




Spor Turizmi Hizmet Kalitesi Algılarının Demografik Değişkenler Yönünden İncelenmesi: Futbol Kulüpleri Kapsamında Bir İnceleme

Examination of Sport Tourism Service Quality Perceptions in Terms of Demographic Variables:
An Examination in The Context of Football Clubs

Araştırma Makalesi / Research Article

-  Ali Sercan SEVER ²
 Suat KARAKÜÇÜK ¹
 Cemal Ersin SİLİK ²

¹ Yozgat Bozok Üniversitesi, Spor Bilimleri Fakültesi, YOZGAT

² Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Turizm Fakültesi, ANKARA

Sorumlu Yazar / Corresponding Author
Unvan, Sorumlu Yazar Adı SOYADI
Sorumlu yazar e-posta adresi:

Geliş Tarihi / Received : 14.03.2023
Kabul Tarihi / Accepted : 11.07.2023
Yayın Tarihi / Published : 31.07.2023

Etik Bilgilendirme / Ethical Statement

Bu çalışma Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü'nün 06/05/2020 tarihli ve E.13510 sayılı kararı ile etik açıdan onaylanmıştır.

DOI: 10.53434/gbesbd.1264842

Öz

Bu çalışmanın temel amacı, Ankara'da bulunan futbol kulüplerinin sezon ortası veya sezon sonu konakladıkları otellerden aldıkları hizmet kalitesini karşılaştırmaktır. Araştırma evrenini Ankara'daki futbol kulüplerinde futbol oynayan futbolcular oluşturmaktadır. Örneklem grubu ise Ankaragücü, Gençlerbirliği ve Karayolları Yeniyolspor kulüplerinde futbol oynayan kolayda örnekleme yöntemiyle seçilen 314 futbolcudan oluşmaktadır. Veri toplama aracı olarak demografik bilgi formu ile Osmanoğlu vd. (2018) tarafından geliştirilen 28 madde ve 5 alt boyuttan oluşan "Spor Turizmi Hizmet Kalitesi Ölçeği" kullanılmıştır. Veriler, istatistik paket program aracılığı ile analiz edilmiştir. Verilerin analizinde betimleyici istatistiklerin yanı sıra, Bağımsız Örneklem t testi, ANOVA ve Tukey testlerinden yararlanılmıştır. Elde edilen bulgulara göre, yaş, medeni hal, gelir düzeyi ve otellerin bulunduğu şehir değişkenleri ile spor turizmi hizmet kalitesinin bazı alt boyutları arasında farklılık tespit edilmiştir. Buna göre, yaş ile "çalışanlar", medeni hal ile "spor alanı", gelir düzeyi ile "spor alanı", "çalışanlar", "eğlence" ve "hijyen", otellerin buldukları şehirler ile "otel odası" alt boyutları arasında farklılık tespit edilmiştir. İşletmeler fikir edinmek adına bu ve benzer çalışmaların analizlerden yararlanarak en iyi hizmeti verme noktasında kendilerine bir çalışma veya eğitim planı düzenleyebilir.

Anahtar Kelimeler: Rekreasyon, Spor, Turizm, Futbol, Hizmet kalitesi

Abstract

The main purpose of this study is to compare the service quality of the football clubs in Ankara from the hotels where they stay in the middle of the season or at the end of the season. The research population consists of football players playing football in football clubs in Ankara. The sample group consists of 314 football players selected by the convenience sampling method, playing football in Ankaragücü, Gençlerbirliği and Karayolları Yeniyolspor clubs. As a data collection tool, the demographic information form is used by Osmanoğlu et al. (2018) "Sports Tourism Service Quality Scale" consisting of 28 items and 5 sub-dimensions is used. The data were analysed with the statistical package program. In addition to descriptive statistics, independent sample t-test, ANOVA and Tukey tests are used in the analysis of the data. According to the findings, a difference is determined between the variables of age, marital status, income level and the city where the hotels are located, and some sub-dimensions of sports tourism service quality. Accordingly, there are differences between age and "employees", marital status and "sports field", income level and "sports field", "employees", "entertainment" and "hygiene", the cities where the hotels are located and "hotel room" sub-dimensions. In order to get an idea, businesses can organize a study or training plan for themselves at the point of providing the best service by using the analyses of these and similar studies.

Keywords: Recreation, Sport, Tourism, Football, Service quality

Giriş

Spor, insanların turizme olan ilgisini artırma, turizm türleri arasında alternatifler sunma, turizm etkinliğine katılan turistlerin beklentilerini karşılama, ülke ekonomisine turizm sanayisinden olan gelirleri doğrudan ve dolaylı bir şekilde yükselmesine sebep olan önemli bir kavramdır. Bir turizm türü olan spor turizmi, yapılan spor faaliyetinin türüne göre nehir turizmi, outdoor turizmi, golf turizmi ve takım sporları turizmi gibi farklı türlerde alt başlıklarla değerlendirilebilir. Uluslararası arenada kabul gören turizm ve spor etkinlikleri, spor turizm etkinliklerinin küresel turizm gelirlerine önemli katkı sağladığı konusunda hemfikirlerdir (Hazar, 2007). Spor turizmi, ülkeye maddi olarak döviz girdisi sağlamasıyla birlikte ülkenin de tanınırlığına önemli ölçüde katkı sağlamaktadır. Bu anlamda ele alındığında spor turizminin alternatif bir turizm türü olarak gelişim göstermesi oldukça önem arz etmektedir (Tunçsiper, Erdem ve Kulnazarova, 2003).

Torlak (1998) hizmet kalitesini işletmenin müşteri beklentilerini karşılayabilme ve bunun üstüne daha da geliştirebilme kabiliyeti olarak tanımlamıştır. Hizmet kalitesini ele alırken önemli olan müşterinin algıladığı kalitedir. Hizmeti alan tarafından algılanan hizmetin niteliği, müşterilerin almış oldukları hizmetten bekledikleri ile hizmetin müşteriye sağlanması sırasında, hizmetin performansına dönük meydana gelen algılarının gidişatının bir çıktısıdır. Misafirlerin hizmetten umdukları ile hizmet anlayışının beraber değerlendirilmesini ilke eden görüş ile öngörülen hizmet anlaşılan hizmetten fazla ise anlaşılan kalitenin doyumuna ulaşmadığı söylenebilir. Olması tahmin edilen hizmet anlaşılan hizmet ile uyum içeriyorsa algılanan kalite kavramının doyum noktasına ulaştığı söylenebilir. Nihayetinde müşterilerin hissettikleri kalite olması gereken kalite şeklinde değerlendirilmektedir. Beklenmeye girilen hizmet, algılanan hizmetten düşük olmalıdır (Parasuraman, Zeithaml ve Berry, 1985).

Latince "recreatio" zorunlu iş veya etkinliklerden sonra boş zamanlarında gönüllü olarak yapılan, rahatlatıcı ve kişisel doyum sağlayan eğlenceli etkinlikleri ifade eder. İnsanların farklı amaç ve isteklerine göre rekreasyon faaliyetleri gün geçtikçe daha da önem kazanmaktadır (Karaküçük, 1997).

Leberman ve Mason (2002)'ye göre rekreasyon turizmi, nüfus artışının yarattığı bir talep, bu talebi belirleme ihtiyacı ve eğlence sektörünün karşılayabileceği bir arz olarak sahnelenir. Rekreasyonel turizm için kaynak olarak doğal ve beşerî değerler kullanılmaktadır. Turizm çeşitlendirmesinin bir parçası olarak eğlence şirketleri sektöre özel hizmetler sunmaktadır.

