

SPOR TURİZMİ HİZMET KALİTESİ ÖLÇEĞİ GEÇERLİK VE GÜVENİRLİK ÇALIŞMASI

VALIDITY AND RELIABILITY OF SPORT TOURISM SERVICE QUALITY SCALE

Hasan OSMANOĞLU

Őırnak Üniversitesi, BESYO, ŐIRNAK
(osmanoglu1980@gmail.com)

Hanifi ÜZÜM

(Sorumlu Yazar), Abant İzzet Baysal Üniversitesi BESYO, BOLU
(uzum_h@ibu.edu.tr)

Ünal KARLI

Abant İzzet Baysal Üniversitesi BESYO, BOLU
(unalkarli@ibu.edu.tr)

Ali AYCAN

Abant İzzet Baysal Üniversitesi BESYO, BOLU
(aycan_a1@ibu.edu.tr)

ÖZ

Bu çalışma, spor turizmi yapan otellerin sporculara sundukları hizmetlerin kalitesini ölçmeye yönelik geçerli ve güvenilir bir ölçüm aracı geliştirmek amacı ile yapılmıştır. Araştırmacılar tarafından geliştirilen ölçek "Spor Turizmi Hizmet Kalitesi Ölçeği (STHKÖ)" olarak adlandırılmıştır. Ölçeğe açıklayıcı ve doğrulamalı faktör analizleri yapılmıştır. Bu analizler sonucunda ölçeğin 28 madde ve 5 alt boyuttan oluştuğu gözlenmiştir. Ölçeğin alt boyutları "Spor tesisleri, $\alpha=0.96$ ", "Çalışanlar, $\alpha=0.82$ ", "EĞlence, $\alpha=0.90$ ", "Hijyen, $\alpha=0.85$ " ve "Oda kalitesi, $\alpha=0.80$ " olarak adlandırılmıştır. Bu beş boyut toplam varyansın %72.32'sini açıklamaktadır. Sonuç olarak ölçek otel işletmelerinin sundukları hizmetin sporcular açısından değerlendirilmesine yönelik geçerli ve güvenilir bir ölçüm aracı olarak kabul edilmiştir.

Anahtar Sözcükler: Spor, Turizm, Otel, Hizmet, Kalite

ABSTRACT

The purpose of this study was to develop a valid and reliable scale to measure the quality of the service provided to the athletes by hotels engaged in sport tourism. The scale named as "Sport Tourism Service Quality Scale" (STSQS). In the analysis process both exploratory factor analysis (EFA) and confirmatory factor analysis (CFA) were conducted. The analysis results revealed that the scale consisted of 28 items grouped under 5 sub-dimensions. The sub-dimensions of the scale was named as "Sport facilities, $\alpha=0.96$ "; "Staff, $\alpha=0.82$ "; "Entertainment, $\alpha=0.90$ ", "Hygiene, $\alpha=0.85$ " and "Room quality, $\alpha=0.80$ ". This five sub-dimensions explained the 72.32% of the variance. As a conclusion, "Sport Tourism Service Quality Scale" emerged as a valid and reliable scale in measuring the hotels' service quality perceived by athletes.

Keywords: Sports, Tourism, Hotel, Service, Quality

1. Giriş

Turizm, hizmet sektörü içinde yer almaktadır. Ekonomiye önemli katkılar sağlamaktadır. İç ve dış alanda gerçekleştirilen turizm faaliyetleri ülke ekonomisine gelir sağlamaktadır. Turizm hizmetleri, emek yoğun bir üretim sürecine dayanmaktadır. Dolayısıyla işsizliği önleme bakımından turizm önemli bir etkidir. Türkiye bulunduğu coğrafi konumdan ve sahip olduğu doğal, kültürel ve tarihi zenginliklerden ötürü turistik açıdan önemli avantajlara sahiptir. Turistik zenginlikler değerlendirilerek ülkemizin gelişmesi ve kalkınmasına önemli katkılar sağlanabilmektedir (Gök & Tuna, 2013: 1).

Dünyada kitle iletişim ve bilişim araçlarının hızlı bir gelişim göstermesi ve küreselleşmenin de etkisiyle turizm işletmelerinin sayıları ve ölçekleri her geçen gün artmaktadır (Gümüšoğlu vd., 2007: 35). Yaşanan bu gelişmeler turizm endüstrisi özelinde, Spor turizm kavramını daha da ön plana çıkarmaktadır. Ross (2001)'a göre en yalın ifade ile "spor turizmi, sporla ilgili aktiviteleri yapmak veya izlemek için yapılan seyahat deneyimini ifade eder. Standeven ve De Knop (1999) tarafından seyirci veya katılımcı olarak spor aktivitesine katılmaya dayalı tatil olarak tanımlanmıştır.

Spor turizminde turistin birincil amacı bir spor olayına katılmak için olay yerinde en az 24 saat kalan geçici bir ziyaretidir. Diğer bir ifade ile spor turizmi uluslararası veya ulusal sportif aktiviteyi içeren organizasyonlar, turlar, şampiyonalar vb. katılanların amacının serbest zaman değerlendirme veya yarışma isteği olan, temelinde sportif etkinliklere katılmak için seyahat içeren tüm turizm hareketleridir (Kurtzman & Zauhar, 2001). Bu tanımdan da anlaşılacağı gibi dünyada yeni bir endüstri olarak önem kazanmaya başlayan, önemli gelirleri olan spor turizmi kavramı turizm, spor ve ulaşım olgularını içermektedir. Bu yönü ile spor turizmi başlı başına bir ekonomi olma özelliğine sahiptir. Olimpiyatlar, futbol, basketbol şampiyonaları gibi spor olayları; bu tarz organizasyonlara ev sahipliği yapan ülkelere hatırı sayılır kitlesel seyahatlerin yapılmasını sağlamakta ve yüklü miktarda turizm geliri elde edilmektedir. Yerli ve yabancı basının ilgisi de ücretsiz tanıtım fırsatı sunmaktadır (Çankaya, 2011: 77).

