





**BELEDİYELERİN SUNDUĞU REKREASYONEL SPOR  
HİZMETLERİNDEN YARARLANAN TÜKETİCİLERİN HİZMET  
KALİTESİ VE TATMİN DÜZEYLERİNİN İNCELENMESİ**

**Türkan Nihan SABIRLI**

**DOKTORA TEZİ  
BEDEN EĞİTİMİ VE SPOR ANABİLİM DALI**

**GAZİ ÜNİVERSİTESİ  
SAĞLIK BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ**

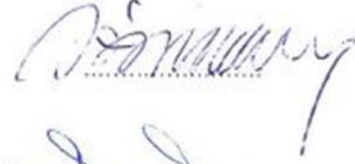
**MART 2018**

Türkan Nihan SABIRLI tarafından hazırlanan "Belediyelerin Sunduğu Rekreatif Spor Hizmetlerinden Yararlanan Tüketicilerin Hizmet Kalitesi ve Tatmin Düzeylerinin İncelenmesi" adlı tez çalışması aşağıdaki jüri tarafından OY BİRLİĞİ / ~~OY ÇOKLUĞU~~ ile Gazi Üniversitesi Beden Eğitimi ve Spor Anabilim Dalında DOKTORA TEZİ olarak kabul edilmiştir.

**Danışman (Başkan):** Prof. Dr. A. Azmi YETİM  
Beden Eğitimi ve Spor Anabilim Dalı, Gazi Üniversitesi  
Bu tezin, kapsam ve kalite olarak Doktora Tezi olduğunu onaylıyorum



**Üye:** Doç. Dr. Hakan SUNAY  
Beden Eğitimi ve Spor Anabilim Dalı, Ankara Üniversitesi  
Bu tezin, kapsam ve kalite olarak Doktora Tezi olduğunu onaylıyorum



**Üye:** Yrd. Doç. Dr. İ. Fatih YENEL  
Beden Eğitimi ve Spor Anabilim Dalı, Gazi Üniversitesi  
Bu tezin, kapsam ve kalite olarak Doktora Tezi olduğunu onaylıyorum



**Üye:** Prof. Dr. Oktay Cem ADIGÜZEL  
Eğitim Programları ve Öğretim Anabilim Dalı, Anadolu Üniversitesi  
Bu tezin, kapsam ve kalite olarak Doktora Tezi olduğunu onaylıyorum



**Üye:** Doç. Dr. Tekin ÇOLAKOĞLU  
Beden Eğitimi ve Spor Anabilim Dalı, Gazi Üniversitesi  
Bu tezin, kapsam ve kalite olarak Doktora Tezi olduğunu onaylıyorum



Tez Savunma Tarihi: 01/03/2018

Jüri üyeleri tarafından DOKTORA tezi olarak uygun görülmüş olan bu tez Gazi Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü Yönetim Kurulu kararı ile onaylanmıştır.

Prof. Dr. Mustafa ASLAN  
Sağlık Bilimleri Enstitüsü Müdürü

## ETİK BEYAN

Gazi Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü Tez Yazım Kurallarına uygun olarak hazırladığım bu tez çalışmada;

- Tez içinde sunduğum verileri, bilgileri ve dokümanları akademik ve etik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi,
- Tüm bilgi, belge, değerlendirme ve sonuçları bilimsel etik ve ahlak kurallarına uygun olarak sunduğumu,
- Tez çalışmada yararlandığım eserlerin tümüne uygun atıfta bulunarak kaynak gösterdiğimi,
- Kullanılan verilerde herhangi bir değişiklik yapmadığımı,
- Bu tezde sunduğum çalışmanın özgün olduğunu,

bildirir, aksi bir durumda aleyhime doğabilecek tüm hak kayıplarını kabullendiğimi beyan ederim.

Türkan Nihan SABIRLI

01/03/2018



BELEDİYELERİN SUNDUĞU REKREASYONEL SPOR HİZMETLERİNDEN  
YARARLANAN TÜKETİCİLERİN HİZMET KALİTESİ VE TATMİN  
DÜZEYLERİNİN İNCELENMESİ  
(Doktora Tezi)

Türkan Nihan SABIRLI

GAZİ ÜNİVERSİTESİ  
SAĞLIK BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ

Mart 2018

ÖZET

Bu araştırmada, belediyelerin sunduğu rekreasyonel spor etkinliklerine katılan 18 yaş üstü tüketicilerin hizmet kalitesi ve tatmin düzeylerinin çeşitli değişkenlere göre incelenmesi ve hizmet kalitesi ile tatmin düzeyleri arasındaki ilişkinin belirlenmesi amaçlanmaktadır. Araştırmada 2015 yılında Eskişehir Büyükşehir Belediyesi ve merkez ilçelerinde ki rekreasyonel sportif etkinliklere katılan 18 yaş üstü tüketiciler yer almıştır. Araştırmaya evren içinden olasılıklı örneklem yöntemlerinden gönüllülük esasına dayalı basit seçkisiz örneklem yöntemi ile seçilen (%80) 791 kadın, (%20) 198 erkek olmak üzere toplam 989 katılımcı yer almıştır. Araştırmada veri toplama aracı olarak Yong Jae Ko, Donna L. Pastore (2005) tarafından geliştirilmiş ve Demir Demir Köşker, Çimen (2012) tarafından Türkçe'ye uyarlanan "Rekreasyonel Spor Hizmetleri Kalite Ölçeği" ve Alexandris ve Palialia (1999) tarafından geliştirilmiş ve Şimşek ve Mercanoğlu (2014) tarafından Türkçe'ye uyarlanan "Spor Tüketicisi Tatmin Ölçeği" kullanılmıştır. Veriler normal dağılım göstermediğinden parametrik olmayan testler kullanılarak analiz edilmiştir. Araştırmadan elde edilen verilerin analizinde, yüzde ve frekans dağılımları ile bağımsız değişkenlerdeki iki grubun karşılaştırılması için Mann-Whitney U testinden; ikiden fazla grubun karşılaştırılmasında Kruskal-Wallis testi tercih edilmiştir. Ayrıca katılımcıların hizmet kalitesi ile tatmin düzeyleri arasındaki ilişkinin yorumlanması amacıyla pearson korelasyon analizi tercih edilmiştir. İstatistiksel çözümlerlerin yapılması sürecinde anlamlılık düzeyi, .05 olarak kabul edilmiştir. Yapılan araştırma sonucunda; tüketicilerin cinsiyet, yaş, sosyal statü, eğitim durumu, etkinliklere katılım süresi, etkinliklere katılım sıklığı ve hane geliri ile hizmet kalitesi ve tatmin düzeyleri arasında fark olduğu ve hizmet kalitesi ile tatmin düzeyleri arasında anlamlı ilişki olduğu belirlenmiştir.

Bilim Kodu : 1301  
Anahtar Kelimeler : Belediye, Rekreasyon, Hizmet Kalitesi, Tatmin  
Sayfa Adedi : 136  
Danışman : Prof. Dr. A. Azmi YETİM

EXAMINATION OF SERVICE QUALITY and SATISFACTION LEVELS OF  
CONSUMERS WHO ARE PARTICIPATING in RECREATIONAL SPORT EVENTS  
OFFERED by MUNICIPALITIES

(Ph.D. Thesis)

Türkan Nihan SABIRLI

GAZİ UNIVERSITY  
INSTITUTE OF HEALTH SCIENCES

March 2018

ABSTRACT

In this research, it is aimed to examine the perception of service quality and satisfaction levels of over 18 years old consumers who are participating in recreational sport events offered by municipalities according to various variables and to determine the relationship between service quality and satisfaction levels. This research included consumers over the age of 18 who participated in the recreational sports events in Eskişehir Metropolitan Municipality and central districts in 2015. A total of 989 participants, 791 female (80%) and 198 male (20%), selected by simple random sampling method based on voluntarism of probable sampling methods from the universe were included in the study. In the research, the Scale of “Service Quality in Recreational Sports” developed by Yong Jae Ko, Donna L. Pastore (2005) and was adapted into Turkish by Demir Köşker ve Çimen (2012) and “Recreative Consumer’s Satisfaction Scale” which was developed by Alexandris and Paliatia (1999) was adapted into Turkish by Şimşek and Mercanoğlu (2014) were used as data collection tool. Since the data wasn’t normally distributed, it was analyzed by using nonparametric tests. In the analysis of the data, the Mann-Whitney U test was used to compare percentile and frequency distributions and compare two group of independent variables; the Kruskal-Wallis test was preferred when comparing more than two group. Pearson correlation analysis was also preferred in order to interpret the relationship between participants' perception of service quality and satisfaction levels. The level of significance in the process of statistical analysis was accepted as .05. As a result of the research; it was determined that there were a significant difference between consumers' gender, age, social status, educational status, duration of participation in activities, frequency of participation in activities, household income and service quality and satisfaction levels, and there were also significant difference between service quality and satisfaction.

Science Code : 1301  
Key Words : Municipal, Recreation, Service Quality, Satisfaction  
Page Number : 136  
Advisor : Prof. Dr. A. Azmi YETİM

## TEŞEKKÜR

Doktora eğitimimin başladığı günden itibaren desteğini hissettiren ve birlikte çalışmaktan onur duyduğum hocam ve danışmanım Prof.Dr. A.Azmi YETİM' e, bu yola adım atmamda beni destekleyen Prof.Dr. Güven SEVİL' e, çalışmam sırasında her türlü desteğini esirgemeyen Prof.Dr.O.Cem ADIGÜZEL' e, benimle fikirlerini paylaşıp zamanını ayıran Doç.Dr. Gökçe YÜKSEK' e, Doç.Dr. Serdar KOCAEKŞİ ve Öğr. Gör. Nalan AKSAKAL' a, kapısını her çaldığımda beni yorulmadan dinleyen ve yol gösteren Yrd. Doç. Dr. Fatih YENEL' e, hakkını ödeyemeyeceğim Dr. Oktay ÇİMEN' e, örnek aldığım ablam Öğr.Gör. Tuba SEVİL' e, dostum Okt. Demet DEMİR DOĞAN' a, her sıkıştığım noktada yardımına koşan Arş.Gör. Arıkan EKTİRİCİ ve Ansay HIZAL' a , doğduğum andan itibaren desteğini esirgemeyen, bana inanan ve evlatları olduğumdan onur ve gurur duyduğum ANNEM, BABAM ve KARDEŞİME, hayatıma dokunanlara;

Sabrınız ve desteğiniz için sonsuz teşekkürlerimi ve saygılarımı sunuyorum



**İÇİNDEKİLER**

	<b>Sayfa</b>
ÖZET .....	iv
ABSTRACT.....	v
TEŞEKKÜR.....	vi
İÇİNDEKİLER .....	vii
ÇİZELGELERİN LİSTESİ.....	ix
ŞEKİLLERİN LİSTESİ.....	xvi
1. GİRİŞ.....	1
2. GENEL BİLGİLER .....	7
2.1. Belediyelerin Rekreatiyonel Sportif Etkinlikler ile İlgili Faaliyetleri .....	7
2.1.1. Belediyelerin konu ile ilgili sorumlulukları .....	8
2.1.2. Rekreatiyonel sportif etkinlikler.....	9
2.1.3. Rekreatiyon ve teorileri.....	11
2.1.4. Rekreatiyon ve spor.....	16
2.1.5. Belediyeler ve rekreatiyonel etkinlikler .....	17
2.2. Rekreatiyonel Sportif Etkinliklerde Hizmet Kalitesi ve Tüketici Tatmini .....	22
2.2.1. Hizmet ve hizmet kalitesi kavramı .....	22
2.2.2. Sportif etkinliklerde hizmet kalitesi .....	26
2.2.3. Tüketici tatmini .....	28
2.2.4. Sportif etkinliklerde tüketici tatmini ve hizmet kalitesi ilişkisi.....	30
3. YÖNTEM.....	33
3.1. Araştırmanın Modeli .....	33
3.2. Evren ve Örneklem .....	33
3.3. Veri Toplama Araçları .....	36
3.4. Verilerin Toplanması .....	37

	<b>Sayfa</b>
3.5. Veri Analizi .....	38
4. BULGULAR .....	39
5. TARTIŞMA .....	101
6. SONUÇ VE ÖNERİLER .....	113
KAYNAKLAR .....	117
EKLER.....	129
EK-1. Etik Komisyonu.....	130
EK-2. Etik Kurul Onayı .....	132
EK-3. Ölçekler .....	132
ÖZGEÇMİŞ .....	135

## ÇİZELGELERİN LİSTESİ

<b>Çizelge</b>	<b>Sayfa</b>
Çizelge 3.1. Örneklem grubu demografik bilgiler .....	34
Çizelge 3.2. Yararlanılan etkinlik türü.....	35
Çizelge 3.3. Rekreatyonel spor hizmet kalite ölçęęi ve spor tüketicisi tatmin ölçęęi normallik dağılımları.....	38
Çizelge 4.1. Belediyelerin sunduğu rekreatyonel spor hizmetlerinden yararlanan tüketicilerin hizmet kalitesi düzeyleri cinsiyet değişkenine göre Mann-Whitney U testi sonuçları.....	39
Çizelge 4.2. Belediyelerin sunduğu rekreatyonel spor hizmetlerinden yararlanan tüketicilerin hizmet kalitesi düzeyleri yaş değişkenine göre Kruskal Wallis testi sonuçları .....	40
Çizelge 4.3. Belediyelerin sunduğu rekreatyonel spor etkinliklerine katılan tüketicilerin 18-30/ 31-40 yaşa göre hizmet kalitesi alt boyutlarının Mann-Whitney U testi sonuçları .....	41
Çizelge 4.4. Rekreatyonel spor etkinliklerine katılan tüketicilerin 18-30/ 41-55 yaşa göre hizmet kalitesi alt boyutlarının Mann-Whitney U testi sonuçları .....	42
Çizelge 4.5. Rekreatyonel spor etkinliklerine katılan tüketicilerin 18-30/ 56 ve üstü yaşa göre hizmet kalitesi alt boyutlarının Mann-Whitney U testi sonuçları .....	42
Çizelge 4.6. Belediyelerin sunduğu rekreatyonel spor hizmetlerinden yararlanan tüketicilerin hizmet kalitesi düzeyleri yararlandıkları etkinlik sayısına göre Kruskal Wallis testi sonuçları .....	44
Çizelge 4.7. Rekreatyonel spor etkinliklerine katılan tüketicilerin 1 etkinlik- 2 etkinliğe göre hizmet kalitesi alt boyutlarının Mann-Whitney U testi sonuçları .....	45
Çizelge 4.8. Rekreatyonel spor etkinliklerine katılan tüketicilerin 1 etkinlik- 3 etkinliğe göre hizmet kalitesi alt boyutlarının Mann-Whitney U testi sonuçları .....	46
Çizelge 4.9. Belediyelerin sunduğu rekreatyonel spor hizmetlerinden yararlanan tüketicilerin hizmet kalitesi sosyal statülerine göre Kruskal Wallis testi sonuçları .....	48
Çizelge 4.10. Rekreatyonel spor etkinliklerine katılan tüketicilerin öğrenci-ev hanımına göre hizmet kalitesi alt boyutlarının Mann-Whitney U testi sonuçları .....	49

<b>Çizelge</b>	<b>Sayfa</b>
Çizelge 4.11. Rekreatyonel spor etkinliklerine katılan tüketicilerin öğrenci-işçiye göre hizmet kalitesi alt boyutlarının Mann-Whitney U testi sonuçları....	50
Çizelge 4.12. Rekreatyonel spor etkinliklerine katılan tüketicilerin öğrenci-memura göre hizmet kalitesi alt boyutlarının Mann-Whitney U testi sonuçları....	50
Çizelge 4.13. Rekreatyonel spor etkinliklerine katılan tüketicilerin öğrenci-serbest mesleğe göre hizmet kalitesi alt boyutlarının Mann-Whitney U testi sonuçları.....	51
Çizelge 4.14. Rekreatyonel spor etkinliklerine katılan tüketicilerin öğrenci-emekliye göre hizmet kalitesi alt boyutlarının Mann-Whitney U testi sonuçları....	51
Çizelge 4.15. Rekreatyonel spor etkinliklerine katılan tüketicilerin ev hanımı-işçiye göre hizmet kalitesi alt boyutlarının Mann-Whitney U testi sonuçları....	52
Çizelge 4.16. Rekreatyonel spor etkinliklerine katılan tüketicilerin ev hanımı-memura göre hizmet kalitesi alt boyutlarının Mann-Whitney U testi sonuçları.....	53
Çizelge 4.17. Rekreatyonel spor etkinliklerine katılan tüketicilerin ev hanımı-serbest mesleğe göre hizmet kalitesi alt boyutlarının Mann-Whitney U testi sonuçları.....	53
Çizelge 4.18. Rekreatyonel spor etkinliklerine katılan tüketicilerin ev hanımı-emekliye göre hizmet kalitesi alt boyutlarının Mann-Whitney U testi sonuçları.....	54
Çizelge 4.19. Rekreatyonel spor etkinliklerine katılan tüketicilerin ev hanımı-çalışmıyora göre hizmet kalitesi alt boyutlarının Mann-Whitney U testi sonuçları.....	55
Çizelge 4.20. Rekreatyonel spor etkinliklerine katılan tüketicilerin işçi-çalışmıyora göre hizmet kalitesi alt boyutlarının Mann-Whitney U testi sonuçları....	55
Çizelge 4.21. Rekreatyonel spor etkinliklerine katılan tüketicilerin memur-serbest mesleğe göre hizmet kalitesi alt boyutlarının Mann-Whitney U testi sonuçları.....	57
Çizelge 4.22. Rekreatyonel spor etkinliklerine katılan tüketicilerin memur- emekli'ye göre hizmet kalitesi alt boyutlarının Mann-Whitney U testi sonuçları....	57
Çizelge 4.23. Rekreatyonel spor etkinliklerine katılan tüketicilerin serbest meslek-emekliye göre hizmet kalitesi alt boyutlarının Mann-Whitney U testi sonuçları.....	58
Çizelge 4.24. Rekreatyonel spor etkinliklerine katılan tüketicilerin emekli-çalışmıyora göre hizmet kalitesi alt boyutlarının Mann-Whitney U testi sonuçları.....	58

<b>Çizelge</b>	<b>Sayfa</b>
Çizelge 4.25. Belediyelerin sunduğu rekreasyonel spor hizmetlerinden yararlanan tüketicilerin hizmet kalitesi eğitim durumlarına göre Kruskal Wallis testi sonuçları .....	60
Çizelge 4.26. Rekreasyonel spor etkinliklerine katılan tüketicilerin ilköğretim-ortaöğretime göre hizmet kalitesi alt boyutlarının Mann-Whitney U testi sonuçları .....	61
Çizelge 4.27. Rekreasyonel spor etkinliklerine katılan tüketicilerin ilköğretim-önlisans/lisans'a göre hizmet kalitesi alt boyutlarının Mann-Whitney U testi sonuçları .....	62
Çizelge 4.28. Rekreasyonel spor etkinliklerine katılan tüketicilerin ilköğretim-lisansüstüne göre hizmet kalitesi alt boyutlarının Mann-Whitney U testi sonuçları .....	62
Çizelge 4.29. Rekreasyonel spor etkinliklerine katılan tüketicilerin ilköğretim-okur yazar değile göre hizmet kalitesi alt boyutlarının Mann-Whitney U testi sonuçları .....	63
Çizelge 4.30. Rekreasyonel spor etkinliklerine katılan tüketicilerin ortaöğretim-önlisans/lisans'a göre hizmet kalitesi alt boyutlarının Mann-Whitney U testi sonuçları .....	63
Çizelge 4.31. Rekreasyonel spor etkinliklerine katılan tüketicilerin ortaöğretim-lisansüstüne göre hizmet kalitesi alt boyutlarının Mann-Whitney U testi sonuçları .....	64
Çizelge 4.32. Rekreasyonel spor etkinliklerine katılan tüketicilerin önlisans/lisans-lisansüstü'ne göre hizmet kalitesi alt boyutlarının Mann-Whitney U testi sonuçları .....	65
Çizelge 4.33. Rekreasyonel spor etkinliklerine katılan tüketicilerin önlisans-lisans/Okur-Yazar Değil' e göre hizmet kalitesi alt boyutlarının Mann-Whitney U testi sonuçları .....	65
Çizelge 4.34. Belediyelerin sunduğu rekreasyonel spor hizmetlerinden yararlanan tüketicilerin hizmet kalitesi etkinliklere katılma süresine göre Kruskal Wallis testi sonuçları.....	66
Çizelge 4.35. Rekreasyonel spor etkinliklerine katılan tüketicilerin 0-1 yıl/2-3 yıla göre hizmet kalitesi alt boyutlarının Mann-Whitney U testi sonuçları.....	67
Çizelge 4.36. Rekreasyonel spor etkinliklerine katılan tüketicilerin 0-1 yıl/4 yıl ve üzerine göre hizmet kalitesi alt boyutlarının Mann-Whitney U testi sonuçları.....	68
Çizelge 4.37. Rekreasyonel spor etkinliklerine katılan tüketicilerin 2-3 yıl/4 yıl ve üzerine göre hizmet kalitesi alt boyutlarının Mann-Whitney U testi sonuçları.....	68

<b>Çizelge</b>	<b>Sayfa</b>
Çizelge 4.38. Belediyelerin sunduğu rekreasyonel spor hizmetlerinden yararlanan tüketicilerin hizmet kalitesi etkinliklere katılım sıklıklarına göre Kruskal Wallis testi sonuçları .....	70
Çizelge 4.39. Rekreasyonel spor etkinliklerine katılan tüketicilerin haftada 2 / haftada 3'e göre hizmet kalitesi alt boyutlarının Mann-Whitney U testi sonuçları .....	71
Çizelge 4.40. Belediyelerin sunduğu rekreasyonel spor hizmetlerinden yararlanan tüketicilerin hizmet kalitesi hane gelirlerine göre Kruskal Wallis testi sonuçları .....	73
Çizelge 4.41. Rekreasyonel spor etkinliklerine katılan tüketicilerin 1300TL ve altı ile 1301- 2500TL'ye göre hizmet kalitesi alt boyutlarının Mann-Whitney U testi sonuçları .....	74
Çizelge 4.42. Rekreasyonel spor etkinliklerine katılan tüketicilerin 1300TL ve altı ile 2501-3500TL'ye göre hizmet kalitesi alt boyutlarının Mann-Whitney U testi sonuçları .....	74
Çizelge 4.43. Rekreasyonel spor etkinliklerine katılan tüketicilerin 1300 ve altı ile 4501TL ve üzeriye göre hizmet kalitesi alt boyutlarının Mann-Whitney U testi sonuçları .....	75
Çizelge 4.44. Rekreasyonel spor etkinliklerine katılan tüketicilerin 1301-2500TL/ 2501-3500TL'e göre hizmet kalitesi alt boyutlarının Mann-Whitney U testi sonuçları .....	75
Çizelge 4.45. Rekreasyonel spor etkinliklerine katılan tüketicilerin 1301-2500TL/ 4501TL ve üzerine göre hizmet kalitesi alt boyutlarının Mann-Whitney U testi sonuçları .....	76
Çizelge 4.46. Rekreasyonel spor etkinliklerine katılan tüketicilerin 2501-3500TL/ 3501-4500TL'ye göre hizmet kalitesi alt boyutlarının Mann-Whitney U testi sonuçları .....	77
Çizelge 4.47. Rekreasyonel spor etkinliklerine katılan tüketicilerin 2501-3500TL/ 4501TL ve üzerine göre hizmet kalitesi alt boyutlarının Mann-Whitney U testi sonuçları .....	77
Çizelge 4.48. Rekreasyonel spor etkinliklerine katılan tüketicilerin 3501-4500TL/ 4501TL ve üzerine göre hizmet kalitesi alt boyutlarının Mann-Whitney U testi sonuçları .....	78
Çizelge 4.49. Rekreasyonel spor etkinliklerine katılan tüketicilerin cinsiyete göre toplam tatmin düzeyleri alt boyutlarının Mann-Whitney U testi sonuçları .....	78

<b>Çizelge</b>	<b>Sayfa</b>
Çizelge 4.50. Belediyelerin sunduğu rekreasyonel spor hizmetlerinden yararlanan tüketicilerin yaş değişkenine göre tatmin düzeyleri Kruskal Wallis testi sonuçları.....	79
Çizelge 4.51. Rekreasyonel spor etkinliklerine katılan tüketicilerin 18-30/ 31-40 yaşa göre tatmin düzeyleri alt boyutlarının Mann-Whitney U testi sonuçları.....	80
Çizelge 4.52. Rekreasyonel spor etkinliklerine katılan tüketicilerin 18-30/ 41-55 yaşa göre tatmin düzeyleri alt boyutlarının Mann-Whitney U testi sonuçları.....	80
Çizelge 4.53. Rekreasyonel spor etkinliklerine katılan tüketicilerin 18-30/ 56 ve üstü yaşa göre tatmin düzeyleri alt boyutlarının Mann-Whitney U testi sonuçları.....	80
Çizelge 4.54. Rekreasyonel spor etkinliklerine katılan tüketicilerin etkinlik sayısına göre tatmin düzeyleri alt boyutlarının Kruskal Wallis testi sonuçları .....	81
Çizelge 4.55. Rekreasyonel spor etkinliklerine katılan tüketicilerin 1 etkinlik- 2 etkinliğe göre tatmin düzeyleri alt boyutlarının Mann-Whitney U testi sonuçları .....	82
Çizelge 4.56. Rekreasyonel spor etkinliklerine katılan tüketicilerin 1 etkinlik- 3 etkinliğe göre tatmin düzeyleri alt boyutlarının Mann-Whitney U testi sonuçları .....	82
Çizelge 4.57. Belediyelerin sunduğu rekreasyonel spor hizmetlerinden yararlanan tüketicilerin sosyal statülerine göre tatmin düzeyleri Kruskal Wallis testi sonuçları .....	84
Çizelge 4.58. Rekreasyonel spor etkinliklerine katılan tüketicilerin öğrenci-ev hanımına göre tatmin düzeyleri alt boyutlarının Mann-Whitney U testi sonuçları .....	85
Çizelge 4.59. Rekreasyonel spor etkinliklerine katılan tüketicilerin öğrenci-serbest mesleğe göre tatmin düzeyleri alt boyutlarının Mann-Whitney U testi sonuçları .....	85
Çizelge 4.60. Rekreasyonel spor etkinliklerine katılan tüketicilerin öğrenci-emekliye göre tatmin düzeyleri alt boyutlarının Mann-Whitney U testi sonuçları.....	86
Çizelge 4.61. Rekreasyonel spor etkinliklerine katılan tüketicilerin öğrenci-çalışmıyora göre tatmin düzeyleri alt boyutlarının Mann-Whitney U testi sonuçları .....	86
Çizelge 4.62. Rekreasyonel spor etkinliklerine katılan tüketicilerin ev hanımı-işçiye göre tatmin düzeyleri alt boyutlarının Mann-Whitney U testi sonuçları.....	86

