



Research Paper

Presenting of Customer Complaints Management Based on Applying Comprehensive Quality Management, Citizenship Rights and Job Satisfaction in Physical Education Departments

Yuosef Rostampoor: Ph.D. Student of Sports Management, Department of Physical Education, Tabriz Branch, Islamic Azad University, Tabriz, Iran

Hamid Janani * Department of Physical Education, Tabriz Branch, Islamic Azad University, Tabriz, Iran

Jafar Barghi Moghaddam: Department of Physical Education, Tabriz Branch, Islamic Azad University, Tabriz, Iran

Mohammad Rahim Najaf Zadeh: Department of Physical Education, Tabriz Branch, Islamic Azad University, Tabriz, Iran

Received: 2024/09/07 **PP** 75-86, Accepted: 2024/11/17

Abstract

The aim of this research is to examine customer complaints management strategies in physical education departments, focusing on the link between Total Quality Management, citizenship rights, and employee job satisfaction at Islamic Azad Universities in northwest Iran. The research design is descriptive-survey method that was conducted on the employees of Physical Education Departments of Islamic Azad Universities in the northwest regions of the country. 180 people were randomly selected as a research sample to complete the questionnaire. Standard questionnaires were used to collect data and measure study variables. The reliability and validity of questionnaires were confirmed by academic professors specializing in the field of sports management. Convergent and divergent validities were also checked and confirmed using Average Variance Extracted (AVE) and Fornell-Larker matrix. Descriptive statistics and confirmatory factor analysis were used for data analysis, and SPSS and Smart PLS software were used. The findings showed that comprehensive quality management has a significant impact on customer complaint management ($p=0.001$), job satisfaction ($p=0.001$) and awareness of citizenship rights ($p=0.001$). But this relationship is not significant when it is mediated by job satisfaction and awareness of citizenship rights ($p>0.05$). Also, the model fit indicates that the relationship between the awareness of citizenship rights and the management of customer complaints is not significant ($p=0.523$) and also, there is not significant correlation between the job satisfaction and management of customer complaints ($p=0.111$). Based on the results of the present study, establishing proper relationships with customers and handling customer complaints is effective in increasing current customers and keeping them. Therefore, paying more attention to comprehensive quality management with an emphasis on empowering employees as well as having the necessary flexibility in front of customers and their demands can help the organization in managing customer complaints and their satisfaction as best as possible.

Keywords: Management, Leadership Style, Organizational Climate, Accountability, Customer, Physical Education Department

Citation: Barghi Moghaddam, J., Janani, H., Najaf Zadeh, M. R., & Rostampoor, Y. (2025). **Presenting of Customer Complaints Management Based on Applying Comprehensive Quality Management, Citizenship Rights and Job Satisfaction in Physical Education Departments.** *Journal of Development Studies and Resource Management*, 3(9), 75-86.

Extended Abstract

Introduction

The primary goal of any business is not just to sell products or services, but to meet customer needs and ensure satisfaction. Organizations that quickly understand and address customer needs achieve greater profits. Effective complaint management is crucial for maintaining customer loyalty and enhancing company reputation. The implementation of Total Quality Management (TQM) has been recognized as an effective method for improving competitiveness. This study aims to develop a customer complaints management model based on TQM, citizenship rights, and employee job satisfaction in physical education departments of Islamic Azad Universities.

Methodology

This research is applied in purpose and descriptive-analytical in methodology, utilizing a correlational field approach. Its main objective is to develop a customer complaints management model based on Total Quality Management, citizenship rights, and job satisfaction for physical education departments at Islamic Azad Universities in northwest Iran. The study involved a sample of 180 employees selected randomly from a population of 340. Various validated questionnaires were employed to gather data on individual characteristics, complaint management, total quality management, citizenship rights, and job

satisfaction, with data analyzed using SPSS and PLS Smart for statistical insights.

Results and discussion

The aim of this study was to develop a customer complaints management model based on Total Quality Management (TQM), mediated by citizenship rights and job satisfaction among employees in physical education departments at Islamic Azad Universities in northwest Iran. The research, conducted with 180 participants, found that while TQM significantly influences customer complaints management, job satisfaction, and awareness of citizenship rights, these variables do not mediate the relationship meaningfully. Results indicated that TQM accounts for 83% of the variance in customer complaints management, highlighting its critical role in organizational performance. However, awareness of citizenship rights showed no significant impact, suggesting a need for further investigation into employees' understanding of these rights.

Conclusion

The study emphasizes the importance of building strong customer relationships, especially in today's challenging economic climate. Properly addressing customer complaints enhances retention, while focusing on Total Quality Management—empowering employees and fostering a fair work environment—can improve job satisfaction and responsiveness to customer needs.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

استراتژی‌های مدیریت شکایات مشتریان در ادارات تربیت بدنی: پیوندی میان مدیریت کیفیت جامع، حقوق شهروندی و رضایت شغلی

یوسف رستم پور: دانشجوی دکترای مدیریت ورزشی، گروه تربیت بدنی، واحد تبریز، دانشگاه آزاد اسلامی، تبریز، ایران

حمید جنانی: استادیار گروه تربیت بدنی، واحد تبریز، دانشگاه آزاد اسلامی، تبریز، ایران

جعفر برقی مقدم: استادیار گروه تربیت بدنی، واحد تبریز، دانشگاه آزاد اسلامی، تبریز، ایران

محمد رحیم نجف زاده: استادیار گروه تربیت بدنی، واحد تبریز، دانشگاه آزاد اسلامی، تبریز، ایران

دریافت: ۱۴۰۳/۰۶/۱۷ صص ۸۶-۷۵ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۸/۲۷

چکیده

هدف از تحقیق حاضر بررسی استراتژی‌های مدیریت شکایات مشتریان در ادارات تربیت بدنی: پیوندی میان مدیریت کیفیت جامع، حقوق شهروندی و رضایت شغلی کارکنان ادارات تربیت بدنی دانشگاه‌های آزاد اسلامی شمال غرب کشور است. تحقیق حاضر از نوع توصیفی پیمایشی، جامعه آماری این تحقیق کلیه کارکنان دانشگاه‌های آزاد اسلامی شمال غرب کشور در نظر گرفته شده‌اند. برای تعیین حجم نمونه در این پژوهش به توجه به تعداد (۳۴۰ نفر) که با توجه به جدول کرجسی - مورگان ۱۸۰ نفر به عنوان نمونه پژوهش بصورت تصادفی برای تکمیل پرسشنامه انتخاب گردیدند. به منظور جمع آوری داده‌ها و اندازه گیری متغیرهای مدل از پرسشنامه‌های استاندارد پرسشنامه مدیریت شکایات مشتریان (استیوس و سیدل، ۲۰۰۵). پرسشنامه مدیریت کیفیت فراگیر بر اساس ابعاد نه گانه گاروین (حاج جباری و سالمی (۱۳۹۱)، پرسشنامه حقوق شهروندی تی اچ مارشال «طبقه، شهروندی و توسعه اجتماعی» (۱۹۶۴)، پرسشنامه رضایت شغلی مینه سوتا (۱۹۷۷) استفاده شده است. روایی صوری و محتوایی پرسشنامه توسط اساتید دانشگاهی متخصص در حوزه مدیریت ورزشی تأیید شد. روایی همگرا نیز با استفاده از متوسط واریانس استخراج شده و روایی واگرا با استفاده از ماتریس فورنل-لارکر بررسی و تأیید شد. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از روش‌های آمار توصیفی و تحلیل عاملی تأییدی استفاده شد و نرم افزارهای مورد استفاده SPSS و Smart PLS بود. یافته‌های تحقیق نشان داد که مدیریت کیفیت جامع به طور مستقیم بر مدیریت شکایات مشتریان ($p=0/001$)، رضایت شغلی ($p=0/001$) و آگاهی از حقوق شهروندی ($p=0/001$) تأثیر معنی داری دارد اما به واسطه متغیرهای میانجی رضایت شغلی و آگاهی از حقوق شهروندی، این رابطه معنادار نیست ($p>0/05$). همچنین برازش مدل حاکی از عدم معنی داری رابطه آگاهی از حقوق شهروندی با مدیریت شکایات مشتری ($p=0/523$) و عدم معنی داری رضایت شغلی بر مدیریت شکایات مشتریان است ($p=0/111$). بر اساس نتایج مطالعه حاضر، ایجاد روابط مناسب با مشتری و رسیدگی مطلوب به شکایات مشتریان در جهت افزایش مشتریان کنونی و حفظ آن‌ها مؤثر می‌باشد. از این رو توجه بیشتر به مدیریت کیفیت جامع با اهتمام به توانمندسازی کارکنان و همچنین برخورداری از انعطاف لازم در برابر مشتریان و خواسته‌های آنان می‌تواند سازمان را در مدیریت هر چه بهتر شکایات مشتریان و رضایت آنان کمک کند.

