

SPOR TURİZMİNDE HİZMET KALİTESİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ: ANTALYA'DAKİ FUTBOL KAMPLARI ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

H. Pınar SALAHOĞLU*, Bülent GÜRBÜZ**, A. Selman ÖZDEMİR***, Suat KARAKÜÇÜK***

ÖZET

Bu çalışmanın amacı, Antalya'ya gelen yabancı profesyonel futbol kulüplerinin konakladıkları otellerdeki ve bu otellere ait futbol tesislerden aldıkları hizmete yönelik memnuniyet düzeylerinin belirlenmesi ve çeşitli değişkenlere göre karşılaştırılmasıdır. Çalışmaya Antalya'ya futbol kampı yapmak için farklı ülkelerden gelen toplam 124 kişi gönüllü olarak katılmıştır. Çalışmada yer alan katılımcılara araştırmacı tarafından geliştirilen ve "Otelin Standart Turizme Yönelik Servis Kalitesi" ve "Otelin Futbol Turizmine Yönelik Hizmet Kalitesi"ni değerlendirmek için 2 faktörlü yapı ve toplam 33 sorudan oluşan ölçek uygulanmıştır. Katılımcılardan ölçekte yer alan ifadeleri "Hiç Katılmıyorum" (1) ve "Tamamen Katılıyorum" (6) şeklinde yer alan likert tipi ölçek üzerinde değerlendirmeleri istenmiştir. İstatistiksel analiz kısmında ise, ölçeğin geçerlik yapısını test etmek için temel bileşenler faktör analizi uygulanırken güvenilirlik düzeyini test etmek için Cronbach Alpha iç tutarlılık katsayısı hesaplanmıştır. Ayrıca, elde edilen verilen katılımcıların demografik değişkenlerine göre karşılaştırılması için frekans, yüzde ve ki-kare analizlerinden faydalanılmıştır. Yapılan analizler sonucunda, yöneticilik tecrübesi yüksek olan katılımcıların diğerleri ile karşılaştırıldığında "otelin futbol turizmine yönelik hizmet kalitesi" memnuniyet faktörü üzerinde etkili olduğu belirlenmiştir. Yöneticilerin Türkiye'ye kamp için geliş sayısına göre yapılan ki-kare analizi sonucunda da ölçekte yer alan her iki faktör üzerinde de etkili olduğu görülmüştür. Katılımcıların, diğer demografik değişkenlerine göre ise gerekli istatistiksel koşullar sağlanmadığı için analizler yapılamamıştır.

Anahtar Kelimeler: Spor Turizmi, Hizmet Kalitesi, Futbol, Otel.

Geliş tarihi: 05.10.2011; Yayına kabul tarihi: 15.10.2011

* Gazi Üniversitesi, Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokulu, Yüksek Lisans Öğrencisi, ANKARA.

** Ahi Evran Üniversitesi, Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokulu, KIRŞEHİR.

*** Gazi Üniversitesi, Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokulu, ANKARA.

EVALUATING THE SERVICE QUALITY IN SPORT TOURISM: A RESEARCH ON FOOTBALL CAMPS IN ANTALYA

ABSTRACT

The purpose of this study is to determine the level of satisfaction from the service quality of the hotels where foreign Professional Football Clubs have stayed and the football facilities of these hotels and to compare the data by different variations. 124 volunteer attendants from several countries who came to Antalya for football camps helped the study. A survey of 2 factor structure with 33 questions to evaluate both "Standard Tourism Service Quality of the Hotel" and "Football Tourism Service Quality of the Hotel", which is developed by the researcher, applied to the attendants. Attendants are requested to answer as "I totally disagree" (1) or "I totally agree" (6) as in a Likert Type of survey. In the Statistical Analysis section, to test the confidentiality level of the survey while applying the principal component factoring, Cronbach Alpha internal consistence is calculated to validate the structure of the survey. And, frequency, percentage and chi-square analysis applied to compare the outcome by the attendants' demographic variables. Analysis results showed that the more experienced administrators among the attendants are more satisfied by the "Football Tourism Service Quality of the Hotel". According to the results of chi-square analysis, it is seen that the number of camp attendance in Turkey by the administrators, was effective on both factors. Analysis were not made by the other demographic variables of the attendants because necessary statistical conditions could not be obtained.

