

Occupational Psychology

Open
Access

ORIGINAL ARTICLE

The Effect of Customers' Mistreatment on Helping Behaviors of Sports Club Employees: Mediating Role of Job Self-Efficacy

Sohail Arvand¹, Nasser Bai^{2*}

1 MS.c. Student of General Psychology, Azadshahr Branch, Islamic Azad University, Azadshahr, Iran.

2. Assistant Professor, Sports Management, Azadshahr Branch, Islamic Azad University, Azadshahr, Iran.

Correspondence

Nasser Bai

Email: nasser_bay@yahoo.com

How to cite

Arvand, S. Bai, N. (2024). The Effect of Customers' Mistreatment on Helping Behaviors of Sports Club Employees: Mediator Role of Job Self-Efficacy. Occupational Psychology, 2 (4), 53-64.

ABSTRACT

The main purpose of this research was to study the effect of customers' mistreatment on the helping behaviors of sports club employees with the mediating role of job self-efficacy. This applied research is of a survey type and its statistical population included all the employees of sports club of bodybuilding, fitness, TRX, aerobics, crossfit and horse riding in the Gonbad Kavos city (403 people). The sample size was considered equal to the statistical population and finally, 376 questionnaires collected. Data collection required for this study conducted using three standard questionnaires of customers' mistreatment (Kim, 2023), job self-efficacy (Avallone et al, 2007) and helping behaviors (Van Dyne et al, 2001). The validity of the used questionnaires assessed and confirmed with the cooperation of five sports management experts, and the Cronbach's alpha of the questionnaires estimated as 0.81, 0.77 and 0.78, respectively in a preliminary study. The analysis of the research data performed in a descriptive and inferential form using two statistical softwares SPSS and SmartPLS. The research results showed that customers' mistreatment has a negative and significant effect on the job self-efficacy of sports club employees ($t=22.323$, $\beta=-0.667$). Another part of the results showed that the effect of customers' mistreatment on the helping behavior of sports club employees is negative and significant ($t=10.332$, $\beta=-0.464$). Finally, the results of the Sobel test indicated that the effect of customers' mistreatment on the helping behaviors of sports club employees is significant ($t=9.308$, $\beta=-0.450$). According to the results, it suggested to formulate ethical principles for customers of sport clubs and oblige them to comply with these principles, as well as provide comprehensive training to employees on dealing with and communicating effectively with customers.

KEYWORDS

Customers' Mistreatment, Job Self-Efficacy, Helping Behaviors, Sports Clubs.

نشریه علمی

روان‌شناسی کار

«مقاله پژوهشی»

اثر بدرفتاری مشتریان بر رفتارهای کمک‌کننده کارکنان باشگاه‌های ورزشی:
نقش میانجی خودکارآمدی شغلیسهیل آرونند¹، ناصر بای^{2*}

چکیده

هدف اصلی این پژوهش، مطالعه اثر بدرفتاری مشتریان بر رفتارهای کمک‌کننده کارکنان باشگاه‌های ورزشی با نقش میانجی خودکارآمدی شغلی بود. این پژوهش کاربردی از نوع پیمایشی بوده و جامعه آماری آن شامل کلیه کارکنان باشگاه ورزشی بدن‌سازی و پرورش اندام، تناسب اندام، تی‌آرایکس، ایروبیک، کراس‌فیت و سوارکاری شهر گنبد کاووس بود (403 نفر). حجم نمونه برابر جامعه آماری در نظر گرفته شد و در نهایت 376 پرسش‌نامه گردآوری شد. گردآوری داده‌های مورد نیاز این مطالعه با استفاده از 3 پرسش‌نامه استاندارد بدرفتاری مشتری (کیبم، 2023)، خودکارآمدی شغلی (آوالون و همکاران، 2007) و رفتارهای کمک‌کننده (ون‌داین و همکاران، 2001) انجام شد. روایی پرسش‌نامه‌ها استفاده‌شده با همکاری 5 متخصص مدیریت ورزشی بررسی و تأیید شد و میزان آلفای کرونباخ پرسش‌نامه‌ها در یک مطالعه مقدماتی به ترتیب 0/81، 0/77 و 0/78 برآورد گردید. تحلیل داده‌های پژوهش به شکل توصیفی و استنباطی با استفاده از دو نرم‌افزار آماری اسپاس و اسمارت پی‌ال‌اس انجام گردید. نتایج پژوهش مشخص نمود بدرفتاری مشتریان اثر منفی و معناداری بر خودکارآمدی شغلی کارکنان باشگاه‌های ورزشی دارد ($t=β, 323/22=-0/667$). بخش دیگری از نتایج نشان داد اثر بدرفتاری مشتریان بر رفتارهای کمک‌کننده کارکنان باشگاه‌های ورزشی منفی و معنادار است ($t=β, 332/10=-0/464$). در نهایت، نتایج آزمون سوبل مشخص نمود اثر بدرفتاری مشتریان بر رفتارهای کمک‌کننده کارکنان باشگاه‌های ورزشی با نقش میانجی خودکارآمدی شغلی معنادار است ($t=β, 9/308=-0/450$). با توجه به نتایج؛ تدوین اصول اخلاقی برای مشتریان باشگاه‌های ورزشی و ملزم نمودن آن‌ها به رعایت این اصول و همچنین ارائه آموزش‌های جامع به کارکنان در مورد برخورد و ارتباطات موثر با مشتریان پیشنهاد می‌گردد.

واژه‌های کلیدی

بدرفتاری مشتریان، خودکارآمدی شغلی، رفتارهای کمک‌کننده، باشگاه‌های ورزشی.

1 دانشجوی کارشناسی ارشد، روان‌شناسی عمومی، واحد آزادشهر، دانشگاه آزاد اسلامی، آزادشهر، ایران.
2 استادیار، مدیریت ورزشی، واحد آزادشهر، دانشگاه آزاد اسلامی، آزادشهر، ایران.

نویسنده مسئول:

ناصر بای

رایانامه: nasser_bay@yahoo.com

استناد به این مقاله:

سهیل آرونند، ناصر بای (1402). اثر بدرفتاری مشتریان بر رفتارهای کمک‌کننده کارکنان باشگاه‌های ورزشی: نقش میانجی خودکارآمدی شغلی. فصلنامه روان‌شناسی کار، 2 (4)، 64-53

64-53

<https://etl.journals.pnu.ac.ir/>

مقدمه

کارکنان بدرفتاری نمایند (وو⁸ و همکاران، 2023؛ یی⁹ و همکاران، 2024).

بدرفتاری مشتریان با کارکنان، به عنوان یک تعامل بین فردی با کیفیت پایین، به یک مشکل رو به رشد در سازمان‌های تولیدی و خدماتی تبدیل شده است (ساموویگو¹⁰ و همکاران، 2020). بدرفتاری مشتریان زمانی اتفاق می‌افتد که کارکنان مورد آزار کلامی، رفتارهای بی‌احترامی، بی‌ادبانه و پرخاشگرانه و یا خواسته‌های ناعادلانه مشتریان قرار می‌گیرند (بارانیک¹¹ و همکاران، 2016). هان¹² و همکاران (2016) معتقد هستند کارکنان خدماتی که به طور روزانه در تعامل مستقیم با مشتریان قرار دارند بدرفتاری بیشتری را از سوی مشتریان تجربه می‌کنند. در صنعت خدمات، وقوع مکرر بدرفتاری مشتریان با کارمندان (مانند صحبت کردن با صدای بلند، بدرفتاری کلامی، خواسته‌های ناعادلانه و رفتارهای بد اخلاقی) عاملی نگران‌کننده و آسیب‌زننده به کارکنان در نظر گرفته می‌شود (یین¹³ و همکاران، 2023) و نتایج تحقیقات انجام شده در این خصوص نشان داده‌اند که بدرفتاری مشتریان پیامدهای منفی بر احساسات و رفتارهای مرتبط با کار کارکنان دارد که از آن جمله می‌توان به افزایش حساسیت بین فردی کارکنان در قبال دیگران از جمله مشتریان و همکاران (لیو و همکاران، 2020)، افزایش خستگی عاطفی (جسنی و پاتاه¹⁴، 2021)، نشان دادن رفتارهای انحرافی مانند خراب‌کاری در محصولات و خدمات مورد نیاز مشتریان (کیم¹⁵ و همکاران، 2023)، انتقام‌گیری از مشتریان (مولن و کلوی¹⁶، 2013)، بروز رفتارهای کناره‌گیری از کار (چی¹⁷ و همکاران، 2018) و بی‌توجهی، عدم تمایل به کمک به مشتری و کم کردن کیفیت خدمات ارائه شده به مشتری (کارسیا¹⁸ و همکاران، 2019) اشاره نمود. یین و همکاران (2023) معتقد هستند قرار گرفتن در شرایط کاری نامطلوب و تجربه وضعیت‌های کاری پرفشار مانند قرار گرفتن در معرض بدرفتاری مشتریان موجب می‌شود انرژی جسمانی و روانی کارکنان دچار تحلیل شده و تلاش آن‌ها برای محافظت از منابع فردی خود کاهش یابد. در چنین شرایطی، توانایی کارکنان برای مدیریت موثر وظایف کاری خود

