



# Uluslararası Spor, Egzersiz ve Antrenman Bilimi Dergisi

Cilt 2, Sayı 1, 30-38, (2016)

Orjinal Makale

## Özel Spor İşletmeleri İçin Q-Sport-14 Ölçeğinin Uyarlama Çalışması\*

Mehmet Ali ÖZTÜRK<sup>1</sup>, Özer SAĞLAM<sup>2</sup>, Melih ÇALIŞIR<sup>3</sup>

### Özet

**Amaç:** Q-SPORT-14 ölçeğinin özel spor işletmelerinin hizmet kalitesinin ölçülebilmesi için uyarlanması bu çalışmanın amacını oluşturmaktadır.

**Materyal ve Yöntem:** "Q-SPORT 14" ölçeğinin orijinali "Q-SPORT 10" adı ile Rial ve diğerleri (2010) tarafından geliştirilmiştir. Yıldız (2011) ölçeğinin geçerlik ve güvenilirlik çalışmasını yaparak ölçeği Türkçeye uyarlamış ve ölçeği "Q-SPORT 14" olarak adlandırmıştır. Çalışmada Toplam 585 ölçek uygulaması yapılmış, bu ölçeklerin 103 adeti yanlış veya eksik işaretlemelerden dolayı göz ardı edilmiştir. Çalışma, faktör analizi, döndürülmüş bileşen matriks testi, KMO ve Barlet Sphericity testi, anti-imağ korelasyon testi ve güvenilirlik analizleri uygulanarak gerçekleştirilmiştir. Anlam düzeyi  $p < 0,05$  kabul edilmiş ve güven aralığı %95 olarak alınmıştır.

**Bulgular:** Örneklem büyüklüğünün uygunluğu için gerçekleştirilen KMO testi Cronbach's alpha değeri 0,905 olarak tespit edilmiştir. Barlet Sphericity test puanı  $p < 0,01$  düzeyinde anlamlı tespit edilmiştir. Toplam varyans açıklamasında öz değeri 1'den büyük 2 değer tespit edilmiş, bu değerlerin toplam varyansa yaptığı katkının %55 olduğu gözlemlenmiş ve ölçeğin 2 alt boyuttan oluştuğu sonucuna ulaşılmıştır. Döndürülmüş Bileşen Matriksi Testi sonucu tüm maddelerin değerleri 0,5'ten büyük tespit edilmiş ve bu maddelerin; 9 madde "program ve eğitmen kalitesi", 5 madde ise "fiziksel çevre kalitesi" olmak üzere iki alt boyuta dağıldığı gözlemlenmiştir. Anti-imağ Korelasyon Testi sonucunda tüm maddelerin 0,5'ten büyük olduğu gözlemlenmiştir. 2 alt boyuta ve tüm maddelere uygulanan güvenilirlik analizi sonucunda tüm maddelerin düzeltilmiş maddeler toplam korelasyon değerlerinin 0,3'ten büyük olduğu ve maddelerin silinmesi durumunda Cronbach's alpha değerlerinin 0,7'den büyük olduğu tespit edilmiştir.

**Sonuçlar:** Tüm bu analizler özel spor işletmeleri için Q-SPORT 14 ölçeğinin yüksek derecede güvenilir ve kullanılabilir olduğunu göstermektedir.

### Anahtar Kelimeler

Spor,  
Hizmet,  
Kalite,  
Geçerlik,  
Güvenirlik

### Yayın Bilgisi

Gönderi Tarihi: 18.12.2015  
Kabul Tarihi: 12.02.2016  
Online Yayın Tarihi: 01.03.2016  
DOI: 10.18826/ijsets.65938

## The Adaptation Study of the Q-Sport-14 Scale for the Private Sport Establishments

### Abstract

**Aim:** The objective of this study is to adapt the "Q-SPORT 14" scale which is a tool to measure service quality for the private sport establishments.

**Material and Methods:** The "Q-SPORT 10" scale, developed by Rial et al. (2010), reliability and validity study was conducted by Yıldız (2011) and adapted in Turkish, was used as data gathering tool. Total 585 scales were distributed to the participants and were withdrawn. The researcher ignored 103 of them due to incomplete marking. In the study, factor analysis, the rotated components matrix test, KMO and Barlet sphericity test, and the anti-image correlation test and reliability analysis were used. The significance level was  $p < 0.05$  and the confidence interval was 95%.

**Results:** KMO test was performed for the suitability of the sample size and it was 0.905. Bartlett sphericity test score was significant ( $p < 0.01$ ). The total variance description exposed 2 factors that Eigenvalues were higher than 1 and contributions to variance of these factors are 55%. After rotated components matrix analysis two sub-dimensions were identified (higher greater than 0.5); 9 items were related to "program and instructor quality" and the rest 5 items were related to "the physical environment and quality of equipment." The anti-image correlation presented that all items were higher than 0.5 All scores were more higher than 0.3 in the corrected item-total correlation and higher than 0.7 in Cronbach's alpha when item deleted.

**Conclusion:** Q-SPORT 14 scale is highly reliable and usable measurement tool to test service quality in private sport establishments.