Türkiyenin, coğrafi yapısından dolayı spor turizmi potansiyeli yüksektir ve bu yöndeki yatırımlara daha büyük önem verilmesi gerekmektedir. Çünkü dört mevsimi yaşamasından ötürü, yaz ve kış sporlarının yapılmasına uygun bir zemin olan nadir ülkelerdendir. Türk turizmi, deniz ve sahil tatilciliğinin yanında spor turizmine de açılmalıdır. Bu konuda sınırlı da olsa da ülkemizde denizin, güneşin, kaplıcaların ve yaylaların bulunduğu bölgelerde de spor turizmüne yönelik yatırımların yapılmaya başlandığı görülmektedir. Spor turizmüne yapılan bu yatırımlar ile otellerde spor tesisleri hızla artmakta ve bu oteller pazarlama stratejilerini belirlerken spor tesislerinin tanıtımının yanında kaliteli hizmet anlayışını da ön planda tutmaktadırlar (Bektaş, 2010: 11).

İşletmelerin tamamı için müşteri memnuniyeti rekabette temel etkidir. Bu durum hizmet işletmeleri yani spor işletmeleri için de geçerlidir. Bir üründen müşterinin memnun olması, ürünü kullandığında ya da tükettiğinde oluşmaktadır. Fakat hizmet işletmelerinde ürünlere yönelik oluşan memnuniyet hizmet üretildiği anda meydana gelmektedir. Bu memnuniyetin oluşmasında ilk belirleyici faktör insan ve onun sunmuş olduğu hizmetin niteliği ve kalitesiyle olmaktadır (Kılıç & Eleren, 2009: 92; Yıldız vd., 2016: 461). Spor hizmetlerinde kalite, müşterilerin spora ilişkin beklentilerini karşılayabilme veya bu beklentileri geçebilme yeteneğidir (Akkoyun, 2015: 20). Artan yenilik talepleri, rekabet koşul ve seçenekleri hizmet sunan işletmelerde kaliteyi sürekli olarak güncel tutmaktadır. İşletmelerin varlıklarını sürdürebilmesi ve sürekli

gelişebilmeleri için yüksek kalitede hizmet sunmaları gerekmektedir. Bu açıdan düşünöldüğünde hizmet sektörünün bir kolu olan spor organizasyonları; fiziksel özellikleri, insan kaynakları ve ürettikleri programlarda kaliteyi birincil hedef olarak belirleyerek müşterilerine yüksek hizmet kalitesi sağlamak durumundadırlar (Yıldız, 2008: 39). Hizmet kalitesi, görelî bir kavramdır. Yani üreticiden üreticiye, tüketiciden tüketicîye, durumdan duruma değişmektedir. Ayrıca standardize edilmemekte, kalite üretici ya da satıcı değil, tüketiciler tarafından değerlendirilmektedir. Dolayısıyla hizmet kalitesinin ölçölmesi oldukça güçtür (Gürbüz & Ergölen, 2008: 5).

Hizmet kalitesi ile ilgili çalışmalar incelendiğinde; alt boyutlar genellikle Eğitmen, Program, Malzeme, Oteller ve çalışanları, Ortam, Eğlence, Ulaşım, Fiziksel çevre kalitesi, etkileşim kalitesi, çıktı kalitesi, yiyecekler, güvenlik ve Hijyen olarak sıralanmaktadır (Gençer vd., 2008; Papadimitriou & Karteroliotis, 2000; Polat vd. 2013, Uçan, 2007, Dörtöyol, 2012). Araştırmaya konu olan hizmet kalitesi spor turizmi yapan otel işletmelerinde önemli bir konu olarak dikkat çekmektedir. Hizmet kalitesinin tespiti, spor turizmi yapan otel işletmeleri açısından, buldukları kalite düzeyinin tespiti ve kalite düzeylerinde gelişme sağlayabilmek için önemli bir başlangıç noktası olarak görölmektedir. Böylece, sporcuların konaklama otellerinden beklentileri net olarak ortaya konulacak ve otel işletmeleri bu beklentileri karşılamaya yönelik tedbirler alacaktır. Dolayısıyla bu araştırma, Türkiye'deki spor turizmi yapan otel işletmelerinin kalite düzeyinin belirlenmesi ve hizmet alanların sporculara göre yeniden şekillenmesi bakımından oldukça önemlidir.

Bu amaç doğrultusunda yapılan bu çalışma ile sporcuların hizmet kalitesi algılarını ölçecek bir ölçme aracının geliştirilmesi ve geliştirilen bu ölçme aracı ile bundan sonra yapılacak olan çalışmalarda kullanılacak ve elde edilecek bulgular doğrultusunda otel işletmelerine, spor kulüplerine ve sporculara dönütlerin verilmesi amaçlanmıştır.

2. Yöntem

Araştırma amacı doğrultusunda genel tarama modellerinden biri olan kesit alma yaklaşımı ile dizayn edilmiştir.

Çalışma 1 Örneklem Grubu

Spor Turizmi Hizmet Kalitesi Ölçeği için oluşturulan 62 maddelik deneme formu, Türkiye birinci, ikinci ve üçüncü liglerinde mücadele eden ve halen aktif sporculuk hayatına devam eden 114 erkek ve 54 kadın sporcuya uygulanmıştır. Katılımcılara dağıtılan 250 anketten 170 tanesi geri dönmüş ve doğru doldurulmuş olarak kabul edilen 168 anket değerlendirilmeye alınmıştır. Ölçek katılımcılara yüz yüze görüşme yöntemi ile bire bir uygulanmıştır.

Çalışma 2 Örneklem Grubu

Doğrulayıcı faktör analizi örneklem grubu, bireysel ve takım sporları olarak ayrılmış yine farklı spor branşlarda aktif olarak spor yapan 142'i kadın ve 247'si erkek olmak üzere toplam 389 sporculardan oluşmuştur. Veriler yüz yüze görüşme yöntemi ile toplanmıştır.