Müşteri tatmini, müşterinin bir ürün veya hizmetten elde ettiği olumlu çıktılara ilişkin beklentileri, kaçındığı yüklerle, ürün veya hizmetten beklenen performansına ve sosyo-kültürel yargılara uyumuna göre kabul edilen bir fonksiyondur. Müşteri tatminine önemli ölçüde etki eden faktörler sağlık, hijyen, tertip, direnç, gündeme uygunluk, antik eşyalar, nezaket, saygı çerçe-

vesinde, hızlı olunması mal ya da hizmetin ihtiyaç duyulduğu zamanda, talep olduğu mekanda, alınabilir ücrette, ödeme şartlarının uygun olması gibi faktörler mevcuttur (Demir, 2006).

Bu çalışma, futbol turizmi hizmeti veren işletmelerin memnuniyet seviyelerinin ölçülmesi ve ardından değerlendirilmesi, hizmet kalitelerinin SWOT analizlerinin ortaya konulması ve ulusal olarak futbol turizminin gelişim göstermesine katkı vermesi bakımından önem arz etmektedir. Kamp yapılan spor kulüplerini ve kamp hizmetlerini yeniden canlandırmaya yönelen unsurları ve memnuniyetlerine etki eden hizmet kalitesi kriterlerini açığa çıkararak, yapılan veya yapılması planlanan yatırımlara daha iyi yön verebilirsiniz.

Yeşil (2015)'e göre, spor turizmi tanımına bakıldığında turizmin bir alt sektörüdür. Spor turizmi bağlamında, turizm ve spor turizmi arasındaki temel fark, katılımcıların spor veya ticari faaliyetlerde bulunmak için kaldıkları alanda herhangi bir süre sınırlamasının olmamasıdır. Öztürk ve Yazıcıoğlu (2002)'e göre, spor turizmi, bireylerin boş zamanlarını değerlendirmek veya rekabet etmek için uluslararası ve ulusal düzeyde düzenlenen spor organizasyonlarına, turlara veya şampiyonalara katılma ihtiyacından doğan turizm hareketi olarak tanımlanmaktadır.

Çalışkan (2018)'a göre, spor turizmi, insanların yeryüzüne özgü sosyo-kültürel ve ekonomik oluşumdur. Gibson (1998)'e göre, spor salonlarını ziyaret etmek ve spor aktivitelerini gözlemlemek pasif turizm iken, spor aktivitelerine katılmak için seyahat etmek aktif turizmdir.

Kamu ve özel spor şirketleri, müşterilerinin sporla ilgili beklenti ve ihtiyaçlarını karşılayacak hizmetleri en iyi şekilde tasarlamak ve sunmak için vardır. Bu nedenle spor turizmi hizmet kalitesinde müşterinin ihtiyaç ve beklentilerinin belirlenmesi ve spor hizmetinin müşteri ihtiyaçlarını karşılayacak düzeyde olması çok önemlidir (Ekenci ve İmamoğlu, 2002).

Bu çalışmada, günümüzde spor sektörüne çoğalan ilgi ve bu doğrultuda gittikçe artan seyirci sayısı ve mücadelenin gerek sporcularda gerekte seyircilerde yarattığı kazanma hırsı doğrultusunda takımların en ufak bir noktayı bile gözden kaçırmamak için çok iyi plan yapması gerektiği düşünülmektedir. Takımların planları doğrultusunda olan kamp ortamlarının sporcuların memnuniyet düzeylerinin ve aldıkları hizmetin kalitesinin verimli bir kamp ortamını ne düzeyde etkileyebileceği yapılan çalışmanın sonuçları ile ortaya çıkartılmaya çalışılmıştır.

Yapılan araştırmaların amacı futbol kampı gerçekleştiren ve Ankara'da bulunan futbol kulüplerinin konaklama yaptıkları işletmelerdeki ve işletmelerin bünyesindeki futbol tesislerinden almış oldukları hizmete ve hizmetin kalitesine göre memnuniyet seviyelerinin eşleştirilmesi ve farklı unsurlar ile değerlendirilmesidir.

Yöntem

Araştırmanın Modeli

Ankara'da bulunan futbol kulüplerinin sezon ortası veya sezonu sonu konakladıkları otellerden aldıkları hizmeti ve hizmet kalitesini ortaya çıkarmak için gerçekleştirilen araştırma tarama modeli ile gerçekleştirilmiştir. Karasar (2014) tarama modelini, "insanları ve nesnelere incelenmekte olan durum içinde var oldukları şekliyle betimlemeye çalışan, eski zamanlardan şu günlere devam eden ilke ve etkinlikleri dile getirmeyi amaç edinen inceleme biçimidir" olarak tanımlamıştır.

Araştırma Grubu

Araştırma grubunu, Ankara'da bulunan Ankaragücü, Gençlerbirliği ve Karayolları Yeniyolspor takımlarında yer alan 314 futbolcu oluşturmaktadır. Araştırmada kolayda örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Kolayda örnekleme, örneklemin yığından seçilen kısmının araştırmacıya ait olduğu anlamına gelir. Bu, insanların yargısına dayalı, rastgele olmayan bir örnekleme yöntemidir. Kolayda örnekleme popülasyonlardan elde edilen veriler en basit, en hızlı ve en ekonomik şekilde toplanır (Zikmund, 1997). Araştırma grubunu oluşturan futbolcuların yaş ortalamaları $21,00 \pm 3,77$ olarak bulunmuştur. Araştırmaya katılan sporcuların yaş aralığının ise 14 ile 38 arasında olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Veri Toplama Araçları

Araştırmada veri toplama aracı olarak, "Kişisel Bilgi Formu" ve "Spor Turizmi Hizmet Kalitesi Ölçeği" kullanılmıştır. Yüz yüze gerçekleştirilen veri toplama aşamasında, öncelikle demografik bilgiler ve ölçek hakkında bilgi verilmiştir. Ölçüm sırasında yer alan maddelerle ilgili anlaşılmayan noktalar açıklığa kavuşturulmuş ve gerekli açıklamalar yapılmıştır. Araştırmada demografik bilgi formunun yanı sıra, Osmanoğlu ve diğerlerinin 2018 yılında geliştirdikleri 28 madde ve 5 alt boyuttan meydana gelen "Spor Turizmi Hizmet Kalitesi Ölçeği" kullanılmıştır.

Verilerin Analizi

Veri analiz yöntemi, verileri toplama, düzenleme ve istatistiksel işlemler kullanılarak mantıklı kararlar alabilme ve geçerliliği olan çıktılar oluşturabilme evresidir (Büyüköztürk, 2007). Dolayısıyla ulaşılan verilerin sistematik olarak değerlendirilmesi amaçlanmaktadır. Bu doğrultuda araştırmada ölçüm aracı kaynağıyla ulaşılan veriler SPSS 23.0 (Statistical Packages for Social Science) paket programına aktararak çözümlenmiştir (Sipahi, Yurtkoru ve Çinko, 2006). Normalliğin iki bileşeninin basıklık ve çarpıklık olduğu belirtilmektedir. Çarpıklık dağılımların simetrik olma durumlarıyla ilgili iken, basıklık, dağılımın sivrililiği veya düzlüğü ile ilgilidir (Tabachnick ve Fidell, 2013). Dağılımın normalliğini göstermek üzere basıklık ve çarpıklık katsayıları ile ilgili olarak literatürde belirli kesme noktalarına yer verilmiştir. Buna

göre eğer dağılım normal ise çarpıklık ve basıklık katsayılarının -1 ile 1 aralığında olması gerektiği eğer çarpıklık katsayısı -1 ile 1 aralığında ise basıklık katsayısının -2 ile 2 aralığında, eğer basıklık katsayısı -1 ile 1 aralığında ise çarpıklık katsayısının -2 ile 2 aralığında olabileceği belirtilmektedir (George ve Mallery, 2001; Leech vd., 2005). Mevcut çalışmada grupların normal dağılım gösterip göstermediği belirlenmiştir. Normallik testi için Skewness ve Kurtosis değerlerine bakılmıştır. Skewness değeri -.894 ile .138 arasında Kurtosis değeri ise .696 ile .274 arasında değiştiği gözlenmiştir. Kurtosis ve Skewness değerleri -1.5 ile +1.5 olduğu zaman normal dağılım olduğu kabul edilmektedir (Tabachnick ve Fidell, 2013). Dolayısıyla değerlerinin normal dağılım aralığında olduğu tespit edilmiş olup, analizlerde normal dağılıma ilişkin parametrik testlerden faydalanılmıştır. Verilerin analiz edilmesinde tanımlayıcı istatistiklerin haricinde, bağımsız örneklem t testi, ANOVA ve Tukey testlerinden faydalanılmıştır.