واژه‌های کلیدی: مدیریت، سبک رهبری، جو سازمانی، پاسخگویی، مشتری، اداره تربیت بدنی

استناد: رستم پور، یوسف؛ جنانی، حمید؛ برقی مقدم، جعفر و نجف زاده، محمد رحیم (۱۴۰۴). استراتژی‌های مدیریت شکایات مشتریان در ادارات

تربیت بدنی: پیوندی میان مدیریت کیفیت جامع، حقوق شهروندی و رضایت شغلی. فصلنامه مطالعات توسعه و مدیریت منابع، ۳(۹)، ۷۵-۸۶

مقدمه

هدف واقعی از هر کسب و کار صرفاً عرضه، فروش و یا ارائه خدمت نیست، بلکه برآوردن نیازهایی است که رضایت مشتری را بدست می آورد. سازمان‌هایی که قادر باشند به سرعت نیازهای مشتری را درک و برآورده کنند به سود بیشتری نسبت به سازمان‌هایی که نمی‌توانند، دست می‌یابند (Kireev et al., 2016). مسلماً در این راستا اطلاع از تصویر ذهنی و ادراک مشتریان نسبت به خدمات ارائه شده از اهمیت خاصی برخوردار می‌باشد و ضمن بر ملا ساختن نقاط ضعف و قوت یک سازمان، زمینه‌ای را برای اتخاذ راهبردهای مناسب و ارتقاء سطح عملکرد فراهم می‌آورد. بنابراین رضایت مشتری هدف عملیاتی خیلی از سازمان‌ها شده است (Hamoud et al., 2020). جای تعجب نیست که سازمان‌ها منابع قابل ملاحظه‌ای را برای افزایش رضایت مشتری سرمایه‌گذاری می‌کنند، و نتیجتاً هزینه‌های مربوط به حساب رضایت مشتری، بزرگترین بخش بودجه سالانه بازاریابی است و علاوه بر این، هزینه‌های مربوط به بازاریابی کسب و کار حدوداً ۵۰٪ کل هزینه‌ها را تشکیل می‌دهند (Mittal et al., 2021).

امروزه در محیط رقابت جهانی، تمرکز اغلب سازمان‌ها بر نگهداری و حفظ مشتریان موجود و جذب مشتریان جدید، به عنوان کلید اصلی موفقیت است. خطا و اشتباه در ارائه کلیه سرویس‌ها و خدمات اجتناب ناپذیر است و می‌تواند منجر به از کار افتادگی سرویس و در نتیجه نارضایتی مشتری گردد. عدم رضایت از ارائه سرویس، مشتریان شاکی را جایگزین مشتریان رضایت‌مند می‌سازد. پایین بودن میزان شکایات، ضرورتاً به معنای رضایت مشتری نیست در این ارتباط مدیریت ناکارآمد شکایات می‌تواند باعث بوجود آمدن چنین وضعیتی شده باشد. برخی سازمان‌های تجاری قدیمی روش‌های نوین روابط مشتری را مد نظر قرار نداده و تعدادی از مشتری‌های خود را از دست داده‌اند (Hamoud et al., 2020).

نوع جدیدی از مدیریت با عنوان «مدیریت کیفیت جامع» به عنوان روشی مؤثر در بهبود قابلیت رقابت یک سازمان، بین سال‌های ۱۹۸۷ تا ۱۹۹۰ میلادی در آمریکا مورد پذیرش قرار گرفت. مدیریت کیفیت جامع نه درمان جادویی و نه بلافاصله قابل اعمال است، بلکه خیلی فراتر از اینهاست. (Shahriari & Khalili, 2016) مدیریت کیفیت جامع شیوه کاملاً جدیدی است که ساختارها و روش‌های قدیمی مدیریت را هدف قرار می‌دهد و به بازسازی آن‌ها می‌پردازد و از طریق تعهد درازمدت، وحدت هدف و آموزش، می‌تواند به اهداف خود نایل شود. در واقع هدف مدیریت کیفیت جامع، ایجاد یک نظام یا سیستم مدیریتی است که از بروز نارسایی‌ها و مشکلات در چرخه عملکرد سازمان جلوگیری می‌کند. برای تحقق این امر باید در مورد وضعیت‌هایی که در فعالیت سازمان ایجاد مشکل می‌کند بررسی و اقدام نمود (Albderi et al., 2023).

از طرفی دیگر، با توجه به اهمیت موضوع و با توجه به نقش روزافزون خدمات، مخصوصاً خدمات سازمان‌های ورزشی (به عنوان یکی از بخش‌های دولتی جامعه) و واحدهای تابعه آن در زندگی کنونی، نیاز است که مطالعات بیشتری در این زمینه صورت گیرد (Shahriari & Khalili, 2016). مسائل تربیت بدنی و ورزش، ابعاد روانی، فرهنگی و اجتماعی متعدد و مختلفی دارند. یکی از ابعاد دشوار این نظام که آستن مسائل عمده و نظرهای متفاوت است، مسئله کیفیت برنامه‌ها و سیاست‌های ورزش است که از زوایای گوناگون و تعابیر متعددی می‌توان به آن توجه کرد (Mosadeghrad, 2024). در چرخش سیاست‌های ورزش از یکی دو دهه گذشته بیشتر کشورها به خصوص کشورهای غربی توجه و تأکید بیش از پیش به ابعاد و اهداف کیفی برنامه‌های آموزشی داشته و تلاش‌های وسیعی برای تبیین مفهوم کیفیت و مؤلفه‌های آن در آموزش، عوامل مؤثر بر کیفیت، چگونگی، ارزشیابی و کنترل آن، رابطه کیفیت با معیارها و شاخص‌های آن، تدوین نظام کیفی ناظر بر درون داده‌ها، جریان‌ها و برون داده‌ها و نتایج فرایند آموزش در سطح محلی، ملی و بین‌المللی انجام داده‌اند (Drakulevski et al., 2014).

بر اساس مطالعات انجام شده، مدیریت شکایات مشتری نقش مهمی در مدیریت کیفیت جامع ایفا می‌کند و بر جنبه‌های مختلفی مانند روابط با مشتری، رقابت شرکت و سودآوری تأثیر می‌گذارد. مدیریت شکایات مؤثر برای حفظ مشتریان موجود، جلوگیری از ریزش مشتری و افزایش تصویر و درآمد هر شرکت یا سرویس خدماتی ضروری است. مشتریان ناراضی اغلب شکایات خود را از طریق شکایات بیان می‌کنند و اهمیت رسیدگی سریع و کارآمد به شکایات را برای به حداقل رساندن دهان به دهان منفی و از دست دادن مشتری بالقوه برجسته می‌کنند (Bahmani et al., 2014). تحقیقات بر اهمیت درک ماهیت شکایات، عوامل جمعیت شناختی مؤثر بر رفتار شکایت و ادراک کارکنان در رابطه با اثربخشی سیستم‌های مدیریت شکایت در بخش‌های خرده فروشی تأکید می‌کند. پیاده‌سازی یک سیستم مدیریت شکایات آنلاین می‌تواند هماهنگی، نظارت و حل شکایات را ساده کند و بینش‌های ارزشمندی را برای بهبود کسب‌وکار و رضایت مشتری به شرکت‌ها ارائه دهد. در نهایت، یک سیستم شکایت مدیریت شده به رضایت مشتری، وفاداری و رضایت شغلی کارکنان درگیر در فرآیند کمک می‌کند (Shahriari & Khalili, 2016). در حال حاضر مهمترین مسأله برای سازمان‌های ورزشی، وفاداری مشتریان خدمات با توجه به ارائه خدمات آن‌ها و نیز رضایت شغلی کارکنان ادارات ورزش دانشگاه هاست (Juliawan, 2023). علاوه بر این، به دلیل اهمیت تربیت بدنی و ورزش در تأمین بهداشت و سلامت جسمی و روحی انسان کشورهای پیشرفته برای بهره‌مندی از نتایج سازنده و مفید آن به نیروهای متخصص و تشکیلات