### Keywords

Sport,  
Service,  
Quality,  
Validity,  
Reliability

### Article Info

Received: 18.12.2015  
Accepted: 12.02.2016  
Online Published: 01.03.2016

DOI: 10.18826/ijsets.65938

USEABD yazım kurallarının "Yazarlık Hakkı" bölümündeki MADDELERE göre yazar katkıları şu şekilde rapor edilmiştir:

**1. Yazar:** 1,3,5,7,8, **2. Yazar:** 2,4,7,8, **3. Yazar:** 2,6,7,8

\* Bu çalışma "Uluslararası 3<sup>rd</sup> Health Conference" Kongresinde sözlü olarak sunulmuştur

<sup>1</sup>Bitlis Eren Üniversitesi, Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokulu, Bitlis, /Türkiye, [maliozturk2002@yahoo.com](mailto:maliozturk2002@yahoo.com)

<sup>2</sup>Ulusal Spor Akademisi, Doktora Öğrencisi, Vassil Levski, /Bulgaristan, [ozersaglam@hotmail.com](mailto:ozersaglam@hotmail.com)

<sup>3</sup>Halk Oyunları Eğitmeni, Muğla, /Türkiye, [mlhclsr@gmail.com](mailto:mlhclsr@gmail.com)

## GİRİŞ

Hizmet kalitesi kavramı, üretim ve işletme kaynaklı kalite alanyazınından gelişmiştir. 1920'lerden itibaren işletmelerin üretim süreçlerinin içsel ölçümlerini yapmaya başlamaları ve üretilen malların fiziksel olarak kontrollerinin yapılmasına odaklanmaları sonucu kaliteye olan ilgi artmaya başlamıştır. İmalat sanayi ve işletmelerde gelişen toplam kalite hareketi, odak noktasını yavaşça yeni bir paradigma olarak ortaya çıkan, müşteri/tedarikçi ilişkisi ve hizmet sektörü üzerine yönlendirmeye başlamıştır. Hizmet kalitesi, şirketler arasında önemli bir ayırt edici özellik olmanın yanında, birçok hizmet örgütünün elinde çok güçlü bir silah olmaya başlamıştır (Kandampully, 1997).

Spor işletmeleri bugünkü rekabet ortamında ayakta kalabilmek için müşteri ihtiyaç ve isteklerini karşılamak, kendilerini hizmetin her noktasında geliştirmek gerekliliğinin farkındadır. Müşteriler toplam hizmet süreci boyunca, çeşitli dallarda işletme çalışanlarıyla, işletme ortamıyla ve sunulan hizmetle etkileşim içindedirler ve müşteriler, bu etkileşim içinde hizmeti algılar. Hizmet sektöründe kalite ölçümü, mal üretimindeki kalite ölçümü kadar kolay olmamakta, içinde psikolojik, sosyal ve insani değerler barındıran boyutlar taşımaktadır.

İnsanların ve sistemlerin mükemmelle ulaşma isteği kalite kavramı gerçeğini ortaya çıkarmıştır. Latince nasıl oluştuğu anlamına gelen "Qualis" kelimesinden türemiş ve "Qualitas" kelimesiyle ifade edilmiştir (Gümüšoğlu ve diğ., 2006). Kalite, genel olarak günlük konuşmalarda üstünlüğü ve iyiliği, diğer bir ifadeyle kaliteye konu olan ürün ve hizmetin iyi niteliklerinin olduğunu belirtir. Bu bakımdan da kalite, kişisel değerleri içermektedir (Kotler, 1997).

Günümüzde slogan haline gelmiş olan ve sözlüklerde "bir şeyin iyi veya kötü olma özelliği, nitelik" olarak tanımlanan kalite, çok boyutlu olmasından dolayı herkesin üzerinde hem fikir olabileceği bir tanımının yapılmasını zorlaştırmaktadır. Kalite anlayışı tüketicinin özellikleri, sosyal konumu ve ekonomik durumuna bağlı olarak değişebilen farklı gereksinim ve beklentileri doğrultusunda şekillenebilen subjektif bir kavramdır (Topcu, 2005).

Kalite kavramını en iyi şekilde açıklayan dünya çapındaki kuruluş ve uzmanlar tarafından yapılmış olan kalite tanımlarının ortak özelliklerine göre; kalite, müşteri isteklerini önceden tahmin ederek, müşteri beklentilerinin ötesine geçmesi ve ürünün doğal yaşamı boyunca müşteriyi memnun etmesi şeklinde tanımlanmaktadır. Amerikan kalite kontrol derneği kaliteyi, "bir mal ya da hizmetin belirli bir gerekliliği karşılayabilme yeteneklerini ortaya koyan karakteristiklerinin tümü" şeklinde tanımlamıştır (Topcu, 2005, Öztürk, 2007). Çağdaş yönetim biliminde kalite, sadece ürün üzerine yoğunlaşmayan, tüm üretim sürecini güvenilir, verimli ve etkili çalıştırmayı amaçlayan çalışmalar bütünüdür (Erkılıç, 2007).

Hizmet kavramı, işletme alan yazınından gelmektedir. Hizmetler 1975'lerden önce pazarlama alanının içinde kabul edilmezken, bu yaklaşım New York'lu bir bankacı olan Lynn Shostack'ın 1977 yılında yazdığı ve "Journal of Marketing"n dergisinde yayınlanan "Breaking Free From Product" adlı makalesinin yayınlanmasıyla değişmiştir. Hizmetlerin pazarlanması alanının başlangıcı bu makale ile oluşmuştur (Benjamin ve Karen, 1997).