<b>Çizelge</b>	<b>Sayfa</b>
Çizelge 4.63. Rekreatyonel spor etkinliklerine katılan tüketicilerin ev hanımı-memura göre tatmin düzeyleri alt boyutlarının Mann-Whitney U testi sonuçları .....	87
Çizelge 4.64. Rekreatyonel spor etkinliklerine katılan tüketicilerin ev hanımı-serbest mesleğe göre tatmin düzeyleri alt boyutlarının Mann-Whitney U testi sonuçları .....	87
Çizelge 4.65. Rekreatyonel spor etkinliklerine katılan tüketicilerin ev hanımı-çalışmıyor sosyal statüye göre tatmin düzeyleri alt boyutlarının Mann-Whitney U testi sonuçları .....	88
Çizelge 4.66. Rekreatyonel spor etkinliklerine katılan tüketicilerin işçi-çalışmıyora göre tatmin düzeyleri alt boyutlarının Mann-Whitney U testi sonuçları .	88
Çizelge 4.67. Rekreatyonel spor etkinliklerine katılan tüketicilerin memur-serbest mesleğe göre tatmin düzeyleri alt boyutlarının Mann-Whitney U testi sonuçları .....	89
Çizelge 4.68. Rekreatyonel spor etkinliklerine katılan tüketicilerin memur-çalışmıyora göre tatmin düzeyleri alt boyutlarının Mann-Whitney U testi sonuçları.....	89
Çizelge 4.69. Rekreatyonel spor etkinliklerine katılan tüketicilerin serbest meslek-emekliye göre tatmin düzeyleri alt boyutlarının Mann-Whitney U testi sonuçları .....	89
Çizelge 4.70. Rekreatyonel spor etkinliklerine katılan tüketicilerin serbest meslek-çalışmıyora göre tatmin düzeyleri alt boyutlarının Mann-Whitney U testi sonuçları.....	90
Çizelge 4.71. Rekreatyonel spor etkinliklerine katılan tüketicilerin emekli-çalışmıyora göre tatmin düzeyleri alt boyutlarının Mann-Whitney U testi sonuçları.....	90
Çizelge 4.72. Belediyelerin sunduğu rekreatyonel spor hizmetlerinden yararlanan tüketicilerin tatmin düzeylerinin eğitim durumlarına göre Kruskal Wallis testi sonuçları .....	91
Çizelge 4.73. Rekreatyonel spor etkinliklerine katılan tüketicilerin ilköğretim önlisans/lisansa göre tatmin düzeylerinin alt boyutlarının Mann-Whitney U testi sonuçları .....	92
Çizelge 4.74. Rekreatyonel spor etkinliklerine katılan tüketicilerin ilköğretim-lisansüstüne göre tatmin düzeylerinin alt boyutlarının Mann-Whitney U testi sonuçları.....	92
Çizelge 4.75. Rekreatyonel spor etkinliklerine katılan tüketicilerin ortaöğretim-önlisans/ lisansa göre tatmin düzeyleri alt boyutlarının Mann-Whitney U testi sonuçları.....	92



<b>Çizelge</b>	<b>Sayfa</b>
Çizelge 4.76. Belediyelerin sunduğu rekreasyonel spor hizmetlerinden yararlanan tüketicilerin tatmin düzeylerinin etkinliklere katılma süresine göre Kruskal Wallis testi sonuçları .....	93
Çizelge 4.77. Rekreasyonel spor etkinliklerine katılan tüketicilerin 0-1 yıl/2-3 yıla göre tatmin düzeylerinin alt boyutlarının Mann-Whitney U testi sonuçları .....	94
Çizelge 4.78. Rekreasyonel spor etkinliklerine katılan tüketicilerin 0-1 yıl/4 yıl ve üzerine göre tatmin düzeylerinin alt boyutlarının Mann-Whitney U testi sonuçları.....	94
Çizelge 4.79. Belediyelerin sunduğu rekreasyonel spor hizmetlerinden yararlanan tüketicilerin tatmin düzeylerinin etkinliklere haftalık katılma sıklıklarına göre Kruskal Wallis testi sonuçları .....	95
Çizelge 4.80. Rekreasyonel spor etkinliklerine katılan tüketicilerin haftada 2 / haftada 3'e göre tatmin düzeyleri alt boyutlarının Mann-Whitney U testi sonuçları.....	96
Çizelge 4.81. Belediyelerin sunduğu rekreasyonel spor hizmetlerinden yararlanan tüketicilerin tatmin düzeylerinin hane gelirlerine göre Kruskal Wallis testi sonuçları.....	97
Çizelge 4.82. Rekreasyonel spor etkinliklerine katılan tüketicilerin 1300TL ve altı-2501-3500TL' ye göre tatmin düzeylerinin alt boyutlarının Mann-Whitney U testi sonuçları .....	98
Çizelge 4.83. Rekreasyonel spor etkinliklerine katılan tüketicilerin 1301-2500TL/3501-4500TL' ye göre tatmin düzeylerinin alt boyutlarının Mann-Whitney U testi sonuçları .....	98
Çizelge 4.84. Rekreasyonel spor etkinliklerine katılan tüketicilerin 2501-3500TL/3501-4500TL' ye göre tatmin düzeylerinin alt boyutlarının Mann-Whitney U testi sonuçları .....	98
Çizelge 4.85. Toplam hizmet kalitesi ve tatmin düzeyleri korelasyon .....	99

## ŞEKİLLERİN LİSTESİ

Şekil	Sayfa
Şekil 2.1. Fonksiyonel açıdan rekreasyon çeşitleri .....	10
Şekil 2.2. Maslow' un ihtiyaçlar hiyerarşisi .....	12
Şekil 2.3. Belediye ve Spor ilişkisi .....	21



## 1. GİRİŞ

Yerel yönetim kuruluşlarına bakıldığında en önemli olanı ve halka en yakın kuruluşlar olarak bilinen kuruluşlar belediyelerdir (Gümüş, 2016: 2) ve belediyelerdeki temel amacın halkın ihtiyaç ve isteklerine yönelik hizmetler sunmak olduğu söylenebilir.

Kamu kurumlarındaki sosyo-kültürel, sportif ve sanatsal etkinliklerin halkın ihtiyaçları doğrultusunda oluşturulabilmenin, geliştirilebilmenin, çeşitlendirilebilmenin ve etkinliklere katılımı artırılabilmenin yollarından biri, kamu kurumlarının tesislerinden yararlanan boş zaman tüketicilerinin tatmin düzeylerini belirlemektir (Şimşek ve Mercanoğlu, 2014).

Rekreasyon etkinliklerine bireyleri yönlendiren çok fazla etken olduğu bilinmektedir. Munusturlar ve diğerleri (2016:11) günümüz modern toplumunda ağır fiziksel yük gerektiren işlerin eskiye göre azalmasından ve zihnen insanların daha çok yoruluyor olmalarından dolayı hafif ve dinlendirici aktivitelerin yerine daha yoğun ve fiziksel çaba gerektiren aktivitelerin tercih edildiğini ifade etmişlerdir.

Spor, farklı demografik özelliklere sahip her türlü insanın her türlü rekreatif ihtiyaçlarına cevap verebilecek özelliklere sahiptir (Metin, Kesici ve Kodaş, 2013). Günümüzde spor yapan kişilerin spor yapma amaçlarına bakıldığında; sporun sağlığı koruma, zevk ve eğlence olması, çalışma verimini arttırması, sosyal, yeni arkadaş çevresi oluşturması gibi nedenler (Tel ve Köksalan,2008) ile dinlenmek ve hoşça vakit geçirmekten güçlü olmaya ya da para kazanmaya kadar geniş ve değişken bir yelpaze içinde yer almaktadır (Göktepe, 2008: 29).

Spor ve rekreasyon sadece boş zamanlarıyla değil, aynı zamanda yavaş yaşama uygun fiziksel aktivite, sağlık ve yaşam genel eğilimi ile yakından ilgilidir (Stanisz; 2016) ve özellikle ileri yaşlarda bireylerin yaşam kaliteleri üzerindeki pozitif etkilerinin üzerinde durulan sportif rekreasyonun önemi gün geçtikçe herkes tarafından bilinir hale gelmektedir (Gökçe, 2008:18).

Spor işletmelerinde yürütülen etkinliklerin temel amacı; tüketicilere birbirinden farklı sportif ihtiyaç ve isteklerini karşılayacak hizmetlerin sağlanmasıdır (Ekenci ve İmamoğlu, 1998: 7).

Rekreasyon fırsat yapısı üç temel sonuçtan oluşur: Birincisi, bireylere belirgin sosyal ağlar geliştirme fırsatı; ikincisi, kişinin kimliğinin yeniden belirlenmesini veya daha da geliştirilmesini kolaylaştırması ve sonuncusu bireyin mevcut durumunun kısıtlamaları nedeniyle bir özgürlük duygusu sağlamasıdır (Lundberg, Taniguchi, McCormick ve Tibbs, 2011).

Bu çalışmada amaç belediyelerin sunduğu rekreasyonel spor hizmetlerinden yararlanan tüketicilerin hizmet kalitesi ve tatmin düzeylerinin incelenmesidir.

Literatür çalışmasında belediyelerin rekreasyonel sportif etkinlikler ile ilgili faaliyetleri açıklanarak rekreasyon teorileri anlatılmıştır. Ayrıca; rekreasyonel spor ile ilişkisi irdelenerek belediyelerin rekreasyonel etkinlikleri tanımlanmıştır. Bunun yanında hizmet kalitesi ve tatmin kavramları detaylı olarak ele alınarak sportif etkinliklerle hizmet kalitesi ve tatmin düzeyleri ilişkisi incelenmiştir.

#### Araştırmanın amacı

Bu araştırmada, belediyelerin sunduğu rekreasyonel spor etkinliklerine katılan 18 yaş üstü tüketicilerin hizmet kalitesi ve tatmin düzeylerinin çeşitli değişkenlere göre incelenmesi ve hizmet kalitesi ile tatmin düzeyleri arasındaki ilişkinin belirlenmesi amaçlanmaktadır.

#### Bağımlı bağımsız değişkenler

Yapılan araştırmanın bağımlı ve bağımsız değişkenleri kavramsal çerçeveye göre aşağıdaki gibidir:

#### *Bağımsız değişkenler*

Cinsiyet, yaş, yararlanılan etkinlik türü, sosyal statü, eğitim durumu, etkinliklere katılım süresi, etkinliklere katılım sıklığı, hane geliri araştırmanın bağımsız değişkenlerini oluşturmaktadır.

### *Bağımlı değişkenler*

Hizmet Kalitesi Ölçeği içerisinde yer alan; Program Kalitesi (program çeşitliliği, çalışma zamanı, bilgi); Etkileşim Kalitesi (müşteri çalışan etkileşimi, müşteriler arası etkileşim); Çıktı Kalitesi (fiziksel değişim, birleşim değeri, sosyalleşme); Fiziksel Çevre Kalitesi (tasarım, malzeme) ve tatmin ölçeği içerisinde yer alan; tesisi hizmetleri, bireysel/psikolojik, rahatlama, sosyal, sağlık/fitness alt boyutları araştırmanın bağımlı değişkenlerini oluşturmaktadır.

### Alt problemler

Yapılan araştırmanın alt problemleri;

- Belediyelerin sunduğu rekreasyonel spor hizmetlerinden yararlanan tüketicilerin hizmet kalitesi düzeyleri cinsiyet değişkenine göre istatistiksel olarak anlamlı fark göstermekte midir?
- Belediyelerin sunduğu rekreasyonel spor hizmetlerinden yararlanan tüketicilerin hizmet kalitesi düzeyleri yaş değişkenine göre istatistiksel olarak anlamlı fark göstermekte midir?
- Belediyelerin sunduğu rekreasyonel spor hizmetlerinden yararlanan tüketicilerin hizmet kalitesi düzeyleri yararlandıkları etkinlik sayısına göre istatistiksel olarak anlamlı fark göstermekte midir?
- Belediyelerin sunduğu rekreasyonel spor hizmetlerinden yararlanan tüketicilerin hizmet kalitesi sosyal statülerine göre istatistiksel olarak anlamlı fark göstermekte midir?
- Belediyelerin sunduğu rekreasyonel spor hizmetlerinden yararlanan tüketicilerin hizmet kalitesi eğitim durumlarına göre istatistiksel olarak anlamlı fark göstermekte midir?
- Belediyelerin sunduğu rekreasyonel spor hizmetlerinden yararlanan tüketicilerin hizmet kalitesi etkinliklere katılma süresine göre istatistiksel olarak anlamlı fark göstermekte midir?
- Belediyelerin sunduğu rekreasyonel spor hizmetlerinden yararlanan tüketicilerin hizmet kalitesi etkinliklere haftalık katılma sıklıklarına göre istatistiksel olarak anlamlı fark göstermekte midir?
- Belediyelerin sunduğu rekreasyonel spor hizmetlerinden yararlanan tüketicilerin hizmet kalitesi hane gelirlerine göre istatistiksel olarak anlamlı fark göstermekte midir?

- Belediyelerin sunduğu rekreasyonel spor hizmetlerinden yararlanan tüketicilerin tatmin düzeyleri cinsiyet değişkenine göre istatistiksel olarak anlamlı fark göstermekte midir?
- Belediyelerin sunduğu rekreasyonel spor hizmetlerinden yararlanan tüketicilerin tatmin düzeyleri yaş değişkenine göre istatistiksel olarak anlamlı fark göstermekte midir?
- Belediyelerin sunduğu rekreasyonel spor hizmetlerinden yararlanan tüketicilerin tatmin düzeyleri yararlandıkları etkinlik sayısına göre istatistiksel olarak anlamlı fark göstermekte midir?
- Belediyelerin sunduğu rekreasyonel spor hizmetlerinden yararlanan tüketicilerin tatmin düzeylerinin sosyal statülerine göre istatistiksel olarak anlamlı fark göstermekte midir?
- Belediyelerin sunduğu rekreasyonel spor hizmetlerinden yararlanan tüketicilerin tatmin düzeylerinin eğitim durumlarına göre istatistiksel olarak anlamlı fark göstermekte midir?
- Belediyelerin sunduğu rekreasyonel spor hizmetlerinden yararlanan tüketicilerin tatmin düzeylerinin etkinliklere katılma süresine göre istatistiksel olarak anlamlı fark göstermekte midir?
- Belediyelerin sunduğu rekreasyonel spor hizmetlerinden yararlanan tüketicilerin tatmin düzeylerinin etkinliklere haftalık katılma sıklıklarına göre istatistiksel olarak anlamlı fark göstermekte midir?
- Belediyelerin sunduğu rekreasyonel spor hizmetlerinden yararlanan tüketicilerin tatmin düzeylerinin hane gelirlerine göre istatistiksel olarak anlamlı fark göstermekte midir?
- Belediyelerin sunduğu rekreasyonel spor hizmetlerinden yararlanan tüketicilerin hizmet kalitesi ve tatmin düzeyleri arasında korelasyon göstermekte midir?

### Varsayımlar

Araştırmaya katılan bireylerin veri toplama formlarını yansız ve dürüst bir şekilde cevapladıkları ve yanıtların kişilerin gerçek görüşlerini yansıttığı varsayılmıştır.

### Araştırmanın sınırlılıkları

Bu araştırma Eskişehir Büyükşehir Belediyesi ve merkez ilçeler tarafından 2016 Haziran ve 2017 Mart ayları arasında rekreasyonel amaçlı sportif etkinliklere katılan 18 yaş üstü 989 kişi ile sınırlandırılmıştır.

### Araştırmanın önemi

Ağırlaşan yaşam koşulları ve teknolojik gelişmeler sonucu hareketsiz yaşamın artması, gerek fiziksel gerek psikolojik ve gerekse sosyolojik açıdan rekreasyonel etkinliklere katılımın önemini ortaya çıkarmaktadır.

Yerel yönetimler içerisinde önemli bir yere sahip olan belediyeler hizmet ettikleri bireylere ihtiyaç ve istekleri doğrultusunda rekreasyonel amaçlı kültürel, sosyal ve sportif etkinlikler sunarak; psikolojik olarak rahatlamalarına, kendilerini gerek fiziksel gerekse istekleri ve ihtiyaçları doğrultusunda geliştirmelerine destek olabilmelidir. Bununla birlikte; yerel ve bölgesel yönetimler, kültürel etkinliklerin geliştirilmesinde ve kültürel demokrasinin gerçekleşmesinde, sanat ve rekreasyon tesislerinin oluşturulmasında önemli rol oynarlar (Köktaş, 2004: 47).

Yapılan etkinliklerdeki hizmet kalitesinin yüksek olması etkinliklere katılan tüketicilerin tatmin düzeylerini arttıracak ve yaşam kalitelerini, iş performanslarını arttıracak ve sosyalleşme yönünde olumlu etkileri olacağı söylenebilir.

Bu etkinliklerin en önemlilerinden birinin rekreasyonel sportif etkinlikler olduğu söylenebilir.





## 2. GENEL BİLGİLER

### 2.1. Belediyelerin Rekreatyonel Sportif Etkinlikler ile İlgili Faaliyetleri

Belediyelerin hizmet yelpazesinin gelişmesi ve çeşitlenmesinde yerel halkın ihtiyaçları belirleyici rol oynamakta (Negiz, 2011) ve halkın sosyal, kültürel, sportif ihtiyaçlarını da dikkate alarak gerekli hizmetleri mali yapılarının elverdiği ölçüde sunmaktadır (Koçak Arslan ve Eti, 2017).

Büyükşehirlerdeki yerel yönetimler; insanlara boş zamanlarını verimli hale dönüştürme fırsatı sunarak rekreasyon kavramını öğretip, onları iş, yaşam ve geçim sıkıntısından uzaklaştırmaya çalışır ve yaşam kalitesini artırmayı hedefler (Gümüş, 2016: 26).

Uluslararası belediyeler düzeyinde Kanada'da belediyeler çok çeşitli rekreasyon ve spor hizmetlerinin doğrudan sunumunu üstlenmek üzere belediyelerin teşkilat yapısında rekreasyon birimlerini kurarak, bireylerin rekreasyon hakları konusunda istek ve ihtiyaçlarına cevap vermek için faaliyetlerini ciddi oranda artırmışlardır (Uçar, 2014). Sunulan hizmetlerle aktif boş zaman etkinliklerine katılım, 1992 yılında % 20,9 iken bu oran 2005 yılında % 24,3'e yükselmiştir (<https://www.statcan.gc.ca/pub/11-008-x/2009001/article/10690-eng.htm#cont>).

Bunun yanında Amerika Birleşik Devletleri'nde park ve rekreasyon biriminin idari yapılanması şehirden şehire değişebilmektedir ve bu birimler, kendi bütçe ve personelleriyle park ve oyun alanlarının planlanması, bakım ve onarımı ile etkinliklerin düzenlenmesinden sorumludurlar (Uçar, 2014). Örneğin; ABD Orman Servisi ve Milli Park Servisi halka, rekreasyon, belediye rekreasyonu ve park hizmetleri için pekçok sayıda fırsat sunmakta olup, geniş bir kullanıcı tabanına sahiptirler. Yine Lincoln Park kullanıcılarının % 45'inin "aktif bireysel etkinliklere" (örneğin, yürüyüş, koşu) katıldıkları; % 23'ünün ziyaretleri sırasında aktif takım sporlarından yararlandıkları görülürken, Cleveland Metroparks kullanıcılarının % 44'ünün yürüyüş veya yürüyüşü birincil etkinlik olarak tercih ettiği bilinmektedir (Godbey, Caldwell, Floyd ve Payne, 2005).

Türkiye’ de Büyükşehir Belediyesi Kanunu’ nun 10.07.2004 tarihinde kabul edilen 5216 sayılı Kanun (m bendi) ile;

“Büyükşehir Belediyesi Büyükşehirin bütünlüğüne hizmet eden sosyal donatılar, bölge parkları, hayvanat bahçeleri, hayvan barınakları, kütüphane, müze, spor, dinlenme, eğlence ve benzeri yerleri yapmak, yaptırmak, işletmek veya işlettirmek; gerektiğinde amatör spor kulüplerine nakdî yardım yapmak, malzeme vermek ve gerekli desteği sağlamak, amatör takımlar arasında spor müsabakaları düzenlemek, yurt içi ve yurt dışı müsabakalarda üstün başarı gösteren veya derece alan sporculara, teknik yönetici, antrenör ve öğrencilere belediye meclis kararıyla ödül vermek” belediyelerin sorumlulukları olarak belirtilmiştir (<http://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.5216.pdf>).

Sporun geniş kitlelere yayılması, herkesin spor imkânlarından yararlanması, sporun bireye ve topluma kazandıracığı değerlerle insan ve toplum mutluluğunun sağlanması, yerel yönetimlerin spor politikaları ve yatırımlarına gereken önemi vermeleri ile mümkün olacaktır (Karakuş ve Sunay, 2000).

Belediye ve kulüplerin spor anlayışı birbirinden farklıdır. Kulüpler sporcu yetiştirmeyi, belediyeler ise kitle sporuna hizmet etmeyi amaçlamalıdır (<http://docplayer.biz.tr/117567-Mahalli-idarelerin-sporla-ilgili-islevleri-ve-spor-kuluplerine-yardimlari.html>).

Belediyelerin sportif amaçlı rekreasyon etkinliklerinden beklenen faydanın sağlanması için, insanlara sporun bilinçli bir biçimde yapılması düşüncesi kazandırılarak ve çeşitli zaman dilimlerinde etkinlikler organize edilerek toplumun sağlığı ve spora katılımını olumlu yönde etkilenecektir (Yerlisu-Lapa, Varol, Tuncel, Ağyar ve Certel, 2012).

### **2.1.1. Belediyelerin konu ile ilgili sorumlulukları**

Yerel yönetimler, ülkelerde ki kamu yönetiminin önemli ve vazgeçilmez unsurunu meydana getirmekle birlikte (İnaç ve Ünal, 2015) ülke sınırları içinde yerleşik değişik büyüklüklerdeki köy, kasaba, ve kent gibi yerleşim yerlerinde başta insan olmak üzere yaşayan tüm canlıların ortak ve yerel nitelikteki ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla belirli hukuk düzeni içinde oluşturulan anayasal kuruluşlar olarak tanımlanmaktadır (Varcan, Taraktaş, ve Hacıköylü, 2013:3).

5393 sayılı Belediye Kanunu' nda Belediye' nin görev ve sorumlulukları, 3. Bölüm ve Madde 14 ile:

“İmar, su ve kanalizasyon, ulaşım gibi kentsel alt yapı; coğrafi ve kent bilgi sistemleri; çevre ve çevre sağlığı, temizlik ve katı atık; zabıta, itfaiye, acil yardım, kurtarma ve ambulans; şehir içi trafik; defin ve mezarlıklar; ağaçlandırma, park ve yeşil alanlar; konut; kültür ve sanat, turizm ve tanıtım, gençlik ve spor orta ve yüksek öğrenim öğrenci yurtları (Bu Kanunun 75 inci maddesinin son fıkrası, belediyeler, il özel idareleri, bağlı kuruluşları ve bunların üyesi oldukları birlikler ile ortağı oldukları Sayıştay denetimine tabi şirketler tarafından, orta ve yüksek öğrenim öğrenci yurtları ile Devlete ait her derecedeki okul binalarının yapım, bakım ve onarımı ile tefrişinde uygulanmaz.); sosyal hizmet ve yardım, nikâh, meslek ve beceri kazandırma; ekonomi ve ticaretin geliştirilmesi hizmetlerini yapar veya yaptırır (Mülga son cümle: 12/11/2012-6360/17 md.)” olarak belirtilmiştir (<http://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.5393.pdf>).

Bunun yanında, 1982 Anayasası'nda (Madde 59) “Devlet, her yaştaki Türk vatandaşlarının beden ve ruh sağlığını geliştirecek tedbirleri alır, sporun kitlelere yayılmasını teşvik eder” maddesi yer almaktadır (<http://www.anayasa.gen.tr/1982ay.htm>).

Devlet Planlama Teşkilâtı'nın (DPT) VIII. Beş yıllık Kalkınma Planı Dokuncu Bölüm 1977. Maddesinde “Eğitim, sağlık, sosyal hizmetler, spor gibi sosyal içerikli projelerde Sivil Toplum Organizasyonları'nın (STO) mahalli idareler ve özel sektör ile işbirliği içinde faaliyet göstermeleri sağlanacaktır” ibaresi yer almaktadır (<http://www.kalkinma.gov.tr/Lists/Kalkınma Planlar/Attachments/2/plan8.pdf>). Buradan da anlaşılacağı üzere sosyal hizmetler ve spor devlet tarafından uzun vadeli olarak planlanmakta ve desteklenmektedir. Türkiye' de büyükşehir belediyeleri tarafından sunulan kültürel, sosyal ve sportif etkinlikler kültür ve sosyal işler dairesi başkanlığı ve gençlik ve spor hizmetleri dairesi başkanlığı altında etkinlikler düzenlemektedir ([https://www.ankara.bel.tr/index.php/download\\_file/view/54674/3804/](https://www.ankara.bel.tr/index.php/download_file/view/54674/3804/)).