Key Words: Sport Tourism, Service Quality, Football, Hotel.

GİRİŞ

Bacasız fabrika olarak görülen turizm sektörü, özellikle II. Dünya Savaşından sonra hemen her ülkenin önemli bir gelir kaynağı olmuştur. Dünya ülkeleri gelir ve istihdam yaratma açısından önemli etkilere sahip bu sektörü canlandırabilmek için yüksek miktarlarda harcamalar yapmaya başlamıştır (Erdoğan, 2007). Özellikle 1983 yılından bu yana, devlet teşviklerinin artışı ile Türk turizmi kademe atlamıştır. Daha önce birkaç şehir oteli ve kıyılarda yer alan motel ve pansiyonlardan ibaret olan konaklama tesisleri yerini, bugün, özellikle Akdeniz'de dev beş yıldızlı kıyı otellerine bırakmıştır.

Turizmin ekonomik, kültürel, sosyal, siyasal etkileri bu endüstriye verilen önemin artmasında etkili olmakta, özellikle turizmin yarattığı ekonomik etkiler ülkelerin turizmi geliştirme çabalarını hızlandırmaktadır (Goodwin, 1998). Turizm; ödemeler dengesine etkisi, istihdam ve gelir yaratması, katma değerinin çok yüksek olması, altyapı ve üstyapıya olumlu etkileri ve diğer sektörlerle etkisi nedeniyle özellikle gelişmekte olan ülkeler açısından önemli bir sektör konumuna gelmektedir (Roe, 2001). Turizm endüstrilerini geliştirmek ve uluslar arası pazarda etkinlik sağlamak konusunda zorlukları olmasına

karşın gelişen ülkelerin birçoğu için turizm çekici bir kalkınma ve gelişme seçeneğidir. Turist türleri ve kaynakları, gelirin yeniden dağılımı, ticari kısıtlamalardan bağımsızlık, talep sürekliliği, gelişme maliyetleri, istihdam, prestij gibi nedenlerle birçok ülke turizmi geliştirmek için yatırımlar yapmaktadır (Yarcan, 1998).

Turizm son 10 yılda çeşitlenmiştir. Modern turizmin ilk tanımlaması, 1905 yılında E. Guyer-Freuler tarafından “artan dinlenme ve hava değişimi gereksinimi nedeniyle doğal güzelliklerin aranması ve bunlardan duyulan zevkin artması, ticaret ve endüstrinin gelişmesi, ulaştırma araçlarının mükemmelleşmesi sonucu insan topluluklarının çeşitli ilişkiler kurmalarına dayanan önemli bir olaydır” şeklinde yapılmıştır (Akt: Sertkaya, 2001).

Turizm çeşitleri birçok araştırmacı tarafından farklı şekillerde sınıflandırılmıştır. Spor turizmi de bu sınıflamaların içerisinde önemli bir yerde durmakta ve sürekli olarak gelişmektedir. George’un turizm sınıflandırmasında spor turizmi; spor yapan, spora ilgi duyan ve sporla ilişkili bulunan kişilerin; sportif karşılaşmalara, olimpiyatlara ve benzeri olaylara bizzat katılmak veya bunları izlemek amacıyla oluşturdukları turizm çeşididir (Karaküçük, 2008).

Her yönüyle, değişimlere ve yeni beklentilere cevap verilecek bir turizm potansiyeline sahip olan ülkemizde sağlanan teşvikler ve uygulanan politikalar ile sayısız turistik tesis inşa edilmiş, her türlü tüketiciye cevap verecek bir turizm altyapısı oluşturulmaya çalışılmaktadır. Son yıllarda İspanya başta olmak üzere birçok ülkede futbol, spor turizminin bir çeşidi haline gelmiş, yüklü miktarda gelir, saygınlık ve prestiji de beraberinde getirmiştir. Ülkemizde, futbol kulüplerinin kamp için en fazla tercih ettiği Antalya’da 300’e yakın futbol sahası bulunmaktadır. Belek, Kundu, Manavgat ve Kemer bölgelerinde bulunan futbol sahalarının bazıları otellere, bazıları da kamu kuruluşlarına ait olup, sayının her geçen gün artması, Antalya’yı futbol takımlarının buluşma noktası haline getirmektedir. 1990’da Antalya’ya kamp için 25 futbol takımı gelirken günümüzde bu rakam binlerle ifade edilmekte ve her takım ortalama 40-50 kişilik gruplar halinde kamp yapmaktadır (TURSAB, 2002).