امروزه موفقیت سازمان‌ها مدیون داشتن کارکنانی است که تنها به انجام دادن وظایف شغلی خود اکتفا ننموده و رفتارهای فراوظیفه‌ای را از خود به نمایش می‌گذارند. انجام دادن رفتارهای فراوظیفه‌ای مانند رفتار شهروندی سازمانی موجب می‌شود تا کارکنان پابندی و تعهد خود را به سازمان در عمل نشان دهند (هوانگ و یوان¹، 2024). اقدامات شهروندی سازمانی کارکنان همچون رفتارهای کمک‌کننده فراتر از وظایف رسمی شغلی بوده و انجام دادن آن‌ها به افزایش اثربخشی و عملکرد کلی کارکنان و سازمان کمک می‌کنند (کراپانزانو² و همکاران، 2003). رفتارهای کمک‌کننده در قبال همکاران به کارکنان کمک می‌کنند تا تعاملات کاری خود را با همکاران تقویت نموده و با برآورده نمودن نیازهای اجتماعی خود مواردی مانند ارزشمندی، خودکارآمدی و رضایت شغلی را تجربه نمایند (لین³ و همکاران، 2020). علاوه بر آن، نشان دادن رفتارهای شهروندی سازمانی کارکنان در قبال مشتریان از جمله رفتارهای کمک‌کننده، پیوند عاطفی مشتریان را با کارکنان افزایش می‌دهند، حس دل‌بستگی مشتریان را نسبت به کارمندان بیشتر نموده و در نتیجه برآورده کردن نیازهای اجتماعی و عاطفی مشتریان را تسهیل می‌نمایند که این عوامل می‌توانند نقش مهمی در حفظ و نگهداری مشتریان ایفا نمایند (چان⁴ و همکاران، 2017). با این وجود، کارکنان اقدامات و رفتارهای فرانقشی خود مانند رفتارهای شهروندی را متناسب با رفتارهای مشتریان تنظیم می‌کنند (آمارانی⁵ و همکاران، 2022). علی‌رغم این که بر اساس منطق بازاریابی نوین، مشتریان تولیدکنندگان ارزش برای شرکت‌ها و سازمان‌ها هستند و کیفیت تعاملات موجود بین مشتریان و کارکنان نقطه آغاز این ارزش‌آفرینی است (دلارت⁶، 2019) و تعاملات شکل گرفته بین آن‌ها انتقال‌دهنده عواطف، احساسات، ترجیحات و خواسته‌های مشتریان به کارکنان شرکت‌ها و سازمان‌ها هستند و کارکنان رفتارهای خود را در قبال مشتریان بر مبنای ادراک خود از این تعاملات تنظیم می‌کنند (چن و لی⁷، 2021) اما با این وجود، نشان داده شده است که چنین تعاملاتی همواره دوستانه نبوده و مشتریان ممکن است به شکل‌های مختلف با

8 Wu

9 Ye

10 Sommovigo

11 Baranik

12 Han

13 Yin

14 Jesni & Patah

15 Kim

16 Mullen & Kelloway

17 Chi

18 Garcia

1 Huang & Yuan

2 Cropanzano

3 Lin

4 Chan

5 Amarnani

6 Dellaert

7 Chen & Li

همسو است. علاوه بر آن، بدرفتاری مشتریان اغلب با افزایش استرس و نگرانی کارکنان همراه است (آرون⁶ و همکاران، 2019؛ لیو و همکاران، 2020). استرس می‌تواند عملکرد شناختی و توانایی‌های تصمیم‌گیری کارکنان را مختل نموده و انجام وظایف شغلی به شکل موثر را دشوار نماید که این می‌تواند باورهای منفی کارکنان در مورد توانایی‌های خود را تقویت نموده و منجر به کاهش خودکارآمدی شود (بلامکوندا و شیل⁷، 2024). همچنین بدرفتاری مشتریان در قبال کارکنان اغلب به عنوان یک تجربه منفی برای کارکنان در نظر گرفته می‌شود (یانگ⁸ و همکاران، 2020). تجارب منفی ادراک شده از یک سو انگیزه کارکنان را برای بهبود عملکرد شغلی و کسب فرصت‌های جدید برای رشد و پیشرفت را کاهش داده و از سوی دیگر، رفتارهای اجتنابی را در آن‌ها افزایش خواهد داد. در چنین شرایطی، کارکنان ممکن است از انجام وظایف چالش‌برانگیز یا قرار گرفتن در موقعیت‌هایی که بر اساس تجربیات منفی قبلی شکست را به همراه دارد، اجتناب نمایند. چنین رفتارهای اجتنابی این باور را در افراد تقویت می‌کنند که آن‌ها توانایی مقابله با چنین چالش‌هایی را ندارند که این امر با کاهش بیشتر خودکارآمدی همراه خواهد بود (اشمیت و ویگلت⁹، 2023). علاوه بر آن، زمانی که خودکارآمدی شغلی کارکنان به دلایلی مانند بدرفتاری مشتریان کاهش می‌یابد انگیزه و تمایل آن‌ها برای ارائه خدمات و کمک بیشتر به دیگران از جمله همکاران و مشتریان کاهش خواهد یافت؛ چرا که آن‌ها می‌ترسند که کمک به دیگران بی‌اثر باشد یا باعث مشکلات بیشتر شود. همچنین کاهش خودکارآمدی کارکنان به دلیل بدرفتاری مشتریان می‌تواند به بی‌تفاوتی کارکنان در قبال مشتریان منجر شود و خدمات ارائه شده توسط کارکنان به مشتریان را تنها به وظایف قانونی محدود نماید (وو و همکاران، 2023).

همانند سایر صنایع، در صنعت ورزش نیز مشتریان از اهمیت خاصی برخوردار هستند (بهنام و همکاران، 2022) و امروزه بخش قابل توجهی از توسعه باشگاه‌های ورزشی مدیون افزایش آگاهی و دانش مشتریان از فعالیت بدنی و نقش آن در توسعه سلامتی و همچنین افزایش تمایل آن‌ها به استفاده از باشگاه‌های ورزشی است (بای و خسروی، 2021). اهمیت مشتریان در توسعه و پایداری کسب و کارهای ورزشی به خصوص در زمینه باشگاه‌داری (محمدیان مقدم و نظری،

کاهش یافته و عملکرد شغلی آن‌ها آسیب خواهد دید. از سوی دیگر، بدرفتاری مشتریان در قبال کارکنان موجب خواهد شد تا آن‌ها کم‌تر رفتارهای شهروندی سازمانی و داوطلبانه همچون رفتارهای کمک‌کننده از خود نشان دهند (شائو و اسکارلیکی¹، 2014). زمانی که مشتریان رفتارهای نامطلوبی را در قبال کارکنان از خود نشان دهند کارکنان نیز اقدامات متقابلی انجام خواهند داد که یکی از مهم‌ترین آن‌ها کاهش دادن رفتارهای فراتر از وظایف شغلی کارکنان نبوده و تعهدی نیز برای انجام دادن آن‌ها ندارند (وو و همکاران، 2023). ون² و همکاران (2016) در این خصوص بیان می‌کنند فشار عاطفی ناشی از رفتارهای نامطلوب مشتریان مانند بدرفتاری آن‌ها می‌تواند کارکنان را به صرفه‌جویی در انرژی و تمرکز صرف بر مسئولیت‌های شغلی خود سوق داده و از درگیر شدن آن‌ها در رفتارهای غیروظیفه‌ای مانند رفتارهای کمک‌کننده ممانعت به عمل آورد.