### **2.1.2. Rekreatyonel sportif etkinlikler**

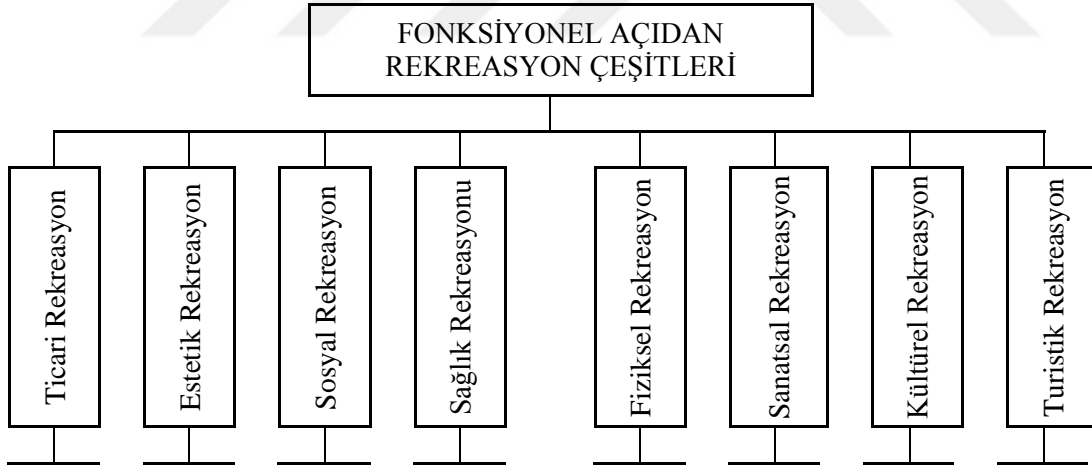
Günümüz yaşam koşullarının insana yüklediği sorumlulukların giderek ağırlaşması ve buna bağlı sosyal ilişkilerin azalması, ekonomik koşullar ve hareketsiz yaşam insan hayatını olumsuz etkilemektedir. Bu olumsuz etkilerin azaltılmasında rekreasyon etkinlikleri büyük bir öneme sahiptir.

Rekreasyon, pasif veya aktif, grup ya da ferdi olarak sportif ve kültürel etkinlik, tabiat ve insan tarihinin değerlendirilmesi, gezi, eğlence ayrıca zevk veren olay ve resmî olmayan eğitime katılmayı kapsayan faaliyetler bütünü olarak tanımlanmaktadır (Argan, 2007: 27).

Aynı zamanda rekreasyon; fiziksel, bilişsel, duygusal ve sosyal etmenler içeren ve insanların boş zamanlarında dâhil olmayı seçtiği aktivitelerdir (Sevil, 2012: 6).

Rekreasyon günümüz toplumlarında, serbest zamanların artmasıyla doğru orantılı olarak önemi ve değeri gittikçe artan bir olgu olarak karşımıza çıkmaktadır. Bununla birlikte; bireylerin karşılaştıkları sorunların çözümünde göz ardı edilemeyecek bir araç olan rekreasyon özellikle şehirlerde yaşayan insanlar için ayrıcalıklı bir yere sahiptir (Arslan, 2012).

Şekil 2.1’de tüketicilerin artan istek ve ihtiyaçları doğrultusunda rekreasyonel etkinliklerin, fonksiyonel açıdan ticari, estetik, sosyal, sağlık, fiziksel, sanatsal, kültürel ve turistik rekreasyon olmak üzere farklı kategorilere ayrıldığı görülmektedir (Hazar, 2014: 41):



Şekil 2.1. Fonksiyonel açıdan rekreasyon çeşitleri

*Ticari rekreasyon:* Ticari rekreasyon organizasyonlar esas amacı kişilere rekreasyon hizmeti sunarken “kâr elde etmek” olan etkinliklerdir (Yüncü,2013:20). Örneğin; Binicilik, Yüzme kursları, Konser vb.

*Estetik rekreasyon:* Genellikle yüksek gelir , eğitim ve kültür seviyesine sahip insanların katıldıkları etkinliklerdir (Hazar, 2014: 42). Dünyaca ünlü sanatçıların sergilerine katılmak, operaya gitmek vb.

*Sosyal rekreasyon:* Grup ortamında rahat sosyalleşmek ve değişim için insanları bir araya getiren rekreasyon program ve etkinlikleridir (Kılıç ve Şener, 2013). Kadınların altın günleri, arkadaş toplantıları vb.

*Sağlık rekreasyonu:* Kişilerin sağlıklarını koruyabilmek için kendi yapılarına ve yeteneklerine uygun rekreatif etkinliklerdir (Toprak, Serçek ve Özaltaş-Serçek, 2014) Fitness salonuna gitmek, hamam/sauna vb.

*Fiziksel rekreasyon:* Temelinde fiziksel egzersize veya çeşitli spor branşlarının rekreatif amaçlı uygulanmasına dayanan etkinliklerdir (Ramazanoğlu, Altungül, ve Özer, 2004).

*Sanatsal rekreasyon:* İnsanların sanatsal becerilerini geliştirici ve arttırıcı etkinliklerdir (Metin ve diğerleri, 2013).

*Kültürel rekreasyon:* Kişilerin bilgi ve beceri düzeylerini arttırmak amaçlı yapılan etkinliklerdir (Hazar, 2014: 45). Örneğin;

*Turistik rekreasyon:* Kişilerin tek düzelikten kurtulmak için yaşadıkları çevreden, yaşam ritmi ve biçiminden bir süreliğine uzaklaşarak, düşledikleri fırsatları değerlendirmelerine, özgürce hareket etmelerine ve kendilerini yenilemelerine olanak sağlamak için gönüllü olarak katıldıkları etkinliklerdir (Orel Demirci ve Yavuz, 2003).

### **2.1.3. Rekreasyon ve teorileri**

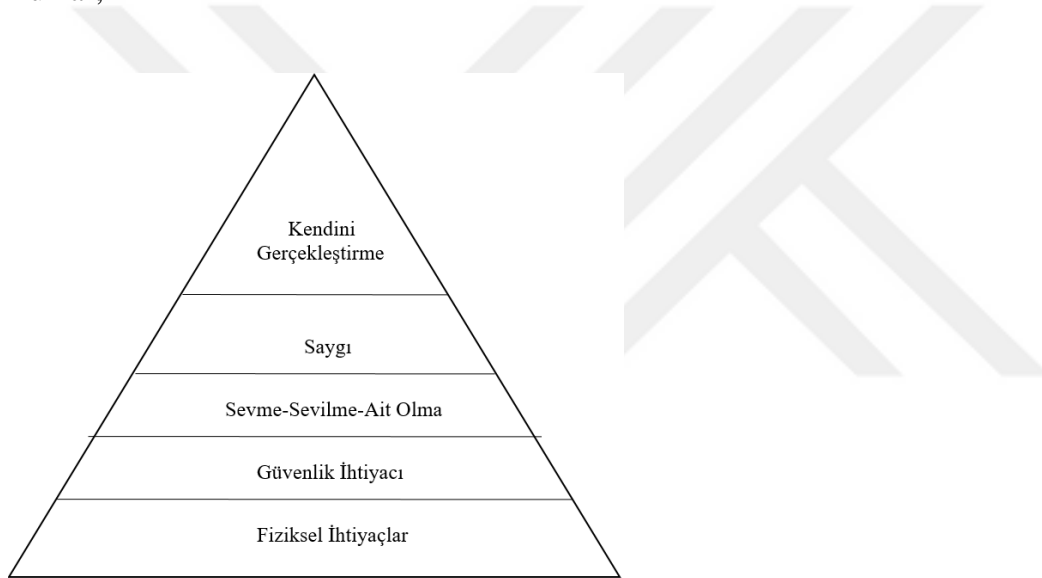
Kuramlar; bilimsel çalışmaların hazırlık aşamasını oluşturmaları ve ilk adım evrelerini teşkil ediyor olmaları nedeniyle bilimsel çalışmaların en temel ve önemli işlevidir (Yıldız ve Akgündüz, 2016). Rekreasyonel etkinliklerin insanlarda farklı ihtiyaçları karşılaması ve bu alana yönelik yapılan araştırmalarda rekreasyon kuramlarının fazla olduğu görülmektedir. Bu bölümde teorik çerçeve kapsamında bireylerin rekreasyonel spor etkinliklerine katılımlarında literatürde en çok rastlanan ve bu çalışma için önem teşkil eden kuramlara yer verilmemektedir.

## İhtiyaç teorisi

İlk olarak Ibn- Haldun' un ele aldığı daha sonra Maslow' un geliştirdiği ve sonrasında Helzberg tarafından farklı bir formata dönüştürülen ve gruplandırılan “ihtiyaçlara dayalı motivasyonel unsurlar”ın, alan yazınında yer aldığı görülmektedir. Bireyin bir amacı gerçekleştirmesinde “kişinin bir eylemi yapması için bir ihtiyacın varlığı gereklidir ve rekreasyonel amaçlı sportif etkinliğe katılması da ihtiyaçlar hiyerarşisinde yer bulan ihtiyaçları tatmin etmeye dönük bir eylem” olarak açıklamıştır (Ardahan, 2013).

Sezer (2017: 461) Maslow' un ihtiyaçlar hiyerarşisi temelde beş basamaktan oluşmaktadır.

Bunlar;



Şekil 2.2. Maslow' un ihtiyaçlar hiyerarşisi

Maslow' un ihtiyaçlar hiyerarşisinde ilk iki basamak bireyin hayatını sürdürebilmesinde en önemli basamaklar olarak düşünülebilir. Birey ilk basamakta yemek yemek, içmek ,uyuma gibi temel ihtiyaçlarını giderdikten sonra barınma ve güvenliğini güvence altına almak ister. Bunun sonrasında üçüncü basamakla beraber birey çevresi ile etkileşime geçerek kendini sevdirmek, bir gruba ait olmak gibi ihtiyaçlara gereksinim duymaktadır. Rekreasyonel etkinlikler bu basamakla birlikte devreye girer.

## Özgür irade teorisi

Vroom'un (1964) motivasyonun beklenenlik-değer teorisi teorisini geliştiren Porter ve Lawler (1968), içsel ve dışsal çalışma motivasyon modeli önererek ve bu teorinin

merkezinin, özerk motivasyon ve kontrollü motivasyon arasındaki ayrım olduğunu belirtmiştir. Özerklik, bir istek duygusu ile hareket etmeyi ve seçim tecrübesine sahip olmayı içerir (Gagne ve Deci, 2005). Özgür irade teorisinde bireyin güdülenmesi, çeşitli seviyelere ayrılmış ve bireyin göstereceği davranışın gücünün ve sürekliliğinin bu seviyelere göre değişiklik göstereceği ileri sürülmüştür (Erdem, 2008: 22).

Bir başka ifadeyle; dışsal ve içsel faktörlerin hangi sıklıkta uyarıcı olarak algılandığı, uyarıların sonucu oluşan rekreasyonel spora/egzersize katılma durumu da motivasyonel farklılaşmaya sebep olduğu için bu teorilerin ilgilendiği durum olmuştur . Örneğin, fiziksel sağlığını korumak için jogging yapan bireyin içsel motivasyonel amacı fiziksel zindeliği korumak olurken, kişinin bu etkinliği kimle, nerede ve hangi sıklıkla gerçekleşeceği ise içsel faktörlerle ilgili olabileceği gibi dışsal faktörlerle de ilgili olmaktadır (Sağiroğlu ve Ayar, 2017).

Bu teoriye göre güdülenmenin altında yatan nedenler içsel ve dışsal olmak üzere iki kategoride bulunabilir. Bu nedenlere bağlı olarak, birey, kontrol odak noktası geliştirir. Eğer güdülenmenin nedeni içsel ise kontrol odağı içtedir. Eğer dışsal ise kontrol odağı dışıdır. Her iki kontrol odağında da davranış ortaya çıksa da davranışı kontrol eden psikolojik mekanizmalar birbirinden farklıdır. Bunun sonucu olarak davranışın gücü ve sürekliliği bu iki durumda farklılık gösterecektir (Erdem, 2008: 21).

Özgür irade teorisi insanın evrimden gelen iç ihtiyaçlarını sosyal çevreyi ön planda tutarak kişisel gelişim göstermesini öne çıkaran organizmasal bir metateoridir (Erdem, 2008: 21).

### Aktivite-etkinlik teorisi

Bireyin yaşam doyumunun, gerçekleştirdiği etkinlikleriyle ilişkili olduğuna dayanan “aktivite teorisi”, mutluluğun bireyin kendi etkinliklerinden kaynaklandığını kabul etmektedir (<http://www.sdergi.hacettepe.edu.tr/makaleler/yasamdoyumu.pdf>). Bu nedenle sosyalleşme ihtiyaçlarına yönelik etkinliklerin belirlenmesi psikososyal gelişim sürecinin tamamlanabilmesi açısından önemlidir (Düzenli, Özkan ve Alpak, 2016). Örneğin, düzenli olarak katılan fitness etkinliği sonrası iyi bir fiziki yapıya sahip olması, hayranı olduğu sanatçının konserine gitmek insanlarda bireysel yaşam doyumunu sağlayabilmektedir.

### Serbest zaman kısıtlamalar teorisi

Hiyerarşik boş zaman kısıtlamalar teorisi modelleri ilk olarak bundan yaklaşık 20 yıl önce Crawford ve Godbey (1987) ve Crawford, Jackson ve Godbey (1991) tarafından sunulmuş ve ardından Jackson, Crawford ve Godbey (1993) tarafından genişletilerek, boş zaman davranışlarının incelenmesine yardımcı olan önemli bir araç olarak kabul görmüştür (Godbey, Crawford ve Shen, 2015).

Bu teoriye göre; araştırmacılar tarafından varsayılan veya bireyler tarafından algılanan ya da tecrübe edilen bireylerin rekreatif etkinliklere katılımlarını engelleyen veya kısıtlayan etmenlerin araştırılmasıyla ilgilenmektedir (Jackson 2000, aktaran Tütüncü ve diğerleri; 2011). Bireylerin rekreatif etkinliklere katılımlarını kısıtlayan, içsel, kişilerarası ve yapısal olmak üzere üç ana boyutta kısıtlamalar olduğu belirtilmektedir (Nyaupane ve Andereck, 2008, aktaran Yıldız ve Akgündüz, 2016).

Dolayısıyla bu model boş zaman “engelleri” hakkında var olan bakış açılarından önemli ayrılıkları ve aynı zamanda birkaç yılda hızlı bir şekilde bir araya gelmiş birbiriyle ilişkili düşünce kümeleri teşkili teorisinin basamaklarını temsil eder (Godbey ve diğerleri, 2015).

### Beklentilerin onaylanmaması teorisi

Beklentilerin Onaylanmaması Teorisi (Oliver, 1980, 1993) genellikle müşteri davranışları literatüründe, müşteri tatmini, satın alma sonrası davranışlar (yeniden satın alma, şikayet etme gibi) ve hizmet pazarlaması konularında kullanılmakta olan bir teoridir (Çimen, 2008: 28).

Richard Oliver’in geliştirdiği bu kurama göre, birey satın alma eylemine beklentileriyle girmekte ve satın alma veya kullanma neticesinde algıladığı performans ile satın alma öncesindeki beklediği ürün performansını karşılaştırmaktadır (Millán ve Esteban, 2004:49).

Beklentilerin Onaylanmaması Teorisi’ne göre, tüketicilerin bir ürünü yeniden satın almaları veya bir hizmeti kullanmaya devam etmeleri temel olarak söz konusu ürünü kullandıklarında sahip oldukları tatmin duygusu ile ilişkilidir (Oliver, 1980-1993).



### Planlanmış davranış kuramı

Son yıllarda birçok alanda sıkça kullanılan bir davranış kuramı olan planlanmış davranış teorisi, davranışa yönelik amaç ölçülebilmekte ve dolaylı olarak da söz konusu davranışın ortaya çıkma olasılığının tespit edilebilmesine olanak sağlamakta; sosyal psikoloji, psikoloji, sosyoloji ve çevre eğitimi gibi alanlardaki bilimsel araştırmalarda çok sık kullanılmaktadır (Erten, 2002). Teoriye göre, bireylerin bir davranışı gerçekleştirmelerindeki ilk açıklayıcısının davranışa yönelik amaç (niyet) olduğu belirtilmektedir (Bozkurt, 2014).

Planlanmış davranış teorisi, bir davranışın gelecekte ortaya çıkmasını etkileyen faktörlerin birbirleriyle olan ilişkilerini belirlemek için kullanılmaktadır. Söz konusu teoriye göre; davranışa yönelik tutum, öznel norm ve davranışsal kontrol bileşenleri bir davranışın ortaya çıkma olasılığını belirlemektedir (Karademir, 2013:4).

Ajzen'e (1991) göre, davranışa yönelik amaç ile davranış arasında çok yakın ilişki vardır bu nedenle davranışa yönelik amacının belirlenmiş olması davranış hakkında yorum yapabilmeyi sağlar. Planlanmış davranış teorisi; üç faktörün davranışı etkilediğini öne sürmektedir: kişisel tutum, öznel norm ve algılanan davranış kontrolü. Teoriye göre; bir davranış olumlu olarak algılandığı takdirde (kişisel tutum), o davranışın gerçekleştirilme olasılığı daha yüksek olacaktır. Yine ilgili teoriye göre; bireyin önemli olarak kabul ettiği kişilerin (referans kişilerin), herhangi bir davranışa karşı gösterdikleri ve/veya gösterecekleri tutum olumlu ise bu tutum bireyi o davranışı gerçekleştirmeye yönlendirecektir. Son olarak bireysel algılar kişinin davranış üzerinde kontrol sahibi olduğu (algılanan davranış kontrolü) yönünde ise bu durum davranışın gerçekleştirilmesini daha fazla etkileyecektir (Karademir, 2013: 22). Bununla birlikte bu teori, bireylerin bir davranışı gerçekleştirmelerinin birincil açıklayıcısının niyet olduğunu; bireylerin niyetlerinin ise tutumlar, algılanan sosyal baskı (sübjektif normlar) ve algılanan davranışsal kontrol tarafından açıklandığını ifade eder (Küçük, 2012).

### Eşitlik kuramı

1963 yılında J. Stacy Adams tarafından literatüre kazandırılan kuram, kişinin kendisinin sarf ettiği çaba ve karşılığında elde ettiği sonucu, aynı ortamda başkalarının sarf ettiği ve elde ettiği sonuç ile karşılaştırmasına dayanmaktadır (Koçel, 2011: 636). Adams'ın eşitlik teorisi

(Equity Theory) çalışanların işyerinde yüksek motivasyonla çalışabilmeleri çabalarını, bağlılıklarını, becerilerini, yeteneklerini, uyumluluklarını ve gönüllülüklerini gösterebilmeleri için, güven duymalarının, destek görmelerinin, itibarlarının korunması ve takdir edilmelerinin gereği üzerinde durmaktadır (Tutar, 2007).

Adams (1965), insanlar arası alışveriş ilişkilerinde, eşitsizliği adaletsizlikle eşanlamlı tutmuş, eşitsizliğin iş yaşamında doyumsuzluk, olumsuz duygular, öfke, suçluluk ya da farklı biçimlerde sonuçlanabildiğini ileri sürmektedir. Eşitlik kuramına göre, çalışanlar eğitim, emek ve deneyimlerini işlerine girdi olarak getirmektedir. Yaptıkları işin sonucunda da ödeme ve terfi gibi çıktılar almaktadır. Çalışanın yaptığı iş, sağladığı kazanımla karşılaştırıldığında algılanan oran, eşitlik ya da eşitsizliği belirlemeye yardımcı olmaktadır (Çelikezen, 2015:3).

Bu teoride bir bireyin katkı ve kazanım oranını tahmin edeceğini ancak bu oranın sadece kısmi öneme sahip olduğunu ileri sürülür. Her insan ayrıca kendisiyle aynı pozisyonda olduğunu düşündüğü diğer kişilerin de oranını hesaplar. Burada ikinci kişi “diğer karşılaştırılan” olarak adlandırılır. Adams bir çalışanın kendi katkı-kazanım oranı ile diğer karşılaştırılanın katkı-kazanım oranı arasında bir eşitlik varsa tatmin olacağını öngörür (Yürür, 2005:114).

#### **2.1.4. Rekreasyon ve spor**

Kural olarak, spor ve rekreasyon, kültür ile birlikte ve ayrı temel altyapı bakım hizmetleri ile ilgili istihdam, mali ve insan kaynakları açısından yerel düzeyde en önemli belediye hizmetlerinden biridir (Poirier ve diğerleri, 2006). Rekreasyon etkinliklerinde çeşitlilik bakımından sportif etkinliklerin önemli bir yeri olduğu söylenebilir. Sporun rekreatif sınıflandırılmasına bakıldığında rekabet kavramının daha çok sosyal boyutta “eğlenme” amaçlı ve “sosyal ödüllerle” motive edilmiş bir yapıda olduğu görülmektedir (Ardahan, 2013).

Rekreasyonel sporlar, günlük işlerlik kazanımları için gerekli olan fiziksel zindeliği geliştirmeyi amaçlayan kurallara sahip etkinliklerdir ve aynı zamanda bu etkinlikler, bir kişinin kendisi ya da başkaları ile mücadelesi biçiminde gerçekleşmektedir. Örneğin rekreasyon ve aktif yaşamın, Kanada'da önde gelen ölüm nedenleri olan koroner kalp

hastalığı ve inme riskini önemli ölçüde azalttığı görülmektedir (Torjman, 2004;3). Rekreatif sporlar aynı zamanda eğlencelidir ve oyunsal bir tarafı da bulunabilmektedir (Nowak, 2014). Rekreatif sporlar, günlük işlerlik kazanmaları için gerekli olan fiziksel zindeliği geliştirmeyi amaçlayan kurallara sahip bir etkinliktir. Bu etkinlik, bir kişinin kendisi ya da başkaları ile mücadelesi biçiminde olur ve aynı zamanda eğlenceli ve oyunsal bir unsur da içerebilir.

Spor ve rekreatif merkezleri; rekreatif, rekabetçi ve seçkin olmak üzere değişen seviyelerde katılımcı faaliyetler ve programlar sunar ve rekreatif katılım, bir kişinin kendi başına olmasına izin verir (Lundberg ve diğerleri, 2011).

Belediyelerin de halkın istek ve ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik sundukları sportif amaçlı rekreatif etkinlikleri bulunmaktadır. Bu etkinlikler halkın fiziksel ve zihinsel gelişimlerine destek olurken, sosyal ve psikolojik olarak rahatlamalarını sağlamaktadır.

#### **2.1.5. Belediyeler ve rekreatif etkinlikler**

Büyükşehirlerdeki yerel yönetimler, insanlara boş zamanlarını verimli hale dönüştürme fırsatı veren rekreatif kavramını öğretmekte, onları iş, yaşam ve geçim sıkıntısından bir parçada olsa uzaklaştırmaya çalışmakta ve yaşam kalitesini artırmayı hedeflemektedir (Koçyiğit ve Yıldız, 2014).

Belediyelerin temel görevlerinden birisi de bireylerin sürekli değişen beklentilerini göz önüne alarak fiziksel gelişim, dinlenme, yaratıcılıklarını geliştirme ve sosyalleşme gibi ihtiyaçlarını karşılamak, rekreatif etkinliklerine teşvik etmek, sürekli geliştirilerek rekreatif program ve hizmetleri sunmak olduğu söylenebilir. Bireyler, bu tür etkinliklere; dinlenme, eğlenme, bilgi ve becerilerini geliştirme, işinden, sosyal ve ailevi görevlerinden sonra bulunabileceği toplumsal çevreyi genişletme amacıyla katılırlar (Yetim, 2011: 240, 242).

Yerel yönetimler gerek gelişme çağındaki çocuk ve gençlerin sağlıklı bireyler olması, gerekse yetişkin ve yaşlıların daha uzun, sağlıklı ve kaliteli bir yaşam sürmeleri için önemli bir misyonu üstlenmişlerdir (Yalçınkaya, 2013:24).

Belediyelerin incelenen stratejik planlarında, halka yönelik sportif ifadelerin "ulusal ve uluslararası organizasyon düzenleme", "spor tesisi yapmak" ve "rekreasyon alanları oluşturmak" olduğu, bunun yanında amaçlarının "spor faaliyetleri kent geneline yaymak", "kentin spor şehri olmasını sağlamak" ve "sağlıklı toplum ve nesiller yetiştirmek" olduğu görülmüştür (Atalı, 2015). Örneğin, Ankara Büyükşehir Belediyesi' nin 2015 faaliyet raporunda "Vatandaşların fiziksel hareketliliğini teşvik edecek programlar geliştirilecek, uygun rekreasyon alanları oluşturulacaktır" maddesi yer almaktadır (Ankara Büyükşehir Belediye Başkanlığı, 2016: 71).

Yerel yönetimler içinde önemli yere sahip olan belediyeler, hizmet ettikleri bölgelerin ihtiyaçlarını karşılamakla yükümlüdürler. Bunun içinde önemli bir yere sahip olan bireylerin boş zamanlarındaki rekreasyonel ihtiyaçlarını karşılamak üzere sosyal, kültürel ve sportif etkinlikler düzenlemektedir. Yapılan etkinlikler tüketicilerin talepleri ve ihtiyaçları doğrultusunda yaş, cinsiyet, gelir durumları göz önüne alınması gerekmektedir.

Kanada'da yerel yönetimler, yerel parkların ve yeşil alanların geliştirilmesi ve yönetiminden, kamu rekreasyon tesislerinden ve bunun yanı sıra yerel sanat ve kültür programları ve etkinliklerini düzenlemekle sorumludurlar (<http://www.mapleleafweb.com/features/local-government-canada-organization-basic-institutions.html-introduction>). 1978 yılında Quebec' de hükümet programı dâhilinde kurulan Kino-Quebec eylemleri, okul ve belediyeler olmak üzere iki temel alanı içerir. Bu alanlardaki temsilcileri aktif ulaşım, gençlerin ve yetişkinlerin fiziksel ve sportif etkinliklere katılımını sağlayacak organizasyonel, fiziksel ve sosyal ayarları tasarlaması gerektiğini önermektedir (Thibault, 2008 :70).

Akgül (2016:306) kentli birey için; kentin kendisine sunacağı rekreasyonel olanakları bir hak olarak değerlendirilmektedir: 8. Maddede (Kentsel Alanlarda Spor ve Boş Zamanları Değerlendirme) bahsedilen bu hakkın ilkeleri şu şekildedir;

1. Tüm kent sakinlerine eğlence, dinlence ve sportif faaliyetlerinde yer alma hakkı,
2. Spor alanlarının sağlıklı ve güvenli olarak tasarlanması,
3. Her kent sakininin kişisel potansiyelleri doğrultusunda istediği sporu yapma hakkı.

Rekreasyon etkinlik türlerinin belirlenmesinde amaç; işlevi, mekânı, katılım şekli, yaş grubu gibi unsurların önemli rol oynadığı (Argan, 2007: 33) ve belediyelerin etkinlikleri planlarken bu unsurları gözönüne almasının istenilen amaçlara ulaşılmasında önemli olduğu söylenebilir.