Etik Beyan

Araştırmada Ankara Hacı Bayram Veli üniversitesinin Lisansüstü Eğitim Enstitüsü 06/05/2020 tarihli ve E.13510 sayılı Etik Komisyon raporları bulunmaktadır.

Bulgular

Yapılan analiz sonucunda elde edilen bulgular tablolar aracılığı ile aktarılmıştır. Bulgular kısmında öncelikle demografik verilere ilişkin birtakım bilgilere yer verilmiştir. Buna göre yaş kategorisinde inceleme yapıldığında, araştırmaya katılanların çoğunlukla ($n=122$) 19-22 yaş aralığında olduğu tespit edilmiştir. Medeni durumlarına göre inceleme yapıldığında katılımcıların çoğunluğunun ($n=298$) bekâr olduğu belirlenmiştir. Eğitim durumlarına yönelik yapılan incelemede katılımcıların çoğunluğunun ($n=260$) lise ve altı eğitim düzeyine sahip olduğu tespit edilmiştir. Bununla birlikte, katılımcıların büyük bir kısmının ($n=169$) büyükşehirlerde ikamet ettiği belirlenmiştir. Demografik bilgilerden sonra spor turizmi hizmet kalitesi ölçeğine ilişkin elde edilen bulgular tablolar aracılığı ile belirtilmiştir.

Tablo 1'de sporcuların spor turizmi hizmet kalitesi ölçeği alt boyutlarını kapsayan ortalama puanların yaş değişkenine göre çeşitliliğini ortaya koyan ANOVA testi sonuçlarına ulaşılmaktadır. Analiz sonuçları, yaş değişkenine göre spor turizmi hizmet kalitesi ölçeği "çalışanlar" alt boyutuna ilişkin puan ortalamalarının anlamlı düzeyde farklılaştığını göstermektedir ($p<.05$). Tukey testi sonuçlarına göre, "çalışanlar" alt boyutunda gruplar arası farklılığın "14-18 ($\bar{X}=21,44$)" ile "19-22 ($\bar{X}=22,94$)" grupları arasında "19-22" grubu lehine gerçekleştiği belirlenmiştir. Ölçeğin "spor alanı", "eğlence", "hijyen" ve "otel odası" alt boyutlarında ise istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık bulunmamıştır ($p>.05$).

Tablo 1. Spor turizmi hizmet kalitesi ölçeğinin alt boyutlarıyla katılımcıların yaş değişkeni arasındaki ANOVA testi sonuçları

Alt Boyut	Yaş	n	\bar{X}	SS	F	p	Tukey
Spor Alanı	14-18 ¹	102	47,52	10,22	1,867	,135	-
	19-22 ²	122	50,15	10,76			
	23-26 ³	67	47,56	9,75			
	27 ve üstü ⁴	23	50,86	8,93			
Çalışanlar	14-18 ¹	102	21,44	4,65	2,665	,048*	2>1
	19-22 ²	122	22,94	4,37			
	23-26 ³	67	21,86	4,00			
	27 ve üstü ⁴	23	23,08	3,70			
Eğlence	14-18 ¹	102	14,08	3,40	2,254	,082	-
	19-22 ²	122	14,94	3,26			
	23-26 ³	67	14,52	2,80			
	27 ve üstü ⁴	23	15,69	2,81			
Hijyen	14-18 ¹	102	10,84	2,86	,196	,899	-
	19-22 ²	122	11,13	3,19			
	23-26 ³	67	11,01	2,77			
	27 ve üstü ⁴	23	11,13	2,78			
Otel Odası	14-18 ¹	102	7,40	1,86	1,229	,299	-
	19-22 ²	122	7,82	1,52			
	23-26 ³	67	7,58	1,88			
	27 ve üstü ⁴	23	7,43	1,56			

*p< .05

Tablo 2. Spor turizmi hizmet kalitesi ölçeğinin alt boyutlarıyla katılımcıların medeni halleri arasındaki t-testi sonuçları

Alt Boyut	Medeni Hal	n	\bar{X}	SS	sd	t	p
Spor Alanı	Bekâr	298	48,54	10,44	312	-3,525	,002*
	Evli	16	53,56	5,15			
Çalışanlar	Bekâr	298	22,16	4,41	312	-1,303	,194
	Evli	16	23,62	3,53			
Eğlence	Bekâr	298	14,56	3,20	312	-1,597	,111
	Evli	16	15,87	3,00			
Hijyen	Bekâr	298	10,96	3,00	312	-1,277	,202
	Evli	16	11,93	1,84			
Otel Odası	Bekâr	298	7,60	1,72	312	-,040	,968
	Evli	16	7,62	1,74			

*p< .05

Tablo 2’de sporcuların spor turizmi hizmet kalitesi ölçeği alt boyutlarını kapsayan ortalama puanların medeni hal değişkenine göre çeşitliliğini ortaya koyan t-testi sonuçlarına ulaşılmaktadır. Analiz sonuçları, medeni hal değişkenine göre spor turizmi hizmet kalitesi ölçeği “spor alanı” alt boyutuna ilişkin puan ortalamalarının anlamlı düzeyde farklılaştığını göstermektedir (p<.05). Ölçeğin “çalışanlar”, “eğlence”, “hijyen” ve “otel odası” alt boyutlarında ise istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık bulunmamıştır (p>.05).

Tablo 3’de sporcuların spor turizmi hizmet kalitesi ölçeği alt boyutlarını kapsayan ortalama puanların eğitim durumu değişkenine göre çeşitliliğini ortaya koyan t-testi sonuçlarına ula-

şılmaktadır. Analiz sonuçları incelendiğinde, eğitim durumu değişkenine göre spor turizmi hizmet kalitesi ölçeği “spor alanı”, “çalışanlar”, “eğlence”, “hijyen” ve “otel odası” alt boyutlarının istatistiksel açıdan büyük bir fark göstermediği sonucuna ulaşılmıştır (p>.05).

Tablo 4’de sporcuların spor turizmi hizmet kalitesi ölçeği alt boyutlarını kapsayan ortalama puanların gelir seviyesi değişkenine göre çeşitliliğini ortaya koyan ANOVA testi sonuçlarına ulaşılmaktadır. Analiz sonuçları, gelir seviyesi değişkenine göre spor turizmi hizmet kalitesi ölçeği “spor alanı”, “çalışanlar”, “eğlence” ve “hijyen” alt boyutlarına ilişkin puan ortalamalarının anlamlı düzeyde farklılaştığını göstermektedir (p<.05).