همچنین بدرفتاری مشتریان در قبال کارکنان که اغلب به صورت کلامی و غیرکلامی انجام می‌شوند، می‌تواند نقش مهمی در تضعیف اعتماد به نفس و باورهای خودکارآمدی کارکنان ایفا نمایند (وو و همکاران، 2023). فن³ و همکاران (2022) در این خصوص بیان می‌کنند از آنجایی که بدرفتاری مشتریان با کارکنان هنجارهای اجتماعی متداول مانند احترام، صداقت، همدلی و حساسیت در روابط بین فردی را نقض می‌کند، احتمالاً ادراک مثبت کارکنان از خود را نیز به خطر خواهند انداخت. ادراک مثبت از خود، مانند دیدن خود به عنوان فردی شایسته، توانمند و ارزشمند در محیط کار، باعث افزایش اعتماد به نفس کارکنان می‌شود. اعتماد به نفس یکی از مؤلفه‌های حیاتی خودکارآمدی است که اعتقاد به توانمندی‌های فردی برای انجام موفقیت‌آمیز وظایف و غلبه بر چالش‌ها را تقویت می‌کند (یون و کایس⁴، 2016). زیگلر و اسچلت⁵ (2016) نیز معتقد هستند کارکنان با ادراک مثبت از خود به احتمال زیاد انگیزه بیشتری برای تعیین اهداف بلندپروازانه و پافشاری در تلاش برای دستیابی به آن‌ها دارند. چنین کارکنانی موانع و مشکلات کاری را به‌عنوان فرصت‌ها و نه تهدید در نظر می‌گیرند که این امر با نظریه بندورا که خودکارآمدی بر انتخاب‌های افراد و تلاش‌های مرتبط با آن‌ها تأثیر می‌گذارد،

1 Shao & Skarlicki

2 Wen

3 Fan

4 Yoon & Kayes

5 Ziegler & Schlett

6 Arvan

7 Bellamkonda & Sheel

8 Yang

9 Schmitt & Weigelt

و با تدوین سیاست‌ها و انجام اقداماتی اثرات منفی آن را بر روی رفتارها و عملکرد کارکنان خود کاهش دهند. بر این اساس، هدف پژوهش حاضر مطالعه اثر بدرفتاری مشتریان بر رفتارهای کمک‌کننده کارکنان باشگاه‌های ورزشی با نقش میانجی خودکارآمدی شغلی است.

روش‌شناسی

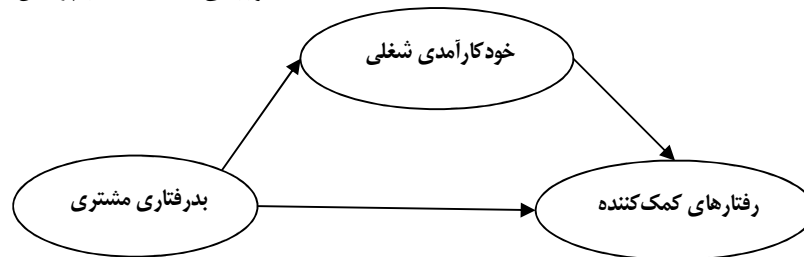
این پژوهش کاربردی با استفاده از روش تحقیق پیمایشی اجرایی گردید. تمامی کارکنان 66 باشگاه ورزشی بدن‌سازی و پرورش اندام، تناسب اندام، تی‌آرایکس، ایروبیک، کراس‌فیت و سوارکاری در شهر گنبد کاووس که دارای مجوز رسمی کار بودند جامعه آماری این مطالعه را تشکیل دادند (403 نفر). آمار تعداد باشگاه ورزشی گزارش شده بر اساس استعلام صورت گرفته از اداره ورزش و جوانان شهرستان گنبد کاووس به دست آمده است. به منظور تعیین حجم نمونه از روش کل شمار استفاده گردید و پس از توزیع پرسش‌نامه‌های پژوهش در نهایت 376 پرسش‌نامه گردآوری شد. قابل ذکر است که 27 نفر از جامعه پژوهش به دلیل عدم تمایل به همکاری از تکمیل پرسش‌نامه‌ها خودداری نمودند.

ابزار پژوهش

در راستای گردآوری داده‌های پژوهش از سه پرسش‌نامه استاندارد استفاده گردید که در ادامه به تفصیل توضیح داده شده‌اند.

بدرفتاری مشتری: ارزیابی بدرفتاری مشتریان با کارکنان باشگاه‌های ورزشی با استفاده از پرسش‌نامه تدوین شده توسط

(2023) موجب شده است تا حجم قابل توجهی از تحقیقات انجام شده در کشور در این خصوص به اقدامات و راهبردهای باشگاه‌های ورزشی برای ارتباط، حفظ و نگهداری مشتریان خود اختصاص یابد که از آن جمله می‌توان به تحقیقات فسقیری و همکاران (2017)، عباسی و همکاران (2020)، پاشائی خامنه و همکاران (2023)، پاشائی و گلمحمدی (2023) و شهلائی باقری (2024) اشاره نمود. در بیشتر تحقیقات انجام شده، اتخاذ راهبردهایی از سوی کارکنان و مدیران باشگاه‌ها در قبال مشتریان مد نظر قرار گرفته است و این در حالی است که رفتارهای مشتریان در قبال کارکنان باشگاه‌های ورزشی و پیامدهای حاصل از آن در تحقیقی بررسی نشده است. کارکنان ارزشمندترین دارایی هر سازمانی هستند (شعبانی، 2023) و در باشگاه‌های ورزشی به دلیل آن‌که ارائه خدمات به مشتریان بر اساس تعاملات شکل گرفته بین کارکنان و آن‌ها انجام می‌شود، لذا درک و تجربه کارکنان از رفتارها و برخوردهای مشتریان از اهمیت خاصی برخوردار بوده و بخش قابل توجهی از کیفیت خدمات ارائه شده به کیفیت ارتباطات و تعاملات بین طرفین وابسته است. عواملی مانند بدرفتاری مشتری که تضعیف‌کننده تعاملات بین فردی مشتریان و کارکنان هستند (لیو و همکاران، 2022) می‌توانند موجب شکل‌گیری نگرش‌ها و رفتارهای منفی در کارکنان ارائه دهنده خدمات در باشگاه‌های ورزشی شده و توانایی و تمایل کارکنان را در راستای ارائه خدمات مطلوب به مشتریان کاهش دهند. همچنین به دلیل آن‌که باشگاه‌های ورزشی دارای طیف متنوعی از مشتریان با نیازها، خواسته‌ها و ویژگی‌های شخصیتی متفاوت هستند، بنابراین؛ نمی‌توان انتظار داشت تا تمامی آن‌ها



شکل 1. مدل مفهومی پژوهش

کیم (2023) صورت گرفت. این ابزار دارای 7 گویه بوده و بر اساس طیف 5 ارزشی لیکرت (کاملاً مخالفم=5 تا کاملاً موافقم=1) امتیازگذاری می‌شود. میزان روایی محتوایی (CVI) برآورده شده (0/92) و همچنین آلفای کرونباخ محاسبه شده برای این پرسش‌نامه (0/83) توسط کیم (2023) نشان می‌دهد که این ابزار دارای پایایی مناسب و قابل قبولی است.