#### Rekreasyonel amaçlı sosyal etkinlikler

Boş zaman etkinliklerinin toplumsal rekreasyon programı alanında birincil görevi olarak ortaya çıkması amaçlanmaktadır ve sosyal rekreasyon amaçlarını gerçekleştirmek için tüm program alanlarını kullanmaktadır (Edginton, Hudson, Dieser ve Erdington, 2004: 253). Belediyeler tarafından organize edilen rekreasyonel amaçlı sosyal etkinliklere sanat, meslek edindirme kursları (çinicilik, cam, taş boyama, vitray, ahşap ve taş boyama, yamalı bohça, kilim dokuma, telkâri, el nakışı, iğne oyası, keçe, takı yapımı, deri yapımı, resim, ebru, lületaş, dantel, hüsn-ü hat sanatı, bilgisayar, bilgisayar operatörlüğü, oto cat , sollit Works , photo shop, işaret dili, aşçılık, hızlı ve etkili okuma, drama eğitimleri, diksiyon, yabancı dil kursları, kaynakçılık, cnc operatörlüğü, ahşap oymacılığı), kermesler v.b etkinlikler örnek olarak verilebilir.

#### Rekreasyonel amaçlı kültürel etkinlikler

Sanatsal ve kültürel rekreasyon aktiviteleri, boş zaman ve rekreasyon deneyiminin en temel aktivitelerinden biridir (Yüncü, 2013:15). Belediyeler, kanunların kendilerine verdiği görev ve yetkiler kapsamında, kent halkının kültür ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik çeşitli hizmetler sunmaktadır. Bu hizmetlerdeki amaç insanların sosyalleşmesi ve kültür seviyelerinin arttırılarak birbirleriyle kaynaşmaları, dışlanmışlık duygusunun ortadan kaldırılması ve vatandaşların ruhsal gelişimlerinin de sağlanarak kendilerine olan güvenin artmasıdır (Güler, 2015).

Belediyelerin bu hizmetlerini; halk eğitimi hizmetleri, kültür ve sanat hizmetleri ve örgün eğitim ve öğretime destek hizmetleri olarak gruplandırmak mümkündür (Öztaş ve Zengin, 2008). Belediyeler tarafından organize edilen rekreasyonel amaçlı kültürel etkinliklere örnek olarak; tiyatro, konser, söyleşi, sergiler, geziler, müze, tematik merkezler, sempozyumlar, çalıştaylar, seminerler, konferanslar, festivaller ve belediyelerin koordine ettiği veya paydaş olduğu kongreler verilebilir.

### Rekreasyonel amaçlı sportif etkinlikler

Sanayi devrimi sonrası değişen dünyada sağlıklı yaşam anlayışının ön plana çıkması, sporun bir eğlence unsuru olarak konumlanması, sağlıklı yaşam, serbest zaman ve spor ilişkisi gibi konular, toplumsal yaşam içerisinde sporun önemini her geçen gün daha da arttırmıştır (Basım ve Argan, 2009:332).

1992’ de Strasburg’ da kabul edilen Avrupa Kentsel Şartı’ na göre saptanan ilkelerden biri; “Herkes için Spor Şartı”nın hükümleri uyarınca yerel yönetimler; toplumsal gelişim, ekonomik durum ve gelir, yaş ya da etnik grup ayrımı gözetmeksizin herkesin spordan ve spor tesislerinden yararlanmasını sağlamakla yükümlüdür (Köktaş, 2004: 47).

İnsanın organizmasının sağlıklı kalabilmesi ve dinamikliği, hareketliliğine bağlı olması nedeniyle, sportif etkinliklere katılmak; çocukların ve gençlerin bedensel, ruhsal gelişimi ve sosyalleşmesi, yetişkin ve yaşlıların sağlıklı yaşayabilmeleri için zorunludur (Öztürk, Hanbay, ve Kaya, 2003).

Akyol ve diğerleri (2008: 8) sporu “Kişinin kendi kendisini ya da rakibini geçmesini hedefleyen, rekabet içeren, belirli kurallarla sınırlanan, bireysel veya takım olarak yapılan kurallarla yönetilen fiziksel aktiviteler” olarak tanımlarken Karaküçük (1999: 248) sporun; her yaştan ve cinsten insanların, her türlü rekreatif ihtiyaçlarına cevap verebildiğini ifade etmektedir. İnsanları spor yapmaya iten bazı sebepler vardır. Bunlar;

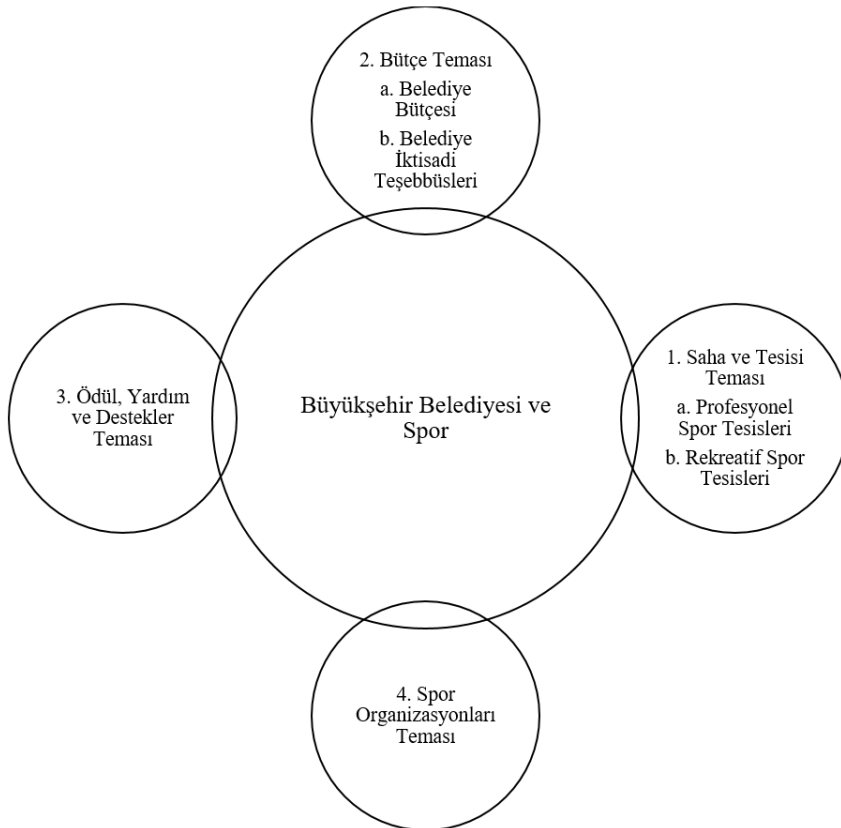
- Belirli sosyal ihtiyaçları karşılamak,
- Sağlık, rehabilitasyon ve fiziksel uygunluk sağlamak,
- Estetik ihtiyaçları doyumak,
- Kendini gerçekleştirmek,
- Sosyal ilişkiler kurma çabası,
- Zayıflamak,
- Mutlu olmak ve
- Boş zamanı ortaklaşa, aktif ve verimli bir biçimde kullanmak olarak sayılabilir (Voigt, 1998’den aktaran Ekici, 2012).

Belediyeler, Park ve Rekreasyon birimleriyle spora hizmet ederler ve halka bütün etkinlikleri tek elden koordineli, etkili ve verimli sunma imkânına sahiptirler. Gelişmiş ülkelerde, bu hizmetlerin yerel yönetimlerce yapılması gerektiği kabul edilmiştir (Doğu, Kesim ve Sivrikaya, 2002).

Belediyelerin sunduğu sayısız spor etkinliklerinin bazıları ağır fiziksel aktivite içermektedir (örneğin, aerobik dans, basketbol veya yüzme). Bu kurslara katılanların kimileri sağlık faydası beklerken kimileri ise sunulan faaliyetlerden sosyal destek beklemektedir (Dahmann, Wolch, Joassart-Marcelli, Reynolds ve Jerrett, 2010).

Sporun temel felsefesinde yarışma amacının dışında, sağlığını koruma düşüncesi yer almakta ve insanlar bu düşünceyle spor yapmaya davet edilmektedir. Bu davet özellikle gelişmiş ülkelerde yerini bulmakta ve geniş insan kitleleri çok değişik sportif etkinliklere katılmaktadır (Zorba, 2015:16).

Temel ve Akyol (2016) belediye ve spor arasındaki ilişkiyi şu şekilde göstermektedir (Şekil 2.3):



Şekil 2.3. Belediye ve Spor ilişkisi

Belediyeler bünyeleri içerisinde profesyonel ve amatör branşlara yönelik tesisler yaparken aynı zamanda ödül ve yardımlarla sporu ve sporuyu teşvik etmekte ve bununla birlikte özellikle herkes için spor mantığı ile bünyelerinde rekreatif spor tesislerine de yer vermektedirler denilebilir.

## **2.2. Rekreasyonel Sportif Etkinliklerde Hizmet Kalitesi ve Tüketici Tatmini**

İşletmelerin sunduğu rekreasyonel amaçlı sportif etkinliklerin kalitesi tüketicilerin tatmin düzeyini etkilediği ve hizmeti tekrar alma da önemli olduğu söylenebilir. Bununla birlikte sunulan hizmetler yerine getirilirken halkın memnuniyetinin ne derece sağlanabildiğinin ölçülebilmesi, düzeltici-önleyici faaliyetler geliştirilmesi, vatandaş odaklı bir hizmet sunumu gerçekleştirilmesi büyük önem teşkil etmektedir (Henden ve Henden, 2005). Rekreasyonel sportif etkinliklerin hizmet kalitesini anlayabilmek için öncelikle hizmet ve hizmet kalitesini tanımlamak doğru olacaktır.

### **2.2.1. Hizmet ve hizmet kalitesi kavramı**

Hizmet, tüketici ihtiyaçlarının tatmin edilmesi amacıyla meydana getirilen maddi niteliği olmayan bir ürün (Kuriloff ve diğerleri 1993 aktaran Arlı, 2012) olmakla birlikte değişken, soyut, depolanamaz nitelikte, diğer somut ürünlerden farklı olan bir ürün (Çelik, 2012) olarak tanımlanabilir.

Değişen şartlarla birlikte insanların kaliteye verdikleri önemin artması, kalitenin satın alma kararlarını etkilemesine neden olmuştur ve bununla birlikte kalite kavramı aynı zamanda hizmet işletmelerinin rekabet etmesinde de önemli rol oynamıştır (Öztürk ve Seyhan, 2005).

Algılanan kalite tüketici tatmininin bir belirleyicisidir (Mithas ve diğerleri, 2005) ve algılanan hizmet kalitesinin beklentilerini karşılaması durumunda ise tüketiciler o hizmeti almayı sürdürebilirler (Kotler, 1997 aktaran Arlı 2012). Tüketicilerin kalite algısı, işletmenin imajının etkisini göz önüne alarak, beklenenleri ve yaşananları değerlendirdikleri bir sonuçtur (Caruana, 2002).

Hizmet, tüketici gereksinimlerinin ve tatmin edilmesi amacıyla meydana getirilen veya oluşturulan maddi niteliği olmayan bir ürün olarak tanımlanabilir. Hizmet kalitesinin ise tanımının yapılması hizmet çeşitliliği, çok yönlülüğü ve özneliği nedeniyle oldukça zordur.



Hizmet kalitesini belirlemeyi zorlaştıran hizmetlerin özellikleri şunlardır (Saat, 1999'dan aktaran Aydın, 2007: 263):

- Hizmet fiziksel bir unsur olmayıp genel olarak üretildiği yerde tüketilen bir iş veya eylem, bir performans, sosyal olay veya çabadır.
- Hizmet heterojen bir yapıya sahiptir. Hizmetin kalitesi ve içeriği, hizmeti veren kişiden kişiye, müşteriden müşteriye, hatta günden güne değişiklik gösterebilir ve standart hâle getirilmesi zorlaşabilir.
- Hizmetin üretimi ve tüketimi aynı anda gerçekleşir. Hizmet üretimi, satın alınması ve kullanılması sürecinde müşteri ve işletme etkileşim halindedir. Tüm bu özellikler hizmet kalitesinin kusursuz hâle getirilmesini zorlaştırmaktadır.

Hizmet kalitesi; tüketici ihtiyaçlarını karşılamak için üstün ya da mükemmel hizmetin verilmesi olarak tanımlanmaktadır (Okumuş ve Duygun, 2008; Erdoğan, 2013: 32). Hizmet kalitesi tanımının yapılmasında özellikle tüketici beklentileri öne çıkmaktadır. Bu yüzden hizmet kalitesi tüketici beklentilerinin karşılanması olarak ifade edilmektedir. İçöz (2005) hizmet kalitesini bu temelde “tüketici beklentilerinin tatmin edilmesi ya da karşılanması” olarak tanımlamıştır.

Tüketicilere verilen hizmetin tüketici tarafından algılanması ve tüketicinin bu hizmete dair algısal yargısını ortaya koyan algılanan performanstır. Hizmet kalitesi tanımlarına bakıldığında öne çıkan önemli diğer bir kavram da bu algılanan performanstır (Halis ve Türkay, 2007: 402).

Parasuman ve diğerleri (1985) hizmet kalitesi kavramı yerine “algılanan hizmet kalitesi” kavramını kullanarak hizmetlerin üstünlüğü ile ilgili yargı ya da fikir olarak bir tanımlama yapmışlardır. Kaliteyi sıfır hatayla, spesifikasyonlara uygunlukla, mükemmellikle özdeşleştiren tanımlar da bulunmaktadır.

Bunun yanında; hizmet kalitesi, verilen hizmetin tüketicilerin beklentilerinin ne kadarını karşılayabildiğinin bir ölçüsüdür (Filiz ve Yılmaz, 2010). Algılanan hizmet kalitesi tüketicilerin hizmeti almadan önceki beklentiler (beklenen hizmet) ile yararlandığı gerçek hizmet deneyimini (algılanan hizmeti) kıyaslamının bir sonucu olup, tüketicilerin

beklentileri ile algılanan performans arasındaki farklılığın yönü ve derecesi olarak değerlendirilmektedir (Göndelen, 2007: 19).

#### Hizmet kalitesini etkileyen faktörler

Küçükaltan (2007: 57)'ye göre hizmet soyut bir özellik taşıdığından, kalite unsuru tüketiciden tüketiciye değişkenlik gösterebilmekte ve önemli olan unsur tüketicinin hizmetten beklentisidir. Yapılan çalışmalarda işletmelerin tüketicilerine yönelik on hizmet kriterinden türetilmiştir. Bu noktadan yola çıkarak hizmet kalitesinin özelliklerini aşağıdaki gibi sıralamak mümkündür (Çevik, 2013: 6-7):

- *Soyutluk*: Hizmetlerin dokunulmaz, hissedilmez olması ve kolayca tanımlanamama ve zihinsel olarak kolay algılanamaması özelliği
- *Ayrılmazlık*: Hizmet sunumu, hizmeti veren ve tüketici arasındaki etkileşim olarak sıklıkla yer aldığı için hizmetin aynı anda üretildiği ve tüketildiği göz önünde tutulmaktadır
- *Dayanaksızlık*: Hizmetlerin daha sonra kullanılmak üzere stoklanamamasını ifade eder.
- *Değişkenlik*: Hizmet performansı sıklıkla üreticiden tüketiciye, tüketiciden tüketiciye ve günden güne farklılık göstermektedir.

#### Hizmet kalitesi boyutları

Hizmet kalitesi; tanımını olduğu kadar yapısı da karışık ve çok boyutlu bir kavramdır. Hizmet kalitesinin boyutlarını davranışsal ve süreçsel olarak iki açıdan incelemek mümkündür (Yüksek, 2016: 42-43).

*Süreçsel boyutlar*; hizmet akışı, zamanlama, uygunluk, beklentiler, iletişim, geri besleme ve etkin yönetim boyutlarını ifade etmektedir.

*Davranışsal boyutlar* ise; ilgi, beden dili, ses tonu, nezaket, isim ile hitap, dikkat, rehberlik, önerili satış ve sorun çözme gibi boyutları içerir.

Hoyle (1994: 31) hizmet kalitesinin boyutlarını;

- Rahatlık
- Nezaket ve saygı
- Kredibilite
- Esneklik
- Dürüstlük
- Cevap verilebilirlik
- Güvenilirlik ve
- Emniyet olarak sıralar.

Parasuraman, Zeithaml ve Berry (1985) ise hizmet kalitesinin beş boyutunun olduğunu belirtmişlerdir. Bunlar;

- *Fiziksel özellikler:* İletmenin hizmet sunumundaki bina, araç-gereç ve personel görünümü,
- *Güvenirlilik:* Söz verilen bir hizmeti doğru ve güvenilir bir şekilde yerine getirebilme yeteneği,
- *Heveslilik:* Tüketicie yardım etme ve hızlı hizmet verme istekliliği,
- *Güven:* Çalışanların bilgili ve nazik olmaları ve tüketicilerde güven duygusu uyandırabilmeleri becerisi ve
- *Empati:* İşletmenin kendisini tüketicilerin yerine koyması ve tüketicilere kişisel ilgi göstermesi olarak açıklanmıştır. Hizmet işletmelerinde bu boyutlar ne kadar etkili ve başarılı olursa tüketici memnuniyeti o kadar artacaktır. Hizmet kalitesi ile sağlanan tüketici memnuniyeti, tüketicinin sürekliliğini sağladığı gibi işletmeye de diğer işletmelere göre rekabet üstünlüğü sağlamaktadır.

Yukarıda bahsedilen hizmet kalitesinin beş boyutu işletmelerin tüketicilerin hizmeti nasıl algıladıklarını belirlemede on hizmet kriteri mevcuttur. Bunlar (Ataberk, 2007:101):

1. *Güvenirlilik:* Hizmeti sunan işletmenin ve çalışanlarının tüketicilerin istek ve ihtiyaçlarını karşılayabilecek hizmeti tam olarak yerine getirmesi,
2. *İlgi (Duyarlılık):* Çalışanların tüketicilerin algıladıkları hizmetten duydukları tatmini arttırabilmek için hevesli bir şekilde hizmet sunması,

3. *Yetenek (Yeterlilik)*: Çalışanların bilgi ve beceri donanımı yönünde yeterli olması,
4. *Ulaşılabilirlik (Erişilebilirlik)*: İşletme tarafından sunulan hizmet ve çalışana en kolay ve hızlı şekilde ulaşılabilmesi,
5. *Nezakət*: Çalışanlar tarafından tüketicilere kibar ve nazik bir üslupla davranarak hizmeti olumlu algılamalarını sağlamak
6. *İletişim*: Tüketicilerin aldığı hizmetle ilgili gerekli bilgilerin doğru ve yalın bir şekilde aktarılması,
7. *İnanırlılık (Dürüstlük)*: Çalışanların bilgi ve beceri seviyesi ile güvenilir etki bırakması
8. *Güvenlik*: Tüketicilerin aldığı hizmetler ile ilgili riskli bir durumun yaratılmaması
9. *Anlaşılabilirlik*: İşletme ve çalışan personel tarafından tüketicilerin isteklerinin doğru bir şekilde anlaşılması ve istek yada sıkıntılarının giderilmesi
10. *Somut Özellikler*: İşletmelerde kullanılan ihtiyaca karşılık verecek malzeme ve ekipmanların bulunması.

Hizmetin farklı boyutları ve özellikleri incelendiğinde aşağıdaki noktalar önem kazanmaktadır (Özer ve Özdemir, 2007:12):

- Bir tarafın yaptığı iş/ler ya da eylem/ler ile diğerlerine bir yarar sağlaması ve karşı tarafın gereksinimini karşılaması,
- Bu eylemlerin belli bir bilgi birikimi ve beceriye dayanması,
- Yapılanın bir iş/eylem olması nedeni ile soyut nitelik taşıması,
- Hizmetlerin anında tüketilen üretimler olması,
- Hizmetlerin maddi çıktılarının olmaması.

Tıpkı hizmet veren işletmelerde olduğu gibi spor hizmeti veren kurum ve kuruluşlarda da hizmet kalitesi büyük öneme sahiptir.

### **2.2.2. Sportif etkinliklerde hizmet kalitesi**

Papadimitrou ve Karteoliotis (2000) spor hizmetleri alanında özel sektör içinde artan rekabetin daha kaliteli hizmete olan talebi yükseltmesi, spor hizmeti sağlayan merkezleri hedef pazar içinde yer alan tüketicilerin istek ve ihtiyaçlarını belirlemek ve tanımlamak durumunda bırakması, kalite boyutlarının belirlenmesinin gerekliliğini daha da arttırmış durumdadır (Papadimitrou ve Karteoliotis'den aktaran Çimen ve Gürbüz, 2007).

### Sportif etkinliklerde hizmet kalitesinin özellikleri

Spora özgü özelliklerin de yer aldığı spor hizmetleri "insanların spora ilişkin gereksinmelerini giderilmesi eğlenme, stresten uzaklaşma, sağlıklı olma, iyi görünme, sosyalleşme ve mücadele etme gibi faydalar sağlayan soyut ve birbirine benzemeyen faaliyetler bütünü" şeklinde tanımlanabilir (Akgül, Sarol ve Gürbüz, 2009). Bununla birlikte spor hizmetlerini, insanların spora ilişkin ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla, belirli bir fiyattan satışa sunulan ve herhangi bir malın mülkiyetini gerektirmeyen, fayda ve tatmin oluşturan, soyut faaliyetler bütünü olarak tanımlamak da mümkündür (Erdoğan, 2013: 33).

Çimen ve Gürbüz'e göre (2007: 123-126) spor hizmetlerinin özellikleri:

- Sportif hizmetlerin heterojen yapısının olması,
- Spor hizmetlerinde üretim ve tüketimin aynı zamanda gerçekleşmesi,
- Spor hizmetlerinin dayanıksız ve depolanamaz olması,
- Spor hizmetlerine harcanan zaman ve etkileşim,
- Spor hizmetlerinin soyutluğu,
- Spor hizmet personelinin hizmet üretimi algılaması ve
- Spor hizmetlerini sunanların yeterliliği olarak belirtilmiştir.

Fiziksel özellikler, fiziksel tesislerin, ekipmanın, personelin ve iletişim malzemelerinin dış görünüşü; güvenilirlik, önceden verilen sözlere uygun olarak güvenilir ve doğru bir şekilde hizmet verme yeteneği; güvence, çalışanların güven duygusu verme yeteneklerinin yanında bilgi ve nezaket sahibi olmaları, zamanında hizmet verme, müşterilere yardım etme ve hızlı hizmet sağlama noktasında istekli olma ve empati ise müşterileri anlamaya çalışarak onlara özel ilgi ve alaka göstermek şeklinde tanımlanmaktadır (Parasuraman ve diğerleri, 1998 aktaran Doğan ve Karakuş, 2014).

### Sportif etkinliklerde hizmet kalitesinin boyutları

Hizmet kalitesi kavramının soyut olma özelliği diğer hizmet alanlarında olduğu gibi sportif etkinliklerde de tüketicilerinin hizmet kalitesi algısı sunulan hizmete ve tüketicilerin özelliklerine göre farklılık göstermektedir. Ko ve Pastore (2005) tarafından geliştirilen sportif etkinliklerde hizmet kalitesi dört boyuttan oluşmaktadır. Bunlar;

- Program Kalitesi: Bu boyut, müşterinin programın mükemmellik hakkındaki algısı ile ilgilidir,
- Etkileşim Kalitesi: Bu boyut, hizmetin nasıl sunulduğu üzerine yoğunlaşmaktadır ve insan etkileşiminin bir hizmetin üretiminde ve tüketiminde önemlidir,
- Çıktı Kalitesi: Bu boyut, hizmetin sonucuna odaklanır ve tüketicinin hizmetten kazanımlarını gösterir ve rekreasyonel spor kullanıcıları, gelişmiş fiziksel uygunluk, beceri ustalığı, heyecan, keyif ve sosyal etkileşim gibi spor programlarına katıldığında genellikle fayda beklemektedir.
- Fiziksel Çevre Kalitesi: Bu boyut, fiziksel çevre, doğal ya da sosyal çevrenin aksine, hizmet sunumunun gerçekleştiği ve önerilen modelin son boyutunu temsil eden inşa edilmiş bir tesistir.

### Sportif etkinliklerde hizmet kalitesinin rolü ve önemi

Bir işletmenin ürettiği mal ya da hizmet, tüketicilerin gereksinimlerini ve beklentilerini karşıladığı zaman kalitelidir (Ataberk, 2007:89). Spor işletmelerinde de hizmet kalitesi düzeyi tüketicilerin beklentilerinin karşılanması ve tatmin düzeylerini olumlu ya da olumsuz yönde etkilemektedir.

### **2.2.3. Tüketici tatmini**

Tatminin literatürde birçok tanımlaması yapılmıştır. Aslında tatmin tüketicilerin istedikleri şeyleri gerçekleşmesiyle doyuma ulaşmaları olarak ifade edilirken, Oliver' a (2015: 8) göre tatmin; bir ürün / hizmet özelliğinin veya ürünün veya hizmetin kendisinin zevkli bir düzeyde tüketime yönelik tatmin edici bir hüküm sunduğuna ilişkin bir karar olarak tanımlamıştır. Şimşek' e göre (2017) tatmin ise; tüketicinin sadakatini güçlendirerek tekrar tüketilen ürün veya hizmet olmasını sağlar. Tüketici tatmini, tüketicinin psikolojik durum veya beklentilerine kıyasla yaşadığı deneyimler ışığında öznel bir özet değerlendirme olarak algılanabilir (Helgesen ve Nasset, 2007).

Ulusal İş Araştırma Enstitüsü (NBRI), tüketici tatmininin ölçülmesinde;

- Hizmet kalitesi
- Hizmet hızı
- Fiyatlandırma
- Şikayet veya sorunlar
- Çalışanlara güveniniz
- İşletmemizdeki kişilerle olan ilişkinin yakınlığı
- İhtiyaç duyulan diğer hizmetler
- Tüketicilerin zihnindeki konumunuzun gerekli olduğu belirtilmiştir (Agbor, 2011;7)

Tüketici kararının genellikle, ürün veya hizmet performansı, kalite veya tüketici tarafından bir değerlendirme standartıyla algılanan diğer sonuçlarının karşılaştırılmasından kaynaklandığı kabul edilmektedir (Westbrook ve Oliver; 1991). Tüketici tatmini, tüketicilerin bir işletme ile uzun vadeli bir ilişki kurmaya istekli olup olmadıklarının önemli bir göstergesidir ( Mostert, Petzer ve Weideman; 2016).