Ölçek Madde Puanlarının Oluşturulması ve Yapı Geçerliliği

"Spor Turizmi Hizmet Kalitesi Ölçeği" madde havuzunu oluşturmak için öncelikli olarak Turizm işletmeciliği yapan otel müşterilerinin hizmet kalitesi ve spor hizmeti veren işletmelerinin müşterilerinin hizmet kalitesini ölçen 2005 ile 2017 yılları arasında ulusal ve uluslararası literatürde "hizmet kalitesi ve ölçme yöntemi" ile ilgili yayınlanan çalışmalar ayrıntılı olarak incelenmiştir.

Bu bilgilerden yola çıkılarak soru havuzu 62 maddeden oluşmuş ve bu soruların 5 alt boyutta toplanabileceği öngörülmüştür. 10 kategori üzerinden değerlendirilen maddelerin sayısal olarak karşılığı; “Hiç Katılmıyorum=1...Tamamen Katılıyorum=10” olacak şekilde puanlanmıştır.

Ölçek maddelerinin “Yapı” geçerliliğinin sağlanması amacı ile. Literatür taraması sonucu oluşturulan maddeler Beden Eğitimi ve Spor Yönetimi alanlarında akademisyen olan ve aynı zaman da elit olarak bir branşta spor yapmış veya halen yapmakta olan; 1 profesör, 1 doçent, 8 yardımcı doçent ve 6 araştırma görevlisi tarafından;

- 1- Ölçeklerin hangi derecede elit sporcuların hizmet kalitesi algı puanını ölçtüğü,
- 2- Ölçeklerin hedeflenen kitleye uygun olup olmadığı,
- 3- Ölçekteki maddelerin yapısal doğruluğunu, incelemeleri istenmiştir.

Uzman görüşleri doğrultusunda yeniden düzenlenen ölçek, her bir maddedeki ifadelerin, anlaşılıp anlaşılmadığının test edilmesi amacıyla Beden Eğitimi ve Spor alanındaki akademisyenlere tekrar sunularak her bir maddenin anlaşılır olmasına çalışılmıştır. Bu aşamalardan sonra oluşan ölçek maddeleri, Türk dili açısından değerlendirilmek üzere, iki Türk dili uzmanı tarafından incelenmiş ve gerekli düzeltmeler yapılarak ölçekler faktör analizi için hazır hale getirilmiştir.

Verilerin Analizi

Verilerin geçerlik analizinde Açıklayıcı Faktör Analizi (AFA) ve Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA) kullanılmıştır. Açıklayıcı Faktör Analizinde SPSS programı kullanılmış olup, varimax eksen döndürme testi ile birlikte temel bileşenler analizi yöntemi uygulanmıştır. AFA'nın uygulanabilirliğinin ölçümü için Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) örneklem yeterliliği ölçümüne ve Bartlett Küresellik testine bakılmıştır. Anlamlı bileşim maddelerinin saptanması ve kaç sayıda faktör seçileceğine karar vermek için ise öz değer (Eigen value) ve Scree Plot testleri yapılmıştır.

Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA) için ise LISREL analiz programında, uyum iyiliğine ve standart yüklerle, R2 değerlerine ve t değeri testlerine bakılmıştır. Güvenilirlik analizleri için ise, ölçeğin iç tutarlılığını test etmek amacıyla Cronbach's-Alpha iç tutarlılık testi yapılmıştır. Son olarak ölçekten elde edilen alt boyutların birbiri ile olan ilişkisini belirleyebilmek amacıyla Pearson Korelasyon analizi kullanılmıştır.

3. Bulgular

Açıklayıcı faktör analizi için 168 katılımcıdan toplanan verilere yapılan faktör analizinde izlenen süreçte öncelikle ölçeğin geçerliği ve faktör analizine uygunluğu için ön testlere bakılmıştır. Tablo 1'de ölçeğe ait KMO ve Bartlett testi sonuçları görülmektedir.

Tablo 1. Spor Turizmi Hizmet Kalitesi Ölçeği KMO ve Bartlett Küresellik Testi Tablosu

Kaiser-Meyer-Olkin Örneklem Yeterlilik Ölçümü		0,94
Bartlett Küresellik Testi	Yaklaşık Ki-kare	4632,239
	Serbestlik derecesi	561
	Anlamlılık	0,000

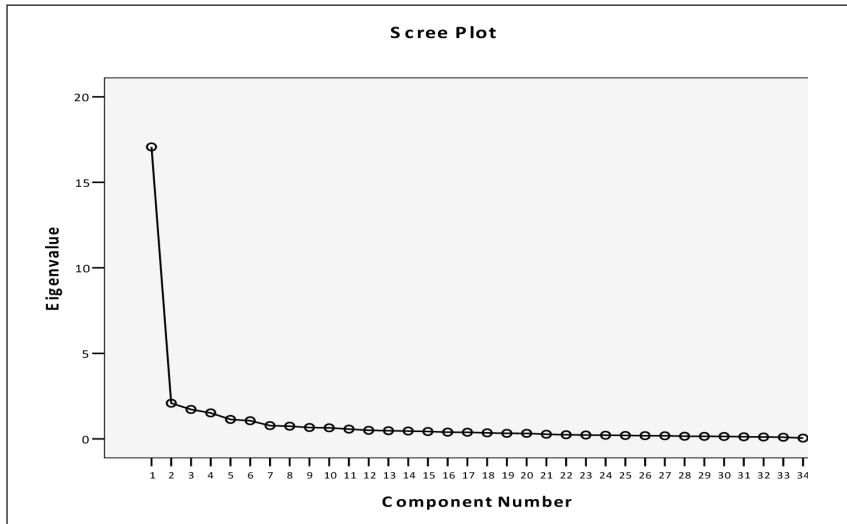
Tablo 1 incelendiğinde ölçeğin KMO örneklem yeterlilik ölçümü değerinin 0,94 düzeyinde olduğu ve Bartlett Küresellik Testi'nin anlamlılık değerinin $P < 0.01$ olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 2. Öz Değerler ve Açıklanan Toplam Varyans Temel Yapı Analizi

Bileşen	Açıklanan Toplam Varyans Başlangıç Öz değerleri		
	Toplam	Varyans %	Toplam Varyans %
1	17,068	50,201	50,201
2	2,085	6,131	56,332
3	1,719	5,057	61,389
4	1,519	4,467	65,856
5	1,139	3,349	69,205
6	1,062	3,123	72,328

Tablo 2 incelendiğinde, analize alınan maddelerin 34'ünün öz değerinin 1'den büyük altı faktör altında toplandığı görölmektedir. Elde edilen bu altı faktör, toplam varyansın yaklaşık % 72.32'sini açıklamaktadır.