Hizmet, bir gruptan diğerine sunulan herhangi bir şeyin sahipliği ile sonuçlanmayan bir faaliyet ya da fayda olarak tanımlanmaktadır (Kotler ve Keller, 2007). Lovelock, hizmeti, bir taraftan diğer bir tarafa sunulan bir hareket veya performans olarak tanımlamıştır Lovelock ve Jochen, 2007). Bu tanımlara göre hizmetler soyuttur ve insanlar ve/veya makineler tarafından üretilir. Hizmetler soyutluk, ayrılmazlık, değişkenlik ve dayanıksızlık olmak üzere dört şekilde karakterize edilmektedir (Parasuraman ve diğ., 1985).

Ekonominin gelişmesiyle beraber 1960'lerden sonra hizmetin öneminin artması sebebiyle hizmet kalitesi oluşumu başlamıştır (Prakash ve Mohanty, 2013). Hizmet kalitesinin çok boyutlu bir kavram olması, kesin tanımının yapılmasını zorlaştırmaktadır (Değermen, 2006). Parasuraman, Berry ve Zeithaml hizmet kalitesini, beklenen hizmet ve algılanan hizmet performansının karşılaştırılması olarak ifade etmişlerdir (Parasuraman ve diğ., 1985). Edwardsson hizmet kalitesini; müşteri beklentilerini karşılayabilme, ihtiyaçlarını tanımlayabilme derecesi olarak ifade etmektedir (Edwardsson, 1998). Teas ise hizmet kalitesini, performans ve ideal standartlar arasındaki kıyaslama olarak tanımlamaktadır (Teas, 1993).

Hizmet kalitesi müşteri memnuniyeti, müşteri kaybetmemek, maliyetler, kararlılık ve ağızdan ağıza olumlu iletişim ile olan açık ilişkisi nedeni ile önemli bir araştırma konusu olmuştur (Buttle, 1996). Hizmet kalitesini tanımlama anlamında geleneksel yaklaşımlar, hizmet kalitesi algılamasını gerçek performans ile tüketicinin beklentileri arasındaki kıyaslama sonucunda onaylanmama olarak ortaya koymaktadır (Grönross, 2001, Salman, 2008 ).

Son yıllarda birçok ülkede spor ve fitness merkezlerinin sayısının artmasıyla birlikte bu merkezlerin hizmet kalitesi üzerinde daha fazla durdukları görülmektedir. Aynı zamanda bu merkezlere katılanların spor ürünleri ve hizmetleri ile ilgili beklentileri de yükselmektedir (Papadimitrou ve Karteroliotis, 2000). Spor organizasyonlarının etkinliği büyük oranda yöneticilerin bağlı katılımcıları oluşturmak ve elde tutmak için nasıl çalıştığına bağlıdır. Spor organizasyonunda müşteri sadakati temel amaçtır, çünkü müşteriler organizasyona bir yandan ekonomik destek sağlarken, diğer yandan da organizasyonun amaçlarını gerçekleştirebilmesi için büyük destek sağlarlar (Park ve Kim, 2000). Bu bağlamda spor organizasyonu ve fitness merkezlerinin başarısı bu beklentileri belirleyebilmek ve karşılayabilmek ve aynı zamanda hedeflenen hizmet kalitesi algısına ulaşabilmeleriyle doğru orantılıdır (Tsitskari ve diğ., 2006).

Sonuç olarak Q-SPORT-14 ölçeği uyarlama çalışmasının amacı, spor merkezlerinin hizmet kaliteleri ile ilgili çalışmalara katkı sağlaması ve ölçeğin özel spor işletmeleri için geçerli ve güvenilir bir şekilde uygulanabilmesidir. Yıldız (2011), yapmış olduğu araştırmayı fitness, yüzme, dalma, rüzgâr sörfü gibi birçok etkinliğin bir arada yapılabildiği özel spor işletmelerine uygulamıştır. Bu araştırma ise sadece fitness hizmeti veren özel spor işletmelerine uygulanmış ve ölçeğin bu işletmeler için tek başına yeterliliğinin tespit edilmesi amaçlanmıştır.

## MATERYAL ve YÖNTEM

Q-SPORT-14 ölçeğinin özel spor işletmelerinin hizmet kalitesinin ölçülebilmesi için uyarlanmasını amaçlayan bu çalışmanın önceki bölümlerinde ilgili alanyazın çalışmaları, çalışmada sıkça kullanılan kavramlar üzerinde durularak çalışmanın kuramsal çerçevesi sunulmuştur.

**Araştırma Evreni:** Araştırmanın evrenini İzmir ilinde faaliyet gösteren 4 adet özel spor merkezleri oluşturmuştur. Bu merkezler seçilirken üye sayılarının en az 350 olması ve ücretlerinin eşdeğer olması ölçüt olarak kabul edilmiştir. Araştırma 2013 yılında gerçekleştirilmiştir. Örneklem grubu, spor merkezlerine devam eden 181'i kadın (% 37,5) 301'i erkek (% 62,44) olmak üzere toplam 482 kişiden oluşmuştur.

**Veri Toplama Aracı:** Çalışmada veri toplama aracı olarak Rial ve diğerleri, (2010) tarafından geliştirilen “Q-SPORT 10” ölçeğine dayanarak Yıldız (2011) tarafından geçerlilik ve güvenilirlik çalışması yapılarak Türkiye için uyarlanan “Q-SPORT 14” ölçeği kullanılmıştır. Yıldız (2011), ölçeğe 4 madde ekleyerek orijinal ölçekte yer alan iki alt boyutu (Eğitmen ve Tesis) yanı sıra “program” alt boyutunu da geliştirmiştir. Yıldız (2011), personel (5 madde), fiziksel çevre (4 madde) ve program (4 madde) olmak üzere hizmet kalitesinin 3 alt boyutunu tespit etmiştir.