İlgili tanımlamalardan yola çıkarak Jahanshahi ve diğerleri (2011) tatmini bir bütün olarak incelendiğinde, üç genel bileşen belirlenebilir:

1. Tüketici tatmini bir yanıttır (duygusal veya bilişsel);
2. Yanıt belli bir odaklanma ile ilgilidir (beklentiler, ürün, tüketim tecrübesi, vb.);
3. Yanıt belirli bir zamanda gerçekleşir (tüketimden sonra, seçimden sonra, birikmiş deneyim, vb.).

### Sportif etkinliklerde tüketici tatmini

Boş zaman tatmini; bireylerin boş zaman etkinliklerine katılımları esnasında elde ettikleri hoşnutluk ve memnuniyet derecesidir. Bununla birlikte yapılan araştırmalar sonucunda, yaş, cinsiyet, medeni durumu, eğitim durumu, gelir düzeyi ve algılanan sağlık durumu gibi sosyo-ekonomik birçok faktörün boş zaman tatminini etkilediği ortaya çıkmıştır (Munusturlar Akyıldız ve Argan, 2016: 26-27).

Dünyada özellikle 1970' li yıllarda tüketiciye sunulan spor, fitness ve rekreasyon etkinliklerinin çeşidinde ve sayısında önemli artışlar görülmüş (Katırcı ve Argan, 2013: 14) ve günümüzde bu artışın devam ettiği görülmektedir.

Sportif etkinlikler bireylerde; fiziki ve sağlık gelişimlerini sağlamak, ruh sağlığı kazandırmak, sosyalleşmesine yardımcı olmak, yaratıcılık, kişisel beceri ve yeteneğini geliştirmek, çalışma başarısı ve iş verimine arttırmasına yardımcı olmaktadır (Ağaoğlu, 2013).

#### Sportif etkinliklerde tüketici tatminin önemi

Ardahan ve Yerlisu Lapa' ya (2010) göre serbest zaman tatmini; dıştan gelen zorlamalara bağlı kalmadan, bireyin yeni beceriler kazanmak, sağlık, sosyal, kültürel, sportif veya sanatsal beklentilerle gönüllü, herhangi bir maddi kazanç beklemeden, sağlık, eğlenme, hoşnutluk, yenilenmek ve mutluluk duygusu elde etmek için aktif ya da pasif olarak katıldığı etkinliklerden beklentilerinin karşılama derecesidir.

Spor tesisleri, tüketici merkezli hizmet sunan kurumlar olarak tüketici tatminini sağlamak durumundadırlar. Tüketiciler gittikleri spor merkezinden/tesisinden memnun oldukları takdirde spor tesisine tekrar geleceklerinden, hizmetin, ürünlerin ve faaliyetlerin sunulduğu diğer hizmet işletmelerinde olduğu gibi spor tesisleri için de önemlidir (Ergin, 2010:2).

Bununla birlikte; rekreasyonel sporda tesislerin ve hizmetlerin kalitesine ilişkin müşteri algılamaları; tesis yeterliliği, tesis işlemleri, hizmetler ve bilgi olarak tanımlanmaktadır ve özel olarak, tesislerin etkileyciliği, güvenilirliği ve kullanım kolaylığı tatminin belirleyicileridir (Kwame, 2009).

#### **2.2.4. Sportif etkinliklerde tüketici tatmini ve hizmet kalitesi ilişkisi**

Tüketicinin davranışı; kültürel, sosyal, kişisel ve psikolojik etmenlerden etkilenmekte (Paker, 2010:17) ve tatmin kararlarının oluşumu, esas anlamında hizmet kalitesinin değerlendirmesi ile aynı özellikleri göstermektedir (Dölarıslan ve Özer, 2014) Bununla birlikte hizmet kalitesinin tüketici tatmini üzerinde doğrudan etkisi olduğu kabul edilmektedir (Kouthouris ve Alexandris, 2005). Tatmin ve hizmet kalitesi ortak özelliklere



sahiptir, ancak hizmet kalitesi özellikle hizmet boyutları üzerine odaklanırken, tatmin genellikle daha geniş bir kavramdır (Agbor, 2011:11).

Tüketicinin eğitimi, gelir düzeyi, sosyal ve ruhsal yapısı ile de ilintili olan tüketici tatmini hizmet kalitesi için çok önemli bir belirleyicidir (Küçükaltan, 2007: 69). Algılanan performans ile beklentiler arasındaki fark olan algılanan kalite müşterinin işletme hakkındaki hükümleri olup, tatminle ilişkilidir (Murat ve Çelik, 2007) Bununla birlikte algılanan hizmet kalitesi uzun sürede oluşan bir tutum ve değerlendirme iken, tüketici tatmini bir tüketim sonrası ortaya çıkan bir durumdur (Usta ve Memiş, 2009).

Spor yönetimi literatüründe, genellikle hizmet kalitesi ve tatmin arasındaki ilişkiyi incelemek üzerine odaklanan üç tür tüketiciye rastlanmaktadır: seyirciler, katılımcılar ve spor hizmeti kullanıcılarıdır ve bu bilgiler tüketicilerin algılanan hizmet kalitesinin güçlü ve olumlu bir şekilde tatminle ilişkili olduğunu desteklemektedir (Woo, 2017).

Hizmet kalitesini kavramaya yönelik uygun tedbirler üzerinde fikir birliğine varılmamasına rağmen, araştırmacılar sıklıkla hizmet kalitesinin olumlu algılanışlarının, tüketiciler arasında olayın artan değer algılamalarına yol açtığını kabul etmektedirler (Biscaia, Correia, Ross ve Yoshida, 2017).

Spor merkezlerine tüketicilerin etkinliklere katılmasını etkileyen birçok faktör bulunmaktadır ve bu faktörler; fiziksel, sosyal, arkadaşlık, bir gruba dâhil olma, duygusal ve psikolojik ihtiyaçlar tüketicileri etkinliklere aktif olarak katılmayı etkilediğini göstermektedir (Katırcı ve Oyman, 2011). Örneğin Woo (2017) 60 yaş ve üstü spor kulübü üyeleri arasında, personel, program, soyunma odaları, fiziksel tesis, egzersiz tesisleri gibi fitness merkezinin hizmet kalitesinin, fitness merkezinden tatmin seviyelerine doğrudan bağlı olduğunu keşfetti.



### **3. YÖNTEM**

Bu bölümde; araştırmanın modeli, çalışma grubu, veri toplama aracı, verilerin toplanması ve verilerin analizi ile ilgili açıklamalara yer verilmektedir.

#### **3.1. Araştırmanın Modeli**

Bu araştırma var olan durumu belirlemeye yönelik olduğu için alanyazın taraması yapılarak ve uzman görüşü alınarak betimsel ve ilişkisel tarama modeli kullanılmıştır.

#### **3.2. Evren ve Örneklem**

Bu araştırma 18 yaş üstü bireylere belediyeler tarafından sunulan rekreasyonel spor hizmetlerinde hizmet kalitesini ve tatmin düzeylerini incelemek amacıyla planlanmıştır. Araştırma kapsamında evrenin büyüklüğünü belirleyebilmek için Eskişehir Büyükşehir Belediyesi ve merkez ilçeler ile görüşmeler yapılmış ve 2015 yılı rekreasyonel sportif etkinliklerine katılan 18 yaş üstü tüketici sayılarını gösteren bilgiler alınmıştır. Elde edilen veriler doğrultusunda araştırma evreninin büyüklüğünün yaklaşık 5000 kişi civarında olduğu belirlenmiştir.

Örneklem grubunun sayısı belirlemek için kategorik verilere göre (Barlett, Kotrlik ve Higgins (2001) 362 kişi yetiyor olmasına rağmen çalışmamızdaki güvenirliliği artırmak için 989 kişilik bir örneklem grubuna ulaşılmıştır. Araştırma kapsamını 18 yaş üstü gönüllülere ait bağımsız değişken bilgileri Çizelge 3.1' de verilmiştir.

Çizelge 3.1. Örneklem grubu demografik bilgiler

Değişkenler		n	%
Cinsiyet	Kadın	791	80,0
	Erkek	198	20,0
Yaş	18-30	318	32,2
	31-40	254	25,7
	41-55	340	34,4
	56+	77	7,8
Yararlandıkları Etkinlik Sayısı	1 Etkinlik	648	65,5
	2 Etkinlik	279	28,2
	3 Etkinlik	62	6,3
Sosyal Statü	Öğrenci	196	19,8
	Ev Hanımı	371	37,5
	İşçi	86	8,7
	Memur	131	13,2
	Serbest Meslek	116	11,7
	Emekli	75	7,6
	Çalışmıyor	14	1,4
Eğitim Durumu	İlköğretim	111	11,2
	Ortaöğretim	337	34,1
	Ön-lisans/ Lisans	465	47,0
	Lisansüstü	71	7,2
	Okur-Yazar Değil	5	,5
Etkinliklere Katılım Süresi	0-1 Yıl	608	61,5
	2-3 Yıl	287	29,0
	4 yıl ve Üzeri	94	9,5
Etkinliklere Katılım Sıklığı	Haftada 1	36	3,6
	Haftada 2	601	60,8
	Haftada 3	307	31,0
	Haftada 4 ve Üzeri	45	4,6
Hane Geliri	1300tl ve Altı	170	17,2
	1301tl – 2500tl	409	41,4
	2501tl – 3500tl	255	25,8
	3501tl – 4500tl	126	12,7
	4501TL ve üzeri	29	2,9
TOPLAM		989	100

Çizelge 3.1’de örneklem grubunun demografik özelliklerine bakıldığında; cinsiyetlere göre dağılımı % 80 (n=791)’ i kadın ve % 20 (n=198)’ si erkek; yaşlara göre dağılımı %32,2 (n=318) 18-30 yaş, % 25,7 (n=254) 31-40 yaş, % 34,4 (n=340), 41-55 yaş ve %7,8 (n=77) 56 yaş ve üstü; sosyal statülerine göre dağılımı %19,8 (n=196) öğrenci, %37,5 (n=371) ev hanımı, %8,7 (n=86) işçi, %13,2 (n=131) memur, %11,7 (n=116) serbest meslek, %7,6 (n=75) emekli ve %1,4 (n=14) çalışmıyor; eğitim durumu %11,2 (n=111) ilköğretim, %34,1 (n=337) ortaöğretim, %47 (n=465) önlisans/lisans, % 7,2 (n=71) lisansüstü ve % 0,5 (n=5) okur-yazar değil; etkinliklere katılım süresi %61,5 (n=608) 0-1 yıl, %29,0 (n=287) 2-3 yıl ve %9,5 (n=94) 4 yıl ve üzeri; Etkinlikleri haftalık kullanım sıklığı %3,6 (n=36) haftada 1, %60,8 (n=601) haftada 2, %31 (n=307) haftada 3 ve %4,6 (n=45) haftada 4 ve üzeri; hane geliri %17,2 (n=170) 1300 tl ve altı, %41,4 (n=409) 1301tl-2500tl, %25,8 (n=255) 2501tl-3500tl, %12,7 (n=126) 3501tl-4500tl ve %2,9 (n=29) 4501TL ve üzeri olarak belirtilmiştir.

Çizelge 3.2. Yararlanılan etkinlik türü

Etkinlik Türü	n	%	Geçerli %	Kümülatif %
Yuzme	146	14,8	14,8	14,8
Futbol	1	,1	,1	14,9
Yoga	18	1,8	1,8	16,7
Salon Dansları (Latin, Çaç v.b.)	9	,9	,9	17,6
Fitness	160	16,2	16,2	33,8
Step Aerobik	125	12,6	12,6	46,4
Plates Zumba	173	17,5	17,5	63,9
Diger	6	,6	,6	64,5
Yuzme & Futbol	31	3,1	3,1	67,6
Yuzme & Yoga	9	,9	,9	68,6
Yuzme & Salon Dansları (Latin, Çaç v.b.)	4	,4	,4	69,0
Yuzme & Fitness	22	2,2	2,2	71,2
Yuzme & Step Aerobik	6	,6	,6	71,8
Yuzme & Plates Zumba	21	2,1	2,1	73,9
Futbol & Salon Dansları	1	,1	,1	74,0
Futbol & Fitness	4	,4	,4	74,4
Futbol & Diger	1	,1	,1	74,5
Yoga & Fitness	1	,1	,1	74,6
Yoga & Plates-Zumba	2	,2	,2	74,8
Salon Dansları & Fitness	2	,2	,2	75,0
Salon Dansları (Latin, Çaç v.b.) & Plates-Zumba	3	,3	,3	75,3
Fitness & Step-Aerobik	21	2,1	2,1	77,5
Fitness & Plates-Zumba	16	1,6	1,6	79,1
Step-Aerobik & Plates-Zumba	131	13,2	13,2	92,3
Su Cimnastigi	10	1,0	1,0	93,3
Yoga & Su Cimnastigi	4	,4	,4	93,7
Yuzme & Futbol & Fitness	6	,6	,6	94,3
Yuzme & Yoga & Step-Aerobik	1	,1	,1	94,4
Yuzme & Yoga & Plates-Zumba	2	,2	,2	94,6
Yuzme & Salon Dansları (Latin, Çaç v.b.) & Step-Aerobik	1	,1	,1	94,7
Yuzme & Salon Dansları (Latin, Çaç v.b.) & Plates-Zumba	4	,4	,4	95,1
Yuzme & Fitness & Step-Aerobik	1	,1	,1	95,2
Yuzme & Fitness & Plates-Zumba	9	,9	,9	96,2
Yuzme & Step-Aerobik & Plates-Zumba	9	,9	,9	97,1
Yoga & Fitness & Plates-Zumba	1	,1	,1	97,2
Yoga & Step-Aerobik & Plates-Zumba	7	,7	,7	97,9
Salon Dansları (Latin, Çaç v.b.)& Fitness & Step-Aerobik	1	,1	,1	98,0
Salon Dansları (Latin, Çaç v.b.) & Step-Aerobik & Plates-Zumba	3	,3	,3	98,3
Fitness & Step-Aerobik & Plates-Zumba	17	1,7	1,7	100,0
Yoga & Fitness & Step-Aerobik & Plates-Zumba	1	,1	,1	100,0
Total	989	100,0	100,0	

### 3.3. Veri Toplama Araçları

Bu araştırmada “Kişisel Bilgi Formu”, “Rekreasyonel Spor Hizmetleri Kalite Ölçeği” ve “Spor Tüketicisi Tatmin Ölçeği” kullanılmıştır.

- Kişisel bilgi formu

Araştırmanın bağımsız değişkenlerini belirlemek için araştırmacı tarafından bir kişisel bilgi formu hazırlanmıştır. Bu form katılımcıların cinsiyeti, yaş düzeyleri, yararlandıkları etkinlik türü, sosyal statüleri, eğitim durumları, etkinliklere katılma süreleri, etkinliklere haftalık katılma sıklıkları ve hane gelirine ilişkin sorulardan oluşmuştur.

- Rekreasyonel spor hizmetleri kalite ölçeği

Rekreasyonel Spor Hizmetleri Kalite Ölçeği (The Scale of Service Quality in Recreational Sport (SSQRS)), rekreasyonel spor hizmetlerinde hizmet kalitesini ortaya çıkarabilmek amacıyla Yong Jae Ko ve Donna L. Pastore (2005) tarafından geliştirilmiş ve Demir Köşker ve Çimen (2012) tarafından Türkçe'ye uyarlanmıştır.

“Rekreasyonel Spor Hizmetleri Kalite Ölçeği” bireylerin rekreasyonel spor hizmetine katılımında kaliteyi ölçen 38 madde ve program kalitesi; (a) program çeşitliliği, (b) çalışma zamanı, (c) bilgi, etkileşim kalitesi; (d) müşteri-çalışan etkileşimi, (e) müşteriler arası etkileşim, çıktı kalitesi; (f) fiziksel değişim, (g) birleşim değeri, (h) sosyalleşme, fiziksel çevre kalitesi; (i) tasarım ve (j) malzemeden oluşan 10 alt boyuttan oluşmaktadır. Katılımcılar ölçekte yer alan maddeleri “Hiç Katılmıyorum (1)’den, Tamamen Katılıyorum (7) şeklinde 7’li Likert tipi ölçek üzerinde değerlendirmektedir.

Ölçeğin güvenilirliğini test etmek için hesaplanan Cronbach Alpha iç tutarlılık katsayısı 304 rekreatif egzersiz katılımcısı için .72 (çalışma zamanı) ile .91 (tasarım) arasında bulunmuştur. Bu araştırmada tekrarlanan güvenilirlik analizi sonucu, ölçeğin güvenilirliği “.97” olarak belirlenmiştir. Bu değer, araştırmalar için yeterli görülen “.70”lik standardından yüksek olduğu için, söz konusu ölçeğin bir bütün olarak araştırmalarda kullanılabilir nitelikte olduğu kanısına varılmıştır.

- Spor tüketicisi tatmin ölçeği

Spor Tüketicisi Tatmin Ölçeği, rekreasyon tüketicilerinin tesislerde tatmin düzeyini belirlemek amacıyla Alexandris ve Palialia (1999) tarafından geliştirilmiş ve Şimşek ve Mercanoğlu (2014) tarafından Türkçe'ye uyarlanmıştır.

“Spor Tüketicisi Tatmin Ölçeği” 18 madde ve (a) tesisler/hizmetler, (b) bireysel/psikolojik, (c) rahatlama, (d) sosyal ve (e) sağlık/fitnes'dan oluşan 5 alt boyuttan oluşmaktadır. Katılımcılar ölçekte yer alan maddeleri “Kesinlikle katılmıyorum (1)’den, Kesinlikle katılıyorum (5) şeklinde 5’li Likert tipi ölçek üzerinde değerlendirmektedir.

Ölçeğin güvenilirliğini test etmek için hesaplanan Cronbach Alpha iç tutarlılık katsayısı 240 katılımcı için .92 olarak hesaplanmıştır. Bu araştırmada tekrarlanan güvenilirlik analizi sonucu, ölçeğin güvenilirliği “.93” olarak belirlenmiştir. Bu değer, araştırmalar için yeterli görülen “.70”lik standardından yüksek olduğu için, söz konusu ölçeğin bir bütün olarak araştırmalarda kullanılabilir nitelikte olduğu kanısına varılmıştır.

Rekreasyonel Spor Hizmetleri Kalite Ölçeği’ nin Cronbach’ s Alpha değeri 0,965 Spor Tüketicisi Tatmin Ölçeği’ in Cronbach’ s Alpha değeri ise 0,932’ dir.

### 3.4. Verilerin Toplanması

Verilerin toplama işleminde; belediyelerin rekreatif amaçlı sportif etkinlikler sunduğu birimlerde 18 yaş üstü tüketicilere çalışma uygulanmıştır.

Büyükşehir Belediyesi (13.04.2016), Tepebaşı Belediyesi (17.04.2016) ve Odunpazarı Belediyesi’nden (18.04.2016) alınan izinler sonrası Etik kurula başvurulmuş ve gerekli onay alındıktan sonra Haziran 2016- Mart 2017 tarihleri arasında spor merkezlerinin yönetici ve çalıştırıcıları ile görüşülerek ölçeğin amacı ile ilgili bilgiler verilmiş ve isim gizliliği ve gönüllük esasına uygun bir şekilde doldurulması için bilgilendirilme yapılmıştır. Tüketicilere ölçekler etkinliklere başladıktan 2 hafta sonra toplamda 1150 adet dağıtılmış ve geri dönütler beklenmiştir. Toplamda 161 adet sadece demografik bilgilerin girilmesi ve geri dönüş sağlanmadığından dolayı değerlendirme dışında tutulmuştur.

### 3.5. Veri Analizi

Verilerin çözümlenmesinde SPSS 24 kullanılmıştır. Verilerin normal dağılım şartlarını karşılama durumları incelenmiştir. Toplanan veriler çok yönlü olarak incelemeye alınmıştır. Sosyo-demografik özellikler ile hizmet kalitesi ve tüketici tatmin düzeyleri boyutları arasında karşılaştırma yapılan grupların basıklık ve çarpıklık değerleri ile Kolmogorov Smirnov ve Shapiro Wilks testi sonuçları, verilerin alt gruplara göre normal dağılım koşullarını karşılamadığını göstermiştir. Bu nedenle verilerin analizinde non-parametrik testler kullanılmıştır. Araştırma verilerinin analizi aşamasında, yüzde ve frekans dağılımları ile demografik özellikler ile hizmet kalitesi ve tüketici tatmin düzeyleri boyutları arasındaki ilişkileri belirlemek için Kruskal-Wallis ve Mann-Whitney U Testleri'nden yararlanılmıştır. Ölçeklerin normallik dağılımına yönelik yapılan analiz Çizelge 3.3' de verildiği gibidir.

Çizelge 3.3. Rekreatif spor hizmet kalite ölçeği ve spor tüketicisi tatmin ölçeği normallik dağılımları

	Kolmogorov Smirnov			Shapiro-Wilk		
	Statics	df	Sig	Statics	df	Sig
Toplam Hizmet Kalitesi	,100	989	,000	,944	989	,000
Toplam Tatmin	,112	989	,000	,931	989	,000

Kolmogorov Smirnov ve Shapiro-Wilk testine göre Toplam Hizmet Kalitesi ve Toplam Tatmin Sig. değerleri  $p < .05$ ' in altında olduğu için normal dağılım koşulunu yerine getirmemiştir. Tüm değişkenler arasında normallik dağılımları incelenmiştir. İnceleme sonrasında karşılaştırma yapılarak değişken gruplarında normallik şartlarını sağlamadığı tespit edilmiştir. Bu nedenle non-parametrik testler kullanılmıştır.



## 4. BULGULAR

Araştırmanın bu bölümünde bağımsız değişkenlerle kullanılan iki ölçek ile ilgili bulgulara yer verilmiştir.

Çizelge 4.1. Belediyelerin sunduğu rekreasyonel spor hizmetlerinden yararlanan tüketicilerin hizmet kalitesi düzeyleri cinsiyet değişkenine göre Mann-Whitney U testi sonuçları

BOYUT	Alt Boyutlar	Cinsiyet	n	Sıra Ort.	Sıra Toplamı	U	p
Program Kalitesi	Program Çeşitliliği	Kadın	791	511,01	404206,50	65647,500	,000
		Erkek	198	431,05	85348,50		
	Çalışma Zamanı	Kadın	791	519,62	411020,00	58834,000	,000
		Erkek	198	396,64	78535,00		
	Bilgi	Kadın	791	512,04	405022,00	64832,000	,000
		Erkek	198	426,93	84533,00		
Etkileşim Kalitesi	Müşteri Çalışan Etkileşimi	Kadın	791	516,81	408798,00	61056,000	,000
		Erkek	198	407,86	80757,00		
	Müşteriler Arası Etkileşim	Kadın	791	510,83	404064,00	65790,000	,000
		Erkek	198	431,77	85491,00		
Çıktı Kalitesi	Fiziksel Değişim	Kadın	791	515,18	407504,50	62349,500	,000
		Erkek	198	414,40	82050,50		
	Birleşim Değeri	Kadın	791	513,78	406402,50	63451,500	,000
		Erkek	198	419,96	83152,50		
	Sosyalleşme	Kadın	791	509,71	403180,00	66674,000	,001
		Erkek	198	436,24	86375,00		
Fiziksel Çevre Kalitesi	Tasarım	Kadın	791	511,95	404950,50	64903,500	,000
		Erkek	198	427,30	84604,50		
	Malzeme	Kadın	791	509,57	403068,50	66785,500	,001
		Erkek	198	436,80	86486,50		
		TOPLAM	989				

Çizelge 4.1. incelendiğinde; Program Kalitesi Boyutunun; Program Çeşitliliği (U= 65647,500; p<.05) , Çalışma Zamanı (U= 58834,000; p<.05), Bilgi (U=64832,000; p<.05) alt boyutlarında, Etkileşim Kalitesi Boyutunun; Müşteri Çalışan Etkileşimi (U=61056,000; p<.05), Müşteriler Arası Etkileşim (U=65790,000; p<.05) alt boyutlarında, Çıktı Kalitesi Boyutunun; Fiziksel Değişim (U=62349,500; p<.05), Birleşim Değeri (U= 63451,500; p<.05), Sosyalleşme (U=66674,000; p<.05) alt boyutlarında ve Fiziksel Çevre Boyutunun; Tasarım (U=64903,500; p<.05) ve Malzeme (U= 66785,500; p<.05) alt boyutlarında anlamlı fark bulunmuştur (p<.05).

Çizelge 4.2. Belediyelerin sunduğu rekreasyonel spor hizmetlerinden yararlanan tüketicilerin hizmet kalitesi düzeyleri yaş değişkenine göre Kruskal Wallis testi sonuçları

BOYUT	Alt Boyutlar	18-30 (n=318) (1)			31-40(n=254) (2)			41-55(n=340) (3)			56+(n=77) (4)			N=989		
		Med	Sıra Ort.	sd	Med	Sıra Ort.	sd	Med	Sıra Ort.	sd	Med	Sıra Ort.	sd	X <sup>2</sup>	p	Anlamlı Fark
Program Kalitesi	Program Çeşitliliği	5,33	483,41	3	5,33	497,45	3	5,66	506,60	3	5,33	483,58	3	1,245	,742	
	Çalışma Zamanı	6,00	464,19	3	6,50	516,03	3	6,50	511,12	3	6,00	481,71	3	6,864	,076	
	Bilgi	4,75	468,19	3	5,25	513,46	3	5,25	499,34	3	5,25	525,67	3	4,862	,182	
Etkileşim Kalitesi	Müşteri Çalışan Etkileşimi	6,00	444,49	3	6,50	515,73	3	6,50	516,58	3	6,33	539,91	3	15,611	,001	1-2 1-3 1-4
	Müşteriler Arası Etkileşime	6,00	460,43	3	6,00	500,85	3	6,00	514,75	3	6,00	531,25	3	7,893	,048	1-3 1-4
Çıktı Kalitesi	Fiziksel Değişim	6,00	436,18	3	6,20	506,34	3	6,20	532,41	3	6,40	535,31	3	21,520	,000	1-2 1-3 1-4
	Birleşim Değeri	6,00	437,59	3	6,25	505,87	3	6,25	536,76	3	6,25	511,82	3	21,207	,000	1-2 1-3 1-4
	Sosyalleşme	5,66	418,69	3	6,33	526,74	3	6,33	528,31	3	6,33	558,38	3	35,294	,000	1-2 1-3 1-4
Fiziksel Çevre Kalitesi	Tasarım	5,60	461,11	3	5,80	513,68	3	5,80	506,20	3	6,00	523,89	3	6,912	,075	
	Malzeme	5,25	460,61	3	5,75	530,62	3	5,50	494,43	3	5,75	522,01	3	9,311	,25	1-2
	Toplam Hizmet Kalitesi	5,64	441,45	3	5,90	522,22	3	5,90	516,71	3	6,05	530,51	3	16,638	,001	

Çizelge 4.2. incelendiğinde; Etkileşim Boyutunun; Müşteri Çalışan Etkileşimi ( $p<.05$ ), Müşteriler Arası Etkileşim ( $p<.05$ ) alt boyutlarında, Çıktı Kalitesi Boyutunun; Fiziksel Değişim ( $p<.05$ ), Birleşim Değeri ( $p<.05$ ), Sosyalleşme ( $p<.05$ ) alt boyutlarında ve Fiziksel Çevre Boyutunun; Malzeme ( $p<.05$ ) alt boyutlarında anlamlı farklılık bulunurken, Program Kalitesi Boyutunun; Program Çeşitliliği ( $p>.05$ ), Çalışma Zamanı ( $p>.05$ ), Bilgi ( $p>.05$ ) alt boyutlarında ve Fiziksel Çevre Kalitesinin; Tasarım ( $p>.05$ ) alt boyutlarında anlamlı bir fark yoktur ve genel toplamda ( $p<.05$ ) anlamlı fark vardır.. Bu farkların hangi yaş grupları arasında olduğunu belirlemek için Mann-Whitney U test sonuçları Çizelge 4.3, Çizelge 4.4 ve Çizelge 4.5’de gösterilmiştir.