Öz değerlere göre maddelerin kaç boyutta toplanabileceğini gösteren Scree Plot analiz sonuçları grafik 1'de sunulmuştur. Grafik 1 incelendiğinde, yüksek ivmeli hızlı düşüşlerin yaşandığı dikey eksendeki optimal faktör sayısının altı olduğu ve altıdan sonraki faktörlerin getirdikleri ek varyansların katkılarının birbirine yakın olduğu görölmektedir.



Grafik 1. Ölçeğin Scree Plot Grafiği

Tablo 3. Spor Turizmi Hizmet Kalitesi Ölçeği Döndürülmüş Faktör Yükleri

	Component					
	1	2	3	4	5	6
S3	,821					
S2	,808					
S15	,718					
S18	,698					
S25	,684					
S21	,674					
S16	,667					
S23	,658					
S11	,653					
S13	,645					
S5	,634					
S31	,619					
S62	,607					
S39	,590					
S33		,748				
S42		,703				
S49		,680				
S61		,677				
S14		,657				
S56		,641				
S24		,541				
S22			,785			
S40			,776			
S48			,734			
S60			,647			
S55			,642			
S9				,776		
S10				,684		
S7				,656		
S30				,513		
S58					,701	
S51					,561	
S50						,959
S57						,956

Metod: Temel yapı analizi. Döndürme metodu: Varimax normalleştirilmesi

Tablo 3. incelendiğinde, birinci alt boyutun (2.,3.,5.,11.,13.,15.,16.,18.,21.,23.,25., 31.,39.,ve 62) maddelerden, ikinci alt boyutun (14.,24.,33.,42.,49.,56.,ve 61) maddelerden, üçüncü alt boyutun (22., 40., 48., 55., ve 60) maddelerden, dördüncü alt boyutun (7., 9., 10., ve 30) maddelerden, beşinci alt boyutun (51 ve 58) maddelerden altıncı alt boyutun (50 ve 57) maddelerden oluştuğu görülmektedir.

Soru numarası 1'den 62'ye kadar olan madde numaraları Doğrulayıcı faktör analizi için küçükten büyüğe doğru 1'den 34'e kadar yeniden numaralanarak, hangi numaralı maddelerin hangi alt boyutta yer alacağı yeniden düzenlenmiştir. Bu düzenleme sonucunda birinci faktör (1.,2.,3.,7.,8., 10.,11.,12.,13.,15.,17.,19.,21.,ve 34) madde, ikinci faktör (9.,16.,20.,23.,25.,29.,ve 33) madde, üçüncü faktör (14., 22., 24., 28., ve 32) madde, dördüncü faktör (4., 5., 6., ve 18) madde, beşinci faktör ise (27 ve 31) madde, altıncı faktör ise (26 ve 30) madde numaralarını almıştır. Bu işlemlerden sonra yeniden dizayn edilen anket formu 389 katılımcıya uygulanarak doğrulayıcı faktör analizi için yeni veriler toplanmıştır.

Tablo 4. İlk aşama ve son aşama DFA uyum iyiliği sonuçları

Uyumluluk indeksi	İlk aşama değerleri	Son aşama değerleri	Kabul edilir uyum	İyi uyum
Ki-Kare (X^2)	1869,39	935,80		
Serbestlik Derecesi	512	339		
Ki-Kare/sd	3,65	2,76	$2 \leq X^2/sd \leq 5$	$0 \leq X^2/sd \leq 2$
RMSEA	0,08	0,06	$0,05 \leq RMSEA \leq 0,10$	$0 \leq RMSEA < 0,05$
SRMR	0,04	0,04	$0,05 \leq SRMR \leq 0,10$	$0 \leq SRMR \leq 0,05$
GFI	0,78	0,85	$0,90 \leq GFI \leq 0,95$	$0,95 \leq GFI \leq 1,00$
AGFI	0,74	0,82	$0,85 \leq AGFI \leq 0,90$	$0,90 \leq AGFI \leq 1,00$
CFI	0,98	0,98	$0,95 \leq CFI \leq 0,97$	$0,97 \leq CFI \leq 1,00$
NNFI	0,98	0,98	$0,95 \leq NNFI \leq 0,97$	$0,97 \leq NNFI \leq 1,00$
NFI	0,97	0,98	$0,90 \leq NFI \leq 0,95$	$0,95 \leq NFI \leq 1,00$

Tablo 4 incelendiğinde, Yapılan DFA sonucunda 5 faktörlü 28 maddelik bir yapı doğrulanmış ve RMSEA, SRMR, GFI ve AGFI uyum iyiliği indekslerinin makul seviyede, CFI, NNFI, ve NFI uyum iyiliği indekslerinin ise iyi uyum seviyesinde olduğu tespit edilmiştir. Bu uyum indeksine ilişkin standart yükler, R2 ve t değerleri Tablo 5 de verilmiştir.