**Verilerin Toplanması:** Veri toplama araçları uygulanmadan önce spor merkezlerine devam edenlere araştırmayla ilgili bilgi verilmiş, gönüllü olanlar araştırmaya dahil edilmiştir. Bu araçlar İzmir ilinde haftanın farklı günlerinde spor merkezlerine gidilerek bizzat araştırmacı tarafından katılımcılara farklı uygulanmıştır. Toplam 585 ölçek uygulaması yapılmıştır. Uygulanan ölçeklerin 103 adeti yanlış veya eksik işaretlemelerden dolayı göz ardı edilmiştir.

**Verilerin Analizi:** Yıldız'ın ölçeğinin bu araştırmada kullanılabilirliğini test etmek için faktör analizi, ölçeğin alt boyutlarının belirlenebilmesi için döndürülmüş bileşen matrisi testi uygulanmıştır. Örneklem yeterliliğini kontrol etmek amacıyla anti-imaj korelasyonu testi uygulanmıştır. Analiz sonucunda 9 maddenin “program ve eğitmen kalitesi”ni, 5 maddenin “fiziksel çevre ve ekipman kalitesi”ni değerlendirdiği görülmüş ve 2 alt boyut tespit edilmiştir. Bu 2 alt boyuta ve toplam ölçeğe iç tutarlılığın test edilmesi amacıyla güvenilirlik analizi yapılmıştır. “Program ve eğitmen kalitesi” Cronbach's alfa değeri 0,882 ve “fiziksel çevre ve ekipman kalitesi” Cronbach's alfa değeri ise 0,815 olarak tespit edilmiştir. Rial ve diğerleri, (2010) tarafından geliştirilen Q-SPORT 10 ölçeğinde de bu 2 alt boyut tespit edilmiştir. Ölçeğin puanlaması; 1,00-1,80 arası çok zayıf, 1,81-2,60 arası zayıf, 2,61-3,40 arası orta, 3,41-4,20 arası yüksek ve 4,21-5,00 arası çok yüksek olarak belirlenen değerlere göre hesaplanmıştır.

## BULGULAR

Tablo 1 hangi maddenin hangi alt boyuta ait olduğunu göstermektedir. Madde 1, madde 2, madde 3, madde 4, madde 5, madde 11, madde 12, madde 13 ve madde 14'ün “program ve eğitmen kalitesi” alt boyutuna, madde 6, madde 7, madde 8, madde 9 ve madde 10'un ise “eğitmen kalitesi ve “fiziksel çevre ve ekipman kalitesi” alt boyutuna ait oldukları görülmektedir.

**Tablo 1.** Q-SPORT 14 Ölçeği Faktör Alt Boyutları.

<b>Alt Boyut 1: Program ve Eğitmen Kalitesi</b>
<b>Madde 1-</b> Çalışanlar oldukça nezaketli davranır
<b>Madde 2-</b> Eğitmen gerekli bilgi ve beceriye sahiptir
<b>Madde 3-</b> Eğitmenler egzersizleri/sporu etkili bir şekilde öğretmektedir
<b>Madde 4-</b> Burada herkesle tek tek ilgilenilir
<b>Madde 5-</b> Çalışanlar buraya tekrar gelmenize yönelik ilgi gösterir
<b>Madde 11-</b> Spor ve egzersiz programları çeşitlidir
<b>Madde 12-</b> Spor ve egzersiz programları zengin içeriğe sahiptir
<b>Madde 13-</b> Spor ve egzersiz programları uygun zamanlara yayılmıştır (rahatlıkla gelebiliyorum)
<b>Madde 14-</b> Spor ve egzersiz programlarına ait sınıflar kalabalık değildir (Grupların sayısı uygun düzeydedir)
<b>Alt Boyut 2: Fiziksel Çevre ve Ekipman Kalitesi</b>
<b>Madde 6-</b> Fiziksel çevre kullanıma uygundur
<b>Madde 7-</b> Spor alanları ve ortamı oldukça iyidir
<b>Madde 8-</b> Tüm alanlar hijyen ve temizlik açısından iyidir
<b>Madde 9-</b> Araç-gereç ve malzemeler modern ve yeterlidir
<b>Madde 10-</b> Soyunma odaları, tuvalet ve duşlar yeterlidir

**Tablo 2.** KMO ve Barlett Küresellik Tablosu

<b>Kaiser- Meyer- Olkin Örneklem Yeterliliği Ölçümü</b>		0,905
<b>Barlett Küresellik Testi</b>	<b>Yaklaşık ki-kare</b>	3173,01
	<b>SD</b>	91
	<b>p</b>	0,000

Örneklem büyüklüğünün uygunluğuyla ilgili yapılan KMO testi 0,905 olarak tespit edilmiştir. Barlett küresellik testi anlamlı ( $p < 0,01$ ) olarak tespit edilmiştir (Tablo 2). Bu veriler ölçeğin kullanılabilirliğinin açık bir göstergesidir.