سازمان یافته نیاز دارند تا برنامه‌ریزی‌های مؤثر و سرمایه‌گذاری‌های هنگفتی در بخش تربیت بدنی و ورزش انجام دهند. به طوری که برای تحقق اهداف آن از کلیه روش‌ها و فنون مدیریتی استفاده می‌کند (Mensah, 2019). از این رو و با توجه به نبود تحقیقات در رابطه با موضوع تحقیق در حوزه ورزش و نیز نو و بدیع بودن موضوع، محقق بر آن است تا با تدوین مدل مدیریت شکایات مشتریان مبتنی بر استقرار نوع جدید مدیریت کیفیت جامع با میانجیگری حقوق شهروندی و رضایت شغلی کارمندان ادارات تربیت بدنی دانشگاه‌های آزاد اسلامی شمال غرب کشور را بررسی کند. همچنین باتوجه به اهمیت عملکرد سازمانی این پژوهش به دنبال پاسخ گویی به این سؤال است که نقش میانجی حقوق شهروندی و رضایت شغلی در تأثیر مدیریت کیفیت جامع بر مدیریت شکایات مشتریان چگونه است؟

مواد و روش تحقیق

این پژوهش از لحاظ هدف، کاربردی و به لحاظ روش گردآوری داده‌ها، توصیفی-تحلیلی، از نوع همبستگی است که به شکل می‌دانی اجرا گردید. با توجه به اینکه هدف اصلی پژوهش تدوین مدل مدیریت شکایات مشتریان مبتنی بر استقرار کیفیت جامع با میانجیگری حقوق شهروندی و رضایت شغلی در ادارات تربیت بدنی دانشگاه‌های آزاد اسلامی شمال غرب کشور بود؛ از این رو جامعه آماری پژوهش حاضر شامل تمامی کارکنان ادارات تربیت بدنی دانشگاه‌های آزاد اسلامی شمال غرب کشور بود که بر اساس استعلام به دست آمده از روابط عمومی دانشگاه‌های آزاد تعداد کل کارکنان آن‌ها در حوزه ادارات ورزش ۳۴۰ نفر اعلام گردید. در تحقیق حاضر از طرح نمونه‌برداری تصادفی ساده استفاده شد. و نمونه آماری تحقیق از بین کارکنان ادارات تربیت بدنی دانشگاه‌های آزاد اسلامی بصورت تصادفی براساس جدول تعیین حجم نمونه مورگان ۱۸۰ نفر انتخاب شد.

ابزار پژوهش

۱- پرسشنامه ویژگی‌های فردی آزمودنی‌ها

این پرسشنامه شامل ویژگی‌های فردی از قبیل جنسیت، وضعیت تأهل، سن، سطح تحصیلات، پست سازمانی و سابقه کار بود.

۲- پرسشنامه مدیریت شکایات

پرسشنامه مدیریت شکایات مشتریان مشتمل بر ۲۹ سؤال بر اساس یک مقیاس ۵ درجه‌ای لیکرت خیلی کم، کم، متوسط، زیاد و خیلی زیاد می‌باشد، و سؤالات در برگیرنده ابعاد مورد بررسی در مدیریت شکایات مشتری (ارتباط، دریافت شکایت، ارزیابی اولیه شکایت، پاسخ دهی، اطلاع‌رسانی، پیگیری شکایت و در نهایت بستن شکایت) می‌باشند. روایی و پایایی پرسشنامه مذکور در مطالعات مختلف مورد تأیید محققان قرار گرفته است. روایی این پرسشنامه را با استفاده از نرم‌افزار SPSS تأیید شده است. در بررسی پایایی ابزار، آلفای کرونباخ کل پرسشنامه ۰/۸۴۱ حاصل شده بود.

۳- پرسشنامه مدیریت کیفیت فراگیر

پرسشنامه مدیریت کیفیت فراگیر بر اساس ابعاد نه‌گانه گاروین^۱ توسط حاج جباری و سالمی (۱۳۹۱) طراحی و اعتباریابی شده است، این پرسشنامه شامل ۳۶ گویه بسته پاسخ بر اساس طیف پنج درجه‌ای لیکرت می‌باشد، پرسشنامه نه بعد توانمندسازی، پاسخگویی، سرعت، صحت، زیبایی، قابلیت اعتماد، شفافیت، انعطاف‌پذیری، رعایت ملاحظات ارزشی را مورد سنجش قرار می‌دهد، در بررسی پایایی ابزار، آلفای کرونباخ کل پرسشنامه ۰/۹۰ حاصل شده بود.

۴- پرسشنامه حقوق شهروندی

پرسشنامه حقوق شهروندی مارشال^۲ «طبقه، شهروندی و توسعه اجتماعی» (۱۹۶۴) براساس ابعاد ۳ گانه مدنی- اجتماعی و سیاسی شامل ۱۵ گویه بسته پاسخ براساس طیف پنج درجه‌ای لیکرت (کاملاً موافقم، موافقم، نظری ندارم، مخالفم و کاملاً مخالفم) می‌باشد. پرسشنامه مذکور در پژوهش شهریاری (۱۳۹۵) پایایی پرسشنامه مورد نظر ۰/۷۲ بدست آمده است.

۵- پرسشنامه رضایت شغلی

این پرسشنامه (پرسشنامه رضایت شغلی مینی سوتا (۱۹۷۷) دارای ۱۹ سؤال بوده و هدف آن بررسی ابعاد رضایت شغلی در ۶ بعد نظام پرداخت، نوع شغل، فرصت‌های پیشرفت، جو سازمانی، سبک رهبری، شرایط فیزیکی می‌باشد. این پرسشنامه بر اساس مقیاس لیکرت (کاملاً مخالف، ۱؛ مخالف، ۲؛ نظری ندارم ۳؛ موافق، ۴؛ کاملاً موافق، ۵) می‌باشد. پرسشنامه مذکور در پژوهش محمدی (۱۳۹۰) پایایی پرسشنامه مورد نظر ۰/۸۶ بدست آمده است.

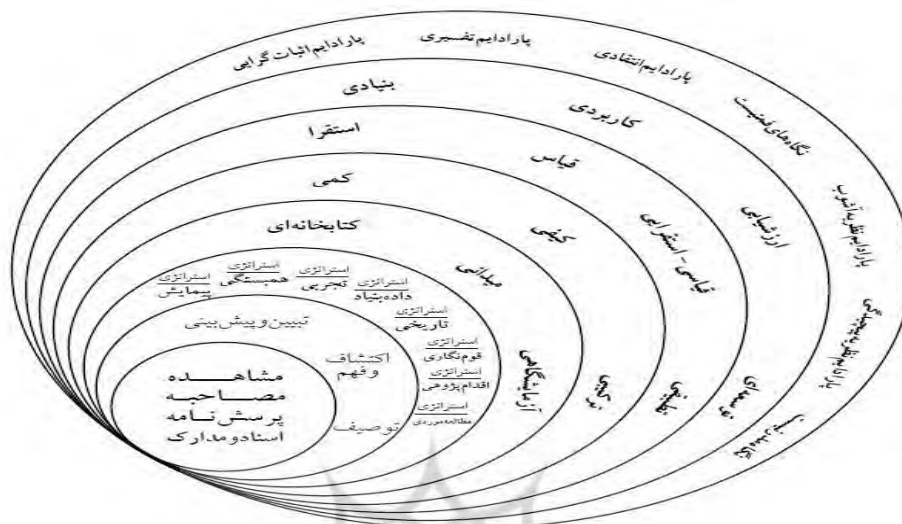
روش کار و مراحل اجرای تحقیق

^۱ Garvin

^۲ Marshall

موضوع پژوهش حاضر تدوین مدل مدیریت شکایات مشتریان مبتنی بر استقرار مدیریت کیفیت جامع، حقوق شهروندی و رضایت شغلی می باشد. قلمرو مکانی این پژوهش، کارکنان و کارشناسان ادارات تربیت بدنی دانشگاه‌های ازاد اسلامی شمال غرب کشور بوده که بین سال‌های ۱۳۹۹ تا ۱۴۰۱ انجام گرفته است.