Tablo 5. DFA sonucu R2 değerleri ve t değerleri

Maddeler	R ²	t değeri
Faktör 1		
M1	0,64	18,78
M2	0,65	19,06
M3	0,45	14,86
M7	0,58	17,53
M8	0,66	19,35
M10	0,64	18,78

Tablo 5 devam

M11	0,50	15,94
M12	0,60	17,94
M13	0,65	19,15
M15	0,70	20,18
M17	0,72	20,67
M19	0,56	17,04
M28	0,54	16,73
Faktör 2		
M9	0,61	18,07
M16	0,63	18,41
M18	0,63	18,39
M21	0,62	18,23
M23	0,64	18,74
M26	0,62	18,27
Faktör 3		
M14	0,61	17,88
M20	0,65	18,69
M22	0,69	19,44
M25	0,71	19,96
Faktör 4		
M4	0,45	14,31
M5	0,69	19,25
M6	0,81	21,58
Faktör 5		
M24	0,70	18,89
M27	0,64	17,72

Tablo 5 incelendiğinde; madde 6'nın en yüksek t-değerine (=21,58) ve R² (=0,81) sahip olduğu, madde 4'ün ise en düşük t-değerine (=14,31) ve R² (=0,45) sahip olduğu görülmektedir.

Son olarak, toplam ölçeğin ve alt boyutların alfa iç tutarlılık değerlerine bakılarak faktörler tanımlanmıştır. Ayrıca faktör analizi ile son halini alan ölçekteki maddeler küçükten büyüğe doğru 1'den 28'e kadar yeniden numaralanarak, hangi numaralı maddelerin hangi alt boyutta yer alacağı yeniden düzenlenmiştir (Tablo 6).

Tablo 6. Spor Turizmi Hizmet Kalitesi Ölçeği alt boyutlarının tanımlanması, alt boyutların ve toplam ölçeğin alfa değerleri

		Madde sayısı	Alt boyutların alfa değerleri	Toplam ölçeğin alfa değerleri
Spor Alanı	Madde 1 Otelin spor alanları oldukça keyif vericiydi. Madde 2 Otelin spor tesislerinde kullanılan malzemeler moderndi. Madde 3 Spor alanı otelde merkezi bir yerdeydi. Madde 7 Otelin spor alanları, rahat hareket etmek için yeteri kadar genişti. Madde 8 Otelin spor alanındaki araç gereçler sayı bakımından yeterliydi. Madde 10 Otelin spor alanlarının havalandırma sistemi iyiydi. Madde 11 Otelin spor alanına ulaşmak benim için oldukça kolaydı. Madde 12 Oteldeki spor alanları her türlü tehlikeye karşı (yangın, deprem vb.) güvenliydi. Madde 13 Otelin spor alanlarının içi güzel döşenmişti. Madde 15 Otelin spor tesislerinde aradığınızı bulmanız çok kolaydı. Madde 17 Otelin spor alanında kullanılan araç gereçler fonksiyonellik açısından yeterliydi. Madde 19 Otelin spor alanları güzel kokuyordu. Madde 28 Otelin spor alanları yaptığım spor alanı için uygundu.	13	$\alpha = 0.96$	
Çalışanlar	Madde 9 Otel çalışanları dürüst ve güvenilirli. Madde 16 Otel çalışanları bilgili ve işinin ehliydi. Madde 18 Otel çalışanları hoşgörülüydü. Madde 21 Otel çalışanları ile iletişim kurmak kolaydı. Madde 23 Otel çalışanları işlerini severek yapıyordu. Madde 26 Otel çalışanları bakımlı ve temiz giyimliydi.	6	$\alpha = 0.82$	$\alpha = 0.96$
Eğlence	Madde 14 Oteldeki gece hayatı çok eğlenceliydi. Madde 20 Otelde gece hayatına yönelik birçok seçenek vardı. Madde 22 Oteldeki eğlence faaliyetleri beni dinlendirdi. Madde 25 Oteldeki eğlence alanları iyi tasarlanmıştı.	4	$\alpha = 0.90$	
Hijyen	Madde 4 Otelin odaları temizdi. Madde 5 Otelde sunulan yemekler hijyenikti. Madde 6 Yemek salonları temizdi.	3	$\alpha = 0.85$	
Otel Odası	Madde 24 Otel odalarındaki yataklar rahattı. Madde 27 Otel odalarındaki tuvalet ve duşlar genişti.	2	$\alpha = 0.80$	
Ölçeğin toplam madde sayısı		28		

Tablo 6 incelendiğinde, toplam ölçeğin ve alt boyutların Cronbach Alpha iç tutarlılık değerleri, birinci alt boyut olan (Spor alanı için $\alpha = 0.96$), ikinci alt boyut olan (Çalışanlar için $\alpha = 0.82$), üçüncü alt boyut olan (Eğlence için $\alpha = 0.90$), dördüncü alt boyut olan (Hijyen için $\alpha = 0.85$) ve beşinci alt boyut olan (Otel odası için $\alpha = 0.80$) olarak belirlenmiştir. Toplam ölçeğin Cronbach Alpha iç tutarlılık değerleri ise ($\alpha = 0.96$) olarak bulunmuştur. Hizmet kalitesi ölçeğinde spor alanı (1.,2.,3.,7.,8.,10.,11.,12.,13.,15.,17.,19. ve 28.)'inci maddelerden, çalışanlar (9., 16., 18., 21., 23ve 26)'inci maddelerden, eğlence (14., 20., 24 ve 25)'inci maddelerden, hijyen (4., 5 ve 6)'inci maddelerden, otel odası ise (24., 27)'inci maddelerden oluşmaktadır.

Spor Turizmi Hizmet Kalitesi Ölçeğinin altı alt boyutu arasındaki ilişkiyi ölçmek için pearson momentler çarpımı korelasyon katsayısı analizi yapılmış ve sonuçları Tablo 7'de verilmiştir.