**Tablo 3.** Döndürülmüş Bileşen Matrisi.

	<b>Alt Boyutlar</b>	
	<b>Program ve Eğitmen Kalitesi</b>	<b>Fiziksel Çevre ve Ekipman Kalitesi</b>
<b>Madde 5</b>	0,741	0,146
<b>Madde 2</b>	0,696	0,138
<b>Madde 3</b>	0,685	0,382
<b>Madde 13</b>	0,680	0,149
<b>Madde 4</b>	0,639	0,419
<b>Madde 1</b>	0,625	0,171
<b>Madde 12</b>	0,613	0,498
<b>Madde 14</b>	0,594	0,328
<b>Madde 11</b>	0,592	0,424
<b>Madde 10</b>	0,122	0,755
<b>Madde 8</b>	0,259	0,752
<b>Madde 9</b>	0,164	0,708
<b>Madde 6</b>	0,306	0,704
<b>Madde 7</b>	0,411	0,637

Tablo 3 incelendiğinde; döndürülmüş bileşen matrisi testi sonucu 0,50' den büyük olan değerler hangi maddenin hangi alt boyuta ait olduğunu göstermektedir. Tablo incelendiğinde; “program ve eğitmen kalitesi” alt boyutu alanında değeri 0,50'den büyük olan madde 5 (0,741), madde 2 (0,696), madde 3 (0,685), madde 13 (0,680), madde 4 (0,639), madde 1 (0,625), madde 12 (0,613), madde 14

(0,594) ve madde 11'in (0,592) bu alt boyuta ait olduğu, "fiziksel çevre ve ekipman kalitesi" alt boyutu alanında değeri 0,50'den büyük olan madde 10 (0,755), madde 8 (0,752), madde 9 (0,708), madde 6 (0,704) ve madde 7'nin ise (0,637) "fiziksel çevre ve ekipman kalitesi" alt boyutuna ait olduğu görülmektedir.

**Tablo 4.** Anti İmaj Korelasyon Matrisi.

	Madde-1	Madde-2	Madde-3	Madde-4	Madde-5	Madde-6	Madde-7
<b>Madde-1</b>	0,880						
<b>Madde-2</b>	-0,234	0,878					
<b>Madde-3</b>	0,144	-0,315	0,896				
<b>Madde-4</b>	-0,140	-0,138	-0,170	0,942			
<b>Madde-5</b>	-0,279	0,006	-0,209	-0,121	0,866		
<b>Madde-6</b>	-0,072	-0,139	-0,068	0,043	0,040	0,928	
<b>Madde-7</b>	-0,002	-0,051	-0,107	-0,040	-0,242	-0,264	0,918

**Tablo 4.** Devamı

	Madde-8	Madde-9	Madde-10	Madde-11	Madde-12	Madde-13	Madde-14
<b>Madde-8</b>	0,923						
<b>Madde-9</b>	-0,132	0,912					
<b>Madde-10</b>	-0,112	-0,248	0,924				
<b>Madde-11</b>	-0,200	0,148	-0,059	0,864			
<b>Madde-12</b>	-0,027	-0,103	-0,102	-0,367	0,921		
<b>Madde-13</b>	0,016	-0,062	-0,096	-0,191	-0,157	0,880	
<b>Madde-14</b>	0,031	-0,022	0,027	-0,039	-0,240	-0,179	0,927

"Anti imaj korelasyon Matrisi tablosu incelendiğinde (Tablo 4)" çapraz ilişki katsayılarının 0,5' in üzerinde olduğu görülmektedir. Değerler 0,5'in altında olmadığı için herhangi bir maddenin çıkarılıp testin tekrar uygulanmasına gerek kalmamıştır.

Toplam varyans açıklaması tablosu (Tablo 5) incelendiğinde özdeğeri 1'in üzerinde olan 2 faktör görülmektedir. Bu faktörlerin varyansa yaptığı katkı % 55,031'dir.

Güvenilirlik analizinde (Tablo 6, Tablo 7) "düzeltilmiş maddeler-toplam korelasyon" sütununda değerlerden herhangi birisinin 0,3'ten küçük çıkması durumunda o değere ait maddenin analizden çıkarılması ve analizin tekrar yapılması gerekmektedir. Maddelerin silinmesi durumunda "Cronbach's alfa değer" sütununda ise değerlerin; tablo sonunda belirtilen alfa değerine yakın sonuçlar vermesi gerekmektedir. Burada "Cronbach's alfa" değerinin 0,7'nin üzerinde olması ölçeğin yüksek güvenilirlikte olduğu anlamına gelmektedir.

"Program ve eğitim kalitesi güvenilirlik analizi" tablosu incelendiğinde (Tablo 6); "düzeltilmiş maddeler-toplam korelasyon" sütununda tüm değerlerin 0,3'ten büyük olduğu görülmektedir.