برای بیان روش پژوهش از مدل پیاز فرآیند پژوهش استفاده شد؛ ساندرز^۱ (۲۰۱۱) به عنوان ارائه‌دهنده این روش مدل پیاز فرایند پژوهش را ترسیم می‌کند. پیاز فرآیند پژوهش دارای ۸ لایه است و پژوهش را براساس این لایه‌ها بررسی و بیان می‌کند (شکل ۱).



شکل ۱: پیاز فرآیند پژوهش ساندرز (۲۰۱۱)

پیاز فرآیند پژوهش دارای ۸ لایه است و پژوهش را براساس این لایه‌ها بررسی و بیان می‌کند:

لایه نوع نگاه یا پارادایم: پژوهش حاضر از پارادایم اثبات‌گرایی استفاده می‌کند.

لایه نوع اصلی پژوهش: در لایه دوم، به چهار نوع اصلی پژوهش در حوزه علوم طبیعی و اجتماعی اشاره دارد، پژوهش بنیادی، پژوهش کاربردی، پژوهش ارزشیابی، پژوهش توسعه‌ای. پژوهش حاضر از نوع پژوهش‌های کاربردی است. لایه رویکردهای پژوهش: این پژوهش از رویکرد قیاسی فرضیه‌ی برای گردآوری داده‌ها استفاده می‌کند.

لایه راهبردهای پژوهش: راهبرد اصلی پژوهش، راهبرد کمی است یعنی پژوهش از نوع کمی است.

لایه صیغه پژوهشی: در لایه پنجم پژوهشگر می‌تواند برحسب صیغه پژوهشی، پژوهش را از نظر مکانی به صورت آزمایشگاهی، کتابخانه‌ای و میدانی انجام دهد. پژوهش فعلی از نوع پژوهش‌های میدانی است.

لایه انتخاب روش‌های پژوهش: روش پژوهش حاضر به صورت همبستگی و مقطعی است.

لایه اهداف پژوهش: لایه هفتم نیز، نشان‌دهنده اهداف پژوهش است. بر اساس این لایه، هر کدام از این استراتژی‌ها اهداف غایی خاصی دنبال می‌کنند. استراتژی‌های کمی در پی توصیف و تبیین؛ استراتژی‌های کیفی به دنبال مکاشفه و فهم؛ و استراتژی‌های ترکیبی با توجه به نوع طرح، توصیف و تبیین، فهم و اکتشاف را همزمان دنبال می‌کند. پژوهش حاضر از نوع پژوهش‌های کمی است و برای توصیف و تبیین بکار می‌رود (تحقیق توصیفی).

لایه شیوه‌ها و رویه‌های جمع‌آوری داده‌ها: ابزار گردآوری داده‌ها، مرور منابع کتابخانه‌ای و پرسشنامه است.

روایی ابزار پژوهش

روایی صوری و محتوایی: پس از تدوین پرسشنامه‌ها، پرسشنامه‌ها جهت ارزیابی روایی صوری و محتوایی ابعاد و گویه‌های ارائه شده در اختیار ۱۰ نفر از اساتید دانشگاهی متخصص در حوزه مدیریت ورزشی قرار گرفت. با توجه به نظرات و پیشنهادات اساتید محترم، روایی صوری و محتوایی پرسشنامه‌های پژوهش تأیید شد. *روایی همگرا* و *واگر*: روایی همگرا با استفاده از متوسط واریانس استخراج شده و روایی واگرا با استفاده از ماتریس فورنل-لارکر مورد بررسی قرار گرفت. میزان همبستگی سازه با شاخص‌های خود (روایی همگرا) با استفاده از متوسط

^۱ Saunders

واریانس استخراج شده بالاتر از ۰/۵ به دست آمد و تعامل بیشتر یک سازه در مدل با شاخص‌های نسبت به سازه‌های دیگر (روایی واگرا) با استفاده ماتریس فورنل- لارکر مورد تأیید قرار گرفت. پایایی درونی نیز با استفاده از سه معیار ضرایب بارهای عاملی، آلفای کرونباخ^۱ و پایایی ترکیبی^۲ مورد بررسی قرار گرفت. مقادیر آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی در متغیرهای پژوهش بیشتر از ۰/۷ بود. بنابراین تمامی شاخص‌ها از پایایی درونی مناسبی برخوردار بوده‌اند.

تجزیه و تحلیل داده‌ها

به منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها از روش آماری توصیفی و استنباطی استفاده شد. در قسمت توصیفی از آماره‌های میانگین، واریانس و انحراف معیار برای توصیف وضعیت جمعیت شناختی و متغیرهای پژوهش استفاده شد. در سطح آمار استنباطی متناسب با سطح سنجش داده‌ها و مفروضات آماری نرم‌افزار SPSS و از PLS Smart (برای برای محاسبه تحلیل عاملی تأییدی و تحلیل مسیر و برآورد رابطه‌های میان متغیرهای پنهان مسأله و برازندگی مدل) مورد استفاده قرار گرفت. آزمون فرضیه‌های پژوهش با استفاده از Q2 و همچنین برازش کلیت مدل در این پژوهش توسط چهار شاخص NFI، rms Theta، شاخص کای اسکوئر و SRMR (معیار میانگین اختلاف بین داده‌ها) مورد بررسی قرار گرفت.

بحث و ارائه یافته‌ها

توصیف ویژگی‌های جمعیت شناختی مشارکت‌کنندگان پژوهش نشان داد که از مجموع ۱۸۰ نفر شرکت‌کننده در پژوهش، ۱۱۵ نفر (۶۳/۸۸ درصد) مرد و ۶۵ نفر (۳۶/۱۱ درصد) زن بودند. بالاترین وضعیت سنی مربوط به رده سنی ۳۶ تا ۴۵ سال و کمترین وضعیت سنی مربوط به بالای ۵۵ سال می‌باشد. فراوانی مربوط به سطح تحصیلات افراد نمونه حاکی از آن بود که بیشترین فراوانی با ۶۱/۱ درصد (۹۷ نفر) مربوط به سطح تحصیلات کارشناسی ارشد و دکتری و کمترین فراوانی سطح تحصیلات مربوط به دیپلم و فوق دیپلم با درصد فراوانی ۷/۷۷ (۱۴ نفر) می‌باشد.

جدول ۱. توصیف متغیرهای پژوهش

متغیر	میانگین و انحراف استاندارد	
	Std.deviation	M
مدیریت کیفیت جامع	۰/۵۸	۴/۲۶
مدیریت شکایات مشتریان	۰/۶۳	۴/۲۸
رضایت شغلی	۰/۵۱	۳/۲۵
آگاهی از حقوق شهروندی	۰/۵۳	۳/۳۷

در جدول ۱ میانگین و انحراف استاندارد متغیرهای پژوهش آورده شده است. رضایت شغلی با میانگین ۳/۲۵ کمترین میانگین نسبت به سایر متغیرهای پژوهش را دارا می‌باشد.

نتایج آزمون کلموگروف-اسمیرنوف نشان داد که آماره کلموگروف-اسمیرنوف در همه متغیرها در شاخص‌های اندازه‌گیری شده معنادار بود لذا توزیع تمام داده‌ها غیرنرمال است و برای بررسی ارتباط فرضیه‌های آماری مربوط در بخش مدل معادلات ساختاری عوامل اثرگذار بر مدیریت عملکرد از نرم‌افزار Smart PLS استفاده شد.

برازش مدل با استفاده از نرم‌افزار Smart PLS

به‌طورکلی تجزیه و تحلیل با استفاده از روش PLS به ارزیابی و برازش سه بخش اندازه‌گیری، ساختاری و کلی مدل پرداخته شده است. جهت سنجش برازش مدل اندازه‌گیری از پایایی شاخص، روایی همگرا و روایی واگرا استفاده گردید. بر اساس نتایج به دست آمده، بارهای عاملی سنجه‌ها در سازه مربوط به خود بالاتر از ۰/۴ می‌باشد، بنابراین می‌توان اذعان نمود که تمامی شاخص‌ها از پایایی مناسبی برخوردار بوده‌اند. به منظور بررسی پایایی ابزار (پرسشنامه مورد استفاده) از آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی استفاده شد. با توجه به مقادیر آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی گزارش شده در جدول ۲، تمامی متغیرها دارای مقدار آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی بالای ۰/۷ می‌باشند که نشان‌دهنده پایایی (چه از نظر آلفای کرونباخ و چه از لحاظ پایایی ترکیبی) مناسب پرسشنامه می‌باشد.