به شکلی مناسب و مطلوب با کارکنان باشگاه‌های ورزشی برخورد نماید و این کارکنان همواره ممکن است در معرض بدرفتاری مشتریان قرار گیرند. به دلیل آن‌که وقوع بدرفتاری مشتریان با کارکنان در صنایع خدماتی بیشتر است (کیم و همکاران، 2023)، لذا نیاز است تا مدیران باشگاه‌های ورزشی نسبت به این پدیده مخرب دانش و آگاهی لازم را داشته باشند

خودکارآمدی شغلی: به منظور ارزیابی میزان خودکارآمدی شغلی کارکنان باشگاه‌های ورزشی از پرسش‌نامه معرفی شده توسط آوالون¹ و همکاران (2007) استفاده شد. این پرسش‌نامه دارای 10 گویه است و بر اساس طیف 5 ارزشی

جدول 1. پایایی پرسش‌نامه‌های پژوهش

ردیف	متغیر	تعداد گویه	میزان آلفا
1	بدر رفتاری مشتری	7	0/81
2	خودکارآمدی شغلی	10	0/77
3	رفتارهای کمک‌کننده	7	0/78

لیکرت (کاملاً مخالفم=1 تا کاملاً موافقم=5) امتیازگذاری می‌شود. میزان روایی محتوایی (CVI) برآورده شده (0/90) و همچنین آلفای کرونباخ محاسبه شده برای این پرسش‌نامه (0/85) توسط آوالون و همکاران (2007) نشان می‌دهد که این ابزار دارای پایایی مناسب و قابل قبولی است. این پرسش‌نامه توسط طاهری (2023) در کشور استفاده شده و میزان روایی محتوایی (CVI) آن 0/84 و میزان پایایی آن 0/81 گزارش شده است.

رفتارهای کمک‌کننده: ارزیابی رفتارهای کمک‌کننده کارکنان باشگاه‌های ورزشی با به‌کارگیری ابزار 7 گویه‌ای تدوین شده توسط ون‌داین² و همکاران (2001) انجام شد. میزان روایی محتوایی (CVI) برآورده شده (0/86) و همچنین آلفای کرونباخ محاسبه شده برای این پرسش‌نامه (0/91) توسط ون‌داین و همکاران (2001) نشان می‌دهد که این ابزار دارای پایایی مناسب و قابل قبولی است. این پرسش‌نامه توسط رجبو (2021) در کشور استفاده شده و میزان روایی محتوایی (CVI) آن 0/82 پایایی آن 0/83 گزارش شده است.

پیش از توزیع پرسش‌نامه‌ها در بین جامعه آماری پژوهش، روایی و پایایی سنجی ابزار استفاده‌شده انجام گردید. در راستای بررسی روایی ظاهری پرسش‌نامه‌ها از نظرات و پیشنهادات 5 متخصص مدیریت ورزشی که دارای تحصیلات دکترا بودند استفاده گردید. بدین منظور پرسش‌نامه‌های تدوین شده به این متخصصان ارسال و در یک محدوده زمانی 28 روزه نظرات و پیشنهادات آن‌ها دریافت گردید. در ادامه این فرایند، با هماهنگی با اساتید راهنما و مشاور بر اساس نظرات دریافت شده از متخصصان در شکل نوشتاری برخی گویه‌ها تغییراتی ایجاد گردید تا درک و فهم آن‌ها برای پاسخ دهندگان آسان‌تر شود. همچنین، روایی محتوایی (CVI) پرسش‌نامه‌های استفاده‌شده بر اساس نظرات متخصصان ذکر شده به ترتیب 0/84، 0/80 و 0/78 برای متغیرهای بدر رفتاری مشتریان،

خودکارآمدی شغلی و رفتارهای کمک‌کننده محاسبه شدند. در مرحله ارزیابی پایایی پرسش‌نامه‌های پژوهش، ابتدا 40 نفر از کارکنان باشگاه‌های ورزشی ذکر شده به شکل در دسترس انتخاب شدند و سپس پرسش‌نامه‌های روایی سنجی شده جهت تکمیل شدن در اختیار آن‌ها قرار گرفتند. داده‌های به دست آمده در مرحله مقدماتی با استفاده از آزمون آلفای کرونباخ تحلیل شدند. نتایج این آزمون مشخص نمود که پرسش‌نامه‌های استفاده‌شده در این مطالعه از پایایی قابل قبولی برخوردار هستند که این نتایج در جدول 1 ارائه شده است.

پس از اتمام مرحله مقدماتی پژوهش و کسب اطمینان در خصوص مناسب بودن روایی و پایایی پرسش‌نامه‌های استفاده‌شده، هماهنگی لازم با اداره ورزش و جوانان شهرستان گنبدکاووس انجام شد و با هماهنگی با مدیران باشگاه‌های ورزشی ذکر شده توزیع پرسش‌نامه‌ها در بین جامعه پژوهش یعنی کارکنان باشگاه‌های ورزشی انجام شد. قابل ذکر است که با ایجاد یک وقفه زمانی دو ماهه بین توزیع پرسش‌نامه‌ها در بخش مطالعه مقدماتی و توزیع نهایی تلاش گردید تا میزان یادآوری گویه‌های پرسش‌نامه‌ها برای مشارکت‌کنندگان بخش مقدماتی به حداقل کاهش یابد. داده‌های نهایی گردآوری شده پژوهش حاضر با استفاده از آمار توصیفی (فراوانی‌ها، میانگین‌ها و انحراف استاندارد) و آمار استنباطی (مدل‌سازی معادلات ساختاری) تحلیل شدند. بدین منظور، دو نرم‌افزار آماری SPSS 25 و Smart PLS 4 استفاده شدند.

یافته‌های پژوهش

نتایج توصیفی به دست آمده در خصوص ویژگی‌های جمعیت‌شناختی نمونه مطالعه‌شده که در جدول 2 مشاهده می‌شود، مشخص نمود بیشتر نمونه مشارکت‌کننده در پژوهش دارای سابقه کار در باشگاه ورزشی به مدت 6 تا 10 سال هستند (166 نفر). علاوه بر آن، در خصوص تحصیلات نمونه پاسخ دهنده به پرسش‌نامه‌های پژوهش مشخص گردید تحصیلات کارشناسی دارای بیشترین فراوانی است (202 نفر). همچنین بیشتر پاسخ دهندگان به پرسش‌نامه‌های پژوهش مرد بودند (228 نفر). در نهایت، تحلیل‌های صورت گرفته روی ویژگی‌های جمعیت‌شناختی نمونه مطالعه‌شده نشان داد بیشتر نمونه پژوهش دارای دامنه سنی 31 تا 40 سال هستند (166 نفر).

در جدول 3 نتایج تحلیل‌های توصیفی انجام شده روی متغیرهای پژوهش ارائه شده است. نتایج به دست آمده در این خصوص نشان می‌دهد که میانگین و انحراف معیار متغیرهای

جدول 2. ویژگی‌های جمعیت‌شناختی پاسخ دهندگان به تفکیک سابقه خدمت، تحصیلات و سن

متغیر	مؤلفه	فراوانی	درصد فراوانی
سابقه کار	1 تا 5 سال	116	30/9
	6 تا 10 سال	166	44/1
	11 سال و بالاتر	94	25
تحصیلات	کاردانی	47	12/5
	کارشناسی	202	53/7
	کارشناسی ارشد	122	32/5
جنسیت	دکتری	5	1/3
	مرد	228	60/6
	زن	148	39/4
سن	20 تا 30 سال	97	25/8
	31 تا 40 سال	166	44/1
	41 سال و بیشتر از آن	113	30/1

بدررفتاری مشتری، خودکارآمدی شغلی و رفتارهای کمک‌کننده به ترتیب $2/48 \pm 0/68$ ، $3/53 \pm 0/75$ و $3/50 \pm 0/74$ است.

جدول 3. توصیف متغیرهای پژوهش

متغیر	تعداد	میانگین	انحراف معیار
بدررفتاری مشتری	376	2/48	0/68
خودکارآمدی شغلی	376	3/53	0/75
رفتارهای کمک‌کننده	376	3/50	0/74

در بخش نتایج استنباطی، ابتدا بایستی کیفیت الگوی ساختاری ترسیم شده بر اساس معیارهایی همچون پایایی و روایی (همگرا و واگرا) ارزیابی شود. شاخص‌های پایایی ترکیبی،

بایستی بیشتر از 0/7 باشند که ضرایب گزارش شده در جدول 4 این امر را تأیید می‌نمایند. علاوه بر آن بارهای عاملی بایستی بالاتر از 0/5 باشند که در شکل 2 بالا بودن این مقادیر از سطح مبنای آن یعنی 0/5 تأیید شده است. با در نظر گرفتن نتایج جدول 4 و همچنین بارهای عاملی هر گویه در شکل 2 می‌توان چنین بیان کرد که مدل ساختاری ترسیم شده از پایایی قابل قبولی برخوردار است.

