors of the ecotourism industry in Taiwan. *African Journal of Business Management*, 5(2), 627-640.
- Ritchie, J. B., & Lyons, M. (۱۹۹۰). Olympulse VI: A post-event assessment of resident reaction to the XV Olympic Winter Games. *Journal of Travel Research*, 28(3), 14-23.
- Shonk, D. J., & Chelladurai, P. (2008). Service quality, satisfaction, and intent to return in event sport tourism. *Journal of sport management*, 22(5), 587-602.
- Shonk, D. J., Greenwell, T. C., Bravo, G., & Won, D. (2012). Site selection, satisfaction, and intent to return: An exploratory study of the perceptions of rights holders of small-scale sporting events. Paper presented at the *Journal of Convention & Event Tourism*.
- Sotiriadou, K., Shilbury, D., & Quick, S. (2008). The attraction, retention/transition, and nurturing process of sport development: Some Australian evidence. *Journal of sport management*, 22(3), ۲۴۷-۲۷۲.
- Tian-Cole, S., & Crompton, J. (2003). A conceptualization of the relationships between service quality and visitor satisfaction, and their links to destination selection. *Leisure studies*, 22(1), 65-80.