Tablo 7. Spor Turizmi Hizmet Kalitesi anketinin alt boyutları arasındaki ilişki

	Spor Alanı	Çalışan	Eğlence	Hijyen	Otel Odası
Spor Alanı	1	,667(**)	,686(**)	,485(**)	,287(**)
		,00	,00	,00	,00
Çalışan		1	,440(**)	,532(**)	,357(**)
			,00	,000	,00
Eğlence			1	,294(**)	,196(**)
				,00	,00
Hijyen				1	,210(**)
					,00
Otel Odası					1

** $p < 0.01$, * $p < 0,05$

Tablo 7 incelendiğinde; Spor Alanı ile Çalışanlar ($r=0,66$), Eğlence ($r=0,68$), Hijyen ($r=0,48$) ve otel odası ($r=0,28$), alt boyutları arasında pozitif yönde orta ve yüksek düzeyde anlamlı ilişki görülmektedir. Çalışanlar alt boyutu ile Eğlence ($r=0,44$), Hijyen ($r=0,53$) ve otel odası ($r=0,35$), alt boyutları arasında, Eğlence ile Hijyen ($r=0,29$) ve otel odası ($r=0,19$), alt boyutları arasında, Hijyen ile Otel Odası alt boyutunda ($r=0,21$) pozitif yönde orta ve yüksek düzeyde anlamlı ilişki tespit edilmiştir.

4. Tartışma ve Sonuç

Bu çalışmada; Spor Turizmi yapan otellerin hizmet kalitesini sporcular tarafından değerlendirmek amacı ile geliştirilen "Hizmet Kalitesi" ölçeği için yapılan tüm geçerlilik ve güvenilirlik çalışmaları sonucunda elde edilen bulgular bu bölümde tartışılmıştır.

Öncelikli olarak toplanan verilerin faktör analizine uygunluğunu belirlemek için örneklem yeterlilik testi Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) ölçümü yapılmıştır. Tablo 1 incelendiğinde ölçeğin KMO örneklem yeterlilik ölçümü değerinin 0,94 olduğu görülmektedir. Literatüre göre elde edilen değer 1'e ne kadar yakın ise eldeki veri grubuna faktör analizinin yapılması o kadar uygun olduğu vurgulanmaktadır. Ayrıca Korelasyon matrisinin benzer matris olup olmadığı hipotezini test etmek için Bartlett Küresellik Testi kullanılmıştır. Bu test sonucunda bu hipotez $p < 0.01$ seviyesinde reddedilmiştir. Bu sonuçta maddeler arasında ilişkinin varlığını ortaya koyarak faktör analizi için verilerin uygunluğunu göstermektedir (Akgül & Çevik; 2005, Bayram, 2004, Şencan, 2005, Tavşancıl, 2006).

Elde edilen verilerin faktör analizine uygunluğunu saptadıktan sonra, elde edilen verilere ilişkin özdeğerler (Eigen value) incelenerek son faktör analizi aşamasında analize alınan maddelerin öz değeri 1'den büyük altı faktör altında toplandığı tespit edilmiştir. Elde edilen bu altı faktör, toplam varyansın yaklaşık %72,32'ini açıklamaktadır (Tablo 2). Konu ile ilgili yazına göre elde edilen varyans oranları ne kadar yüksekse, ölçeğin faktör yapısı da o kadar güçlü olacağı kanısına karşın, sosyal bilimlerde yapılan analizlerde %40 ile %60 arasında değişen varyans oranları yeterli kabul edilmektedir (Tavşancıl, 2006). Bu bilgiler ışığında geliştirilen ölçek için elde edilen varyansın oldukça iyi olduğu görülmektedir.

Dikey eksende özdeğerlerin, yatay eksende ise, faktörlerin yer aldığı öz değerler grafiği olan Scree plot grafik 1 de görülmektedir. Grafik incelendiğinde; yüksek ivmeli hızlı düşüşlerin yaşandığı dikey eksendeki en uygun faktör sayısının altı olduğuna karar verilebilir. Altıdan sonraki faktörlerin getirdikleri ek varyansların katkılarının birbirine yakın olduğu görülmektedir. Bu sonuca dayanarak ölçme aracımızın altı faktörden oluşabileceği kabul edilmiştir. Faktör yükleri alt kesme noktası ise .40 olarak alınmıştır. Faktör yük değerinin .40 olarak alınmasının uygun olduğu ilgili kaynaklar tarafından da desteklenmektedir (Akgül & Çevik, 2005; Tavşancıl, 2006; Hatcher, 1994).

Verilerin faktör analizine uygunluğu ve ölçeğin altı boyutlu bir yapıdan oluşacağı test edildikten sonra hangi maddelerin hangi boyutlar altında yer alacağını tespit etmek amacı ile ölçek maddeleri varimax eksen döndürme testine tabi tutulmuştur. Birinci aşamada yapılan varimax döndürme ekseninde, faktör yükü .40'ın altında kalan ve bir madde de toplanan iki faktör yükü arasındaki değerin 1'in altında olan maddeler (1,12,19,20,26,27,28,29,32,37,43,45,46,47,52,53,54, 59) döndürme ekseninden çıkartılmıştır. İkinci aşamada kalan maddelere yeniden varimax faktör analizi uygulanmış ve (4,6,8,17,34,35,36,38,41,44)'üncü maddelerin içerik olarak alt boyutlara uygun olmadığı için bu maddeler de ölçekten çıkartılmıştır. Üçüncü aşama sonrasında yapılan varimax eksen döndürme testi sonucunda anketin altı alt boyut ve 34 maddeden oluştuğu, her alt boyut altında toplanan soruların ise içerik olarak anlamca benzer ifadeler içerdiği görülmüştür (Tablo 3).

Açıklayıcı faktör analizi sonucu tanımlanan 34 maddelik 6 faktörlü yapıya başka bir geçerlilik yöntemi olan doğrulayıcı faktör analizi uygulanmıştır. Doğrulayıcı faktör analizi daha önceden tanımlanmış ve sınırları çizilmiş bir yapının, uygun bir model olarak doğrulanıp doğrulanmayacağını test eden bir analiz yöntemidir (Çokluk vd., 2010).