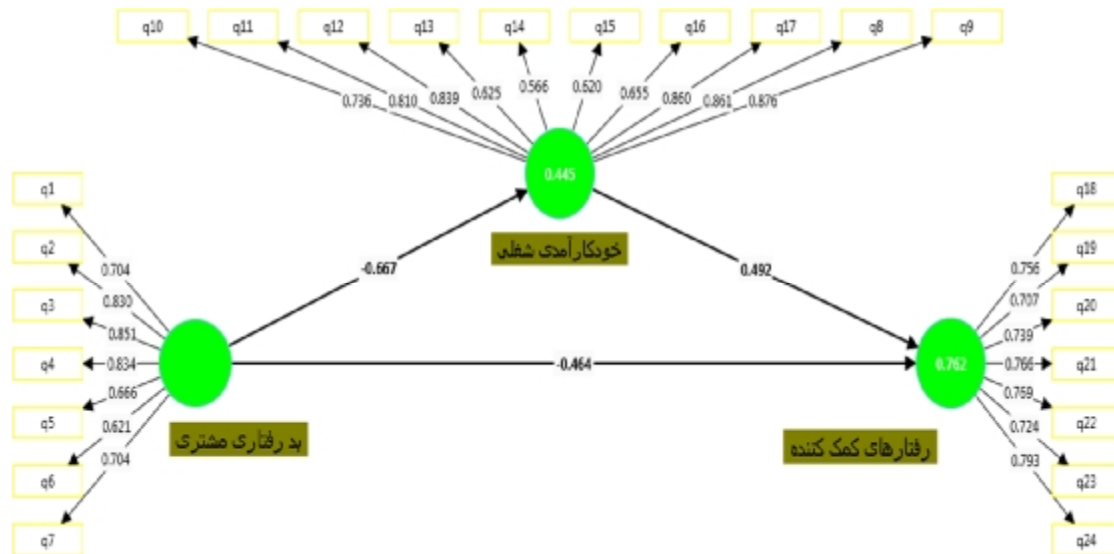
در راستای ارزیابی روایی همگرا میانگین واریانس مستخرج شده مورد استفاده قرار گرفت. همچنین به منظور ارزیابی روایی

جدول 4. شاخص‌های پایایی مدل ساختاری پژوهش

ردیف	متغیر	پایایی ترکیبی	آلفای کرونباخ
1	بدررفتاری مشتری	0/898	0/867
2	خودکارآمدی شغلی	0/928	0/911
3	رفتارهای کمک‌کننده	0/900	0/871

و اگر از شاخص HTMT استفاده گردید. برای هر متغیر، میانگین واریانس مستخرج شده بایستی بیشتر از 0/5 بوده و برای شاخص HTMT نیز بایستی ضرایب کم‌تر از 0/90 باشند. آماره‌های جدول 5 مناسب بودن روایی همگرا و واگرا متغیرهای موجود در مدل ساختاری را تأیید می‌کنند.

یک مدل ساختاری ترسیم شده در Smart PLS بایستی دارای قدرت پیش‌بینی مناسبی باشد که بدین منظور اعتبار اشتراک استفاده می‌شود. مقادیر اعتبار اشتراک 0/02، 0/15 و 0/35 به ترتیب نشان دهنده قدرت پیش‌بینی ضعیف، متوسط و قوی هر متغیر در مدل ساختاری است. مجموع مجذرات



شکل 2. مدل آزمون شده تحقیق در حالت تخمین استاندارد

مشاهدات برای هر بلوک متغیر مکنون (SSO) و مجموع مجذور خطاهای پیش‌بینی برای هر بلوک متغیر مکنون (SSE) برای برآورد اعتبار اشتراک استفاده می‌شوند. با توجه به نتایج

آلفای کرونباخ و بارهای عاملی از جمله معیارهای استفاده شده برای ارزیابی پایایی مدل ساختاری پژوهش هستند. ضرایب پایایی ترکیبی و آلفای کرونباخ محاسبه شده برای هر متغیر

انجام شد. نتایج پژوهش مشخص نمود بدررفتاری مشتری اثر منفی و معناداری بر خودکارآمدی شغلی کارکنان باشگاه‌های ورزشی دارد ($t=β, 323/22=-0/667$). بخش دیگری از نتایج نشان داد اثر بدررفتاری مشتری بر رفتارهای کمک‌کننده کارکنان باشگاه‌های ورزشی منفی و معنادار است ($β, =-0/464$)

جدول 6. اعتبار اشتراک متغیرهای پژوهش

قدرت پیش‌بینی	متغیر	SSO	SSE	1-SSE/SSO
بدرفتاری مشتری	قوی	870	537/257	0/382
خودکارآمدی شغلی	قوی	1160	703/314	0/394
رفتارهای کمک‌کننده	قوی	870	506/828	0/417

در نهایت، نتایج آزمون سوپل مشخص نمود اثر بدررفتاری مشتری بر رفتارهای کمک‌کننده کارکنان باشگاه‌های

جدول 6 می‌توان چنین بیان کرد که متغیرهای این پژوهش دارای اعتبار اشتراک مناسبی بوده و قدرت پیش‌بینی مدل پژوهش تأیید می‌شود.

جدول 5. شاخص‌های روایی مدل ساختاری پژوهش

ردیف	متغیر	1	2	3	میانگین واریانس مستخرج شده
1	بدرفتاری مشتری				0/561
2	خودکارآمدی شغلی	0/742			0/568
3	رفتارهای کمک‌کننده	0/894	0/887		0/564

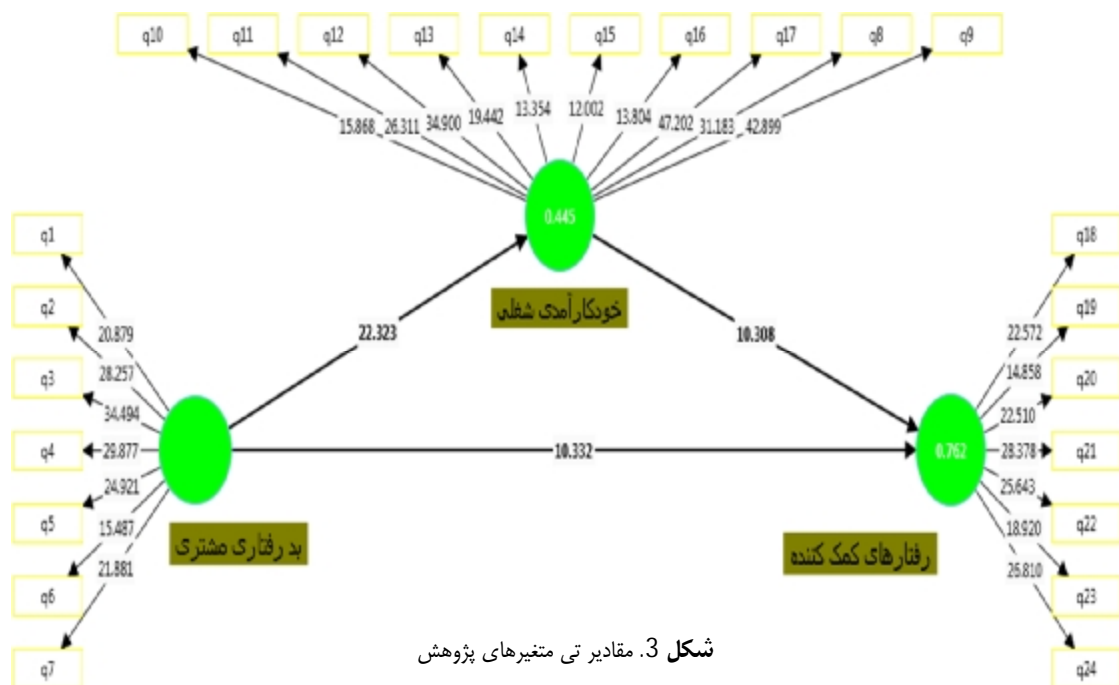
به منظور ارزیابی برازش کلی مدل پژوهش از شاخص GOF استفاده شد. این شاخص دارای سه سطح ضعیف، متوسط و خوب است که با مقادیر $0/01$ ، $0/25$ و $0/36$ نشان داده می‌شوند. شاخص کلی برازش مدل ساختاری این پژوهش $0/461$ برآورد گردید که این مقدار نشان دهنده مطلوب بودن الگوی پژوهش است.