Çizelge 4.3. Belediyelerin sunduğu rekreasyonel spor etkinliklerine katılan tüketicilerin 18-30/ 31-40 yaşa göre hizmet kalitesi alt boyutlarının Mann-Whitney U testi sonuçları

BOYUT	Alt Boyutlar	Yaş	n	Sıra Ort.	Sıra Toplamı	U	p
Etkileşim Kalitesi	Müşteri Çalışan Etkileşimi	18-30	318	268,26	85305,50	34584,500	,003
		31-40	254	309,34	78572,50		
Çıktı Kalitesi	Fiziksel Değişim	18-30	318	268,52	85390,00	34669,000	,003
		31-40	254	309,01	78488,00		
	Birleşim Değeri	18-30	318	269,58	85727,50	35006,500	,006
		31-40	254	307,68	78150,50		
	Sosyalleşme	18-30	318	259,38	82484,00	31763,000	,000
		31-40	254	320,45	81394,00		
Fiziksel Çevre Kalitesi	Malzeme	18-30	318	268,43	85360,00	34639,000	,003
		31-40	254	309,13	78518,00		
		TOPLAM	572				

Çizelge 4.3 incelendiğinde; Etkileşim Kalitesi Boyutunun; Müşteri Çalışan Etkileşimi ( $U=34584,500$ ;  $p<.05$ ), Çıktı Kalitesi Boyutunun; Fiziksel Değişim ( $U=34669,000$ ;  $p<.05$ ), Birleşim Değeri ( $U=35006,500$ ;  $p<.05$ ), Sosyalleşme ( $U=31763,000$ ;  $p<.05$ ) alt boyutlarında ve Fiziksel Çevre Kalitesi Boyutunun; Malzeme ( $U= 34639,000$ ;  $p<.05$ ) alt boyutlarında anlamlı fark bulunurken, Etkileşim Kalitesi Boyutunun; Müşteriler Arası Etkileşim ( $U=37077,000$ ;  $p=,087$ ) alt boyutunda anlamlı fark yoktur ( $p>.05$ ).

Çizelge 4.4. Rekreatyonel spor etkinliklerine katılan tüketicilerin 18-30/ 41-55 yaşa göre hizmet kalitesi alt boyutlarının Mann-Whitney U testi sonuçları

BOYUT	Alt Boyutlar	Yaş	n	Sıra Ort.	Sıra Toplamı	U	p
Etkileşim Kalitesi	Müşteri Çalışan Etkileşimi	18-30	318	304,68	96887,50	46166,500	,001
		41-55	340	352,72	119923,50		
	Müşteriler Arası Etkileşim	18-30	318	310,79	98831,00	48110,000	,013
		41-55	340	347,00	117980,00		
Çıktı Kalitesi	Fiziksel Değişim	18-30	318	296,33	94232,50	43511,500	,000
		41-55	340	360,53	122578,50		
	Birleşim Değeri	18-30	318	295,00	93809,50	43088,500	,000
		41-55	340	361,77	123001,50		
	Sosyalleşme	18-30	318	291,12	92575,00	41854,000	,000
		41-55	340	365,40	124236,00		
		TOPLAM	658				

Çizelge 4.4 incelendiğinde; Etkileşim Kalitesi Boyutunun; Müşteri Çalışan Etkileşimi (U=46166,500; p<.05), Müşteriler Arası Etkileşim (U=48110,000; p<.05) alt boyutlarında, Çıktı Kalitesi Boyutunun; Fiziksel Değişim (U=43511,500; p<.05), Birleşim Değeri (U=43088,500; p<.05) ve Sosyalleşme (U=41854,000; p<.05), alt boyutlarında anlamlı fark bulunurken, Fiziksel Çevre Kalitesi Boyutunun; Malzeme (U= 37545,000; p=,134) alt boyutunda anlamlı fark yoktur (p>.05).

Çizelge 4.5. Rekreatyonel spor etkinliklerine katılan tüketicilerin 18-30/ 56 ve üstü yaşa göre hizmet kalitesi alt boyutlarının Mann-Whitney U testi sonuçları

BOYUT	Alt Boyutlar	Yaş	n	Sıra Ort.	Sıra Toplamı	U	p
Etkileşim Kalitesi	Müşteri Çalışan Etkileşimi	18-30	318	190,55	60596,00	9875,000	,008
		56 ve üstü	77	228,75	17614,00		
	Müşteriler Arası Etkileşim	18-30	318	192,55	61230,50	10509,500	,050
		56 ve üstü	77	220,51	16979,50		
Çıktı Kalitesi	Fiziksel Değişim	18-30	318	190,33	60525,50	9804,500	,006
		56 ve üstü	77	229,67	17684,50		
	Birleşim Değeri	18-30	318	192,01	61059,50	10338,500	,033
		56 ve üstü	77	222,73	17150,50		
	Sosyalleşme	18-30	318	187,19	59525,50	8804,500	,000
		56 ve üstü	77	242,66	18684,50		
		TOPLAM	395				

Çizelge 4.5 incelendiğinde; 18-30/56 ve üstü yaş grubunda; Etkileşim Kalitesi Boyutunun; Müşteri Çalışan Etkileşimi (U=9875,000; p<.05), Müşteriler Arası Etkileşim (U=10509,500; p<.05) alt boyutlarında, Çıktı Kalitesi Boyutunun; Fiziksel Değişim (U=9804,500; p<.05), Birleşim Değeri (U=10338,500; p<.05) ve Sosyalleşme (U=8804,500;

$p < .05$ ) alt boyutlarında anlamlı fark bulunurken; Fiziksel Çevre Kalitesi Boyutunun; Malzeme ( $U=10796,500$ ;  $p=,106$ ) alt boyutunda anlamlı fark yoktur ( $p > .05$ ).

Hizmet kalitesi açısından gruplar arasındaki fark için yapılan Mann-Whitney U testi sonuçlarına göre 31-40/41-55 yaş gruplarında; Etkileşim Kalitesi Boyutunun; Müşteri Çalışan Etkileşimi ( $U=41961,500$ ;  $p=,976$ ), Müşteriler Arası Etkileşim ( $U=41961,500$ ;  $p=,548$ ) alt boyutlarında, Çıktı Kalitesi Boyutunun; Fiziksel Değişim ( $U=40923,000$ ;  $p=,271$ ), Birleşim Değeri ( $U=40658,500$ ;  $p=,217$ ), Sosyalleşme ( $U=43130,500$ ;  $p=,981$ ) alt boyutlarında ve Fiziksel Çevre Kalitesi Boyutunun; Malzeme ( $U=40001,000$ ;  $p=,123$ ) alt boyutlarında anlamlı fark yoktur ( $p > .05$ ).

Hizmet kalitesi açısından gruplar arasındaki fark için yapılan Mann-Whitney U testi sonuçlarına göre 31-40/56 ve üstü yaş grubunda; Etkileşim Kalitesi Boyutunun; Müşteri Çalışan Etkileşimi ( $U=9304,000$ ;  $p=,510$ ), Müşteriler Arası Etkileşim ( $U=9174,000$ ;  $p=,401$ ) alt boyutlarında, Çıktı Kalitesi Boyutunun; Fiziksel Değişim ( $U=9199,000$ ;  $p=,427$ ), Birleşim Değeri ( $U=9682,500$ ;  $p=,894$ ), Sosyalleşme ( $U=9167,500$ ;  $p=,394$ ) alt boyutlarında ve Fiziksel Çevre Kalitesi Boyutunun; Malzeme ( $U=9656,500$ ;  $p=,867$ ) alt boyutunda anlamlı fark yoktur ( $p > .05$ ).

Hizmet kalitesi açısından gruplar arasındaki fark için yapılan Mann-Whitney U testi sonuçlarına göre 41-55 /56 ve üstü yaş grubunda; Etkileşim Kalitesi Boyutunun; Müşteri Çalışan Etkileşimi ( $U=12475,000$ ;  $p=,511$ ), Müşteriler Arası Etkileşim ( $U=12637,500$ ;  $p=,629$ ) alt boyutlarında, Çıktı Kalitesi Boyutunun; Fiziksel Değişim ( $U=13005,000$ ;  $p=,928$ ), Birleşim Değeri ( $U=12384,500$ ;  $p=,454$ ), Sosyalleşme ( $U=12259,500$ ;  $p=,374$ ) alt boyutlarında ve Fiziksel Çevre Kalitesi Boyutunun; Malzeme ( $U=12334,500$ ;  $p=,427$ ) alt boyutunda anlamlı fark yoktur ( $p > .05$ ).

Çizelge 4.6. Belediyelerin sunduğu rekreasyonel spor hizmetlerinden yararlanan tüketicilerin hizmet kalitesi düzeyleri yararlandıkları etkinlik sayısına göre Kruskal Wallis testi sonuçları

BOYUT	Alt Boyutlar	1 Etkinliğe Katılan (n=648) (1)			2 Etkinliğe Katılan (n= 279) (2)			3 Etkinliğe Katılan (n=62) (3)			N=989		
		Med	Sıra Ort.	sd	Med	Sıra Ort.	sd	Med	Sıra Ort.	sd	X <sup>2</sup>	p	Anlamlı Fark
Program Kalitesi	Program Çeşitliliği	5,66	525,39	2	5,00	435,79	2	5,00	443,78	2	21,644	,000	1-2 1-3
	Çalışma Zamanı	6,50	528,27	2	6,00	437,12	2	6,00	407,69	2	28,258	,000	1-2 1-3
	Bilgi	5,25	511,01	2	4,75	452,86	2	5,00	517,31	2	8,544	,014	1-2
Etkileşim Kalitesi	Müşteri Çalışan Etkileşimi	6,50	529,41	2	6,16	439,45	2	5,91	385,32	2	30,027	,000	1-2 1-3
	Müşteriler Arası Etkileşim	6,00	522,54	2	5,50	449,99	2	5,25	409,72	2	19,119	,000	1-2 1-3
Çıktı Kalitesi	Fiziksel Değişim	6,20	524,44	2	6,00	448,65	2	5,30	395,87	2	21,972	,000	1-2 1-3
	Birleşim Değeri	6,25	524,79	2	6,00	441,14	2	6,00	426,06	2	21,033	,000	1-2 1-3
	Sosyalleşme	6,00	519,55	2	6,00	449,08	2	5,66	445,02	2	14,323	,001	1-2 1-3
Fiziksel Çevre Kalitesi	Tasarım	6,00	534,39	2	5,00	420,23	2	5,30	419,83	2	35,943	,000	1-2 1-3
	Malzeme	5,75	531,35	2	4,75	420,27	2	5,12	451,34	2	31,247	,000	1-2 1-3
	Toplam Hizmet Kalitesi	5,94	531,99	2	5,57	425,39	2	5,53	421,66	2	31,527	,000	

Çizelge 4.6 incelendiğinde; Program Kalitesi Boyutunun; Program Çeşitliliği ( $p<.05$ ), Çalışma Zamanı ( $p<.05$ ), Bilgi ( $p<.05$ ) alt boyutlarında, Etkileşim Kalitesi Boyutunun; Müşteri Çalışan Etkileşimi ( $p<.05$ ), Müşteriler Arası Etkileşim ( $p<.05$ ) alt boyutlarında, Çıktı Kalitesinin Boyutlarından; Fiziksel Değişim ( $p<.05$ ), Birleşim Değeri ( $p<.05$ ), Sosyalleşme ( $p<.05$ ) alt boyutlarında, Fiziksel Çevre Kalitesi Boyutlarından; Tasarım ( $p<.05$ ) ve Malzeme ( $p<.05$ ) alt boyutlarında anlamlı vardır ve genel toplamda ( $p<.05$ ) anlamlı fark vardır. Bu farkların yararlandıkları etkinlik sayısına göre olduğunu belirlemek için testlerinden Mann-Whitney U test sonuçları Çizelge 4.7 ve Çizelge 4.8’de gösterilmiştir.

Çizelge 4.7. Rekreatyonel spor etkinliklerine katılan tüketicilerin 1 etkinlik- 2 etkinliğe göre hizmet kalitesi alt boyutlarının Mann-Whitney U testi sonuçları

BOYUT	Alt Boyutlar	Etkinlik Sayısı	n	Sıra Ort.	Sıra Toplamı	U	p
Program Kalitesi	Program Çeşitliliği	1 etkinliğe katılan	648	489,23	317019,00	74049,000	,000
		2 etkinliğe katılan	279	405,41	113109,00		
	Çalışma Zamanı	1 etkinliğe katılan	648	489,61	317270,00	73798,000	,000
		2 etkinliğe katılan	279	404,51	112858,00		
	Bilgi	1 etkinliğe katılan	648	480,24	311195,00	79873,000	0,005
		2 etkinliğe katılan	279	426,28	118933,00		
Etkileşim Kalitesi	Müşteri Çalışan Etkileşimi	1 etkinliğe katılan	648	489,14	316962,00	74106,000	,000
		2 etkinliğe katılan	279	405,61	113166,00		
	Müşteriler Arası Etkileşim	1 etkinliğe katılan	648	484,56	313998,00	77070,000	,000
		2 etkinliğe katılan	279	416,24	116130,00		
Çıktı Kalitesi	Fiziksel Değişim	1 etkinliğe katılan	648	485,05	314315,50	76752,500	,000
		2 etkinliğe katılan	279	415,10	115812,50		
	Birleşim Değeri	1 etkinliğe katılan	648	487,84	316122,00	74946,000	,000
		2 etkinliğe katılan	279	408,62	114006,00		
	Sosyalleşme	1 etkinliğe katılan	648	483,80	313503,50	77564,500	,000
		2 etkinliğe katılan	279	418,01	116,624,50		
Fiziksel Çevre Kalitesi	Tasarım	1 etkinliğe katılan	648	496,13	321493,50	69574,500	,000
		2 etkinliğe katılan	279	389,37	108634,50		
	Malzeme	1 etkinliğe katılan	648	495,34	320983,50	70084,500	,000
		2 etkinliğe katılan	279	391,20	109144,50		
		TOPLAM	927				

Çizelge 4.7 incelendiğinde; Program Kalitesi Boyutlarından; Program Çeşitliliği (U=74049,000; p<.05), Çalışma Zamanı (U=73798,000; p<.05), Bilgi (U=79873,000; p<.05) alt boyutlarında, Etkileşim Kalitesi Boyutlarından; Müşteri Çalışan Etkileşimi (U=74106,000; p<.05) , Müşteriler Arası Etkileşim (U=77070,000; p<.05) alt boyutlarında, Çıktı Kalitesi Boyutlarından; Fiziksel Değişim (U=76752,500; p<.05), Birleşim Değeri (U=74946,000; p<.05), Sosyalleşme (U=77564,500; p<.05) alt boyutlarında, Fiziksel Çevre Kalitesi

Boyutlarından; Tasarım (U=69574,500; p<.05), ve Malzeme' de (U=70084,500; p<.05) alt boyutlarında anlamlı fark vardır.

Çizelge 4.8. Rekreatif spor etkinliklerine katılan tüketicilerin 1 etkinlik- 3 etkinliğe göre hizmet kalitesi alt boyutlarının Mann-Whitney U testi sonuçları

BOYUT	Alt Boyutlar	Etkinlik Sayısı	n	Sıra Ort.	Sıra Toplamı	U	p
Program Kalitesi	Program Çeşitliliği	1 etkinliğe katılan	648	360,67	233711,00	16741,000	,029
		3 etkinliğe katılan	62	301,52	18694,00		
	Çalışma Zamanı	1 etkinliğe katılan	648	363,16	235327,00	15125,000	,001
		3 etkinliğe katılan	62	275,45	17078,00		
Etkileşim Kalitesi	Müşteri Çalışan Etkileşimi	1 etkinliğe katılan	648	364,77	236372,50	14079,500	,000
		3 etkinliğe katılan	62	258,59	16032,50		
	Müşteriler Arası Etkileşim	1 etkinliğe katılan	648	362,48	234884,50	15567,000	,003
		3 etkinliğe katılan	62	282,59	17520,50		
Çıktı Kalitesi	Fiziksel Değişim	1 etkinliğe katılan	648	363,89	235798,00	14654,000	,000
		3 etkinliğe katılan	62	267,85	16607,00		
	Birleşim Değeri	1 etkinliğe katılan	648	361,44	234215,00	16237,000	,011
		3 etkinliğe katılan	62	293,39	18190,00		
	Sosyalleşme	1 etkinliğe katılan	648	360,25	233444,00	17008,000	,042
		3 etkinliğe katılan	62	305,82	18961,00		
Fiziksel Çevre Kalitesi	Tasarım	1 etkinliğe katılan	648	362,75	235064,50	15387,500	,002
		3 etkinliğe katılan	62	279,69	17340,50		
	Malzeme	1 etkinliğe katılan	648	360,51	233609,00	16843,000	,035
		3 etkinliğe katılan	62	303,16	18796,00		
		TOPLAM	710				

Çizelge 4.8 incelendiğinde; Program Kalitesi Boyutlarından; Program Çeşitliliği (U=16741,000; p<.05), Çalışma Zamanı (U=15125,000; p<.05) alt boyutlarında, Etkileşim Kalitesi Boyutlarından; Müşteri Çalışan Etkileşimi (U=14079,500; p<.05), Müşteriler Arası Etkileşim (U=15567,000; p<.05) alt boyutlarında, Çıktı Kalitesi Boyutlarından; Fiziksel Değişim (U=14654,000; p<.05), Birleşim Değeri (U=16237,000; p<.05), Sosyalleşme (U=17008,000; p<.05) alt boyutlarında; Fiziksel Çevre Kalitesi Boyutlarından;



Tasarım ( $U=15387,500$ ;  $p<.05$ ), ve Malzeme' de ( $U=16843,000$ ;  $p<.05$ ) alt boyutlarında anlamlı fark görülürken, Program Kalitesi Boyutlarından; Bilgi ( $U=19938,000$ ;  $p=,922$ ) alt boyutunda alt boyutunda anlamlı fark yoktur ( $p>.05$ ).

Hizmet kalitesi açısından gruplar arasındaki fark için yapılan Mann-Whitney U testi sonuçlarına göre 2 Etkinlik-3 Etkinlik incelendiğinde; Program Kalitesi Boyutlarından; Program Çeşitliliği ( $U=8477,500$ ;  $p=,806$ ), Çalışma Zamanı ( $U=8198,500$ ;  $p=,510$ ), Bilgi ( $U=7415,500$ ;  $p=,078$ ) alt boyutlarında , Etkileşim Kalitesi Boyutlarından; Müşteri Çalışan Etkileşimi ( $U=7857,500$ ;  $p=,255$ ), Müşteriler Arası Etkileşim ( $U=7882,000$ ;  $p=,268$ ) alt boyutlarında, Çıktı Kalitesi Boyutlarından; Fiziksel Değişim ( $U=7937,000$ ;  $p=,308$ ), Birleşim Değeri ( $U=8226,000$ ;  $p=,544$ ), Sosyalleşme ( $U=8630,500$ ;  $p=,979$ ) alt boyutlarında, Fiziksel Çevre Kalitesi Boyutlarından; Tasarım ( $U=8609,000$ ;  $p=954$ ) ve Malzeme ( $U=8111,000$ ;  $p=,442$ ) alt boyutlarında anlamlı fark yoktur ( $p>.05$ ).

Çizelge 4.9. Belediyelerin sunduğu rekreasyonel spor hizmetlerinden yararlanan tüketicilerin hizmet kalitesi sosyal statülerine göre Kruskal Wallis testi sonuçları

BOYUT	Alt Boyutlar	Öğrenci (n=196) (1)			Ev Hanımı (n=371) (2)			İşçi (n=86) (3)			Memur (n=131) (4)			Serbest Meslek (n=116) (5)			Emekli (n=75) (6)			Çalışmıyor (n=14) (7)			N= 989		
		Med	Sıra Ort.	sd	Med	Sıra Ort.	sd	Med	Sıra Ort.	sd	Med	Sıra Ort.	sd	Med	Sıra Ort.	sd	Med	Sıra Ort.	sd	Med	Sıra Ort.	sd	X <sup>2</sup>	p	Anlamlı Fark
Program Kalitesi	Program Çeşitliliği	5,33	488,24	6	6,00	524,59	6	5,66	486,15	6	5,66	501,44	6	5,00	437,67	6	5,00	455,52	6	5,50	486,11	6	10,518	,104	
	Çalışma Zamanı	6,00	465,70	6	7,00	568,33	6	6,00	476,70	6	6,00	451,92	6	5,50	393,08	6	6,00	470,88	6	6,00	451,14	6	49,353	,000	1-2 2-5 1-5 2-6 2-3 2-4
	Bilgi	5,00	461,88	6	5,50	542,02	6	4,75	449,70	6	5,00	471,27	6	4,75	459,00	6	5,00	497,53	6	5,37	497,68	6	17,725	,007	1-2 2-5 2-3 2-4
Etkileşim Kalitesi	Müşteri Çalışan Etkileşimi	6,00	453,71	6	6,66	554,92	6	6,16	439,06	6	6,33	506,15	6	6,00	418,88	6	6,33	476,49	6	6,16	454,25	6	33,808	,000	1-2 2-6 2-3 4-5 2-5
	Müşteriler Arası Etkileşime	6,00	469,88	6	6,00	534,05	6	6,00	492,88	6	6,00	498,10	6	5,50	437,38	6	5,50	467,76	6	6,00	419,14	6	15,375	,018	1-2 2-5
Çıktı Kalitesi	Fiziksel Değişim	6,00	433,36	6	6,40	551,32	6	6,20	491,21	6	6,00	490,96	6	5,90	438,36	6	6,00	477,59	6	6,00	489,25	6	28,798	,000	1-2 2-5 2-4 2-6
	Birleşim Değeri	6,00	441,79	6	6,50	547,14	6	6,25	477,59	6	6,00	496,50	6	5,75	434,44	6	6,00	476,25	6	6,37	553,39	6	26,178	,000	1-2 2-5 2+3 2-6
	Sosyalleşme	5,33	393,05	6	6,33	565,72	6	6,00	497,17	6	6,00	480,79	6	6,00	461,36	6	6,00	491,13	6	6,00	467,18	6	51,314	,000	1-2 2-3 1-3 2-4 1-4 2-5 1-5 2-6 1-6
Fiziksel Çevre Kalitesi	Tasarım	5,40	441,10	6	6,00	536,46	6	5,80	488,85	6	5,40	459,29	6	5,60	459,85	6	6,00	575,33	6	5,30	383,68	6	26,856	,000	1-2 2-7 1-6 4-6 2-4 5-6 2-5 6-7
	Malzeme	5,00	448,36	6	5,75	532,35	6	5,50	493,33	6	5,50	468,45	6	5,25	465,69	6	6,00	557,63	6	4,62	324,18	6	22,686	,001	1-2 2-7 1-6 3-7 2-4 4-6 2-5 5-6 6-7
	Toplam Hizmet Kalitesi	5,61	436,41	6	6,07	559,26	6	5,84	473,01	6	5,60	473,89	6	5,73	432,77	6	5,89	501,45	6	5,76	426,00	6	34,611	,000	

Çizelge 4.9 incelendiğinde; Program Kalitesi Boyutlarından; Çalışma Zamanı ( $p<.05$ ), Bilgi ( $p<.05$ ), Etkileşim Kalitesi Boyutlarından; Müşteri Çalışan Etkileşimi ( $p<.05$ ), Müşteriler Arası Etkileşim ( $p<.05$ ), Çıktı Kalitesi Boyutlarından; Fiziksel Değişim ( $p<.05$ ), Birleşim Değeri ( $p<.05$ ), Sosyalleşme ( $p<.05$ ), Fiziksel Çevre Kalitesi Boyutlarından; Tasarım ( $p<.05$ ) ve Malzeme ( $p<.05$ ) alt boyutlarında anlamlı bir farklılık bulunurken, Program Kalitesi Boyutlarından; Program Çeşitliliği ( $p>.05$ ) alt boyunda anlamlı fark yoktur ve genel toplamda ( $p<.05$ ) anlamlı fark vardır. Bu farkların hangi sosyal statülere göre olduğunu belirlemek için Mann-Whitney U test sonuçları Çizelge 4.10, Çizelge 4.11, Çizelge 4.12, Çizelge 4.13, Çizelge 4.14, Çizelge 4.15, Çizelge 4.16, Çizelge 4.17, Çizelge 4.18, Çizelge 4.19, Çizelge 4.20, Çizelge 4.21, Çizelge 4.22, Çizelge 4.23 ve Çizelge 4.24’de gösterilmiştir.