Tukey testi sonuçları ile, “spor alanı” alt boyutunda gruplar arası çeşitliliğin “çok düşük ($\bar{X}=42,50$)” ile “çok yüksek ($\bar{X}=55,60$)” grupları arasında “çok yüksek” grubu lehine gerçekleştiği belirlenmiştir. “Çalışanlar” alt boyutunda ise gruplar arası farklılığın “çok düşük ($\bar{X}=20,75$)” ile “çok yüksek ($\bar{X}=25,20$)” grupları arasında “çok yüksek” grubu lehine, “yüksek ($\bar{X}=21,30$)” ile “çok yüksek ($\bar{X}=25,20$)” grupları arasında “çok yüksek” grubu lehine gerçekleştiği tespit edilmiştir. “Eğlence” alt boyutunda oluşan gruplar arası farklılığın ise, “düşük ($\bar{X}=15,58$)” ile “yüksek ($\bar{X}=13,70$)” grupları arasında “düşük” grubu lehine, “yüksek

($\bar{X}=13,70$)” ile “çok yüksek ($\bar{X}=16,60$)” grupları arasında “çok yüksek” grubu lehine anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir. Son olarak, “hijyen” alt boyutunda oluşan gruplar arası farklılığın ise, “çok düşük ($\bar{X}=8,75$)” ile “düşük ($\bar{X}=11,32$)” grupları arasında “düşük” grubu lehine, “çok düşük ($\bar{X}=8,75$)” ile “normal ($\bar{X}=11,02$)” grupları arasında “normal” grubu lehine ve “çok düşük ($\bar{X}=8,75$)” ile “çok yüksek ($\bar{X}=13,20$)” grupları arasında “çok yüksek” grubu lehine gerçekleştiği belirlenmiştir. Ölçeğin, “otel odası” alt boyutunda ise istatistiksel açıdan büyük farklılığa rastlanamamıştır ($p>.05$).

Tablo 3. Spor turizmi hizmet kalitesi ölçeğinin alt boyutlarıyla katılımcıların eğitim durumları arasındaki t-testi sonuçları

Alt Boyut	Eğitim Durumu	n	\bar{X}	SS	sd	t	p
Spor Alanı	Lise ve altı	260	48,49	10,39	305	-,710	,478
	Lisans ve üstü	54	49,65	10,01			
Çalışanlar	Lise ve altı	260	22,02	4,43	305	-1,248	,213
	Lisans ve üstü	54	22,89	4,06			
Eğlence	Lise ve altı	260	14,50	3,20	305	-,842	,400
	Lisans ve üstü	54	14,93	3,25			
Hijyen	Lise ve altı	260	11,03	2,98	305	,578	,563
	Lisans ve üstü	54	10,76	2,89			
Otel Odası	Lise ve altı	260	7,53	1,74	305	-1,076	,283
	Lisans ve üstü	54	7,82	1,61			

* $p<.05$

Tablo 4. Spor turizmi hizmet kalitesi ölçeğinin alt boyutlarıyla katılımcıların gelir seviyesi arasındaki ANOVA testi sonuçları

Alt Boyut	Gelir Seviyesi	n	\bar{X}	SS	F	p	Tukey
Spor Alanı	Çok düşük ¹	16	42,50	14,00	3,735	,006*	5>1
	Düşük ²	43	50,51	8,94			
	Normal ³	205	49,12	9,80			
	Yüksek ⁴	40	46,12	11,98			
	Çok yüksek ⁵	10	55,60	4,24			
Çalışanlar	Çok düşük ¹	16	20,75	4,97	3,008	,019*	5>1
	Düşük ²	43	23,46	4,60			
	Normal ³	205	22,13	4,17			
	Yüksek ⁴	40	21,30	4,91			
	Çok yüksek ⁵	10	25,20	1,98			
Eğlence	Çok düşük ¹	16	13,87	2,80	3,042	,018*	2>4
	Düşük ²	43	15,58	3,37			
	Normal ³	205	14,57	3,09			
	Yüksek ⁴	40	13,70	3,61			
	Çok yüksek ⁵	10	16,60	1,95			
Hijyen	Çok düşük ¹	16	8,75	4,40	3,953	,004*	2>1
	Düşük ²	43	11,32	2,30			
	Normal ³	205	11,02	2,78			
	Yüksek ⁴	40	11,00	3,55			
	Çok yüksek ⁵	10	13,20	1,81			
Otel Odası	Çok düşük ¹	16	7,25	1,98	1,635	,165	-
	Düşük ²	43	7,67	1,82			
	Normal ³	205	7,66	1,65			
	Yüksek ⁴	40	7,15	1,96			
	Çok yüksek ⁵	10	8,50	,97			

* $p<.05$

Tablo 5. Spor turizmi hizmet kalitesi ölçeğinin alt boyutlarıyla katılımcıların yaşadıkları yer arasındaki ANOVA testi sonuçları

Alt Boyut	Yaşadığı Yer	n	\bar{X}	SS	F	p	Tukey
Spor Alanı	Köy ¹	6	44,16	10,64	1,499	,215	-
	İlçe ²	37	47,35	8,45			
	İl ³	102	50,32	10,14			
	Büyükşehir ⁴	169	48,36	10,69			
Çalışanlar	Köy ¹	6	21,33	5,64	1,573	,196	-
	İlçe ²	37	21,45	3,94			
	İl ³	102	22,96	4,40			
	Büyükşehir ⁴	169	22,00	4,39			
Eğlence	Köy ¹	6	14,33	5,12	1,267	,286	-
	İlçe ²	37	14,45	2,46			
	İl ³	102	15,13	3,39			
	Büyükşehir ⁴	169	14,37	3,14			
Hijyen	Köy ¹	6	10,50	2,88	,210	,889	-
	İlçe ²	37	10,91	2,71			
	İl ³	102	11,18	2,81			
	Büyükşehir ⁴	169	10,95	3,12			
Otel Odası	Köy ¹	6	7,33	2,73	1,299	,275	-
	İlçe ²	37	7,21	1,68			
	İl ³	102	7,83	1,64			
	Büyükşehir ⁴	169	7,56	1,73			

*p< .05

Tablo 6. Spor turizmi hizmet kalitesi ölçeğinin alt boyutlarıyla katılımcıların hizmet aldıkları otellerin şehirleri arasındaki ANOVA testi sonuçları

Alt Boyut	Şehir	n	\bar{X}	SS	F	p	Tukey
Spor Alanı	Ankara ¹	118	48,52	10,69	,902	,463	-
	Konya ²	53	48,54	9,37			
	Kayseri ³	75	47,86	11,49			
	Bolu ⁴	39	51,58	7,79			
	Sivas ⁵	29	49,06	9,97			
Çalışanlar	Ankara ¹	118	22,25	4,32	1,938	,104	-
	Konya ²	53	21,88	4,36			
	Kayseri ³	75	21,50	4,82			
	Bolu ⁴	39	23,82	3,77			
	Sivas ⁵	29	22,55	3,89			
Eğlence	Ankara ¹	118	14,90	3,09	1,313	,265	-
	Konya ²	53	14,03	3,16			
	Kayseri ³	75	14,25	3,32			
	Bolu ⁴	39	15,25	3,37			
	Sivas ⁵	29	14,72	3,11			
Hijyen	Ankara ¹	118	10,84	3,08	,413	,799	-
	Konya ²	53	11,35	2,86			
	Kayseri ³	75	10,86	3,23			
	Bolu ⁴	39	11,30	2,45			
	Sivas ⁵	29	11,06	2,65			
Otel Odası	Ankara ¹	118	7,45	1,70	3,207	,013*	4>1
	Konya ²	53	7,47	1,61			4>2
	Kayseri ³	75	7,40	1,77			4>3
	Bolu ⁴	39	8,46	1,51			
	Sivas ⁵	29	7,86	1,86			

*p< .05

Tablo 5’de sporcuların spor turizmi hizmet kalitesi ölçeği alt boyutlarını kapsayan ortalama puanların yaşınanılan yer değişkenine göre çeşitliliğini ortaya koyan ANOVA testi sonuçlarına ulaşılmaktadır. Analiz sonuçları incelendiğinde, yaşınanılan yer değişkenine göre spor turizmi hizmet kalitesi ölçeği “spor alanı”, “çalışanlar”, “eğlence”, “hijyen” ve “otel odası” alt boyutlarında istatistiksel açıdan büyük bir farklılığa ulaşılmamıştır ($p>.05$).