Bu bağlamda çalışmanın amacı Antalya’ya gelen yabancı profesyonel futbol kulüplerinin konakladıkları otellerdeki ve bu otellere ait futbol tesislerden aldıkları hizmete yönelik memnuniyet düzeylerinin belirlenmesi ve çeşitli değişkenlere göre karşılaştırılmasıdır.

YÖNTEM

Araştırmamın evrenini, Antalya’da futbol turizmi yapan otellere futbol kampı yapmak için gelen kulüplerin yöneticileri oluşturmaktadır. 2009-2010 tarihlerinde Antalya çevresinde futbol turizmi yapan otellere futbol kampı yapmak için toplam 23 ülkeden gelen ve 124 profesyonel futbol kulübünü temsil eden yöneticiler ise bu çalışmanın örneklem grubunu oluşturmaktadır.

Bu çalışmada kullanılan “Spor Turizminde Hizmet Kalitesi Değerlendirme Ölçeği” (Salahoğlu, 2010) iki bölümden oluşmaktadır. Ölçeğin birinci bölümünde katılımcıların kişisel bilgilerinin elde edilmesine yönelik sorulara (6 soru), ikinci bölümde ise “Otelin Standart Turizme Yönelik Servis Kalitesi” (17 madde) ve “Otelin Futbol Turizmine Yönelik Hizmet Kalitesi”ne (14 madde) yönelik ifadeler yer verilmiştir. Katılımcılardan ölçekte yer alan ifadeleri 1 (Hiç Katılmıyorum) ile 6 (Tamamen Katılıyorum) arasındaki ifadelerde değerlendirmeleri istenmiştir.

Araştırmada elde edilen veriler SPSS 15.0 (Statistical Packages for Social Science) programı ile analiz edilmiştir. Ölçeğin geçerliğini test etmek için Temel Bileşenler Faktör Analizi uygulanmış, güvenilirlik düzeyini belirlemek için Cronbach Alpha iç tutarlılık katsayısı hesaplanmıştır. Katılımcıların demografik değişkenlerine göre ise frekans, yüzde ve ki-kare gibi istatistiksel işlemler yapılmıştır.

BULGULAR

Araştırma bulguları incelendiğinde, Tablo 1’de görüldüğü gibi çalışmaya katılan 124 kulüp yöneticisinin 36-60 ≥ yaşları arasında ve %100’ünün erkek olduğu tespit edilmiştir. Diğer bulgulara göre Otelin Standart Turizme Yönelik Servis Kalitesi değişkenlerine ait faktörün genel ortalaması 4,010; Otelin Futbol Turizmine Yönelik Hizmet Kalitesi değişkenlerine ait faktörün genel ortalaması 3,892 olup her iki faktörün kalite olarak ortalamasının biraz üstünde olduğu saptanmıştır. (1-6 seçeneklerinin ortalaması olan 3,5’un üzerinde).

Tablo 1. Katılımcıların Demografik Bilgileri

Cinsiyet	Değişken	Frekans	Yüzde
	Erkek	124	100
	Kadın	0	0
	Toplam	124	
Yaş	Değişken	Frekans	Yüzde
	36-40	8	6,5%
	41-45	37	29,8%
	46-50	36	29,0%
	51-55	35	28,2%
	56-60	4	3,2%
	>60	4	3,2%
	Toplam	124	