1 Loadings

2 Cronbach's Alpha

3 Composite Reliability

جدول ۲. ضرایب پایایی پرسشنامه

ابعاد/عوامل	آلفای کرونباخ *	پایایی ترکیبی *
آگاهی از حقوق شهروندی	۰/۹۴۶	۰/۹۵۳
اعتماد محوری	۰/۷۷۷	۰/۸۷۱
انعطاف پذیری	۰/۸۸۵	۰/۹۲۱
بهره برداری	۰/۹۳۷	۰/۹۵۲
تجزیه و تحلیل	۰/۹۰۲	۰/۹۳۲
تحریک	۰/۸۹۹	۰/۹۲۹
توانمندسازی	۰/۸۵۲	۰/۹۱۱
جو سازمانی	۰/۸۱۳	۰/۸۸۸
حقوق اجتماعی	۰/۸۸۲	۰/۹۱۵
حقوق سیاسی	۰/۷۸۹	۰/۸۶۳
حقوق مدنی	۰/۹۲۸	۰/۹۴۳
رضایت شغلی	۰/۹۴۷	۰/۹۵۳
رعایت ملاحظات	۰/۸۸۰	۰/۹۱۸
زیبایی فضای	۰/۷۰۰	۰/۸۲۳
سبک رهبری	۰/۸۰۳	۰/۸۸۳
سرعت در ارائه	۰/۸۶۱	۰/۹۰۶
شرایط فیزیکی	۰/۷۳۰	۰/۸۴۷
شفافیت	۰/۸۴۲	۰/۹۰۵
صحت در ارائه	۰/۷۹۳	۰/۸۵۸
فرصت‌های پیشرفت	۰/۸۷۱	۰/۹۲۲
مدیریت شکایات	۰/۹۸۲	۰/۹۸۳
مدیریت کیفیت	۰/۹۷۵	۰/۹۷۷
نظام پرداخت	۰/۸۲۱	۰/۸۹۳
نوع شغل	۰/۸۱۱	۰/۸۷۸
واکنش	۰/۸۹۸	۰/۹۲۵
پاسخگویی	۰/۹۴۰	۰/۹۵۱
پذیرش	۰/۹۲۰	۰/۹۴۴
پردازش	۰/۸۹۱	۰/۹۲۶
کنترل	۰/۸۹۲	۰/۹۲۲
گزارش	۰/۹۳۴	۰/۹۵۳

جهت سنجش روایی همگرا از متوسط واریانس استخراج شده (AVE) و روایی واگرا از ماتریس فورنل-لاکر مورد استفاده شد. نتایج خروجی از مدل برای شاخص AVE، نمایانگر مناسب بودن معیار روایی همگرا (AVE) می‌باشد. همچنین بر اساس نتایج به‌دست‌آمده از همبستگی‌ها و جذر AVE که در جدول ۳ نشان داده شده می‌توان روایی واگرای مدل در سطح سازه را از نظر معیار فورنل و لاکر مورد تأیید قرار داد.

جدول ۳. ضرایب شاخص روایی همگرا (AVE) هر یک از متغیرها و ابعاد آن‌ها

ابعاد/عوامل	متوسط واریانس استخراج شده *
آگاهی از حقوق شهروندی	۰/۵۷۵
اعتماد محوری	۰/۶۹۳
انعطاف پذیری	۰/۷۴۴
بهره برداری	۰/۷۹۹
تجزیه و تحلیل	۰/۷۷۵
تحریک	۰/۷۶۷

ابعاد/عوامل	متوسط واریانس استخراج شده *
توانمندسازی	۰/۷۷۳
جو سازمانی	۰/۷۲۶
حقوق اجتماعی	۰/۶۸۴
حقوق سیاسی	۰/۶۱۱
حقوق مدنی	۰/۷۳۵
رضایت شغلی	۰/۵۶۲
رعایت ملاحظات	۰/۷۳۸
زیبایی فضایی	۰/۶۱۰
سبک رهبری	۰/۷۱۷
سرعت در ارائه	۰/۷۰۸
شرایط فیزیکی	۰/۶۴۸
شفافیت	۰/۷۶۰
صحت در ارائه	۰/۵۴۹
فرصت‌های پیشرفت	۰/۷۹۸
مدیریت شکایات	۰/۶۲۸
مدیریت کیفیت	۰/۵۴۳
نظام پرداخت	۰/۷۳۶
نوع شغل	۰/۶۴۵
واکنش	۰/۷۱۳
پاسخگویی	۰/۷۳۷
پذیرش	۰/۸۰۸
پردازش	۰/۷۵۸
کنترل	۰/۷۰۷
گزارش	۰/۸۳۶

برازش مدل ساختاری

پس از سنجش روایی و پایایی مدل اندازه‌گیری، مدل ساختاری از طریق روابط بین متغیرهای مکنون مورد بررسی قرار می‌گیرد. این معیارها شامل؛ ضریب معنادار (t-values)، ضریب تعیین (R^2) و ضریب قدرت پیش‌بینی (Q^2) است. نتایج نشان داد که مسیرهای مستقیم روابط بین مؤلفه‌های مدیریت کیفیت جامع و رضایت شغلی، مدیریت شکایات مشتریان و آگاهی از حقوق شهروندی بزرگتر از ۱/۹۶ و معنی‌دار است و روابط بین مؤلفه‌های آگاهی از حقوق شهروندی و رضایت شغلی و مدیریت شکایات مشتریان کوچکتر از ۱/۹۶ و معنی‌دار نیست.

معیار ضریب تعیین (R^2) و ضریب قدرت پیش‌بینی (Q^2) سازه‌ها

برای نشان دادن تأثیری که یک متغیر برون‌زا بر یک متغیر درون‌زا می‌گذارد از معیار ضریب تعیین استفاده شد. برطبق نتایج به دست آمده متغیر درون‌زای مدیریت شکایات مشتری از برازش متوسط به بالا و سایر متغیرهای درون‌زا از برازش قوی برخوردار هستند. همچنین متغیرهای درون‌زای مدیریت شکایات مشتری از برازش متوسط به بالا و سایر متغیرهای درون‌زا از برازش قوی برخوردار هستند. این بدین معنی است که مدل ساختاری پژوهش دارای برازش نسبتاً مطلوبی است.

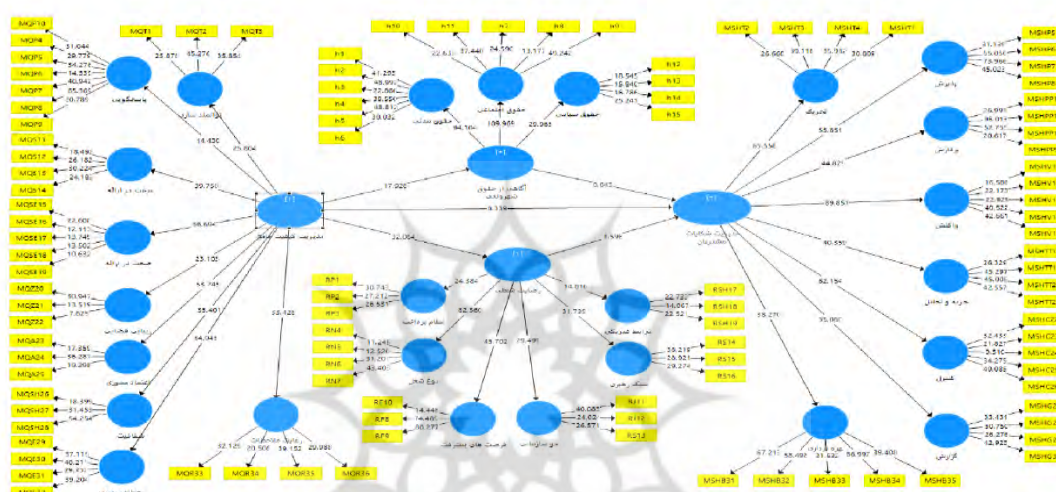
تحلیل مسیر مدل

پس از بررسی برازش مدل‌های اندازه‌گیری و مدل ساختاری و داشتن برازش مناسب مدل‌ها، به بررسی ضریب استاندارد شده مسیرهای مربوط به هر یک از فرضیه‌ها پرداخته شده و نتایج در جدول ۴ مطرح شده است.