**Tablo 5.** Toplam Varyans Açıklaması.

	İlk Özdeğerler			Squared Yükleri Toplamı Çıkarımı		
	Toplam	% of Varyans	Kümülatif %	Toplam	% of Varyans	Kümülatif %
1	6,451	46,077	46,077	6,451	46,077	46,077
2	1,254	8,954	55,031	1,254	8,954	55,031
3	0,983	7,024	62,056			
4	0,760	5,428	67,484			
5	0,708	5,058	72,542			
6	0,649	4,634	77,177			
7	0,592	4,227	81,403			
8	0,497	3,553	84,957			
9	0,492	3,516	88,473			
10	0,432	3,086	91,560			
11	0,349	2,490	94,050			
12	0,319	2,279	96,329			
13	0,282	2,018	98,347			
14	0,231	1,653	100,000			



**Tablo 6.** Program ve Eğitim Kalitesi Güvenilirlik Analizi.

	Düzeltilmiş Maddeler- Toplam Korelasyon	Maddelerin Silinmesi Durumunda Cronbach's Alfa Değeri
<b>Madde 1</b>	0,523	0,877
<b>Madde 2</b>	0,567	0,874
<b>Madde 3</b>	0,705	0,862
<b>Madde 4</b>	0,686	0,864
<b>Madde 5</b>	0,615	0,870
<b>Madde 11</b>	0,657	0,866
<b>Madde 12</b>	0,725	0,860
<b>Madde 13</b>	0,589	0,872
<b>Madde 14</b>	0,601	0,872
<b>Alfa = 0,882</b>		

**Tablo 7.** Fiziksel Çevre ve Ekipman Kalitesi Güvenilirlik Analizi.

	Düzeltilmiş Maddeler- Toplam Korelasyon	Maddelerin Silinmesi Durumunda Cronbach's Alfa Değeri
<b>Madde 6</b>	0,655	0,766
<b>Madde 7</b>	0,632	0,772
<b>Madde 8</b>	0,647	0,770
<b>Madde 9</b>	0,561	0,792
<b>Madde 10</b>	0,579	0,799
<b>Alfa = 0,815</b>		

“Fiziksel çevre ve ekipman kalitesi güvenilirlik analizi” tablosunda da (Tablo 7) tüm değerlerin 0,3’ten büyük olduğu tespit edilmiştir. Bu değerler tüm maddelerin ilişkili ve ölçeğin güvenilir olduğunu göstermektedir. Yine “Program ve eğitim kalitesi güvenilirlik analizi” ve “Fiziksel çevre ve ekipman kalitesi güvenilirlik analizi” tablolarında “maddelerin silinmesi durumunda Cronbach’s Alfa değeri” sütunlarındaki değerlerin tablo sonlarında bulunan “alfa” değerlerine yakın değerler içerdiği görülmektedir. Bu analizler bize ölçekteki maddelerden herhangi birisinin çıkarılmadan anketin yüksek güvenilirlikle ( $Alfa \geq 0,7$ ) uygulanabilirliğini göstermektedir.

## TARTIŞMA

Rekabetin oldukça arttığı küresel pazarda hizmet sağlayıcılar işletmelerin başarısı ve müşteri memnuniyeti açısından, hizmet kalitesinin en üst düzeylerine ulaşabilmeye odaklanmışlardır (Howat ve diğ., 1996). Günümüzde birçok spor örgütü müşteri kazanmak ve müşterilerini “kaliteli hizmet” sunarak tatmin etmek için yarışmaktadır. Dolayısıyla hizmet kalitesi, işletmeler arasında önemli bir ayırt edici özellik olmanın yanında, birçok hizmet örgütünün elinde çok güçlü bir silah olmaya başlamıştır (Howat ve d.ğ., 1996, Spreng ve Mackoy, 1996).

Spor hizmetlerindeki kalite algısı ile ilgili çalışmalar, sayı ve kapsam olarak sınırlıdır. Az sayıdaki araştırma çalışması, bu bakımdan belirli hizmetlerde (fitness hizmetleri, serbest zaman hizmetleri, rekreasyon hizmetleri gibi) “kalite boyutlarını” tanımlamaya odaklanmışlardır. Örneğin; Chelladurai, Scott, ve Haywood-Farmer 1987 de geliştirdikleri Fitness Hizmetleri Tutum Ölçeği (Scale of Attributes of Fitness Services (SAFS)) ile, fitness hizmetlerinin beş boyutunu tanımlamışlardır. Bu boyutlar birincil-profesyonel, birincil- müşteri, birincil- dış, birincil- tesis malları ve ikincil mallar ve hizmetlerdir. Birinci boyut, ana hizmeti (core services) yansıtırken, diğerleri şartları ve çevreyi yansıtmaktadır. Yapılan bu çalışma 436 kişiye uygulanmış ve 5 boyutu açıklayan 30 maddeden oluşturulmuştur.

Kim ve Kim, “Spor Merkezlerinin Kalite Mükemmelliği” (QUESC) adlı bir ölçek geliştirmişlerdir. Literatür taraması ve odak grup sonuçlarına dayanarak 33 maddeden oluşan bu ölçeği 11 boyut (çalışanların tutumu, çalışanların güvenilirliği, program, ortam, bilgiye ulaşılabilirlik, nezaket, fiyat, özel ilgi, zihinsel rahatlama, canlandırma ve uygunluk) olarak belirlemişlerdir (Kim ve Kim, 1995)..

Lam, spor merkezlerinin hizmet kalitesi boyutlarını belirlemek için “Hizmet Kalitesi Değerlendirme Ölçeği”ni (Service Quality Assesment Scale) geliştirmiştir. Araştırmacı hizmet sağlayıcıların müşterilerin hizmet kalitesi algılarını etkileyen beş faktör bulmuştur: personel, program, soyunma odaları, fiziksel tesisler ve çalışma ortamı (Lam, 2000).