Tablo 6’da sporcuların spor turizmi hizmet kalitesi ölçeği alt boyutlarını kapsayan ortalama puanların hizmet alınan otelin bulunduğu şehir değişkenine göre çeşitliliğini ortaya koyan ANOVA testi sonuçları verilmektedir. Analiz sonuçları, hizmet alınan otelin bulunduğu şehir değişkenine göre spor turizmi hizmet kalitesi ölçeği “otel odası” alt boyutunu kapsayan ortalama puanların büyük oranda farklılaştığını ortaya koymaktadır ($p<.05$). Tukey testi sonuçlarına göre, “otel odası” alt boyutunda gruplar arası farklılığın “Ankara ($\bar{X}=7,45$)” ile “Bolu ($\bar{X}=8,46$)” grupları arasında “Bolu” grubu lehine, “Konya ($\bar{X}=7,47$)” ile “Bolu ($\bar{X}=8,46$)” grupları arasında “Bolu” grubu lehine ve “Kayseri ($\bar{X}=7,40$)” ile “Bolu ($\bar{X}=8,46$)” grupları arasında “Bolu” grubu lehine anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir. Ölçeğin “spor alanı”, “çalışanlar”, “eğlence” ve “hijyen” alt boyutlarında ise istatistiksel açıdan büyük bir farklılığa rastlanamamıştır ($p>.05$).

Tartışma

Katılımcıların yaş değişkenleri ile Spor Turizmi Hizmet Kalitesi Ölçeği Tablo 1’de sporcuların spor turizmi hizmet kalitesi ölçeğini kapsayan ortalama puanların yaş değişkenine göre farklılığını gösteren ANOVA testi sonuçlarına ulaşılmaktadır. Analiz sonuçları, yaş değişkenine göre spor turizmi hizmet kalitesi ölçeği “çalışanlar” alt boyutu ile ilgili ortalama puanların büyük oranda farklı olduğu görülmektedir. ($p<.05$). Tukey testi verilerine göre, “çalışanlar” alt boyutunda faktörler arası çeşitliliğin “0-18 ($\bar{X}=21,44$)” ile “19-22 ($\bar{X}=22,94$)” grupları arasında “19-22” grubu lehine gerçekleştiği belirlenmiştir. Ölçeğin “spor alanı”, “eğlence”, “hijyen” ve “otel odası” alt boyutlarında ise istatistiksel açıdan büyük bir değişikliğe rastlanamamıştır ($p>.05$). Benzer çalışmalara bakacak olursak; Yıldız, Onağ ve Onağ (2013) yaptığı araştırmada yaş değişkeni açısından 20 yaş ve altındaki üyelerin 21-25 yaş ve 26-30 yaş arasındaki bireylere kıyasla soyunma odası alt boyutunun hizmet kalitesini olandan fazla algıladıklarını bulmuştur. Sporcuların yaş değişkeni ile spor bölgesi, hijyen, çalışanlar, eğlence ve otel odası alt boyutlarını arasında ufak farklar dışında bir farklılık bulunmamaktadır. 31-34 yaş grubu katılımcıların diğer katılımcılara göre az da olsa alt boyutlardaki hizmeti daha kaliteli bulduklarını söyleyebiliriz. Çünkü yaşın vermiş olduğu tecrübenden kaynaklı olarak yaşlı sporcular genç sporculara göre otellerdeki spor alanı ile ilgili sunulan hizmetleri geçmiş ile kıyaslama imkânı buldukları için sunulan hizmeti genç sporculara göre daha kaliteli bulabilirler.

Katılımcıların medeni durumları ile Spor Turizmi Hizmet Kalitesi Ölçeği Tablo 2’de sporcuların spor turizmi hizmet kalitesi ölçeği alt boyutlarını kapsayan ortalama puanların medeni hal

değişkenine göre çeşitliliğini ortaya koyan t-testi verilerine ulaşılmaktadır. Analiz sonuçları, medeni hal değişkenine göre spor turizmi hizmet kalitesi ölçeği “spor alanı” alt boyutuna ilişkin ortalama puanların büyük oranda çeşitliliğini ortaya koymaktadır ($p<.05$). Ölçeğin “çalışanlar”, “eğlence”, “hijyen” ve “otel odası” alt boyutlarında ise istatistiksel açıdan büyük bir çeşitliliğe rastlanamamıştır ($p>.05$). Osmanoğlu (2017) medeni duruma göre hizmet kalitesinin alt boyutları arasında istatistiksel olarak çalışanlar alt boyutunda anlamlı kabul edilebilecek bir fark bulmuştur. Ortaya çıkan farklılığın hangi gruptan kaynaklandığı incelendiğinde evli olan sporcuların aritmetik ortalamasının, bekâr olanlara göre daha yüksek olduğu görülmektedir. Medeni durum değişkeni ile diğer alt boyutlar arasında ise büyük bir farklılığa rastlanamamıştır. Literatür incelendiğinde, Yüzgenç ve Özgül (2014) Gençlik Merkezleri üyeleri üzerinde yapmış oldukları çalışmalarında, evli olanların hizmet kalitesi algısının bekâr olanlara göre daha fazla olduğunu sonucuna ulaşmıştır. Bu sonuçlara dayanarak evli olan sporcuların evliliğin vermiş olduğu tecrübe, sorumluluk ve olgunluktan kaynaklı olarak hizmet aldıkları otellerde çalışanlar ile daha sağlıklı iletişim kurmalarından ya da otel çalışanları ile daha az etkileşim içinde olmalarından kaynaklandığı düşünülebilir. Bu sonuçlar dikkate alındığında istatistiksel olarak spor alanı alt boyutunda anlamlı bir fark tespit edilmiştir. Farkın hangi gruptan olduğu incelendiğinde ise evli sporcuların aritmetik ortalamasının bekâr öğrencilerden daha yüksek olduğu görülmektedir.

Katılımcıların eğitim durumları ile Spor Turizmi Hizmet Kalitesi Ölçeği Tablo 3’de sporcuların spor turizmi hizmet kalitesi ölçeği alt boyutlarını kapsayan ortalama puanların eğitim durumu değişkenine göre farklılığı ortaya koyan t-testi verilerine ulaşılmaktadır. Analiz sonuçları incelendiğinde, eğitim durumu değişkenine göre spor turizmi hizmet kalitesi ölçeği “spor alanı”, “çalışanlar”, “eğlence”, “hijyen” ve “otel odası” alt boyutlarının istatistiksel açıdan büyük bir farklılığa ulaşamadığı sonucuna ulaşılmıştır ($p>.05$). Osmanoğlu (2017) eğitim durumu ile hizmet kalitesi alt boyutları arasındaki farkı tespit etmek için yapılan analiz sonucu incelediğinde, eğitim değişkenine göre, hizmet kalitesinin alt boyutları kapsayan büyük bir farklılığa ulaşamamıştır. Ergin, İmamoğlu ve Yıldızhan (2011) tarafından yapılan çalışmada da hizmet kalitesine yönelik algıların, eğitim durumu açısından farklılık göstermediği sonucunu elde etmişlerdir. Bu durum sporcuların eğitimleri ile değil gerçekten işlerini profesyonel anlamda en verimli şekilde yapma uğraşı içerisinde oldukları ve hizmet kalitesi ölçeğine eğitim durumuna göre değil, sporcu kimlikleri ile yaklaşmış olduklarını ortaya koymaktadır.