جدول ۴. نتایج تحلیل مسیر برای بررسی ارتباط متغیرهای مطالعه

متغیرهای پژوهش	ضریب مسیر	t-value	P Values
مدیریت کیفیت جامع -- رضایت شغلی	۰/۸۸۹	۳۲/۰۶۴	۰/۰۰۱
مدیریت کیفیت جامع -- آگاهی از حقوق شهروندی	۰/۸۲۹	۱۷/۹۲۸	۰/۰۰۱
مدیریت کیفیت جامع -- مدیریت شکایات	۰/۸۳۰	۸/۳۳۹	۰/۰۰۱
رضایت شغلی -- مدیریت شکایات	۰/۱۶۰	۱/۵۹۶	۰/۱۱۱
آگاهی از حقوق شهروندی -- مدیریت شکایات	۰/۰۵۳	۰/۶۴۳	۰/۵۲۱
مدیریت کیفیت جامع -- رضایت شغلی -- مدیریت شکایات مشتری	۰/۰۹۱	۱/۵۶۲	۰/۱۱۹
مدیریت کیفیت جامع -- آگاهی از حقوق شهروندی -- مدیریت شکایات	۰/۰۶۹	۰/۶۳۴	۰/۵۲۶

مدل نهایی پژوهش



شکل ۲. میزان ضریب معناداری (T-values) مدل نهایی پژوهش

بر اساس جدول ۵ و شکل ۲ مشخص می‌شود که مدیریت کیفیت جامع بطور مستقیم بر مدیریت شکایات مشتریان اثرگذار است ولی تأثیر مدیریت کیفیت جامع بواسطه دو متغیر میانجی رضایت شغلی و آگاهی از حقوق شهروندی بر مدیریت شکایات مشتریان اثرگذار نمی‌باشد. همچنین نتایج حاکی از اثرگذاری مدیریت کیفیت جامع بر رضایت شغلی و آگاهی از حقوق شهروندی بود.

جدول ۵. نتایج فرضیه اصلی آزمون مدل نهایی پژوهش.

فرضیات پژوهش	ضریب	Statistics (O/STDEV)	t	P Values	نتیجه فرضیه
مدیریت کیفیت جامع -- رضایت شغلی	۰/۸۸۹	۳۲/۰۶۴		۰/۰۰۱	رد فرض صفر
مدیریت کیفیت جامع -- آگاهی از حقوق شهروندی	۰/۸۲۹	۱۷/۹۲۸		۰/۰۰۱	رد فرض صفر
مدیریت کیفیت جامع -- مدیریت شکایات	۰/۸۳۰	۸/۳۳۹		۰/۰۰۱	رد فرض صفر
رضایت شغلی -- مدیریت شکایات	۰/۱۶۰	۱/۵۹۶		۰/۱۱۱	تأیید فرض صفر
آگاهی از حقوق شهروندی -- مدیریت شکایات مشتری	۰/۰۵۳	۰/۶۴۳		۰/۵۲۱	تأیید فرض صفر
مدیریت کیفیت جامع -- رضایت شغلی -- مدیریت شکایات مشتری	۰/۰۹۱	۱/۵۶۲		۰/۱۱۹	تأیید فرض صفر
مدیریت کیفیت جامع -- آگاهی از حقوق شهروندی -- مدیریت شکایات	۰/۰۶۹	۰/۶۳۴		۰/۵۲۶	تأیید فرض صفر

بحث

هدف از پژوهش حاضر تدوین مدل مدیریت شکایات مشتریان مبتنی بر استقرار کیفیت جامع با میانجیگری حقوق شهروندی و رضایت شغلی در کارکنان ادارات تربیت بدنی دانشگاه‌های آزاد اسلامی شمال غرب کشور بود. مطالعه بر روی ۱۸۰ نفر انجام شد و نتایج نشان داد که مدیریت کیفیت جامع به طور مستقیم بر مدیریت شکایات مشتریان، رضایت شغلی و آگاهی از حقوق شهروندی تأثیر معنی داری دارد اما به

واسطه متغیرهای میانجی رضایت شغلی و آگاهی از حقوق شهروندی، این رابطه معنادار نیست. نتایج سایر تحلیل‌های پژوهش نشان داد که رضایت شغلی تأثیر معنی داری بر مدیریت شکایات مشتریان ندارد؛ به عبارت دیگر علی رغم اینکه رضایت شغلی، می‌تواند ۱۶ درصد از تغییرات مدیریت شکایات را تبیین نماید اما از نظر آماری معنی دار نمی‌باشد. یافته‌ها همچنین حاکی از عدم معنی داری رابطه آگاهی از حقوق شهروندی و مدیریت شکایات مشتری بود. علی رغم اینکه آگاهی از حقوق شهروندی، می‌تواند ۰/۰۵ درصد از تغییرات مدیریت شکایات مشتریان را تبیین نماید اما از نظر آماری معنی دار نمی‌باشد.

بر اساس نتایج به دست آمده، مدیریت کیفیت جامع، ۸۳ درصد از تغییرات مدیریت شکایات مشتریان را تبیین می‌نماید که ضریب قابل توجهی می‌باشد. مدیریت کیفیت جامع به عنوان موضوع مهم و فراگیر می‌تواند از جنبه‌های مختلف یک سازمان را مورد بررسی قرار داده و ارزیابی کند. نتایج بسیاری از تحقیقات نشان می‌دهد که به کارگیری مدیریت کیفیت به طور اثربخشی می‌تواند تأثیر مثبتی بر عملکرد سازمان‌ها داشته باشد (Imani, 2012).

در همین راستا نتایج تحقیق کفاشپور (۱۳۹۸) نشان داد که سیستم کیفیت خدمات جامع بر رضایتمندی ارباب رجوع تأثیر مثبتی دارد. مدیریت مؤثر شکایات، نیاز به یک تغییر فرهنگی در سازمان به عنوان یک رویکرد سیستماتیک دارد. مدیریت کیفیت جامع موجب رضایت مشتریان و بهبود عملکرد سازمان می‌گردد. نتایج تحقیق عماد و وایف (۲۰۱۵) نشان داد که پیاده‌سازی مدیریت کیفیت جامع بر بهبود عملکرد سازمان تأثیر معنی داری دارد. توپالوویچ^۱ (۲۰۱۵) نیز در تحقیق خود ادعان داشته که مدیریت کیفیت جامع موجب رضایتمندی مشتریان شده و بر عملکرد سازمان تأثیر چشم‌گیری دارد. نتایج تحقیق زهیر و همکاران^۲ (۲۰۱۲)، نشان داد که فعالیت‌های مدیریت کیفیت فراگیر مانند تمرکز بر مشتریان، بهبود مستمر، مدیریت فرآیند و مدیریت کارکنان بر عملکرد کیفیت و عملکرد نوآوری تأثیر مثبت و معناداری دارند. فورست^۳ و همکاران (۲۰۲۰) نشان دادند که توجه به فاکتورهای مدیریت کیفیت جامع در ارائه خدمات مانند ارتقای قابلیت اعتماد، پاسخگویی موجب رضایت بیشتر مشتریان و مدیریت بهتر و مؤثرتر شکایات می‌گردد. در همین راستا، برخی از محققین معتقدند مدیریت کیفیت جامع یک فلسفه مدیریتی است که سعی بر جامعیت بخشیدن به کلیه عملکردهای سازمان به منظور متمرکز شدن بر نیازهای مشتری و اهداف سازمانی دارد (Albderi et al., 2023). مدیریت کیفیت جامع اجرای راهبردهای حیاتی هر سازمان را تضمین می‌نماید و چنانچه بطور مناسب در سازمان بکار گرفته شود موجب ارتقای انعطاف پذیری سازمان، افزایش مشارکت کارکنان، کاهش هزینه‌ها، افزایش رضایت شغلی کارکنان و تعهد سازمانی آنان و در نهایت رضایت مشتریان می‌گردد (Hadjichambis et al., 2020). مفهوم مدیریت شکایت با خط مشی‌های مربوط به نحوه ارائه خدمات توسط سازمان بویژه خط مشی‌های خدمات پس از فروش سازمان ارتباط قوی دارد. همچنین، این سیستم را می‌توان به عنوان بخش مهمی از سیستم مدیریت کیفیت در نظر گرفت، علاوه بر این، تحقیقات اخیر نشان داده‌اند که مدیریت شکایت تنها بر رضایت و وفاداری مشتریان تأثیرگذار نیست، بلکه بر بهبود مداوم سازمان نیز تأثیر به سزایی دارد و توجه به پیاده‌سازی مدیریت کیفیت جامع می‌تواند سازمان را در جهت حفظ مشتریان فعلی و جذب مشتریان جدید کمک نماید (Shahriari et al., 2016).