Çizelge 4.10. Rekreatyonel spor etkinliklerine katılan tüketicilerin öğrenci-ev hanımına göre hizmet kalitesi alt boyutlarının Mann-Whitney U testi sonuçları

BOYUT	Alt Boyutlar	Sosyal Statü	n	Sıra Ort.	Sıra Toplamı	U	p	
Program Kalitesi	Çalışma Zamanı	Öğrenci	196	245,93	48202,50	28896,500	,000	
		Ev Hanımı	371	304,11	112825,50			
	Bilgi	Öğrenci	196	254,04	49792,50	30486,500	,001	
		Ev Hanımı	371	299,83	111235,50			
Etkileşim Kalitesi	Müşteri Çalışan Etkileşimi	Öğrenci	196	247,11	48434,50	29128,500	,000	
		Ev Hanımı	371	303,49	112593,50			
	Müşteriler Arası Etkileşim	Öğrenci	196	260,17	50992,50	31686,500	,010	
		Ev Hanımı	371	296,59	110035,50			
Çıktı Kalitesi	Fiziksel Değişim	Öğrenci	196	239,24	46891,50	27585,500	,000	
		Ev Hanımı	371	307,65	114136,50			
	Birleşim Değeri	Öğrenci	196	244,29	47880,50	28574,500	,000	
		Ev Hanımı	371	304,98	113147,50			
	Sosyalleşme	Öğrenci	196	220,39	43196,00	23890,000	,000	
		Ev Hanımı	371	317,61	117832,00			
Fiziksel Çevre Kalitesi	Tasarım	Öğrenci	196	246,98	48408,00	29102,000	,000	
		Ev Hanımı	371	303,56	112620,00			
	Malzeme	Öğrenci	196	252,46	49483,00	30177,000	,001	
		Ev Hanımı	371	300,66	111545,00			
			TOPLAM	567				

Çizelge 4.10 incelendiğinde; Program Kalitesi Boyutlarından; Çalışma Zamanı ( $U=28896,500$ ;  $p<.05$ ), Bilgi ( $U=30486,500$ ;  $p<.05$ ), Etkileşim Kalitesi Boyutlarından; Müşteri Çalışan Etkileşimi ( $U=29128,500$ ;  $p<.05$ ), Müşteriler Arası Etkileşim ( $U=31686,500$ ;  $p<.05$ ), Çıktı Kalitesi Boyutlarından; Fiziksel

Değişim (U=27585,500; p<.05), Birleşim Değeri (U=28574,500; p<.05), Sosyalleşme (U=23890,000; p<.05), Fiziksel Çevre Kalitesi Boyutlarından; Tasarım(U=29102,000; p<.05) ve Malzeme' de (U=30177,000; p<.05) alt boyutlarında anlamlı fark vardır.

Çizelge 4.11. Rekreatyonel spor etkinliklerine katılan tüketicilerin öğrenci-işçiye göre hizmet kalitesi alt boyutlarının Mann-Whitney U testi sonuçları

BOYUT	Alt Boyut	Sosyal Statü	n	Sıra Ort.	Sıra Toplamı	U	p
Çıktı Kalitesi	Sosyalleşme	Öğrenci	196	132,15	25902,00	6596,000	,003
		İşçi	86	162,80	14001,00		
		TOPLAM	282				

Çizelge 4.11 incelendiğinde; Çıktı Kalitesi Boyutlarından; Sosyalleşme (U=6596,000; p<.05) alt boyutunda anlamlı fark bulunurken, Program Kalitesi Boyutlarından; Çalışma Zamanı (U=8265,000; p=,789), Bilgi (U=8202,000; p=,719), Etkileşim Kalitesi Boyutlarından; Müşteri Çalışan Etkileşimi (U=8297,500; p=,835), Müşteriler Arası Etkileşim (U=8008,000; p=,499), Çıktı Kalitesi Boyutlarından; Fiziksel Değişim (U=7440,500; p=,116), Birleşim Değeri (U=7768,000; p=,292), Fiziksel Çevre Kalitesi Boyutlarından; Tasarım (U=7628,500; p=,204) ve Malzeme (U=7661,500; p=,223) alt boyutlarında anlamlı fark yoktur (p>.05).

Çizelge 4.12. Rekreatyonel spor etkinliklerine katılan tüketicilerin öğrenci-memura göre hizmet kalitesi alt boyutlarının Mann-Whitney U testi sonuçları

BOYUT	Alt Boyut	Sosyal Statü	n	Sıra Ort.	Sıra Toplamı	U	p
Çıktı Kalitesi	Sosyalleşme	Öğrenci	196	151,64	29721,50	10415,500	,004
		Memur	131	182,49	23906,50		
		TOPLAM	327				

Çizelge 4.12 incelendiğinde; Çıktı Kalitesi Boyutlarından; Sosyalleşme (U=10415,500; p<.05) alt boyutunda anlamlı fark bulunurken, Program Kalitesi Boyutlarından; Çalışma Zamanı (U=12516,000; p=,693), Bilgi (U=12577,500; p=,755), Etkileşim Kalitesi Boyutlarından; Müşteri Çalışan Etkileşimi (U=11450,500; p=,093), Müşteriler Arası Etkileşim (U=12052,000; p=,340), Çıktı Kalitesi Boyutlarından; Fiziksel Değişim (U=11369,000; p=,116), Birleşim Değeri (U=11473,500; p=,100), Fiziksel Çevre Boyutlarından; Tasarım (U=12529,500; p=,712) ve Malzeme (U=12315,000; p=,531) alt boyutlarında anlamlı fark yoktur (p>.05).

Çizelge 4.13. Rekreatif spor etkinliklerine katılan tüketicilerin öğrenci-serbest mesleğe göre hizmet kalitesi alt boyutlarının Mann-Whitney U testi sonuçları

BOYUT	Alt Boyutlar	Sosyal Statü	n	Sıra Ort.	Sıra Toplamı	U	p
Program Kalitesi	Çalışma Zamanı	Öğrenci	196	164,71	32284,00	9758,000	,032
		Serbest Meslek	116	142,62	16544,00		
Çıktı Kalitesi	Sosyalleşme	Öğrenci	196	148,38	29083,00	9777,000	,038
		Serbest Meslek	116	170,22	19745,00		
		TOPLAM	312				

Çizelge 4.13 incelendiğinde; Program Kalitesi Boyutlarından; Çalışma Zamanı (U=9758,000;  $p < .05$ ) ve Çıktı Kalitesi Boyutlarından; Sosyalleşme (U=9777,000;  $p < .05$ ) alt boyutlarında anlamlı fark bulunurken, Program Kalitesi Boyutlarından; Bilgi (U=11301,500;  $p = ,931$ ), Etkileşim Kalitesi Boyutlarından; Müşteri Çalışan Etkileşimi (U=10621,000;  $p = ,328$ ), Müşteriler Arası Etkileşim (U=10607,500;  $p = ,317$ ), Çıktı Kalitesi Boyutlarından; Fiziksel Değişim (U=11346,500;  $p = ,978$ ), Birleşim Değeri (U=11132,000;  $p = ,758$ ), Fiziksel Çevre Kalitesi Boyutlarından; Tasarım (U=11025,500;  $p = ,656$ ) ve Malzeme (U=10942,000;  $p = ,579$ ) alt boyutlarında anlamlı fark yoktur ( $p > .05$ ).

Çizelge 4.14. Rekreatif spor etkinliklerine katılan tüketicilerin öğrenci-emekliye göre hizmet kalitesi alt boyutlarının Mann-Whitney U testi sonuçları

BOYUT	Alt Boyutlar	Sosyal Statü	n	Sıra Ort.	Sıra Toplamı	U	p
Çıktı Kalitesi	Sosyalleşme	Öğrenci	196	128,32	25151,50	5845,500	,009
		Emekli	75	156,06	11704,50		
Fiziksel Çevre Kalitesi	Tasarım	Öğrenci	196	125,83	24663,50	5357,500	,001
		Emekli	75	162,57	12192,50		
	Malzeme	Öğrenci	196	127,92	25072,00	5766,000	,006
		Emekli	75	157,12	11784,00		
		TOPLAM	271				

Çizelge 4.14 incelendiğinde; Çıktı Kalitesi Boyutlarından; Sosyalleşme (U=5845,500;  $p < .05$ ), Fiziksel Çevre Kalitesi Boyutlarından; Tasarım (U= 5357,500;  $p < .05$ ) ve Malzeme (U= 5766,000;  $p < .05$ ) alt boyutlarında anlamlı fark bulunurken, Program Kalitesi Boyutlarından; Çalışma Zamanı (U=7287,500;  $p = ,911$ ), Bilgi (U=6759,500;  $p = ,305$ ), Etkileşim Kalitesi Boyutlarından; Müşteri Çalışan Etkileşimi (U=7000,500;  $p = ,540$ ), Müşteriler Arası Etkileşim (U=7310,000;  $p = ,944$ ), Çıktı Kalitesi Boyutlarından; Fiziksel Değişim (U=6662,500;  $p = ,232$ ) ve Birleşim Değeri (U=6779,000;  $p = ,319$ ) alt boyutlarında anlamlı fark yoktur ( $p > .05$ ).

Hizmet kalitesi açısından gruplar arasındaki fark için yapılan Mann-Whitney U testi sonuçlarına göre Öğrenci-Çalışmıyor; Program Kalitesi Boyutlarından; Çalışma Zamanı

(U=1359,000; p=,951), Bilgi (U=1310,500; p=,779), Etkileşim Kalitesi Boyutlarından; Müşteri Çalışan Etkileşimi (U=1368,500; p=,987), Müşteriler Arası Etkileşim (U=1219,500; p=,482), Çıktı Kalitesi Boyutlarından; Fiziksel Değişim (U=1228,000; p=,510), Birleşim Değeri (U=1085,500; p=,188), Sosyalleşme (U=1208,000; p=,453), Fiziksel Çevre Kalitesi Boyutlarından; Tasarım (U=1237,000; p=,538) ve Malzeme (U=1032,000; p=,121) alt boyutlarında anlamlı farklılık yoktur ( $p>.05$ ).

Çizelge 4.15. Rekreatyonel spor etkinliklerine katılan tüketicilerin ev hanımı-işçiye göre hizmet kalitesi alt boyutlarının Mann-Whitney U testi sonuçları

BOYUT	Alt Boyutlar	Sosyal Statü	n	Sıra Ort.	Sıra Toplamı	U	p
Program Kalitesi	Çalışma Zamanı	Ev Hanımı	371	236,54	87756,50	13155,500	,006
		İşçi	86	196,47	16896,50		
	Bilgi	Ev Hanımı	371	236,97	87917,00	12995,000	,007
		İşçi	86	194,60	16736,00		
Etkileşim Kalitesi	Müşteri Çalışan Etkileşimi	Ev Hanımı	371	239,85	88984,00	11928,000	,000
		İşçi	86	182,20	15669,00		
Çıktı Kalitesi	Birleşim Değeri	Ev Hanımı	371	235,21	87262,00	13650,000	,034
		İşçi	86	202,22	17391,00		
	Sosyalleşme	Ev Hanımı	371	235,17	87248,50	13663,500	,033
		İşçi	86	202,38	17404,50		
		TOPLAM	457				

Çizelge 4.15 incelendiğinde; Program Kalitesi Boyutlarından; Çalışma Zamanı (U=13155,500;  $p<.05$ ), Bilgi (U=12995,000;  $p<.05$ ), Etkileşim Kalitesi Boyutlarından; Müşteri Çalışan Etkileşimi (U= 11928,000;  $p<.05$ ), Çıktı Kalitesi Boyutlarından; Birleşim Değeri (U= 13650,000;  $p<.05$ ) ve Sosyalleşme (U= 13663,500;  $p<.05$ ) alt boyutlarında anlamlı fark bulunurken, Etkileşim Kalitesi Boyutlarından; Müşteriler Arası Etkileşim (U=14541,500; p=,191), Çıktı Kalitesi Boyutunda; Fiziksel Değişim (U=14057,500; p=,083), Fiziksel Çevre Kalitesi Boyutundan; Tasarım (U=14441,000; p=,169) ve Malzeme (U=14661,500; p=,240) alt boyutlarında anlamlı fark yoktur ( $p>.05$ ).

Çizelge 4.16. Rekreatyonel spor etkinliklerine katılan tüketicilerin ev hanımı-memura göre hizmet kalitesi alt boyutlarının Mann-Whitney U testi sonuçları

BOYUT	Alt Boyutlar	Sosyal Statü	n	Sıra Ort.	Sıra Toplamı	U	p
Program Kalitesi	Çalışma Zamanı	Ev Hanımı	371	267,17	99121,50	18485,500	,000
		Memur	131	207,11	27131,50		
	Bilgi	Ev Hanımı	371	260,82	96764,00	20843,000	,015
		Memur	131	225,11	29489,00		
Çıktı Kalitesi	Fiziksel Değişim	Ev Hanımı	371	259,36	96221,50	21385,500	,039
		Memur	131	229,25	30031,50		
	Sosyalleşme	Ev Hanımı	371	263,16	97631,00	19976,000	,002
		Memur	131	218,49	28622,00		
Fiziksel Çevre Kalitesi	Tasarım	Ev Hanımı	371	261,38	96971,50	20635,500	,010
		Memur	131	223,52	29281,50		
	Malzeme	Ev Hanımı	371	259,97	96449,00	21158,000	,027
		Memur	131	227,51	29804,00		
		TOPLAM	502				

Çizelge 4.16 incelendiğinde; Program Kalitesi Boyutlarından; Çalışma Zamanı (U=18485,500; p<.05), Bilgi (U= 20843,000; p<.05), Çıktı Kalitesi Boyutlarından; Fiziksel Değişim (U= 21385,500; p<.05), Sosyalleşme (U= 19976,000; p<.05), Fiziksel Çevre Kalitesi Boyutlarından; Tasarım (U= 20635,500; p<.05) ve Malzeme (U= 21158,000; p<.05) alt boyutlarında anlamlı fark bulunurken, Etkileşim Kalitesi Boyutlarından; Müşteri Çalışan Etkileşimi (U=21868,000; p=,080), Müşteriler Arası Etkileşim (U=22441,500; p=,183) ve Çıktı Kalitesi Boyutlarından; Birleşim Değeri (U=21939,000; p=,093) alt boyutunda anlamlı fark yoktur (p>.05).

Çizelge 4.17. Rekreatyonel spor etkinliklerine katılan tüketicilerin ev hanımı-serbest mesleğe göre hizmet kalitesi alt boyutlarının Mann-Whitney U testi sonuçları

BOYUT	Alt Boyutlar	Sosyal Statü	n	Sıra Ort.	Sıra Toplamı	U	p
Program Kalitesi	Çalışma Zamanı	Ev Hanımı	371	264,83	98250,50	13791,500	,000
		Serbest Meslek	116	177,39	20577,50		
	Bilgi	Ev Hanımı	371	253,65	94105,00	17937,000	,006
		Serbest Meslek	116	213,13	24723,00		
Etkileşim Kalitesi	Müşteri Çalışan Etkileşimi	Ev Hanımı	371	259,76	96371,00	15671,000	,000
		Serbest Meslek	116	193,59	22457,00		
	Müşteriler Arası Etkileşim	Ev Hanımı	371	255,11	94644,00	17398,000	,001
		Serbest Meslek	116	208,48	24184,00		

Çizelge 4.17. (devam). Rekreatyonel spor etkinliklerine katılan tüketicilerin ev hanımı-serbest mesleğe göre hizmet kalitesi alt boyutlarının Mann-Whitney U testi sonuçları

BOYUT	Alt Boyutlar	Sosyal Statü	n	Sıra Ort.	Sıra Toplamı	U	p	
Çıktı Kalitesi	Fiziksel Değişim	Ev Hanımı	371	257,20	95423,00	16619,000	,000	
		Serbest Meslek	116	201,77	23405,00			
	Birleşim Değeri	Ev Hanımı	371	257,14	95400,00	16642,000	,000	
		Serbest Meslek	116	201,97	23428,00			
	Sosyalleşme	Ev Hanımı	371	256,18	95044,50	16997,500	,000	
		Serbest Meslek	116	205,03	23783,50			
Fiziksel Çevre Kalitesi	Tasarım	Ev Hanımı	371	252,94	93841,50	18200,500	,012	
		Serbest Meslek	116	215,40	24986,50			
	Malzeme	Ev Hanımı	371	251,84	93431,50	18610,500	,027	
		Serbest Meslek	116	218,94	25396,50			
			TOPLAM	487				

Çizelge 4.17 incelendiğinde; Program Kalitesi Boyutlarından; Çalışma Zamanı (U= 13791,500; p<.05), Bilgi ( U= 17937,000; p<.05), Etkileşim Kalitesi Boyutlarından; Müşteri Çalışan Etkileşimi (U= 15671,000; p<.05) , Müşteriler Arası Etkileşim (U=17398,000; p<.05), Çıktı Kalitesi Boyutlarından; Fiziksel Değişim (U=16619,000; p< .05), Birleşim Değeri (U=16642,000; p<.05), Sosyalleşme (U=16997,500; p<.05), Fiziksel Çevre Kalitesi Boyutlarından; Tasarım (U= 18200,500; p<.05), ve Malzeme (U= 18610,500; p<.05) alt boyutlarında anlamlı fark vardır.

Çizelge 4.18. Rekreatyonel spor etkinliklerine katılan tüketicilerin ev hanımı-emekliye göre hizmet kalitesi alt boyutlarının Mann-Whitney U testi sonuçları

BOYUT	Alt Boyutlar	Sosyal Statü	n	Sıra Ort.	Sıra Toplamı	U	p
Program Kalitesi	Çalışma Zamanı	Ev Hanımı	371	230,77	85615,00	11216,000	,004
		Emekli	75	187,55	14066,00		
Etkileşim Kalitesi	Müşteri Çalışan Etkileşimi	Ev Hanımı	371	229,30	85072,00	11759,000	,030
		Emekli	75	194,79	14609,00		
Çıktı Kalitesi	Fiziksel Değişim	Ev Hanımı	371	229,14	85012,00	11819,000	,038
		Emekli	75	195,59	14669,00		
	Birleşim Değeri	Ev Hanımı	371	229,16	85020,00	11811,000	,036
		Emekli	75	195,48	14661,00		
	Sosyalleşme	Ev Hanımı	371	229,37	85095,00	11736,000	,028
		Emekli	75	194,48	14586,00		
		TOPLAM	446				

Çizelge 4.18 incelendiğinde; Program Kalitesi Boyutlarından; Çalışma Zamanı (U= 11216,000; p<.05), Etkileşim Kalitesi Boyutlarından; Müşteri Çalışan Etkileşimi (U=



11759,000;  $p < .05$ ), Çıktı Kalitesi Boyutlarından; Fiziksel Değişim ( $U=11819,000$ ;  $p < .05$ ), Birleşim Değeri ( $U=11811,000$ ;  $p < .05$ ) ve Sosyalleşme ( $U=11736,000$ ;  $p < .05$ ) alt boyutlarında anlamlı fark bulunurken, Program Kalitesi Boyutlarından; Bilgi ( $U=12497,500$ ;  $p=,162$ ), Etkileşim Kalitesi Boyutlarından; Müşteriler Arası Etkileşim ( $U=12067,500$ ;  $p=,064$ ), Fiziksel Çevre Kalitesi Boyutlarından; Tasarım ( $U=12695,000$ ;  $p=,229$ ) ve Malzeme ( $U=13160,500$ ;  $p=,458$ ) alt boyutlarında anlamlı fark yoktur ( $p > .05$ ).

Çizelge 4.19. Rekreatyonel spor etkinliklerine katılan tüketicilerin ev hanımı-çalışmıyora göre hizmet kalitesi alt boyutlarının Mann-Whitney U testi sonuçları

BOYUT	Alt Boyutlar	Sosyal Statü	n	Sıra Ort.	Sıra Toplamı	U	p
Fiziksel Çevre Kalitesi	Tasarım	Ev Hanımı	371	195,29	72452,50	1747,500	,037
		Çalışmıyor	14	132,32	1852,50		
	Malzeme	Ev Hanımı	371	195,93	72689,50	1510,500	,008
		Çalışmıyor	14	115,39	1615,50		
		TOPLAM	385				

Çizelge 4.19 incelendiğinde; Fiziksel Çevre Kalitesi Boyutlarından; Tasarım ( $U=1747,500$ ;  $p < .05$ ) ve Malzeme ( $U=1510,500$ ;  $p < .05$ ) alt boyutlarında anlamlı fark bulunurken, Program Kalitesi Boyutlarından; Çalışma Zamanı ( $U=1889,000$ ;  $p=,061$ ), Bilgi ( $U=2436,500$ ;  $p=,692$ ), Etkileşim Kalitesi Boyutlarından; Müşteri Çalışan Etkileşimi ( $U=2052,500$ ;  $p=,170$ ), Müşteriler Arası Etkileşim ( $U=2015,000$ ;  $p=,145$ ), Çıktı Kalitesi Boyutlarından; Fiziksel Değişim ( $U=2279,000$ ;  $p=,431$ ), Birleşim Değeri ( $U=2516,000$ ;  $p=,840$ ) ve Sosyalleşme ( $U=2138,500$ ;  $p=,246$ ) alt boyutlarında anlamlı fark yoktur ( $p > .05$ ).

Çizelge 4.20. Rekreatyonel spor etkinliklerine katılan tüketicilerin işçi-çalışmıyora göre hizmet kalitesi alt boyutlarının Mann-Whitney U testi sonuçları

BOYUT	Alt Boyutlar	Sosyal Statü	n	Sıra Ort.	Sıra Toplamı	U	p
Fiziksel Çevre Kalitesi	Malzeme	İşçi	86	52,93	4552,00	393,000	,037
		Çalışmıyor	14	35,57	498,00		
			TOPLAM	100			

Çizelge 4.20 incelendiğinde; Fiziksel Çevre Kalitesi Boyutlarından; Malzeme ( $U=393,000$ ;  $p < .05$ ) alt boyutunda anlamlı fark bulunurken, Program Kalitesi Boyutlarından; Çalışma Zamanı ( $U=591,500$ ;  $p=,914$ ), Bilgi ( $U=554,000$ ;  $p=,633$ ), Etkileşim Kalitesi Boyutlarından; Müşteri Çalışan Etkileşimi ( $U=588,500$ ;  $p=,893$ ), Müşteriler Arası Etkileşim ( $U=512,500$ ;  $p=,366$ ), Çıktı Kalitesi Boyutlarından; Fiziksel Değişim ( $U=594,500$ ;  $p=,940$ ), Birleşim Değeri ( $U=511,000$ ;  $p=,362$ ), Sosyalleşme ( $U=563,500$ ;  $p=,698$ ) ve Fiziksel Çevre

Kalitesi Boyutlarından; Tasarım (U=472,500; p=,197) alt boyutunda anlamlı fark yoktur (p>.05).

Hizmet kalitesi açısından gruplar arasındaki fark için yapılan Mann-Whitney U testi sonuçlarına göre İşçi-Memur incelendiğinde; Program Kalitesi Boyutlarından; Çalışma Zamanı (U=5382,500; p=,568), Bilgi (U=5394,500; p=,597), Etkileşim Kalitesi Boyutlarından; Müşteri Çalışan Etkileşimi (U=4882,000; p=,094), Müşteriler Arası Etkileşim (U=5592,500; p=,927), Çıktı Kalitesi Boyutlarından; Fiziksel Değişim (U=5612,000; p=,963), Birleşim Değeri (U=5373,500; p=,563), Sosyalleşme (U=5426,500; p=,644), Fiziksel Çevre Kalitesi Boyutlarından; Tasarım (U=5301,000; p=,462) ve Malzeme (U=5319,000; p=,487) alt boyutlarında anlamlı fark yoktur (p>.05).

Hizmet Kalitesi açısından gruplar arasındaki fark için yapılan Mann-Whitney U testi sonuçlarına göre İşçi-Serbest Meslek incelendiğinde; Program Kalitesi Boyutlarından; Çalışma Zamanı (U=4225,000; p=,058), Bilgi (U=4916,500; p=,862), Etkileşim Kalitesi Boyutlarından; Müşteri Çalışan Etkileşimi (U=4676,000; p=,445), Müşteriler Arası Etkileşim (U=4394,000; p=,143), Çıktı Kalitesi Boyutlarından; Fiziksel Değişim (U=4493,500; p=,227), Birleşim Değeri (U=4559,000; p=,293), Sosyalleşme (U=4631,500; p=,380), Fiziksel Çevre Kalitesi Boyutlarından; Tasarım (U=4698,500; p=,480) ve Malzeme (U=4705,000; p=,490) alt boyutlarında anlamlı fark yoktur (p>.05).

Hizmet Kalitesi açısından gruplar arasındaki fark için yapılan Mann-Whitney U testi sonuçlarına göre İşçi-Emekli incelendiğinde; Program Kalitesi Boyutlarından; Çalışma Zamanı (U=3188,000; p=,896), Bilgi (U=2871,000; p=,229), Etkileşim Kalitesi Boyutlarından; Müşteri Çalışan Etkileşimi (U=3022,000; p=,488), Müşteriler Arası Etkileşim (U=3058,500; p=,567), Çıktı Kalitesi Boyutlarından; Fiziksel Değişim (U=3124,000; p=,731), Birleşim Değeri (U=3158,000; p=,819), Sosyalleşme (U=3182,000; p=,883), Fiziksel Çevre Kalitesi Boyutlarından; Tasarım (U=2657,500; p=,053), ve Malzeme (U=2800,000; p=,148) alt boyutlarında anlamlı fark yoktur (p>.05).

Çizelge 4.21. Rekreatyonel spor etkinliklerine katılan tüketicilerin memur-serbest mesleğe göre hizmet kalitesi alt boyutlarının Mann-Whitney U testi sonuçları

BOYUT	Alt Boyut	Sosyal Statü	n	Sıra Ort.	Sıra Toplamı	U	p
Etkileşim Kalitesi	Müşteri Çalışan Etkileşimi	Memur	131	134,40	17607,00	6235,000	,014
		Serbest Meslek	116	112,25	13021,00		
		TOPLAM	247				

Çizelge 4.21 incelendiğinde; Etkileşim Kalitesi Boyutlarından; Müşteri Çalışan Etkileşimi (U=6235,000;  $p<.05$ ) alt boyutunda anlamlı fark bulunurken, Program Kalitesi Boyutlarından; Çalışma Zamanı (U=6668,000;  $p=,091$ ), Bilgi (U=7411,000;  $p=,738$ ), Etkileşim Kalitesi Boyutlarından; Müşteriler Arası Etkileşim (U=6617,500;  $p=,076$ ), Çıktı Kalitesi Boyutlarından; Fiziksel Değişim (U=6834,500;  $p=,171$ ), Birleşim Değeri (U=6725,000;  $p=,116$ ), Sosyalleşme (U=7277,500;  $p=,563$ ), Fiziksel Çevre Kalitesi Boyutlarından; Tasarım (U=7559,000;  $p=,944$ ) ve Malzeme (U=7543,000;  $p=,922$ ) alt boyutlarında anlamlı fark yoktur ( $p>.05$ ).