Katılımcıların gelir seviyeleri ile Spor Turizmi Hizmet Kalitesi Ölçeği Tablo 4’de sporcuların spor turizmi hizmet kalitesi ölçeği alt boyutlarını kapsayan ortalama puanların gelir seviyesi değişkenine göre çeşitliliğini ortaya koyan ANOVA testi verilerine ulaşılmaktadır. Analiz sonuçları, gelir seviyesi değişkenine göre spor turizmi hizmet kalitesi ölçeği “spor alanı”, “çalışanlar”, “eğlence” ve “hijyen” alt boyutlarına ilişkin ortalama puanların bü-

yük oranda farklılaştığını görülmektedir ($p < .05$). Tukey testi verilerine göre, “spor alanı” alt boyutunda gruplar arası çeşitliliğin “çok düşük ($\bar{X}=42,50$)” ile “çok yüksek ($\bar{X}=55,60$)” grupları arasında “çok yüksek” grubu lehine gerçekleştiği belirlenmiştir. “Çalışanlar” alt boyutunda ise gruplar arası farklılığın “çok düşük ($\bar{X}=20,75$)” ile “çok yüksek ($\bar{X}=25,20$)” grupları arasında “çok yüksek” grubu lehine, “yüksek ($\bar{X}=21,30$)” ile “çok yüksek ($\bar{X}=25,20$)” grupları arasında “çok yüksek” grubu lehine gerçekleştiği tespit edilmiştir. “Eğlence” alt boyutunda oluşan gruplar arası farklılığın ise, “düşük ($\bar{X}=15,58$)” ile “yüksek ($\bar{X}=13,70$)” grupları arasında “düşük” grubu lehine, “yüksek ($\bar{X}=13,70$)” ile “çok yüksek ($\bar{X}=16,60$)” grupları arasında “çok yüksek” grubu lehine anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir. Son olarak, “hijyen” alt boyutunda oluşan gruplar arası farklılığın ise, “çok düşük ($\bar{X}=8,75$)” ile “düşük ($\bar{X}=11,32$)” grupları arasında “düşük” grubu lehine, “çok düşük ($\bar{X}=8,75$)” ile “normal ($\bar{X}=11,02$)” grupları arasında “normal” grubu lehine ve “çok düşük ($\bar{X}=8,75$)” ile “çok yüksek ($\bar{X}=13,20$)” grupları arasında “çok yüksek” grubu lehine gerçekleştiği belirlenmiştir. Ölçeğin, “otel odası” alt boyutunda ise istatistiksel açıdan büyük bir farklılığa rastlanamamıştır ($p > .05$). Osmanoğlu (2017) yapılan analiz sonucunda sporcuların gelir durumu ile spor alanı alt boyutu arasında, olumlu yönde düşük düzeyde anlamlı ilişkiye ulaşılmıştır. Bu bağlamda kişilerin gelir düzeyi ile yaşam kalitesi arasında doğru orantı tespit edildiği ve insanların gelir düzeyleri arttıkça yaşam standartlarında da artış meydana gelebileceğini söylemek mümkündür. Buna paralel olarak gelir düzeyi yüksek olan insanların hizmet kalitesi algıları, düşük ve orta gelirli insanlara göre farklılık gösterdiği düşünülmektedir.

Katılımcıların yaşadıkları yer değişkeni ile Spor Turizmi Hizmet Kalitesi Ölçeği Tablo 5’de sporcuların spor turizmi hizmet kalitesi ölçeği alt boyutlarını kapsayan ortalama puanların yaşanılan yer değişkenine göre farklılığını ortaya koyan ANOVA testi verilerine ulaşılmaktadır. Analiz sonuçları incelendiğinde, yaşanılan yer değişkenine göre spor turizmi hizmet kalitesi ölçeği “spor alanı”, “çalışanlar”, “eğlence”, “hijyen” ve “otel odası” alt boyutlarında istatistiksel açıdan büyük bir farklılığa ulaşılamamıştır ($p > .05$).

Sonuç ve Öneriler

Spor alanındaki diğer çalışmalara kıyasla spor turizmi alanında yapılan çalışmalar biraz daha azdır. Yapmış olduğumuz araştırma özelinde spor turizmi hizmet kalitesi kullanılarak katılımcıların yani sporcuların aldıkları hizmetteki algı düzeyleri araştırılmıştır.

Sporcuların yaş değişkenleri ile spor turizmi hizmet kalitesi alt boyutları arasında “cinsiyet” değişkeninde büyük bir farklılığa rastlarken “spor alanı”, “eğlence”, “hijyen” ve “otel odası” alt boyutlarında anlamlı bir farklılığın olmadığı sonucuna varılmıştır. Literatürde yer alan benzer çalışmalarda; Gençler, Demir ve Aycan (2008) çalışmasında 33 yaş ve üstü spor turizmine katılan katılımcıların 32 yaş altı spor turizmine katılan katılımcılara

kıyasla hizmet kalitesi algılarının yüksek oranda olumlu düzeyde olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Göksel (2012) tamamladığı araştırmada spor turizmine katılan katılımcıların yaşı ile spor turizmi sektöründe çalışanların alt boyutu arasında anlamlı fark bulunmuş olup, 20 yaş altı ve 21-30 yaş arasında olanların hizmet kalitesi algısının daha yüksek olduğunu çıktısı elde edilmiştir. Yıldız, Onağ ve Onağ (2013) çalışmasında yaş değişkenini ele alarak 20 yaş ve altındaki katılımcıların 21-25 yaş ve 26-30 yaş arasındaki katılımcılara göre soyunma odası boyutunun hizmet kalitesine olan farkındalıklarının normalden fazla olduğu tespit edilmiştir. Arat, Karaman ve Harbali (2015) katılımcıların hizmet algılarının yaş, algılanan kalite arasında anlamlı farklılıklar olduğu tespit etmiştir.

Sporcuların medeni durum değişkenine göre spor turizmi hizmet kalitesinin “spor alanı” alt boyutuna ilişkin puan ortalamalarının anlamlı düzeyde farklılığa rastlanırken “cinsiyet”, “eğlence”, “hijyen” ve “otel odası” alt boyutlarında anlamlı bir farklılığın olmadığı sonucuna varılmıştır. Literatürde benzer çalışmalar incelendiğinde, Yüzgenç ve Özgül (2014) Gençlik Merkezlerine üye olan kişiler ile yaptıkları araştırmalarda, medeni durumunu evli olarak belirtenlerin hizmet kalitesine yönelik algısının bekar katılımcılara göre daha fazla olduğu sonucu elde edilmiştir. Gençler, Demir ve Aycan (2008) çalışmasında hizmet kalitesi algılarının medeni durumu gözetenek yapmış oldukları çalışmada; çalışanlar alt boyutunda yer alan (kayak eğiticileri, otel personelleri) medeni durumu evli olarak belirtenlerin hizmet kalitesi algılarını medeni durumu bekar olanlara göre normalden fazla olduğu verisine ulaşılmıştır. Ertürk (2011) medeni durum ile hizmet kalitesi arasında pozitif yönde büyük bir farklılık olduğunu evlilerin hizmet kalitesi algılarının daha yüksek olduğunu araştırmalar sonucunda ortaya çıkarmıştır. Bu sonuçlar ele alındığında evli olan katılımcıların evliliğin sağladığı deneyim, olgunluk ve sorumluluktan kaynaklı olarak hizmet alımı gerçekleştirdikleri işletmelerde çalışanlar ile daha verimli etkileşim içine girmelerinden ya da otel çalışanları ile daha az etkileşim içinde bulunmalarından kaynaklandığı ön görülebilir.