نتایج پژوهش حاضر حاکی از تأثیر قابل ملاحظه مدیریت کیفیت جامع بر تغییرات رضایت شغلی کارکنان مراکز ادارات تربیت بدنی بود به طوریکه ۸۸/۹ درصد از تغییرات رضایت شغلی را تبیین می‌نماید. توانایی کارکنان سازمان در پاسخگویی به مشتریان، ارتقای سیستم‌های پاسخگویی و استفاده از کارکنان با انگیزه و تحصیل کرده در ادارات تربیت بدنی می‌تواند به رضایتمندی بیشتر مشتریان و درک بیشتر نیازهای آنان توسط کارکنان و در نتیجه کاهش شکایات از سوی آنان منجر شود. در واقع پیاده‌سازی مدیریت کیفیت در ادارات تربیت بدنی و آگاهی هر چه بیشتر کارکنان از حقوق مرتبط با مشتریان به مدیریت بهتر ارائه خدمات و پاسخگویی به مشتریان منجر خواهد شد (Tao, 2014). مفهوم رضایت شغلی به نگرش کلی فرد درباره شغلش اطلاق می‌شود. به عبارت دیگر کسی که رضایت شغلی در سطح بالایی داشته باشد به کار خود نگرش مثبتی دارد و انتظار می‌رود تعهد سازمانی بیشتری هم به سازمان داشته باشد (Javadein et al., 2008). تعهد مدیریت در کیفیت خدمات و هر یک از ابعاد آن (آموزش، توانمندسازی و پاداش) بر رضایت شغلی کارکنان تأثیر مثبت و معناداری دارد که با نتایج پژوهش حاضر همسو می‌باشد توجه به توانمندسازی، زیبایی فضایی، اعتماد محوری، انعطاف پذیری و سایر ابعاد مدیریت کیفیت جامع در ادارات تربیت بدنی می‌تواند منجر به افزایش رضایت شغلی کارکنان و به طبع آن دلپذیری بیشتر آنان به سازمان و افزایش تعهد سازمانی آنان گردد و از سوی دیگر منجر به ارتقای نحوه برخورد آنان با مشتریان شود (Atalan, 2023).

در مقوله ارتباط مدیریت کیفیت جامع و حقوق شهروندی نتایج پژوهش حاضر نشان داد که این دو مقوله ارتباط قابل ملاحظه‌ای با هم دارند به طوریکه مدیریت کیفیت جامع، ۸۲/۹ درصد از تغییرات آگاهی از حقوق شهروندی توسط مشتریان را تبیین می‌کند. این ارتباط حاکی از آن بود که بهبود مدیریت کیفیت جامع و توجه به ابعاد آن در سازمان تأثیر معنی داری بر حقوق شهروندی دارد. در عصر حاضر رعایت حقوق

^۱ Tapalović

^۲ - Zuhair et al

^۳ Forrest

مشتری الزامی برای سازمان‌ها می‌باشد و هیچ سازمان یا اداره‌ای نمی‌تواند از این امر تخطی نماید، چراکه نتیجه‌ای جز نابودی برایش به همراه نخواهد داشت (Bahmani et al., 2014). تا چند دهه قبل تصاحب بر سهم بازار بیشتر بود اما امروزه رقابت اصلی بین سازمان‌ها متمرکز بر جذب مشتری و رضایتمندی اوست. در واقع فرایند مدیریت کیفیت جامع با افزایش ارزش مشتریان، کاهش اشتباهات، بهبود ارائه خدمات و به کارگیری مؤثر منابع می‌تواند به رضایت مشتریان و بقای سازمان کمک نماید (Afify & Kadry, 2019).

اگر چه نتایج پژوهش حاضر نتایج نشان داد که آگاهی از حقوق شهروندی تأثیر معنی داری بر مدیریت شکایات مشتریان ندارد. هرچند انتظار می‌رفت که این فرضیه معنی دار شود اما شاید به علت آشنایی اندک کارکنان از میزان آگاهی مشتریان از حقوق شهروندی‌شان این نتیجه حاصل شد. با توجه به منابع اندک در ارتباط با رابطه بین آگاهی از حقوق شهروندی و مدیریت شکایات در ادارات به نظر می‌رسد لازم است تحقیقات بیشتری در این زمینه انجام پذیرد. آموزش حقوق شهروندی همچون توانایی کار کردن با دیگران بصورت گروهی و مشارکتی، پذیرفتن مسئولیت‌های اجتماعی، درک، تفاهم و تحمل تفاوت‌های فرهنگی، تفکر انتقادی؛ حل تعارضات خود با دیگران با روش‌های مسالمت آمیز و غیره را باید در درس‌های ملموس و عینی مدارس و در مقطع تحصیلی ابتدایی، متوسطه و دانشگاهی به گونه‌ای گنجانده که فرد پس از آن آموزش‌ها بتواند با الزامات و نیازهای زندگی در جهان فردا همسازي داشته باشد؛ زیرا نظام آموزشی پس از خانواده بیشترین نقش را در بالا بردن سطح آگاهی افراد و آشنا نمودن آن‌ها با حقوق و تکالیف شهروندی در جامعه دارد. بنابراین لازم است تا مؤسسات آموزشی و دانشگاه‌ها به عنوان بازیگران کشوری، تلاش نمایند تا به آموزش و پرورش کارمندانی فعال بپردازند و طوری پرورش دهند که در فعالیت‌های سیاسی، اجتماعی و مدنی حضوری چشمگیر و پر جنب و جوش داشته باشند و به طور طبیعی بتوانند به حقوق خود دست یابند (Albderi et al., 2023).

در نهایت نتایج نشان داد که مدیریت کیفیت جامع با میانجی‌های حقوق شهروندی و رضایت شغلی نمی‌تواند تأثیر معنی داری بر مدیریت شکایات مشتریان داشته باشد. علت را می‌توان به تأثیر مستقیم این متغیر بر مدیریت شکایات مشتریان در نظر گرفت. هرچند انتظار می‌رفت با توجه به مثبت و معنی دار بودن رابطه بین متغیرهای مدیریت کیفیت جامع بر رضایت شغلی و حقوق شهروندی، تأثیرگذاری مدیریت کیفیت جامع از طریق میانجی‌های رضایت شغلی و حقوق شهروندی بر مدیریت شکایات مشتریان معنی دار شود ولی نتایج از نظر آماری اینگونه نشد و شاید علت این امر وجود رابطه مستقیم و قوی مدیریت کیفیت جامع بر مدیریت شکایات مشتریان و رضایتمندی ضعیف کارکنان از وضعیت شغلی‌شان در اداره به خصوص در بحث نظام پرداخت و جو سازمانی باشد که لازمه آن بررسی بیشتر وضعیت شغلی کارکنان ادارات تربیت بدنی دانشگاه‌های آزاد اسلامی شمال غرب کشور می‌باشد. رضایت شغلی مفهوم پیچیده‌ای است و سطح رضایت شغلی تحت تأثیر دامنه‌ی وسیعی از متغیرهای فردی، اجتماعی، فرهنگی، سازمانی و محیطی قرار می‌گیرد. از سوی دیگر لازم است در خصوص وضعیت آگاهی از حقوق شهروندی و ابعاد آن بررسی‌های بیشتری صورت پذیرد؛ کما اینکه محققان پیشین نیز به آگاهی اندک کارکنان و مشتریان از حقوق شهروندی سخن گفته و به این نکته اشاره کرده‌اند که لازم است در این خصوص آموزش‌های لازم انجام گیرد (Assaf et al., 2017).