Park ve Kim, “rekreasyonel sporda davranışsal bağlılık kavramının ölçülmesi” adlı bir ölçek geliştirme çalışması yapmışlardır. Yirmi maddeden oluşan ölçeklerini 211 spor katılımcısına uygulamışlardır. Yaptıkları analiz sonucunda üç boyut ortaya çıkmıştır. Bunlar; kuralcı, duygusal ve yatırımsal bağlılıktır. Ayrıca sonuçlar, bu boyutların tek başına diğer boyutları tamamen tahmin edemeyeceğini göstermiştir (Park ve Kim, 2000).

Rial ve diğerleri (2010) tarafından geliştirilen “Q-SPORT 10” ölçeğine dayanarak Yıldız (2011) tarafından geçerlilik ve güvenilirlik çalışması yapıp Türkiye için uyarlanan “Q-SPORT 14” ölçeğinin geçerliği ve güvenilirliği test edilerek özel spor işletmeleri için uyarlanması bu çalışmanın amacını oluşturmuştur. Ölçeğin özel spor işletmeleri için kullanılabilirliği faktör analizi, ölçeğin alt boyutları döndürülmüş bileşen matrisi, örneklem yeterliliği KMO ve Barlet Sphericity testi ve ölçekten herhangi bir maddenin çıkarılıp çıkarılmayacağı ise anti-ımaj korelasyon testi uygulanarak gerçekleştirilmiştir. Bu işlemler sonucunda 9 maddenin “program ve eğitmen kalitesi” ve 5 maddenin “fiziksel çevre ve ekipman kalitesi” alt boyutlarını değerlendirdiği görülmüştür. Bu 2 alt boyuta ve toplam ölçeğe iç tutarlılığın test edilmesi amacıyla güvenilirlik analizi yapılmış, “program ve eğitmen kalitesi” alt boyutu için Cronbach’s alfa değeri 0,88 ve “fiziksel çevre ve ekipman kalitesi” Cronbach’s alfa değeri ise 0,81 olarak tespit edilmiştir. Orijinali Ria ve diğerleri (2007) tarafından geliştirilen Q-SPORT 10 ölçeğinde de bu iki alt boyutu tespit edilmiştir. QSport-14 ölçeğinde var olan “program” alt boyutu maddeleri (11, 12, 13 ve 14) araştırmada “program ve eğitmen kalitesi alt boyutunda” yer almıştır. Araştırma sonuçları her ne kadar QSport-14 ölçeğindeki 3 alt boyuta sahip olmasa da, ölçekteki herhangi bir maddenin çıkarılmasına gerek kalmadan tüm maddelerin 2 alt boyutta “program ve eğitmen kalitesi ve fiziksel çevre ve ekipman kalitesi” kullanılabilirliği tespit edilmiştir.

Q-SPORT 14 ölçeğinin çalışmada kullanılabilmesi için örneklem büyüklüğünün uygunluğuyla ilgili yapılan KMO testi 0,905, Barlett küresellik testi ise anlamlı ( $p<0,01$ ) düzeyinde anlamlı olarak tespit edilmiştir. Bu sonuçlar ölçeğin çalışma için kullanılabilirliğin göstergesidir. Ölçeğin faktör sayısını bulabilmek adına yapılan toplam varyans açıklaması testi sonucunda, özdeğeri 1’in üzerinde olan 2 faktör tespit edilmiştir. Bu faktörlerin varyansa yaptığı katkı % 55,031’dir. Bu sonuca göre Q-SPORT 14 ölçeğinin 2 faktörden oluştuğu görülmektedir. Hangi maddenin hangi faktöre ait olduğunun tespit edilmesi için yapılan döndürülmüş bileşen matrisi testi sonucunda maddelerin faktörlere dağılımı; “program ve eğitmen kalitesi” alt boyutunda madde 5 (0,741), madde 2 (0,696), madde 3 (0,685), madde 13 (0,680), madde 4 (0,639), madde 1 (0,625), madde 12 (0,613), madde 14 (0,594) ve madde 11 (0,592) ve “fiziksel çevre ve ekipman kalitesi” alt boyutunda ise madde 10 (0,755), madde 8 (0,752), madde 9 (0,708), madde 6 (0,704) ve madde 7 (0,637) olarak gerçekleşmiştir. Her iki alt boyut ve alt boyutlara ait tüm maddeler için (program ve eğitmen kalitesi ve fiziksel çevre ve ekipman kalitesi) gerçekleştirilen güvenilirlik analizi sonuçları, tüm maddelerin Cronbach’s alpha değerlerinin 0,7’den büyük olduğu ve “program ve ekipman kalitesi” alt boyutu için Cronbach’s alpha değerinin 0,882, “fiziksel çevre ve ekipman kalitesi” alt boyutu için Cronbach’s alpha değerinin ise 0,815 olduğu görülmektedir. Alpha değerinin ( $\geq 0,7$ ) olması ölçeğin yüksek güvenilirlikle uygulanabilirliğini göstermektedir. Ölçekten herhangi bir maddenin çıkarılıp çıkarılmayacağı ilgili gerçekleştirilen anti-ımaj korelasyone testi sonucunda, çapraz ilişki katsayılarının tüm maddeler için 0,5’in üzerinde olduğu ve değerlerinin de 0,5’in altında olmaması nedeniyle hiçbir maddenin ölçekten çıkarılmasına gerek olmadığı görülmüştür.