Sporcuların eğitim durumu değişkenleri ile spor turizmi hizmet kalitesi alt boyutları “spor alanı”, “çalışanlar”, “eğlence”, “hijyen” ve “otel odası” alt boyutlarının istatistiksel açıdan büyük bir farklılığa rastlanmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Literatürde yer alan çalışmalarda; Demirel (2013) çalışmasında algılanan hizmet kalitesinin eğitim durumu (ilkokul, ortaokul ve üniversite) bakımından ele alındığı çalışmasında anlamlı bir farklılığa rastlanmamıştır. Mete Ergin, İmamoğlu ve Çakmak Yıldızhan (2011) tarafından gerçekleştirilen araştırmada hizmet kalitesine yönelik yaklaşımların, eğitim durumu bakımından değişikliğe rastlanmadığı sonucuna varılmıştır. Yüzgenç ve Özgül (2014) tarafından yapılan başka bir çalışma ile eğitim düzeyi değişkeni ile hizmet kalitesi alt boyutları arasında büyük bir farklılığa ulaşılamamıştır. Bu bağlamda literatürde yer alan çalışmaların bu çalışmada elde edilen bulgularla paralellik gösterdiği tespit edilmiştir.

Sporcuların gelir seviyeleri değişkenine göre spor turizmi hizmet kalitesi alt boyutlarından “spor alanı”, “çalışanlar”, “eğlence” ve “hijyen” alt boyutlarına ilişkin ortalama puanların büyük oranda farklılaştığına ulaşılmıştır. “Cinsiyet” boyutunda ise büyük bir farklılığa rastlanmamıştır. Literatürde daha önce yapılan çalışmaları ele aldığımızda; Yapraklı ve Sağlık (2010); Göksel (2012); Kenzhebayeva (2012); Yüzgenç ve Özgül (2014) araştırmacıların gerçekleştirdiği çalışmalarda gelir durumu ile hizmet kalitesi arasında büyük bir bağlantı olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bireylerin yaşam standartlarına etkisi olan en önemli etkenlerden biri olarak gelir düzeyi kabul edilebilir. Bu çıkarımla birlikte kişilerin gelir düzeyi ile yaşam kalitesi arasında pozitif bağlantı olduğu, bireylerin gelir düzeyleri artış gösterdikçe yaşam standartlarında da artış gerçekleşebileceğini söyleyebiliriz. Bu doğrultuda gelir düzeyi yüksek olan bireylerin hizmet kalitesi algıları, düşük ve orta gelirli bireylere göre değişiklik gösterdiği ön görülmektedir.

Sporcuların yaşadıkları yer ile spor turizmi hizmet kalitesi “spor alanı”, “çalışanlar”, “eğlence”, “hijyen” ve “otel odası” alt boyutlarında istatistiksel açıdan büyük bir farklılığa ulaşılmamıştır.

Sporcuların hizmet aldıkları otelin şehri değişkenine göre spor turizmi hizmet kalitesi alt boyutlarından “otel odası” alt boyutunda anlamlı farklılık tespit edilmiştir. “Spor alanı”, “çalışanlar”, “eğlence” ve “hijyen” alt boyutlarında ise istatistiksel açıdan büyük bir farklılık tespit edilmemiştir.

Glyptis ve Jackson (1993); spor turizminin, seyirciden çok turistlerin spora aktif katılımını ön plana çıkarmakta ve turistlerin tatilleri boyunca canlı spor müsabakalarını izlediklerini kabul ederken, çalışmalarının odak noktasının spor olduğunu kabul etmektedir. Sadece katkıda bulunmakla kalmaz, aynı zamanda "aktif tatillerin" bireyleri eve döndükten sonra egzersiz yapmaya devam etmeye nasıl teşvik edebileceğini de açıklar. Bale (2002) bazı spor yapılarının zamanla gelişebileceğini ve doğal olarak turistik cazibe merkezleri haline gelebileceğini savunmaktadır. Ünlü yerleri ziyaret etmenin nostalji spor turizmi olduğu söylenebilir. Noucamp stadyumunda katılımcılar, bu durumu Barcelona kulübünün marka değeriyle bağdaştırarak, yapılan çalışmalardan örnekler vererek deneyimlerini 'tarif edilemez' olarak tanımlıyor. Jankovic ve Jaksic-Stojanovic (2019) ise markalaşma Spor markaları, çeşitli unsurların kapsamlı bir koleksiyonu olarak, bir spor organizasyonunu rakiplerinden ayıran benzersiz ve tanımlanabilir bir sembolü temsil edebileceklerini iddia etmektedir.

Araştırma sonuçlarına göre hizmet kalitesi sunan otel işletmelerine yönelik hizmet kalitesi algısı ve spor turizmi ile ilgili aşağıdaki öneriler getirilmiştir:

1. Spor kulüpleri yoğun antrenman programları uygulamaktadır. Bu doğrultuda yenilenmeye ve dinlenmeye ihtiyaç duymaktadır. Oteller teknoloji ve alandaki yenilikleri takip ederek uygulama yapmasını tavsiye edebiliriz.

2. Hizmet alınan otel, tesis veya işletmede yer alan personellerin tutumlarını etkilemektedir. Oteller bu anlamda gerekli çalışmaları ve eğitimleri düzenli olarak gerçekleştirmeli ve alınacak personel seçiminde bunları göz önüne alabilirler.

3. Spor takımlarını genç, orta yaş veya orta yaş üstü olarak gruplandırmak her zaman doğru olmayabilir. Gelen hedef kitleye göre bazı özellikler bulundurulabilir. Örnek vermek gerekirse otelde konaklayacak olan takımında genç bireyler var ise; bu gençlerin beklentilerinde farklılık ortaya çıkabilir. Oteller hedef kitleye yönelik nokta atışı hazırlıklar gerçekleştirirlerse bu durumdan hem konaklama hizmetini satın alan takımlar ve hizmeti sunan oteller için devamlılık açısından gerekli olabilir.

4. Spor turizmi alanında müşterilerine hizmet sürekliliği için ve kalite anlayışını oluşturabilmek için sunduğu hizmeti her gelen müşteriye ayırt etmeden sunması tavsiye edilebilir.

5. Yaş, eğitim durumu ve yaşadıkları yer açısından anlamlı bir ilişki bulunmaması bu saydığımız alanlarda spor turizmi hizmeti sunan otellerin bu alanlarda standardı yakaladığına işaret edebilir. Bizim çalışmamız ortaya koyuyor ki bu üç alanda standart bir durum yakalanırken diğer alanlarda anlamlı farklar bulunmuştur. Oteller ilk etapta bu üç değişkeni korumak sonra da diğer değişkenlerde standardı yakalayarak bir tercih sebebi olabilirler.

Finans Kaynakları

Bu çalışmanın hazırlanma ve yazım sürecinde kurum, kuruluş veya herhangi bir kaynaktan maddi destek alınmamıştır.

Çıkar Çatışması

Bu makalenin yayınlanmasıyla ilgili yazarlar arasında herhangi bir çıkar çatışması olduğu söylenemez.