نتیجه‌گیری و ارائه پیشنهادها

بر اساس نتایج به دست آمده از مطالعه حاضر و با توجه به اینکه در شرایط اقتصادی کنونی پیدا کردن و جلب مشتری جدید امری بسیار دشوار است، مهمترین کاری که باید کرد ایجاد روابط خوب با مشتریان است و یکی از راه‌های ایجاد روابط خوب با مشتری رسیدگی مناسب و مطلوب به شکایات مشتریان در جهت افزایش مشتریان کنونی و حفظ آن‌ها می‌باشد. از این رو توجه بیشتر به مدیریت کیفیت جامع با اهتمام به توانمندسازی کارکنان، ارتقای سیستم پاسخگویی، سرعت در رسیدگی به خواسته‌های مشتریان، احترام به ارزش‌های حاکم در جامعه و سازمان و همچنین برخورداری از انعطاف لازم در برابر مشتریان و خواسته‌های آنان می‌تواند سازمان را در مدیریت هر چه بهتر شکایات مشتریان و رضایت آنان کمک‌کننده باشد. از سوی دیگر توجه به فاکتورهای اثرگذار بر رضایت شغلی کارکنان مانند بهبود جو سازمانی، ارتقای نظام پرداخت، سبک رهبری انگیزشی و مشارکت محور و شرایط فیزیکی نیز می‌تواند بر نحوه پاسخگویی کارکنان به مشتریان تأثیرگذار باشد. برخورد یکسان با کارمندان و برقراری عدالت در محیط کاری می‌تواند سبب رضایتمندی شغلی کارکنان شود و محیط سازمان باید به گونه‌ای باشد که کارکنان احساس برابری و رضایت داشته و انگیزه کار کردن در آن محیط در آنان افزایش یابد تا بهتر بتوانند به خواسته‌های مشتریان پاسخگو باشند. با توجه به نتایج و رضایت نسبتاً پایین کارکنان لازم است مدیریت به این مهم توجه ویژه‌ای نماید.

سپاسگزاری

مقاله حاضر نتایج رساله دکتری در رشته مدیریت ورزشی دانشگاه آزاد تبریز در سال ۱۴۰۲ می‌باشد. نویسندگان مراتب تقدیر خود را از شرکت کنندگان در مطالعه ابراز می‌دارند.

References

1. Afify, E. A., & Kadry, M. A. (2019). Electronic-customer complaint management system (E-CCMS) – A generic approach. *International Journal of Advanced Networking and Applications*, 11(1), 4125–4141. <https://doi.org/10.35444/IJANA.2019.11011>
2. Androniceanu, A. (2017). The three-dimensional approach of total quality management, an essential strategic option for business excellence. *Amfiteatru Economic*, 19(44), 1–61.
3. Assaf, N., Alhusan Saleh, S., & El-Qasem, A. (2017). Dawacom human resource management: Reality and ambition. *International Journal of Business and Management*, 12(3), 62. <https://doi.org/10.5539/ijbm.v12n3p62>
4. Atalan, A. (2023). The ChatGPT application on quality management: A comprehensive review. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.4565125>
5. Bahmani, A., Mahdavi-Rad, M. R., & Balochi, H. (2016). Investigating the relationship between organizational cynicism and service quality provided by employees with the mediating and moderating role of organizational commitment. *Public Management Researches*, 9(31), 161–185. <https://doi.org/10.22111/jmr.2016.2518> [In Persian]
6. between service quality dimensions and accreditation results (Case study: Hospitals of Khorasan Razavi). *Scientific-Research Journal of the Medical Council of the Islamic Republic of Iran*, 35(3), 250–258. Available at: [<http://jmciri.ir/article-1-2784-fa.html>]. [In Persian]
7. Darshana Rani, M. (2016). Sports management and opportunities for professional development. *IOSR Journal of Sports and Physical Education*, 3(4), 30–36. <https://doi.org/10.9790/6737-03043036>
8. De Knop, P., Van Hoecke, J., & De Bosscher, V. (2004). Quality management in sports clubs. *Sport Management Review*, 7(1), 57–77. [https://doi.org/10.1016/S1441-3523\(04\)70045-5](https://doi.org/10.1016/S1441-3523(04)70045-5)
9. Esmaili, M., & Saidzadeh, H. (2016). The effect of job satisfaction on performance with the mediating role of organizational loyalty. *Management Studies (Improvement and Transformation)*, 51–68. [In Persian]
10. Finney, T. G., & Finney, Z. R. (2010). Are students their universities' customers? An exploratory study. *Education + Training*, 52(4), 276–291. <https://doi.org/10.1108/00400911011050954>
11. Hamoud, A. K., Hussien, H. N., Fadhil, A. A., & Ekal, Z. R. (2020). Improving service quality using consumers' complaints data mart which effect on financial customer satisfaction. *Journal of Physics: Conference Series*, 1530(1), 012060. IOP Publishing.
12. Imani. (2012). Explaining the relationship between managers' management skills and the organizational atmosphere of schools and teachers' job satisfaction from the teachers' point of view. *Scientific Journal of Education and Evaluation (Quarterly)*, 5(17), 45–73. [In Persian]
13. Jaber, A., Flayyih, H. H., & Hasa, M. F. (2023). Measuring the level of banking performance according to the requirements of comprehensive quality management: An application study. *International Journal of Economics, Business and Statistics*, 4(1). <https://doi.org/10.55270/ijebs.v4i1.15>
14. Javadein, S. R. S., Khanlari, A., & Estiri, M. (2008). Customer loyalty in the sport services industry: The role of service quality, customer satisfaction, commitment and trust. *Journal of Human Sciences*, 5(2). [In Persian]
15. Juliawan, T. (2023). Customer satisfaction and repeat business are impacted by product quality and services. *KINERJA: Jurnal Manajemen Organisasi dan Industri*, 2(1), 72–82.
16. Kireev, V. S., Nekrasova, M. L., Shevchenko, E. V., Alpatskaya, I. E., Makushkin, S. A., & Povorina, E. V. (2016). Marketing management as the realization process of research, production and sale activity of the enterprise. *International Review of Management and Marketing*, 6(6), 228–234.
17. Mansouri-Mansourabad, H. (2020). The effect of the implementation of city laws and citizenship rights in the path of sustainable urban development; With an emphasis on the performance of the city administration. *Applied Studies in Management and Development Sciences*, 30(5), 53–61. [In Persian]
18. Martínez-Moreno, A., & Díaz Suárez, A. (2016). Level of quality management in the municipal sports services: Contrast through EFQM Excellence Model. *SpringerPlus*, 5, 1–8.
19. Mensah, A. O. (2019). Does culture play a role at work? Examining the relationships among sociocultural values, job satisfaction, and social support as a mediator. *SAGE Open*, 9(1), 2158244019833275.
20. Mittal, V., Han, K., Lee, J. Y., & Sridhar, S. (2021). Improving business-to-business customer satisfaction programs: Assessment of asymmetry, heterogeneity, and financial impact. *Journal of Marketing Research*, 58(4), 615–643.
21. Mosadeghrad, A. M. (2014). Strategic collaborative quality management and employee job satisfaction. *International Journal of Health Policy and Management*, 2(4), 167. [In Persian]
22. Shahriari, A., Khalili, M., & Akbari, H. (2016). Influential factors of awareness of the fundamental rights: Case study survey: Students at Ferdowsi University of Mashhad. *Journal of Applied Sociology*, 27(3), 147–168. [In Persian]

23. Shoalehkodadat Kashi. (2018). Investigating the effect of perceived justice on customer loyalty with the mediating role of service quality and customer commitment of Al-Zahra clubs. *Standard and Quality Management*, 15-24. [In Persian]
24. Tao, F. (2014). Customer relationship management based on increasing customer satisfaction. *International Journal of Business and Social Science*, 5(5).
25. Yaqoubi, M., Barki, I., & Asadian, S. (2019). The effect of the teaching method based on Henry Giroux's critical pedagogy on students' awareness of citizenship rights. *Research Teaching*, 151-. [In Persian]