## SONUÇ ve ÖNERİLER

Özel spor işletmeleri için Q-SPORT 14 ölçeğinin uyarlama çalışmasında gerçekleştirilen faktör analizi ve geçerlik-güvenirlik testleri sonuçlarına göre; ölçeğin 2 faktörden oluştuğu, tüm maddelerin ve faktörlerin yüksek derecede güvenilirlik seviyesine sahip olduğu ( $\geq 0,7$ ) tespit edilmiştir. Bu sonuçlar bize ölçeğin özel spor işletmeleri için kullanılabilir olduğunu göstermektedir.

Spor işletmelerinin hizmet kalitelerine katkı sağlayabilmek için bu tür çalışmaların daha fazla yapılarak araştırmacıların bilimsel katkı sağlamaları önerilebilir.

**KAYNAKÇA**

- Benjamin, S., & Karen, M.H. (1997). Lessons Learned About Service Quality What It Is, How to Manage It, and How to Become a Service Quality Organization. *Consulting Psychology Journal*, 49(1), 35-50
- Buttle, F. (1996). SERVQUAL: Critique, Research Agenda. *European Journal of Marketing*, 30(1), 8-32.
- Chelladurai, P., Scott, F.L., & John, H.Y. (1987). Dimensions of Fitness Services: Development of a Model. *Journal of Sport Management*, 1: 159–172.
- Değermen, H.A. (2006). Hizmet Ürünlerinde Kalite, Müşteri Tatmini ve Sadakati. (1. Baskı). İstanbul: Türkmen Kitapevi
- Edwardsson, B. (1998). Service Quality Improvement. *Managing Service Quality*. 8(2), 142-149
- Erkılıç, T.A. (2007). Toplam Kalite Yönetimi İlkelerinin Yönetim Yaklaşımları Bağlamında Tartışılması. *GAU J. Soc. And Appl. Sci.* 2(4), 50-62
- Grönross C. (2001). The Perceived Service Quality Concept – a Mistake. *Managing Service Quality*, 11(3), 150-152
- Gümüšoğlu, Ş., Pınar, İ., Akan, P., & Akbaba, A. (2006). Hizmet Kalitesi, Kavramlar, Yaklaşımlar ve Uygulamalar. (12. Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık
- Howat, G., Absher, J., Crilley, G., & Milne, I. (1996). Measuring Customer Service Quality in Sports and Leisure Centers. *Managing Leisure* 1, 77–89
- Kandampully, J. (1997) Quality Management in Retailing through Service, *Product Design Total Quality Management*, 8(1), 41–53
- Kim, D., & Kim, S.Y. (1995). QUESC: An Instrument for Assessing the Service Quality of Sport Centers in Korea. *Journal of Sport Management*, 9, 208-220
- Kotler, P. (1997). Marketing Management. (9th Edition). New Jersey: Prentice Hall International Ltd
- Kotler, P., & Keller, K.L. (2007). A Framework for Marketing Management. (3. Edition). New Jersey: Prentice Hall, Upper Saddle River
- Lam, E.T.C. (2000). Service Quality Assesment Scale (SQAS) : An Instrument For Evaluating Service Quality of Health-Fitness Clubs. Yayınlanmamış Doktora Tezi Houston Üniversitesi
- Lovelock, C.H., & Jochen, W. (2007). Services Marketing: People, Technology, Strategy; Prentice Hall, 6th Edition. New Jersey
- Öztürk, A. (2007). Hizmet Pazarlaması. (7. Basım). Eskişehir: Ekin Basım Yayın Dağıtım
- Papadimitrou, D.A., & Karteroliotis, K. (2000). The Service Quality Expectations in Private Sport and Fitness Centers: A Reexamination of the Factor Structure. *Sport Marketing Quarterly*, 9(3), 157-164
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., & Berry, L.L. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *Journal of Marketing*, 49 (4), 41–50
- Park, S., & Kim, Y.M. (2000). Conceptualizing and Measuring the Attitudinal Loyalty Construct in Recreational Sport Contexts. *Journal of Sport Management*, 14(3), 197-207
- Prakash, A., & Mohanty, R.P. (2013). Understanding Service Quality. *Production Planning & Control*, 24(12), 1050-1065
- Rial, J., Varela, J., Rial, A., & Real, E. (2010). Modelización y medida de la calidad percibida en centros deportivos: La escala QSport-10. [Modelling and measuring perceived quality in sports centres: QSport-10 scale.]. RICYDE. *Revista Internacional De Ciencias Del Deporte*, 6(18), 57-73.
- Salman, G.G. (2008). Profesyonel Futbol Kulüplerinin Hizmet Kalitesi İle Taraftar Tipolojileri Arasındaki İlişki, Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul
- Spreng, R.A. & Mackoy, R.D. (1996). An Empirical Examination of a Model of Perceived Service Quality and Satisfaction. *Journal of Retailing*, 72(2), 201-214.



- Teas, R.K. (1993). Consumer Expectations and the Measurement of Perceived Service Quality. *Journal of Professional Service Marketing*, 8(2), 33-54
- Topcu, N. (2005). Toplam Kalite Yönetimi ve Faaliyete Dayalı Maliyetleme Yöntemi. *Ekev Akademi Dergisi*. 9(24), 281-294
- Tsitskari, E., Tsiotras, D., & Tsiotras, G. (2006). Measuring Service Quality in Sport Services. *Total Quality Management*, 17(5), 623-631
- Yıldız, S.M. (2011). Re-examination and Extension of Measuring Perceived Service Quality in Physical Activity and Sports Centres (PSC): QSport-14 Scale, *International Journal of Sports Marketing & Sponsorship*. 191-208