Yapılan doğrulayıcı faktör analizi için öncelikli olarak uyum iyiliği analizi yapılmıştır ve sonuçları Tablo 4'de verilmiştir. İlk yapılan doğrulayıcı faktör analizi sonucuna göre 6 faktörlü 34 maddenin yer aldığı yapıya ait model uyumluluk indeksi değerlerinin RMSEA ve SRMR, uyum iyiliği indekslerinin makul seviyede, GFI ve AGFI uyum iyiliği indekslerinin makul seviye yakın, CFI, NNFI ve NFI sonuçlarının iyi uyum sınırlarında olduğu görülmüştür (Çokluk ve ark, 2010; Şimşek, 2007).

Modifikasyon çalışmalarında en çok tekrar eden maddelerin analizden çıkarılarak ki-kare değerlerinin düşebileceği ve daha güçlü bir model yapısının ortaya çıkacağı Şimşek (2007) tarafından önerilmektedir. Bu doğrultuda yapılan incelemede; 18. Maddeye 5 kez, 19. Maddeye 6 kez, 27. Maddeye 6 kez, 32 Maddeye 7 kez ve 33. Maddeye 5 kez en çok modifikasyon önerisinin yapıldığı tespit edilmiştir. Bu nedenle bu maddelerin analizden çıkarılmasına karar verilmiştir. Ayrıca 27. ve 31. Maddelerin yer aldığı alt boyutun yapılan ilk güvenilirlik analizde Alfa Güvenirlik katsayısının ($\alpha=0.50$) olması ve 27. Maddenin 6 kez tekrar etmesi nedeni ile analizden çıkarılması sebebi ile 31. Maddede tek boyutta kaldığı için analizden çıkartılmıştır. Bu çıkarma işlemlerinden sonra, kalan 28 maddeye ikinci defa doğrulayıcı faktör analizi yapılmış ve sonuçlar Tablo 4'de verilmiştir.

Tablo incelendiğinde, Yapılan DFA sonucunda 5 faktörlü 28 maddelik bir yapı doğrulanmış ve RMSEA, SRMR, GFI ve AGFI uyum iyiliği indekslerinin makul seviyede, CFI, NNFI, ve NFI uyum iyiliği indekslerinin ise iyi uyum seviyesinde olduğu tespit edilmiştir.

Yapılan DFA sonucunda 6 faktörlü 28 maddelik bir yapı doğrulanmıştır. Tablo 5’de bu yapıya ilişkin, R2 ve t değerleri verilmiştir. Tablo 5 incelendiğinde; madde 6’nın en yüksek t-değerine (=21,58) ve R² (=0,81) sahip olduğu, madde 4’ün ise en düşük t-değerine (=14,31) ve R² (=0,45) sahip olduğu görülmektedir. Gözlenen değişken ve gizli değişken arasındaki ilişkiyi ortaya çıkaran t-değerinin 1,96’ya aştığında 0,05 düzeyinde; 2,56’ya aştığında ise 0,01 düzeyinde anlamlı olacağına ifade edilmektedir (Çokluk vd., 2010). Bu analizle ortaya çıkan 28 maddenin gizli değişkenleriyle arasındaki t-değerleri incelendiğinde en düşük t-değerinin madde 4’de (=14,31) olduğu ve 2,56 değerinin üzerinde bulunduğu görülmektedir. Standart yük değerleri, her bir gözlenen değişken ile bağlı olduğu gizli değişkenin arasındaki korelasyonu belirtirken R² ise gözlenen değişken ile gizli değişken arasındaki ilişkinin gücünü göstermektedir (Çokluk vd., 2010; Şimşek, 2007). Analize alınan 28 maddenin R² değerleri incelendiğinde makul sınırlar içinde olduğu söylenebilir.

Daha sonra tüm alt boyutlara ve maddelerin toplamından oluşan ölçeğe ayrı ayrı Cronbach Alpha iç tutarlılık testi yapılmıştır. Toplam ölçeğin ve alt boyutların Cronbach Alpha iç tutarlılık değerleri Tablo 6 verilmiştir. Tablo 6 ya göre alfa değerleri, birinci alt boyut olan (Spor alanı için $\alpha=0.96$), ikinci alt boyut olan (Çalışanlar için $\alpha=0.82$), üçüncü alt boyut olan (Eğlence için $\alpha=0.90$), dördüncü alt boyut olan (Hijyen için $\alpha=0.85$) ve beşinci alt boyut olan (Otel odası için $\alpha=0.80$) olarak belirlenmiştir. Toplam ölçeğin Cronbach Alpha iç tutarlılık değerleri ise ($\alpha=0.96$) olarak bulunmuştur. George ve Mallery (2003)’e göre Alfa değerleri “.90 ve üzeri Mükemmel, .80 ve üzeri İyi, .70 ve Uygun, .60 ve üzeri kabul edilebilir, .50 ve üzeri Zayıf, son olarak .50 ve altı kabul edilemez” olarak açıklanmıştır. Dolayısıyla analizden elde edilen alfa katsayıları incelendiğinde iyi değerlere sahip oldukları görülmektedir. Hizmet kalitesi ölçeğinde spor alanı (1.,2.,3.,7.,8.,10.,11.,12.,13.,15.,17.,19. ve 28.)’inci maddelerden, çalışanlar (9., 16., 18., 21., 23ve 26)’inci maddelerden, eğlence (14., 20., 24 ve 25)’inci maddelerden, hijyen (4., 5 ve 6)’inci maddelerden, otel odası ise (24., 27)’inci maddelerden oluşmaktadır.