جدول 7. اثرات مستقیم و غیرمستقیم بین متغیرهای پژوهش

نوع اثرات	اثرات موجود در مدل	مسیر (بتا)	تی	سطح معناداری
مستقیم	بدرفتاری مشتری -> خودکارآمدی شغلی	-0/667	22/323	0/001
	بدرفتاری مشتری -> رفتارهای کمک‌کننده	-0/464	10/332	0/001
غیر مستقیم	بدرفتاری مشتری -> رفتارهای کمک‌کننده با نقش میانجی خودکارآمدی شغلی	-0/450	9/308	0/001

ورزشی با نقش میانجی خودکارآمدی شغلی معنادار است ($t=β, 308/9=-0/450$).

بعد از کسب اطمینان در خصوص کیفیت مدل ساختاری ترسیم شده و مناسب بودن روایی و پایایی آن، آزمون فرضیه‌ها



شکل 3. مقادیر تی متغیرهای پژوهش

بحث و نتیجه‌گیری

هدف از انجام این پژوهش، مطالعه اثر بدرفتاری مشتریان بر رفتارهای کمک‌کننده کارکنان باشگاه‌های ورزشی با نقش میانجی خودکارآمدی شغلی بود. نتایج پژوهش مشخص نمود بدرفتاری مشتری اثر منفی و معناداری بر خودکارآمدی شغلی کارکنان باشگاه‌های ورزشی دارد که این نتیجه با نتایج مطالعات لیو و همکاران (2022) و وو و همکاران (2023) همخوانی دارد. باشگاه‌های ورزشی که از یک سو نقش مهمی در ارتقاء سلامتی افراد جامعه ایفا نموده و از سوی دیگر، سهم مهمی در ایجاد اشتغال و درآمدزایی در صنعت ورزش دارند (بای و خسروی، 2021) برای کسب موفقیت به اقدامات و عملکرد کارکنان خود وابسته هستند. با توسعه باشگاه‌های ورزشی رقابت بین آن‌ها برای جذب مشتریان بیشتر شدت یافته است (شهلائی باقری، 2024) و در چنین شرایطی داشتن کارکنانی با خودکارآمدی شغلی مناسب برای هر باشگاه ورزشی می‌تواند به عنوان یک مزیت رقابتی در نظر گرفته شود. خودکارآمدی شغلی باعث افزایش انگیزه و تعهد در میان کارکنان باشگاه‌های ورزشی خواهد شد. کارمندانی که احساس توانمندی و اعتماد به نفس بالایی دارند به احتمال زیاد تلاش بیشتری برای انجام دادن وظایف شغلی خود انجام داده و مسئولیت‌پذیری بیشتری نسبت به شغل خود خواهند داشت. همچنین در محیط پویای باشگاه‌های ورزشی، کارکنان با خودکارآمدی بالا بهتر می‌توانند با شرایط متغیر سازگار شوند و در ارائه خدمات خود از روش‌های خلاقانه و نوآورانه استفاده نمایند. با این وجود، عوامل مرتبط با زمینه شغلی و چگونگی درک آن‌ها می‌توانند به افزایش و یا کاهش خودکارآمدی شغلی کارکنان باشگاه‌های ورزشی منجر شوند. به دلیل آن‌که کارکنان باشگاه‌های ورزشی هر روزه در تعامل مستقیم با مشتریان هستند، لذا تجربه رفتارهای منفی از سوی مشتریان مانند بدرفتاری آن‌ها می‌تواند نقش مهمی در کاهش خودکارآمدی شغلی این کارکنان ایفا نمایند. هنگامی که کارکنان باشگاه‌های ورزشی با بدرفتاری مشتریان مواجه می‌شوند، ممکن است این بدرفتاری را حاصل کیفیت ضعیف در خدمات خود در نظر گرفته و نسبت به توانایی‌ها و شایستگی‌های خود دچار تردید شوند که این امر می‌تواند کاهش خودکارآمدی شغلی آن‌ها را به همراه داشته باشد. همچنین، بدرفتاری مشتریان که اغلب با ناراحتی عاطفی از جمله احساس ناامیدی، عصبانیت و درماندگی همراه است (لیو و همکاران، 2022)، می‌تواند بر توانایی کارکنان باشگاه‌های ورزشی برای تمرکز بر وظایف کاری، تصمیم‌گیری‌های شغلی و مدیریت موقعیت‌های کاری

چالش‌برانگیز اثر منفی گذاشته و خودکارآمدی شغلی آن‌ها را تضعیف نماید. از سوی دیگر، کارکنانی که در معرض بدرفتاری مشتریان قرار می‌گیرند به مرور زمان انگیزه‌های شغلی خود را از دست خواهند داد که این امر می‌تواند به بی‌تفاوتی و کناره‌گیری روان‌شناختی آن‌ها از شغل خود منجر شده و تمایل آن‌ها را برای افزایش توانمندی‌های شغلی و کسب فرصت‌هایی برای رشد و توسعه حرفه‌ای خود کاهش دهد.

بخش دیگری از یافته‌های پژوهش نشان داد اثر بدرفتاری مشتری بر رفتارهای کمک‌کننده کارکنان باشگاه‌های ورزشی منفی و معنادار است که این یافته با یافته‌های تحقیقات شائو و اسکارلیکی (2014)، ون و همکاران (2016) و آمارانی و همکاران (2022) همخوانی دارد. امروزه باشگاه‌های ورزشی نیز مانند سایر بخش‌های صنعت ورزش با چالش‌های بسیاری روبه‌رو هستند که شاید مهم‌ترین آن‌ها تغییر نیازها و خواسته‌های مشتریان خود و افزایش رقابت بین این باشگاه‌ها می‌باشد (بای و خسروی، 2021). با تشدید رقابت بین باشگاه‌های ورزشی برای جذب مشتریان بیشتر و تضمین سودآوری خود، انتظارات این باشگاه‌ها از کارکنان خود افزایش یافته است. در چنین شرایطی مدیران باشگاه‌های ورزشی انتظار دارند تا کارکنان آن‌ها فراتر از مسئولیت‌های شغلی خود اقدام نمایند. بر عهده گرفتن وظایف شغلی فراتر از مسئولیت‌های رسمی توسط کارکنان که از آن به عنوان رفتار شهروندی سازمانی یاد می‌شود و شامل اقداماتی مانند رفتارهای کمک‌کننده است (چان و همکاران، 2017)، موجب خواهد شد تا آن‌ها خدمات بهتری به مشتریان ارائه نمایند. رفتارهای کمک‌کننده کارکنان موجب می‌شود تا آن‌ها با صبر و توجه بیشتری به نیازهای مشتریان رسیدگی نموده و با شخصی‌سازی خدمات ارائه شده به مشتریان، کیفیت آن را افزایش دهند. در صنعت ورزش، باشگاه‌های ورزشی که رفتارهای کمک‌کننده به مشتریان خود را در اولویت قرار می‌دهند، تصویر مثبتی از خود ایجاد نموده و در صنعت خود و جامعه به شهرت دست می‌یابند (امیدی و صفری، 2016). علی‌رغم این‌که رفتارهای کمک‌کننده کارکنان هم برای مشتریان و هم برای باشگاه‌های ورزشی سودمند هستند، اما چنین رفتارهایی داوطلبانه بوده و ممکن است کارکنان به دلایلی از جمله بدرفتاری مشتریان از انجام دادن چنین رفتارهایی خودداری نمایند. به دلیل آن‌که کارکنان تعاملات خود با مشتریان را بر اساس رفتارها و اقدامات مشتریان در قبال خود تنظیم می‌کنند (چن و لی، 2021)، لذا تجربه رفتارهای خصمانه و آزار دهنده از سوی مشتریان موجب خواهد شد تا کارکنان میزان تعهد و

کارآمدی خود به چگونگی و کیفیت تعاملات آن‌ها با مشتریان وابسته است. بر این اساس، تجارب منفی درک شده در روابط بین فردی مانند بدرفتاری مشتری می‌تواند خودکارآمدی شغلی کارکنان را تضعیف نمایند. بدرفتاری مشتری که از آن به عنوان یک تجربه منفی یاد می‌شود (لیو و همکاران، 2022)، با افزایش استرس شغلی و ایجاد واکنش‌های عاطفی منفی، می‌تواند خودکارآمدی کارکنان را برای وظایف شغلی و فراشغلی کاهش دهد.