Tablo 3. Yöneticilik Tecrübesi Değişkeni Ki-Kare Analizi

Otelin Standart Turizme Yönelik Servis Kalitesi Memnuniyet Faktörü				
Yöneticilik Tecrübesi		0	1	Toplam
1-5	Gözlem	9	6	15
	% YT Grup	60,0%	40,0%	100,0%
6-10	Gözlem	35	48	83
	% YT Grup	42,2%	57,8%	100,0%
>11	Gözlem	7	19	26
	% YT Grup	26,9%	73,1%	100,0%
Toplam	Gözlem	51	73	124
	% YT Grup	41,1%	58,9%	100,0%
Otelin Futbol Turizmine Yönelik Hizmet Kalitesi Faktörü				
Yöneticilik Tecrübesi		0	1	Toplam
1-5	Gözlem	10	5	15
	% YT Grup	66,7%	33,3%	100,0%
6-10	Gözlem	38	45	83
	% YT Grup	45,8%	54,2%	100,0%
>11	Gözlem	7	19	26
	% YT Grup	26,9%	73,1%	100,0%
Toplam	Gözlem	55	69	124
	% YT Grup	44,4%	55,6%	100,0%

“İş/Yöneticilik Tecrübesi” değişkeninin memnuniyet faktörleri üzerinde etkili olup olmadıklarının testi için Ki-Kare Analizi yapılmıştır. Analizlere ait ki-kare istatistikleri; Faktör-1 (Otelin Standart Turizme Yönelik Servis Kalitesi Memnuniyet Faktörü) için $X^2=4,410$ (df=2, p=0,110), Faktör-2 (Otelin Futbol Turizminin Yönelik Hizmet Kalitesi Faktörü) için $X^2=6,295$ (df=2, p=0,043) olduğundan “Yöneticilik tecrübesi” değişkeninin Otelin Standart Turizme Yönelik Servis Kalitesi Memnuniyet Faktörü üzerinde etkili olmadığını söyleyen H_0 hipotezi kabul edilirken, aynı değişkenin Otelin Futbol Turizmine Yönelik Hizmet Kalitesi Faktörü üzerinde etkili olmadığını söyleyen H_0 hipotezi reddedilir. Yöneticilik tecrübesinin birinci faktör üzerinde etkili olmadığı ancak ikinci faktör üzerinde etkili olduğu görülmüştür.

Tablo 4. Kamp İçin Türkiye’ye Geliş Sayısı Değişkeni İlişkin Ki-Kare Analizi

Otelin Standart Turizme Yönelik Servis Kalitesi Memnuniyet Faktörü				
Geliş Sayısı		0	1	Toplam
1-3	Gözlem	39	35	74
	% GS Grup	52,7%	47,3%	100,0%
4-6	Gözlem	7	25	32
	% GS Grup	21,9%	78,1%	100,0%
>7	Gözlem	5	13	18
	% GS Grup	27,8%	72,2%	100,0%
Toplam	Gözlem	51	73	124
	% GS Grup	41,1%	58,9%	100,0%
Otelin Futbol Turizmüne Yönelik Hizmet Kalitesi Faktörü				
Geliş Sayısı		0	1	Toplam
1-3	Gözlem	41	33	74
	% GS Grup	55,4%	44,6%	100,0%
4-6	Gözlem	8	24	32
	% GS Grup	25,0%	75,0%	100,0%
>7	Gözlem	6	12	18
	% GS Grup	33,3%	66,7%	100,0%
Toplam	Gözlem	55	69	124
	% GS Grup	44,4%	55,6%	100,0%

“Türkiye’ye kamp için geliş sayısı” değişkeninin memnuniyet faktörleri üzerinde etkili olup olmadıklarının testi için Ki-Kare analizi yapılmıştır. Faktör-1 (Otelin Standart Turizme Yönelik Servis Kalitesi Memnuniyet Faktörü) için $X^2=10,318$ ($df=2$, $p=0,006$), Faktör-2 (Otelin Futbol Turizmüne Yönelik Hizmet Kalitesi Faktörü) için $X^2=9,404$ ($df=2$, $p=0,009$) “Türkiye’ye kamp için geliş sayısı” değişkeninin gerek otel konaklama tesisleri servis kalitesi memnuniyet faktörü üzerinde gerekse futbol tesisleri servis kalitesi memnuniyet faktörü üzerinde etkili olmadığını söyleyen H_0 hipotezileri reddedilir. Ülkemize Futbol Kampı için geliş sayısı değişkeninin her iki faktör üzerinde de etkili olduğu görülmektedir.