Faktör analizi sonucunda ortaya çıkan alt boyutların yapı geçerliliklerini değerlendirmek için ise ortaya çıkan altı alt boyutun korelasyon değerleri hesaplanmıştır (Tablo 7). Bu hesaplama sonucunda; alt boyutlardan Spor Alanı ile Çalışanlar ($r=0,66$), Eğlence ($r=0,68$), Hijyen ($r=0,48$) ve otel odası ($r=0,28$), alt boyutları arasında pozitif yönde orta ve yüksek düzeyde anlamlı ilişki görülmektedir. Çalışanlar alt boyutu ile Eğlence ($r=0,44$), Hijyen ($r=0,53$) ve otel odası ($r=0,35$), alt boyutları arasında, Eğlence ile Hijyen ($r=0,29$) ve otel odası ($r=0,19$), alt boyutları arasında, Hijyen ile Otel Odası alt boyutunda ($r=0,21$) pozitif yönde orta ve yüksek düzeyde anlamlı ilişki tespit edilmiştir.

Sonuç olarak, Spor Turizmi yapan otellerin hizmet kalitesini sporcular tarafından değerlendirmek amacı ile geliştirilen “Spor Turizmi Hizmet Kalitesi” ölçeği için yapılan tüm geçerlilik ve güvenilirlik çalışmaları sonucunda, ölçeğin, bu çalışmanın amacına uygun olarak ölçmek istenilen özellikleri ölçen likert türü bir ölçek olduğu saptanmıştır.

Kaynakça

- Akgül, A., & Çevik, O. (2005). İstatiksel Analiz Teknikleri, SPSS'te İşletme Yönetimi *Uygulamaları*. Ankara: Emek Ofset.
- Akkoyun, İ. (2015). *Yerel Yönetimlere Ait Fitness Merkezlerinde Algılanan Hizmet Kalitesi (Elazığ İl Örneği)*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Elazığ: Fırat Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü.
- Bayram, N. (2004). *Sosyal Bilimlerde SPSS ile Veri Analizi*. Bursa: Ezgi Kitapevi.
- Bektaş, F. (2010). *Kaçkar Havzası Trekking Parkurlarının Spor Turizmi Bakımından Değerlendirilmesi*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Ankara: Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
- Çankaya, A. (2011). *Halkla İlişkiler ve Spor Otellerinin Bir Pazarlama Stratejisi Olarak Kullandığı Golf Sporunun Halkla İlişkiler Açısından Yeri ve Önemi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Konya: Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Çokluk, Ö., Şekercioğlu, G., & Büyükoztürk, Ş. (2010). *Sosyal Bilimler İçin Çok Değişkenli İstatistik*. Ankara: Pagem Akademi.
- Dörtüyoğ, İ. T. (2012). *Ulusal Kültürün Algılanan Hizmet Kalitesi ve Algılanan Müşteri Değeri Üzerindeki Etkisi: Turizm Sektöründe Bir Araştırma*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Sivas: Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Gençer, R. T., Demir, C., & Aycan, A. (2008). Kayak Merkezlerindeki Spor Turistlerinin Hizmet Kalitesi Algılarını Etkileyen Değişkenler. *Ege Akademik Bakış*, 8 (2), 437-450.
- Gök, A., & Tuna, H. (2013). Turizm Pazarlaması Açısından Malatya İlinin Potansiyelinin Belirlenmesi. *Karamanoğlu Mehmet Bey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 15(24), 01-11.
- Gümüşoğlu, Ş., Pınar, İ., Perran, A., & Akbaba, A. (2007). *Hizmet Kalitesi Kavramlar, Yaklaşımlar ve Uygulamalar*. (1. Basım). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Gürbüz, E., & Ergülen, A. (2008). *Yükseköğretim Kurumlarında Hizmet Kalitesi Ölçü ve Modelleri*. (1. Basım). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Hatcher, L. (1994). *A Step-By-Step Approach To Using The SAS (R) System For Factor Analysis And Structural Equation Modeling*. Cary, NC: SAS Institute.
- Kılıç, B., & Eleren, A. (2009). Turizm Sektöründe Hizmet Kalitesi Ölçümü Üzerine Bir Literatür Araştırması. *Alanya İşletme Fakültesi Dergisi*, 1(1), 91-118.
- Kurtzman, J., & Zauhar, J. (2001). *Virtual sport tourism*. In Hudson, S. (ed.). *Sport and adventure tourism*. Haworth Pres.
- Papadimitrio, 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.
- Polat, E., Aycan, A., Üzüm, H., & Polat, E. (2013). Gençlik Merkezlerinde Algılanan Hizmet Kalitesi Ölçeği Geçerlilik ve Güvenilirlik Çalışması. *Spor Bilimleri Dergisi*, 24(1), 25-36.
- Ross, S. D. (2001). Developing Sport Tourism. An E-Guide For Destination Marketers And Sports Events Planners, National Laboratory For Tourism And Commerce. *Gllinois: Univeristy of Gllionis at Urbana-Champaing*: 3, 7.
- Standeven, J., & DeKnop, P. (1999). Spor Tourism. *Human Kinetics*; S. 71-72.
- Şencan, H. (2005). *Sosyal ve Davranışsal Ölçümlerde Güvenilirlik ve Geçerlilik*. Seçkin Yayıncılık, Ankara.
- Şimşek, Ö. F. (2007). *Yapısal Eşitlik Modellemesine Giriş: Temel İlkeler ve LISREL Uygulamaları*. Ankara: Ekinoks Yayınları.
- Tavşancılı, E. (2006). *Tutumların Ölçülmesi ve SPSS ile Veri Analizi*. Ankara: 3. Baskı, Nobel Yayınları.

- Uçan, Y. (2007). *Spor-Fitness Merkezlerinin Algılanan Hizmet Kalitesi Ölçeğinin Geliştirilmesi, Yayımlanmamış Doktora Tezi*. Bolu: Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü
- Yıldız, K., Polat, E., Sönmezoğlu, U., & Çokpartal, C. (2016). Fitness Merkezi Üyelerinin Algıladıkları Hizmet Kalitesinin Belirleyicileri Üzerine Bir Analiz. *Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 10(3): 453-464.
- Yıldız, S. M. (2008). Spor Hizmetleri Kalitesini Değerlendirmede Kullanılabilecek Hizmet Kalitesi Modelleri ve Ölçüm Araçları. *Gazi Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 13(3), 35-48.