با توجه به نتایج این پژوهش؛ تدوین دستورالعمل‌های روشن در خصوص رفتارهای قابل قبول مشتریان باشگاه‌های ورزشی و ملزم نمودن آن‌ها به رعایت این دستورالعمل‌ها، ترغیب مشتریان به بیان نگرانی‌ها و پیشنهادات خود در خصوص کیفیت و عملکرد باشگاه‌های ورزشی، رسیدگی به انتقادات و شکایات مشتریان توسط کارکنان و مدیران باشگاه‌های ورزشی، ایجاد یک محیط ورزشی دوستانه در باشگاه‌های ورزشی در راستای توسعه تعاملات بین کارکنان و مشتریان، ارائه برنامه‌های آموزشی جامع به کارکنان باشگاه‌های ورزشی در راستای توسعه دانش و توانمندی‌های شغلی خود، واگذاری اختیار به کارکنان باشگاه‌های ورزشی برای حل مسائل و مشکلات کاری، حمایت مدیران باشگاه‌های ورزشی از کارکنان خود در قبال بدرفتاری مشتریان، برجسته نمودن اهمیت رفتارهای فرانقشی کارکنان باشگاه‌های ورزشی و قدردانی از آن‌ها و همچنین ارائه آموزش‌های جامع به کارکنان در مورد برخورد و ارتباطات موثر با مشتریان و حل تعارض با آن‌ها پیشنهاد می‌گردد. در انتها، قابل ذکر است که هر پژوهشی دارای محدودیت‌هایی می‌باشد که این پژوهش نیز از این امر مستثنی نمی‌باشد. به دلیل آنکه کارکنان باشگاه‌های ورزشی شهر گنبد کاووس تشکیل دهنده جامعه آماری این مطالعه بودند نمی‌توان نتایج آن را به کارکنان سایر باشگاه‌های ورزشی در سطح کشور تعمیم داد. همچنین، کم بودن تعداد جامعه آماری را می‌توان یکی دیگر از محدودیت‌های این پژوهش در نظر گرفت. پیشنهاد می‌شود با انجام پژوهشی در یک جامعه آماری بزرگ‌تر سایر پیامدهای بدرفتاری مشتریان از دیدگاه کارکنان باشگاه‌های ورزشی بررسی شود.

سپاسگزاری

این مقاله برگرفته از پایان‌نامه کارشناسی ارشد است. نویسندگان این مقاله بر خود لازم می‌دانند از کلیه افرادی که در انجام تحقیق، محققین را همراهی نموده‌اند، تشکر و قدردانی نمایند.

پاسخگویی خود نسبت به مشتریان را کاهش دهند که این امر در وظایف رسمی و وظایف غیر رسمی مانند رفتارهای کمک‌کننده مشهود خواهد بود. قرار گرفتن مداوم در معرض بدرفتاری مشتری موجب کاهش کیفیت تعاملات بین فردی شده و اعتماد کارمندان به مشتریان را از بین خواهد برد. این امر می‌تواند منجر به محتاط‌تر شدن یا تردید کارکنان در تعاملات خود با مشتریان شده و تمایل آن‌ها را برای مشارکت در رفتارهای کمک‌کننده کاهش دهد. همچنین بدرفتاری مشتریان می‌تواند تأثیر عاطفی عمیقی بر کارکنان داشته باشد و منجر به احساس خشم، ناامیدی، اضطراب یا غم شود (ساموویگو و همکاران، 2020). این احساسات منفی می‌تواند منابع روان‌شناختی کارکنان را کاهش داد و مشارکت آن‌ها را در رفتارهای کمک‌کننده که نیازمند سرمایه‌گذاری عاطفی هستند با مشکل مواجه نمایند.

در نهایت، نتایج پژوهش مشخص نمود اثر بدرفتاری مشتری بر رفتارهای کمک‌کننده کارکنان باشگاه‌های ورزشی با نقش میانجی خودکارآمدی شغلی معنادار است که این نتیجه با نتایج تحقیق وو و همکاران (2023) همخوانی دارد. این نتیجه بدان معنی است که بدرفتاری مشتریان با تضعیف خودکارآمدی شغلی کارکنان باشگاه‌های ورزشی موجب کاهش رفتارهای کمک‌کننده آن‌ها در قبال مشتریان می‌شود. در کسب و کارهای خدمات‌محور همچون باشگاه‌های ورزشی بخش قابل توجهی از کیفیت خدمات ارائه شده به مشتریان به خودکارآمدی شغلی کارکنان بستگی دارد که در تعامل مستقیم با مشتریان هستند. کارکنانی که دارای سطوح بالایی از خودکارآمدی شغلی هستند با اعتقاد به قابلیت‌ها و توانمندی‌های خود می‌توانند در محیط‌های کاری مانند باشگاه‌های ورزشی انگیزه بیشتری برای انجام وظایف چالش‌برانگیز و پشتکار در مواجهه با موانع داشته باشند و ایده‌ها و راهکارهای خلاقانه‌ای را برای ارائه خدمات با کیفیت به مشتریان انتخاب نمایند. علاوه بر آن، افزایش خودکارآمدی شغلی نه تنها موجب موفقیت کارکنان در انجام وظایف شغلی خواهد شد، بلکه احتمال درگیر شدن آن‌ها را در وظایف فرانقشی مانند رفتارهای کمک‌کننده افزایش خواهد داد. وو و همکاران (2023) در این خصوص بیان می‌کنند کارکنانی که دارای سطوح بالایی از خودکارآمدی شغلی هستند برای نشان دادن قابلیت‌ها و شایستگی‌های شغلی خود به مشتریان و کسب اعتبار از آن‌ها اقداماتی را برای کمک به مشتریان انجام خواهند که این اقدامات جزء وظایف شغلی آن‌ها نیست. چنین اقداماتی هم برای کارکنان و هم برای مشتریان سودمند هستند. با این وجود، باورهای کارکنان در خصوص توانمندی و