TARTIŞMA

Analiz sonucunda “Yöneticilik Tecrübesi” değişkeninin yalnız Otelin Futbol Turizmine Yönelik Hizmet Kalitesi Memnuniyet Faktörü üzerinde etkili olduğu görülmüştür. Ki-Kare tablosundan yöneticilik tecrübesi fazla olan ziyaretçilerin Otellerin Futbol Turizmine Yönelik Hizmet Kalitesi Memnuniyet Faktörü skorlarının beklenenden daha yüksek olduğu, bunun yanında, yöneticilik tecrübesi düşük olan ziyaretçilerin skorlarının beklenenden daha düşük olduğu görülmektedir. Ulaşılan bu sonuç literatürdeki diğer çalışmalarla karşılaştırıldığında benzerlikler göstermekle birlikte araştırma öncesinde de beklen bir sonuç olarak ortaya çıkmaktadır. Şöyle ki; yöneticilik tecrübesi yüksek olan bireylerin meslekle ilgili işsel deneyimleri ve diğerleri ile karşılaştırıldığında daha fazla otelde konakladıkları düşünüldüğünde, daha önce konaklanan otellerden dolayı yüksek beklentiye sahip olabilecekleri beklenen bir gerçektir.

“Türkiye’ye Kamp İçin Geliş Sayısı” değişkeninin hem Otelin Standart Turizme Yönelik Servis Kalitesi hem de Futbol Turizmine Yönelik Hizmet Kalitesi Memnuniyet Faktörleri üzerinde etkili olduğu görülmüştür. Ki-Kare tablosundan Türkiye’ye geliş sayısı orta ve yüksek olan ziyaretçilerin her iki memnuniyet faktörü skorlarının beklenenden daha yüksek olduğu, bunun yanında, Türkiye’ye geliş sayısı az olan ziyaretçilerin skorlarının beklenenden daha düşük olduğu görülmektedir. bu durumun ortaya çıkmasında ise, Türkiye’ye geliş sayısı yüksek ve orta düzeyde olan yöneticilerin daha önce kaliteli otelerde konakladıkları ve bu nedenle yüksek beklenti düzeyine sahip olabilecekleri düşüncesi ile açıklanabilir.

Çalışmadan elde edilen sonuçlar ile genel bir değerlendirme yapıldığında, Türkiye’ye kamp için gelen takımlardan, geliş sayısı fazla olanların hem Otelin Standart Turizme Yönelik Servis Kalitesinden hemde Futbol Turizmine Yönelik Hizmet Kalitesinden memnun oldukları saptanmıştır. Ayrıca yöneticilik tecrübesi fazla olan kişilerin getirdikleri takımların, Futbol Turizmine Yönelik Hizmet Kalitesinden memnun oldukları ortaya çıkmıştır.

KAYNAKLAR

1. Erdoğan, N. (2007). Kitle Turizmi ve Eko Turizmde Sürdürülebilirlik Üzerine Bir Değerlendirme. Türkiye’nin Alternatif Turizm Potansiyeli ve Güncel Sorunları Konferansı, 3-4 Mayıs. Çankırı.
2. Goodwin, H. (1998). Sustainable Tourism and Poverty Elimination. DFID/ DETR Workshop on Sustainable Tourism and Poverty, 13 October. Kent, ENGLAND.
3. Karaküçük, S. (2008). Rekreasyon: Boş Zamanları Değerlendirme. Altıncı Baskı. Ankara: Gazi Kitabevi.
4. Parasuraman, A., Zeithaml A., Valarie, Berry, L.L. (1988). SERVQUAL: A Multiple – Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. Journal of Retailing 64(1).

5. Roe, D., Khanya, P. U. (2001). Pro-Poor Tourism. Harnessing the World's Largest Industry for the World's Poor. www.iied.org Erişim tarihi: 24.04.2009
6. Sertkaya, S. (2001). Bartın İli Kıyı Bölgesinin Turizm ve Rekreasyon Potansiyelinin Saptanması ve Değerlendirilmesi Üzerine Bir Araştırma. Doktora Tezi, A.Ü. Fen Bilimleri Enstitüsü, Peyzaj Mimarlığı Ana Bilim Dalı.
7. TURSAB. (2002). Antalya. Antalya: Boyut Matbaacılık A.Ş.
8. Yarcan, Ş. (1998). Turizm Endüstrisinin Yapısı. İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi Yayınevi.