Yazar Katkıları

Araştırma Fikri: SK, ASS Araştırma Tasarımı: CES, ASS; Verilerin Analizi: CES, ASS; Makale Yazımı: ASS; Eleştirel İnceleme: CES

Kaynaklar

1. Arat, T., Karaman, A. ve Harbali, H. (2015). Turistik destinasyonlarda hizmet kalitesi üzerine bir araştırma. *Pamukkale İşletme ve Bilişim Yönetimi Dergisi*, 2(2), 1-14.
2. Bale, J. (2002). *Sports Geography*. London: Routledge.
3. Büyükoztürk, Ş. (2007). *Sosyal bilimler için veri analizi el kitabı*. Ankara: Pegem Yayıncılık.
4. Çalışkan, A. (2018). *Kişileri ultra maraton koşmaya motive eden faktörler ölçeğinin geliştirilmesi ve bu faktörlerin katılımcıların yaşam doyumları ve başarı algılarıyla karşılaştırılması* (Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi). Akdeniz Üniversitesi, Antalya.
5. Coakley, J. (1986). *Sport in society: issues and controversies* (3. b.). Missouri: Times Mirror/Mosby College.
6. Demir, M. (2006). *Otel işletmelerinde müşteri memnuniyetinin değerlendirilmesi üzerine bir alan araştırması* (Yüksek Lisans Tezi). Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.

7. Demirel, H. (2013). *Rekreasyonel spor/fitness programı sunan işletmelerde hizmet kalitesi* (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Gazi Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
8. Duman, T. ve Öztürk, A. B. (2005). Yerli turistlerin Mersin Kız-Kalesi destinasyonu ve tekrar ziyaret niyetleri ile ilgili algılamaları üzerine bir araştırma. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 16(1), 9-23.
9. Ekenci, G. ve İmamoğlu, A. (2002). *Spor işletmeciliği*. Ankara: Nobel Yayınevi.
10. Ergin, M., İmamoğlu, A. ve Yıldızhan, Y. Ç. (2011). Algılanan hizmet kalitesi ölçeğinin geçerlilik ve güvenilirlik çalışması. *Gazi Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 16(2), 11-23.
11. Ertürk, M. (2011). *Türkiye'deki otel işletmelerinde hizmet kalitesinin ölçülmesine yönelik bir alan araştırması* (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
12. Gençer, R. T., Demir, C. ve Aycan, A. (2008). Kayak merkezlerindeki spor turistlerinin hizmet kalitesi algılarını etkileyen değişkenler. *Ege Akademik Bakış*, 8(2), 437-450.
13. George, D. ve Mallery, M. (2001). *SPSS for windows step by step: a simple guide and reference 10.0 update* (3. Baskı). Boston: Allyn and Bacon.
14. Glyptis, S. ve Jackson, G. (1993, July). Sport and tourism-mutual benefits and future prospects. Paper Presented at Leisure in Different Worlds, *The Third International Conference of the Leisure Studies Association*, Loughborough University, UK.
15. Göksel, A. G. (2012). *Su sporları hizmeti sunan işletmelerde müşteri memnuniyetinin araştırılması* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
16. Görül, Ş. (2020). *Boş zaman eğitiminin akademik erteleme davranışına etkisi* (Doktora Tezi). Gazi Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
17. Hazar, A. (2007). *Spor ve turizm*. Ankara: Detay Yayıncılık.
18. Jankovic, M. ve Jaksic-Stojanovic, A. (2019). Challenges of Sports Branding. *Sport Mont*, 17(1), 75-78.
19. Karaküçük, S. (1997). *Rekreasyon-boş zaman değerlendirme*. Ankara: Gazi Kitapevi.
20. Karaküçük, S. (1999). Okul yöneticilerinin ders dışı etkinliklere yaklaşımları. *Gazi Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 4(3), 51-62.
21. Karasar, N. (2014). *Bilimsel araştırma yöntemi*. Ankara: Nobel Yayınevi.
22. Kenzhebayeva, A. (2012). *Turizm sektöründe hizmet kalitesi: Türkiye ve Kazakistan'daki termal otel işletmelerinde karşılaştırmalı bir araştırma* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimler Enstitüsü, Ankara.
23. Leberman, S. ve Mason, P. (2002). Planning for recreation and tourism at local level: applied research in the Manawatu region for New Zealand. *Tourism Geographics*. 4(1), 3-21.
24. Leech, N. L., Barrett, K. C. ve Morgan, G. A. (2005). *SPSS for Intermediate Statistics: Use and Interpretation*. (2. Baskı). London: Taylor & Francis.
25. Osmanoğlu, H. (2017). *Spor turizmi yapan otel işletmelerinin hizmet kalitesinin sporcular açısından değerlendirilmesi* (Yüksek Lisans Tezi). Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bolu.
26. Osmanoğlu, H., Üzüm, H., Karlı, Ü. ve Aycan, A. (2018). Spor turizmi hizmet kalitesi ölçeği geçerlik ve güvenilirlik çalışması. *Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 14(1), 121-134.
27. Öztürk, Y. ve Yazıcıoğlu, İ. (2002). Gelişmekte olan ülkeler için alternatif turizm faaliyetleri üzerine teorik bir çalışma. *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 2, 183-195.
28. Parasuraman, A., Zeithaml, V. A. ve Berry, L. L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of Marketing*, 49, 41-50.
29. Poon, W. ve Low, K. L. (2005). Are travelers satisfied with Malaysian hotels. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 17(3), 217-227.
30. Sipahi, B., Yurtkoru, E. S. ve Çinko, M. (2006). *Sosyal bilimlerde SPSS'le veri analizi*. İstanbul: Beta Basım Yayım.
31. Tabachnick, B. G. ve Fidell, L. S. (2013). *Using multivariate statistics* (6. Baskı). London: Pearson.
32. Tunçsiper, B., Erdem, B. ve Kulnazarova, A. (2003, Ekim). Spor ve turizm: sportif faaliyetlerin turizmin gelişmesindeki etkisi. *Beden Eğitimi ve Sporda Sosyal Alanlar Kongresi Bildiriler Kitabı*, Ankara.
33. Torlak, Ö. (1998, Mayıs). Hizmet kalitesini iyileştirmede belediye hizmet kullanıcılarının şikayet sürecinin düzenlenmesi. *Kamu Yönetiminde Kalite 1. Ulusal Kongresine sunulan bildiri*, TODAİE, Ankara.
34. Voigt, D. (1998). Spor sosyolojisi (Çev, A. Atalay). İstanbul.
35. Yapraklı, Ş. ve Sağlık, E. (2010). Hizmet işletmelerinde rekabet aracı olarak hizmet kalitesi ve ilişki kalitesi: konaklama işletmelerinde bir uygulama. *Öneri Dergisi*, 9(34), 71-85.
36. Yeşil, M. (2015). *Antalya'da spor turizmi: mevcut durumun tespiti* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme ABD, Antalya.
37. Yıldız, Y., Onağ, Z. ve Onağ, A. O. (2013). Spor ve rekreasyon hizmetlerinde algılanan hizmet kalitesinin incelenmesi: fitness merkezi örneği. *Uluslararası Hakemli Beşeri ve Akademik Bilimler Dergisi*, 2(3), 114-130.
38. Yüzgenç, A. ve Özgül, S. (2014). Yerel yönetimlerin sunduğu spor hizmetlerinde hizmet kalitesi (gençlik merkezleri ve aile yaşam gençlik merkezleri örneği). *Spor Bilimleri Dergisi*, 25(2), 79-93.
39. Zikmund, W. G. (1997). *Business research methods* (5th Edition). Orlando: The Dryden Press.