منابع

- Abbasi, E., Bahrololoum, H., & Dehghanpouri, H. (2020). The impact of service innovation on oral advertising of female sports club customers through sensory marketing. *Sport Marketing Studies*, 1(1), 86-109. [In Persian]
- Amarnani, R.K., Restubog, S.L.D., Shao, R., Cheng, D.C., & Bordia, P. (2022). A self-verification perspective on customer mistreatment and customer-directed organizational citizenship behaviors. *Journal of Organizational Behavior*, 43(5), 912-931.
- Arvan, M.L., Dreibelbis, R.C., & Spector, P.E. (2019). Customer service stress: A meta-analysis of customer mistreatment. In P. L. Perrewé & P. D. Harms (Eds.), *Examining the role of well-being in the marketing discipline* (pp. 117-136). Emerald Publishing.
- Baranik, L.E., Wang, M., Gong, Y., & Shi, J. (2016). Customer mistreatment, employee health, and job performance. *Journal of Management*, 43, 1261-1282.
- Bay, N., & Khosravi, S. (2021). The role of psychological ownership in satisfying the psychological needs and customers' happiness feeling of private sports clubs in Gonbad Kavous city. *Sport Marketing Studies*, 2(3), 179-204. [In Persian]
- Behnam, M., Delshab, V., & Tuan, L.T. (2022). Perceived service innovation in non-profit sports clubs: The antecedents and consequence. *European Sport Management Quarterly*, 22(3), 440-462.
- Bellamkonda, N., & Sheel, R.C. (2024). Reactions and underlying mechanisms of customer mistreatment: An integrative review. *Organizational Psychology Review*, 14(1), 106-130.
- Chan, K. W., Gong, T., Zhang, R., & Zhou, M. (2017). Do Employee citizenship behaviors lead to customer citizenship behaviors? The roles of dual identification and service climate. *Journal of Service Research*, 20(3), 259-274.
- Chen, G., & Li, S. (2021). Effect of employee-customer interaction quality on customers' prohibitive voice behaviors: Mediating roles of customer trust and identification. *Frontiers Psychology*, 12, 773354.
- Chi, N.W., Yang, J., & Lin, C.Y. (2018). Service workers' chain reactions to daily customer mistreatment: Behavioral linkages, mechanisms, and boundary conditions. *Journal of Occupational Health Psychology*, 23(1), 58-70.
- Cropanzano, R., Rupp, D.E., & Byrne, Z.S. (2003). The relationship of emotional exhaustion to work attitudes, job performance, and organizational citizenship behaviors. *Journal of Applied Psychology*, 88(1), 160-169.
- Dellaert, B. (2019). The consumer production journey: Marketing to consumers as co-producers in the sharing economy. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 47, 238-254.
- Fan, L., Zhou, X., Ren, J., Ma, J., Yang, Y. & Shao, W. (2022). A self-regulatory perspective on the link between customer mistreatment and employees' displaced workplace deviance: the buffering role of mindfulness. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 34(7), 2704-2725.
- Fesanghari, E., Goodarzi, M., Sajjadi, S.N., & Dehghan Ghahfarokhi, A. (2017). A study of regression model of service quality and customer satisfaction in sport clubs. *Sport Management Journal*, 9(1), 1-18. [In Persian]
- Garcia, P.R.J.M., Restubog, S.L.D., Lu, V.N., Amarnani, R.K., Wang, L., & Capezio, A. (2019). Attributions of blame for customer mistreatment: Implications for employees' service performance and customers' negative word of mouth. *Journal of Vocational Behavior*, 110, 203-213.
- Han, S.J., Bonn, M.A., & Cho, M. (2016). The relationship between customer incivility, restaurant frontline service employee burnout and turnover intention. *International Journal of Hospitality Management*, 52, 97-106.
- Huang, W., & Yuan, C. (2024). Workplace ostracism and helping behavior: A cross-level investigation. *Journal of Business Ethics*, 190, 787-800.
- Jesni, N.H. & Patah, M.O.R.A. (2021). Customer mistreatment and employees' emotional exhaustion: Moderating role of gender. *Journal of Tourism, Hospitality & Culinary Arts*, 13(2), 156-169.
- Kim, Y., Cohen, T.R., & Panter, A. T. (2023). Workplace mistreatment and employee deviance: An investigation of the reciprocal relationship between hostile work environments and harmful work behaviors. *Group & Organization Management*, 48(4), 1173-1202.
- Lee, R., Mai, K.M., Qiu, F., Ilies, R., & Tang, P.M. (2022). Are you too happy to serve others? When and why positive affect makes customer mistreatment experience feel worse. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 172, 104188.
- Lin, W., Koopmann, J., & Wang, M. (2020). How does workplace helping behavior step up or slack off? Integrating enrichment-based and depletion-based perspectives. *Journal of Management*, 46(3), 385-413.
- Liu, F., Chen, G., & Liu, Y. (2020). The impact of customer mistreatment on employee displaced aggression: The moderating effect of interpersonal sensitivity and moral identity. *Frontiers Psychology*, 11, 550978.
- Liu, P., Ma, Y., Li, X., Peng, C., & Li, Y. (2022). The antecedents of customer mistreatment: A meta-analytic review. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 34(8), 3162-3200.
- Mohammadian Moghadam, M., & Nazari, R. (2023). Sustainable revenue in private sports clubs of Iran. *Sport Business Journal*, 3(3), 103-118. [In Persian]
- Mullen, J.E., & Kelloway, E.K. (2013). The effects of interpersonal customer mistreatment on employee retaliation. *International Journal of Workplace Health Management*, 6(2), 118-128.
- Omidi, A., & Safari, S. (2016). The impact of organizational citizenship behavior on customer satisfaction and customer loyalty of Shahrekord private sport clubs. *Applied Research in Sport Management*, 5(1), 99-109. [In Persian]
- Pashaei Khameneh, A.R., Emami, F., Hosseini, S.E., & Khajeh Pour, A. (2023). Identifying effective strategies in customer relationship management (CRM) system in Iranian sports clubs. *Strategic Studies on Youth and Sports*, 21(58), 389-406. [In Persian]

- Pashaie, S., & Golmohammadi, H. (2023). Exploring the influence of E-CRM on the innovation capabilities of sports venues: The moderating role of Covid-19. *Sport Marketing Studies*, 4(3), 108-128. [In Persian]
- Rajabloo, F. (2021). The effect of safety climate on helpful and deviant work behaviors of physical education teachers in Golestan province with the mediator role of organizational voice. MA Thesis in Sport Management, Islamic Azad University, Azadshahr Branch. [In Persian]
- Schmitt, A., & Weigelt, O. (2023). Negative work events impede daily self-efficacy through decreased goal attainment: Are action orientation and job autonomy moderators of the indirect effect? *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 32(3), 418-431.
- Shabani, J. (2023). Effectiveness of mindfulness training based on stress reduction on job motivation of Golestan gas company employees. *Occupational Psychology*, 2(2), 31-40 [In Persian]
- Shahlaee Bagheri, J. (2024). Predicting the retention of customers of sport gym using the K-nearest neighbor algorithm. *Sport Marketing Studies*, 5(1), 69-86. [In Persian]
- Shao, R., & Skarlicki, D. (2014). Service employees' reactions to mistreatment by customers: A comparison between North America and East Asia. *Personnel Psychology*, 67, 23-59.
- Sommovigo, V., Setti, I., O'Shea, D., & Argentero, P. (2020). Investigating employees' emotional and cognitive reactions to customer mistreatment: an experimental study. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 29(5), 707-727.
- Taheri, N.A. (2023). The role of job self-efficacy in regulating emotions and psychological well-being of physical education teachers. MA Thesis in Sport Management, Islamic Azad University, Azadshahr Branch. [In Persian]
- Wen, J., Li, Y., & Hou, P. (2016). Customer mistreatment behavior and hotel employee organizational citizenship behavior. *Nankai Business Review International*, 7(3), 322-344.
- Wu, H., Chen, M., & Wang, X. (2023). Linking customer mistreatment to employees' helping behavior: A self-efficacy perspective of autonomous and dependent helping. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 35(10), 3681-3702.
- Wu, Y., Groth, M., Zhang, K., & Minbashian, A. (2023). A meta-analysis of the impact of customer mistreatment on service employees' affective, attitudinal and behavioral outcomes. *Journal of Service Management*, 34(5), 896-940.
- Yang, F., Lu, M., & Huang, X. (2020). Customer mistreatment and employee well-being: A daily diary study of recovery mechanisms for frontline restaurant employees in a hotel. *International Journal of Hospitality Management*, 91, 102665.
- Ye, Y., Liu, P., & Zhang, L. (2024). Customer mistreatment and unethical pro-organizational behavior: a daily diary study examining the roles of status threat. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 36(6), 2125-2143.
- Yin, J., Ni, Y., Fan, Y., & Chen, Y. (2023). Navigating unpleasant interactions: The influence of customer mistreatment on hospitality employee responses employing mindfulness as a moderator. *Sustainability*, 15(19), 14288-14299.
- Yoon, J., & Kayes, D.C. (2016). Employees' self-efficacy and perception of individual learning in teams: The cross-level moderating role of team learning behavior. *Journal of Organizational Behavior*, 37(7), 1044-1060.
- Zahoor, A., & Khan, D. (2022). Frontline service employees and customer engagement: Some further insights. *IIM Ranchi Journal of Management Studies*, 1(2), 175-190.
- Ziegler, R., & Schlett, C. (2016). An attitude strength and self-perception framework regarding the bi-directional relationship of job satisfaction with extra-role and in-role behavior: The doubly moderating role of work centrality. *Frontiers Psychology*, 7, 235.