Çizelge 4.22. Rekreatyonel spor etkinliklerine katılan tüketicilerin memur- emekli'ye göre hizmet kalitesi alt boyutlarının Mann-Whitney U testi sonuçları

BOYUT	Alt Boyutlar	Sosyal Statü	n	Sıra Ort.	Sıra Toplamı	U	p
Fiziksel Çevre Kalitesi	Tasarım	Memur	131	95,34	12489,50	3843,500	,009
		Emekli	75	117,75	8831,50		
	Malzeme	Memur	131	96,87	12690,50	4044,500	,034
		Emekli	75	115,07	8630,50		
		TOPLAM	206				

Çizelge 4.22 incelendiğinde; Fiziksel Çevre Kalitesi Boyutlarından; Tasarım (U=3843,500;  $p<.05$ ) ve Malzeme (U=4044,500;  $p<.05$ ) alt boyutlarında anlamlı fark bulunurken, Program Kalitesi Boyutlarından; Çalışma Zamanı (U=4728,500;  $p=,646$ ), Bilgi (U=4615,500;  $p=,470$ ), Etkileşim Kalitesi Boyutlarından; Müşteri Çalışan Etkileşimi (U=4611,000;  $p=,456$ ), Müşteriler Arası Etkileşim (U=4588,500;  $p=,424$ ), Çıktı Kalitesi Boyutlarından; Fiziksel Değişim (U=4774,000;  $p=,735$ ), Birleşim Değeri (U=4744,500;  $p=,680$ ) ve Sosyalleşme (U=4806,500;  $p=,794$ ) alt boyutlarında anlamlı fark yoktur ( $p>.05$ ).

Hizmet Kalitesi açısından gruplar arasındaki fark için yapılan Mann-Whitney U testi sonuçlarına göre Memur-Çalışmıyor incelendiğinde; Program Kalitesi Boyutlarından; Çalışma Zamanı (U=915,000;  $p=,989$ ), Bilgi (U=877,500;  $p=,791$ ), Etkileşim Kalitesi Boyutlarından; Müşteri Çalışan Etkileşimi (U=827,000;  $p=,540$ ), Müşteriler Arası Etkileşim

( $U=783,000$ ;  $p=,359$ ), Çıktı Kalitesi Boyutlarından; Fiziksel Değişim ( $U=911,000$ ;  $p=,968$ ), Birleşim Değeri ( $U=810,000$ ;  $p=,468$ ), Sosyalleşme ( $U=884,000$ ;  $p=,823$ ), Fiziksel Çevre Kalitesi Boyutlarından; Tasarım ( $U=799,000$ ;  $p=,429$ ) ve Malzeme ( $U=648,000$ ;  $p=,071$ ) alt boyutlarında anlamlı fark yoktur ( $p>.05$ ).

Çizelge 4.23. Rekreatyonel spor etkinliklerine katılan tüketicilerin serbest meslek-emekliye göre hizmet kalitesi alt boyutlarının Mann-Whitney U testi sonuçları

BOYUT	Alt Boyutlar	Sosyal Statü	n	Sıra Ort.	Sıra Toplamı	U	p
Fiziksel Çevre Kalitesi	Tasarım	Serbest Meslek	116	87,66	10169,00	3383,000	,009
		Emekli	75	108,89	8167,00		
	Malzeme	Serbest Meslek	116	88,95	10318,00	3532,000	,028
		Emekli	75	106,91	8018,00		
		TOPLAM	191				

Çizelge 4.23 incelendiğinde; Fiziksel Çevre Kalitesi Boyutlarından; Tasarım ( $U=3383,000$ ;  $p<.05$ ) ve Malzeme ( $U=3532,000$ ;  $p<.05$ ) alt boyutlarında anlamlı fark bulunurken, Program Kalitesi Boyutlarından; Çalışma Zamanı ( $U=3688,500$ ;  $p=,071$ ), Bilgi ( $U=3975,000$ ;  $p=,313$ ), Etkileşim Kalitesi Boyutlarından; Müşteri Çalışan Etkileşimi ( $U=3858,500$ ;  $p=,184$ ), Müşteriler Arası Etkileşim ( $U=,184$ ;  $p=,461$ ), Çıktı Kalitesi Boyutlarından; Fiziksel Değişim ( $U=4000,500$ ;  $p=,347$ ), Birleşim Değeri ( $U=3918,000$ ;  $p=,243$ ) ve Sosyalleşme ( $U=4056,500$ ;  $p=,426$ ) alt boyutlarında anlamlı fark yoktur ( $p>.05$ ).

Hizmet Kalitesi açısından gruplar arasındaki fark için yapılan Mann-Whitney U testi sonuçlarına göre Serbest Meslek- Çalışmıyor incelendiğinde; Program Kalitesi Boyutlarından; Çalışma Zamanı ( $U=680,000$ ;  $p=,315$ ), Bilgi ( $U=774,500$ ;  $p=,777$ ), Etkileşim Kalitesi Boyutlarından; Müşteri Çalışan Etkileşimi ( $U=742,000$ ;  $p=,597$ ), Müşteriler Arası Etkileşim ( $U=769,000$ ;  $p=,744$ ), Çıktı Kalitesi Boyutlarından; Fiziksel Değişim ( $U=726,500$ ;  $p=,519$ ), Birleşim Değeri ( $U=632,500$ ;  $p=,174$ ), Sosyalleşme ( $U=810,000$ ;  $p=,988$ ), Fiziksel Çevre Kalitesi Boyutlarından; Tasarım ( $U=697,000$ ;  $p=,387$ ) ve Malzeme ( $U=575,000$ ;  $p=,074$ ) alt boyutlarında anlamlı fark yoktur ( $p>.05$ ).

Çizelge 4.24. Rekreatyonel spor etkinliklerine katılan tüketicilerin emekli- çalışmıyora göre hizmet kalitesi alt boyutlarının Mann-Whitney U testi sonuçları

BOYUT	Alt Boyutlar	Sosyal Statü	n	Sıra Ort.	Sıra Toplamı	U	p
Fiziksel Çevre Kalitesi	Tasarım	Emekli	75	47,82	3586,50	313,500	,016
		Çalışmıyor	14	29,89	418,50		
	Malzeme	Emekli	75	48,33	3625,00	275,000	,005
		Çalışmıyor	14	27,14	380,00		
		TOPLAM	89				

Çizelge 4.24 incelendiğinde; Fiziksel Çevre Kalitesi Boyutlarından; Tasarım (U=313,500;  $p<.05$ ) ve Malzeme (U=275,000;  $p<.05$ ) alt boyutlarında anlamlı fark bulunurken, Program Kalitesi Boyutlarından; Çalışma Zamanı (U=508,500;  $p=,848$ ), Bilgi (U=513,500;  $p=,896$ ), Etkileşim Kalitesi Boyutlarından; Müşteri Çalışan Etkileşimi (U=502,000;  $p=,793$ ), Müşteriler Arası Etkileşim (U=464,000;  $p=,487$ ), Çıktı Kalitesi Boyutlarından; Fiziksel Değişim (U=515,500;  $p=,914$ ), Birleşim Değeri (U=452,500;  $p=,408$ ) ve Sosyalleşme (U=499,500;  $p=,771$ ) alt boyutlarında anlamlı fark yoktur ( $p>.05$ )



Çizelge 4.25. Belediyelerin sunduğu rekreasyonel spor hizmetlerinden yararlanan tüketicilerin hizmet kalitesi eğitim durumlarına göre Kruskal Wallis testi sonuçları

BOYUT	Alt Boyutlar	İlköğretim (n=111) (1)			Ortaöğretim (n=337) (2)			Ön Lisans/ Lisans (n=465) (3)			Lisansüstü (n=71) (4)			Okur-Yazar Değil (n=5) (5)			N=989		
		Med	Sıra Ort.	sd	Med	Sıra Ort.	sd	Med	Sıra Ort.	sd	Med	Sıra Ort.	sd	Med	Sıra Ort.	sd	X <sup>2</sup>	p	Anlamlı Fark
Program Kalitesi	Program Çeşitliliği	6,00	568,36	4	5,33	483,56	4	5,66	491,09	4	5,66	471,28	4	4,00	338,30	4	10,096	,039	1-2 1-4 1-3
	Çalışma Zamanı	7,00	616,21	4	6,00	487,41	4	6,00	486,79	4	6,00	407,37	4	6,00	323,90	4	31,563	,000	1-2 2-4 1-3 3-4 1-4 3-5 1-5
	Bilgi	6,00	564,35	4	5,00	499,89	4	5,00	480,78	4	5,00	453,64	4	5,25	535,60	4	9,448	,051	
Etkileşim Kalitesi	Müşteri Çalışan Etkileşimi	6,83	591,72	4	6,33	469,92	4	6,33	495,68	4	6,33	459,76	4	6,50	475,40	4	16,955	,002	1-2 1-4 1-3
	Müşteriler Arası Etkileşim	6,00	539,30	4	6,00	501,75	4	6,00	483,34	4	6,00	476,25	4	5,50	406,90	4	4,567	0,335	
Çıktı Kalitesi	Fiziksel Değişim	6,60	602,61	4	6,00	495,18	4	6,00	475,81	4	6,00	463,39	4	5,60	327,50	4	20,701	,000	1-2 1-4 1-3 1-5
	Birleşim Değeri	6,50	602,31	4	6,25	493,94	4	6,00	481,65	4	6,00	428,98	4	6,00	363,80	4	22,013	,000	1-2 1-4 1-3
	Sosyalleşme	6,66	627,90	4	6,33	524,91	4	6,00	457,50	4	6,00	397,76	4	6,00	397,40	4	45,910	,000	1-2 1-5 1-3 2-3 1-4 2-4
Fiziksel Çevre Kalitesi	Tasarım	6,20	606,51	4	5,80	493,23	4	5,60	479,22	4	5,40	441,22	4	5,80	370,40	4	21,946	,000	1-2 1-4 1-3 1-5
	Malzeme	6,00	594,06	4	5,50	502,16	4	5,25	475,87	4	5,25	437,02	4	5,00	415,80	4	19,084	,001	1-2 1-4 1-3
	Toplam Hizmet Kalitesi	6,15	616,86	4	5,86	496,68	4	5,73	475,07	4	5,68	433,94	4	5,84	396,50	4	26,320	,000	

Çizelge 4.25 incelendiğinde; Program Kalitesi Boyutlarından; Program Çeşitliliği ( $p<.05$ ), Çalışma Zamanı ( $p<.05$ ), Etkileşim Kalitesi Boyutlarından; Müşteri Çalışan Etkileşimi ( $p<.05$ ), Çıktı Kalitesi Boyutlarından; Fiziksel Değişim ( $p<.05$ ), Birleşim Değeri ( $p<.05$ ), Sosyalleşme ( $p<.05$ ), Fiziksel Çevre Kalitesi Boyutlarından; Tasarım ( $p<.05$ ) ve Malzeme ( $p<.05$ ) alt boyutlarında anlamlı bir farklılık bulunurken, Program Kalitesi Boyutlarından; Bilgi ( $p>.05$ ) ve Etkileşim Kalitesi Boyutlarından; Müşteriler Arası Etkileşim ( $p>.05$ ) alt boyutunda anlamlı fark yoktur ve genel toplamda ( $p<.05$ ) istatistiksel olarak anlamlı fark vardır. Bu farkların hangi sosyal statülere göre olduğunu belirlemek için Mann-Whitney U test sonuçları Çizelge 4.26, Çizelge 4.27, Çizelge 4.28, Çizelge 4.29, Çizelge 4.30, Çizelge 4.31, Çizelge 4.32 ve Çizelge 4.33’de gösterilmiştir.

Çizelge 4.26. Rekreatyonel spor etkinliklerine katılan tüketicilerin ilköğretim-ortaöğretime göre hizmet kalitesi alt boyutlarının Mann-Whitney U testi sonuçları

BOYUT	Alt Boyutlar	Eğitim Durumu	n	Sıra Ort.	Sıra Toplamı	U	p
Program Kalitesi	Program Çeşitliliği	İlköğretim	111	253,10	28094,50	15528,500	,007
		Ortaöğretim	337	215,08	72481,50		
	Çalışma Zamanı	İlköğretim	111	269,25	29886,50	13736,500	,000
		Ortaöğretim	337	209,76	70689,50		
Etkileşim Kalitesi	Müşteri Çalışan Etkileşimi	İlköğretim	111	266,59	29591,50	14031,500	,000
		Ortaöğretim	337	210,64	70984,50		
Çıktı Kalitesi	Fiziksel Değişim	İlköğretim	111	260,11	28872,00	14751,000	,001
		Ortaöğretim	337	212,77	71704,00		
	Birleşim Değeri	İlköğretim	111	261,59	29037,00	14586,000	,000
		Ortaöğretim	337	212,28	71539,00		
	Sosyalleşme	İlköğretim	111	260,07	28868,00	14755,000	,001
		Ortaöğretim	337	212,78	71708,00		
Fiziksel Çevre Kalitesi	Tasarım	İlköğretim	111	262,45	29132,50	14490,500	,000
		Ortaöğretim	337	212,00	71443,50		
	Malzeme	İlköğretim	111	255,85	28399,50	15223,500	,003
		Ortaöğretim	337	214,17	72176,50		
		TOPLAM	448				

Çizelge 4.26 incelendiğinde; Program Kalitesi Boyutlarından; Program Çeşitliliği ( $U=15528,500$ ;  $p<.05$ ) Çalışma Zamanı ( $U=13736,500$ ;  $p<.05$ ), Etkileşim Kalitesi Boyutlarından; Müşteri Çalışan Etkileşimi ( $U=14031,500$ ;  $p<.05$ ), Çıktı Kalitesi Boyutlarından; Fiziksel Değişim ( $U=14751,000$ ;  $p<.05$ ), Birleşim Değeri ( $U=14586,000$ ;  $p<.05$ ), Sosyalleşme ( $U=14755,000$ ;  $p<.05$ ), Fiziksel Çevre Kalitesi Boyutlarından; Tasarım ( $U=14490,500$ ;  $p<.05$ ) ve Malzeme ( $U=15223,500$ ;  $p<.05$ ) alt boyutlarında anlamlı fark bulunmuştur.

Çizelge 4.27. Rekreatyonel spor etkinliklerine katılan tüketicilerin ilköğretim-önlisans/lisans'a göre hizmet kalitesi alt boyutlarının Mann-Whitney U testi sonuçları

BOYUT	Alt Boyutlar	Eğitim Durumu	n	Sıra Ort.	Sıra Toplamı	U	p	
Program Kalitesi	Program Çeşitliliği	İlköğretim	111	325,07	36083,00	21748,000	,009	
		Önlisans/Lisans	465	279,77	130093,00			
	Çalışma Zamanı	İlköğretim	111	347,81	38607,00	19224,000	,000	
		Önlisans/Lisans	465	274,34	127569,00			
Etkileşim Kalitesi	Müşteri Çalışan Etkileşimi	İlköğretim	111	333,32	36999,00	20832,000	,001	
		Önlisans/Lisans	465	277,80	129177,00			
Çıktı Kalitesi	Fiziksel Değişim	İlköğretim	111	349,30	38772,00	19059,000	,000	
		Önlisans/Lisans	465	273,99	127404,00			
	Birleşim Değeri	İlköğretim	111	345,22	38319,00	19512,000	,000	
		Önlisans/Lisans	465	274,96	127857,00			
	Sosyalleşme	İlköğretim	111	367,88	40835,00	16996,000	,000	
		Önlisans/Lisans	465	269,55	125341,00			
Fiziksel Çevre Kalitesi	Tasarım	İlköğretim	111	349,48	38792,50	19038,500	,000	
		Önlisans/Lisans	465	273,94	127383,50			
	Malzeme	İlköğretim	111	343,88	38170,50	19660,500	,000	
		Önlisans/Lisans	465	275,28	128005,50			
	TOPLAM			576				

Çizelge 4.27 incelendiğinde; Program Kalitesi Boyutlarından; Program Çeşitliliği (U=21748,000; p<.05) Çalışma Zamanı (U=19224,000; p<.05), Etkileşim Kalitesi Boyutlarından; Müşteri Çalışan Etkileşimi (U=20832,000; p<.05), Çıktı Kalitesi Boyutlarından; Fiziksel Değişim (U=19059,000; p<.05), Birleşim Değeri (U=19512,000; p<.05), Sosyalleşme (U=16996,000; p<.05), Fiziksel Çevre Kalitesi Boyutlarından; Tasarım (U=19038,500; p<.05) ve Malzeme' de (U=19660,500; p<.05) alt boyutlarında anlamlı fark bulunmuştur.

Çizelge 4.28. Rekreatyonel spor etkinliklerine katılan tüketicilerin ilköğretim-lisansüstüne göre hizmet kalitesi alt boyutlarının Mann-Whitney U testi sonuçları

BOYUT	Alt Boyutlar	Eğitim Durumu	n	Sıra Ort.	Sıra Toplamı	U	p
Program Kalitesi	Program Çeşitliliği	İlköğretim	111	98,60	10945,00	3152,000	,022
		Lisansüstü	71	80,39	5708,00		
	Çalışma Zamanı	İlköğretim	111	107,01	11878,00	2219,000	,000
		Lisansüstü	71	67,25	4775,00		
Etkileşim Kalitesi	Müşteri Çalışan Etkileşimi	İlköğretim	111	100,84	11193,50	2903,500	,002
		Lisansüstü	71	76,89	5459,50		
Çıktı Kalitesi	Fiziksel Değişim	İlköğretim	111	101,28	11242,00	2855,000	,002
		Lisansüstü	71	76,21	5411,00		
	Birleşim Değeri	İlköğretim	111	103,78	11519,50	2577,500	,000
		Lisansüstü	71	72,30	5133,50		
	Sosyalleşme	İlköğretim	111	108,14	12003,50	2093,500	,000
		Lisansüstü	71	65,49	4649,50		
Fiziksel Çevre Kalitesi	Tasarım	İlköğretim	111	102,77	11407,50	2689,500	,000
		Lisansüstü	71	73,88	5245,50		
	Malzeme	İlköğretim	111	102,85	11416,00	2681,000	,000
		Lisansüstü	71	73,76	5237,00		
TOPLAM			182				



Çizelge 4.28 incelendiğinde; Program Kalitesi Boyutlarından; Program Çeşitliliği (U= 3152,000; p<.05), Çalışma Zamanı (U= 2219,000; p<.05), Etkileşim Kalitesi Boyutlarından; Müşteri Çalışan Etkileşimi (U= 2903,500; p<.05), Çıktı Kalitesi Boyutlarından; Fiziksel Değişim (U=2855,000; p<.05), Birleşim Değeri (U=2577,500; p<.05), Sosyalleşme (U=2093,500; p<.05), Fiziksel Çevre Kalitesi Boyutlarından; Tasarım (U=2689,500; p<.05), ve Malzeme (U=2681,000; p<.05) alt boyutlarında anlamlı fark bulunmuştur.

Çizelge 4.29. Rekreatyonel spor etkinliklerine katılan tüketicilerin ilköğretim-okur yazar değile göre hizmet kalitesi alt boyutlarının Mann-Whitney U testi sonuçları

BOYUT	Alt Boyutlar	Eğitim Durumu	n	Sıra Ort.	Sıra Toplamı	U	p
Program Kalitesi	Çalışma Zamanı	İlköğretim	111	60,14	6675,50	95,500	,005
		Okur-Yazar Değil	5	22,10	110,50		
Çıktı Kalitesi	Fiziksel Değişim	İlköğretim	111	59,92	6651,50	119,500	,029
		Okur-Yazar Değil	5	26,90	134,50		
	Sosyalleşme	İlköğretim	111	59,80	6638,00	133,000	,039
		Okur-Yazar Değil	5	29,60	148,00		
Fiziksel Çevre Kalitesi	Tasarım	İlköğretim	111	59,80	6638,00	133,000	,047
		Okur-Yazar Değil	5	29,60	148,00		
		TOPLAM	116				

Çizelge 4.29 incelendiğinde; Program Kalitesi Boyutlarından; Çalışma Zamanı (U= 95,500; p<.05), Çıktı Kalitesi Boyutlarından; Fiziksel Değişim (U=119,500; p<.05), Sosyalleşme (U=133,000; p<.05) ve Fiziksel Çevre Kalitesi Boyutlarından; Tasarım (U= 133,000; p<.05) alt boyutunda anlamlı fark bulunurken, Program Kalitesi Boyutlarından; Program Çeşitliliği (U=158,000; p=,0,100), Etkileşim Kalitesi Boyutlarından; Müşteri Çalışan Etkileşimi (U=226,500; p=,470), Çıktı Kalitesi Boyutlarından; Birleşim Değeri (U=142,000; p=,057) ve Fiziksel Çevre Kalitesi Boyutlarından; Malzeme (U=168,000; p=,133) alt boyutunda anlamlı fark yoktur (p>.05).

Çizelge 4.30. Rekreatyonel spor etkinliklerine katılan tüketicilerin ortaöğretim-önlisans/lisans'a göre hizmet kalitesi alt boyutlarının Mann-Whitney U testi sonuçları

BOYUT	Alt Boyutlar	Eğitim Durumu	n	Sıra Ort.	Sıra Toplamı	U	p
Çıktı Kalitesi	Sosyalleşme	Ortaöğretim	337	433,26	146008,00	67650,000	,001
		Önlisans/Lisans	465	378,48	175995,00		
		TOPLAM	802				

Çizelge 4.30 incelendiğinde; Çıktı Kalitesi Boyutlarından; Sosyalleşme (U= 67650,000;  $p < .05$ ) alt boyutunda anlamlı farklılık bulunurken, Program Kalitesi Boyutlarından; Program Çeşitliliği (U=77131,500;  $p = ,704$ ), Çalışma Zamanı (U=78214,000;  $p = ,965$ ), Etkileşim Kalitesi Boyutlarından; Müşteri Çalışan Etkileşimi (U=74356,000;  $p = ,211$ ), Çıktı Kalitesi Boyutlarından; Fiziksel Değişim (U=75340,500;  $p = ,350$ ), Birleşim Değeri (U=76401,500;  $p = ,543$ ), Fiziksel Çevre Kalitesi Boyutlarından; Tasarım (U=76210,500;  $p = ,507$ ) ve Malzeme (U=74159,000;  $p = ,194$ ) alt boyutlarında anlamlı fark yoktur ( $p > .05$ ).

Çizelge 4.31. Rekreatif spor etkinliklerine katılan tüketicilerin ortaöğretim-lisansüstüne göre hizmet kalitesi alt boyutlarının Mann-Whitney U testi sonuçları

BOYUT	Alt Boyut	Eğitim Durumu	n	Sıra Ort.	Sıra Toplamı	U	p
Program Kalitesi	Çalışma Zamanı	Ortaöğretim	337	210,39	70901,00	9979,000	,024
		Lisansüstü	71	176,55	12535,00		
Çıktı Kalitesi	Sosyalleşme	Ortaöğretim	337	213,70	72016,50	8863,500	,000
		Lisansüstü	71	160,84	11419,50		
		TOPLAM	408				

Çizelge 4.31 incelendiğinde; Program Kalitesi Boyutlarından; Çalışma Zamanı (U=9979,000;  $p < .05$ ) ve Çıktı Kalitesi Boyutlarından; Sosyalleşme (U=8863,500;  $p < .05$ ) alt boyutunda anlamlı farklılık bulunurken, Program Kalitesi Boyutlarından; Program Çeşitliliği (U=11675,500;  $p = ,748$ ), Etkileşim Kalitesi Boyutlarından; Müşteri Çalışan Etkileşimi (U=11743,500;  $p = ,805$ ), Çıktı Kalitesi Boyutlarından; Fiziksel Değişim (U=11239,000;  $p = ,419$ ), Birleşim Değeri (U=10376,000;  $p = ,076$ ), Fiziksel Çevre Kalitesi Boyutlarından; Tasarım (U=10691,500;  $p = ,158$ ) ve Malzeme (U=10410,500;  $p = ,084$ ) alt boyutlarında anlamlı fark yoktur ( $p > .05$ ).

Hizmet kalitesi açısından gruplar arasındaki fark için yapılan Mann-Whitney U testi sonuçlarına göre Ortaöğretim- Okur-Yazar Değil incelendiğinde; Program Kalitesi Boyutlarından; Program Çeşitliliği (U=590,500;  $p = ,247$ ), Çalışma Zamanı (U=556,500;  $p = ,178$ ), Etkileşim Kalitesi Boyutlarından; Müşteri Çalışan Etkileşimi (U=840,000;  $p = ,991$ ), Çıktı Kalitesi Boyutlarından; Fiziksel Değişim (U=565,500;  $p = ,203$ ), Birleşim Değeri (U=621,500;  $p = ,309$ ), Sosyalleşme (U=617,000;  $p = ,295$ ), Fiziksel Çevre Kalitesi Boyutlarından; Tasarım (U=640,500;  $p = ,356$ ) ve Malzeme (U=696,000;  $p = ,503$ ) alt boyutlarında anlamlı fark yoktur ( $p > .05$ ).

Çizelge 4.32. Rekreatyonel spor etkinliklerine katılan tüketicilerin önlisans/lisans-lisansüstü'ne göre hizmet kalitesi alt boyutlarının Mann-Whitney U testi sonuçları

BOYUT	Alt Boyut	Eğitim Durumu	n	Sıra Ort.	Sıra Toplamı	U	p
Program Kalitesi	Çalışma Zamanı	Önlisans/Lisans	465	273,96	127389,50	13970,500	,031
		Lisansüstü	71	232,77	16526,50		
		TOPLAM	536				

Çizelge 4.32 incelendiğinde; Program Kalitesi Boyutlarından; Çalışma Zamanı (U=13970,500; p<.05) alt boyutunda anlamlı fark bulunurken, Program Kalitesi Boyutlarından; Program Çeşitliliği (U=15851,500; p=,587), Etkileşim Kalitesi Boyutlarından; Müşteri Çalışan Etkileşimi (U=15265,000; p=,299), Çıktı Kalitesi Boyutlarından; Fiziksel Değişim (U=16031,500; p=,694), Birleşim Değeri (U=14752,000; p=,145), Sosyalleşme (U=14555,000; p=,105), Fiziksel Çevre Kalitesi Boyutlarından; Tasarım (U=15186,000; p=,276) ve Malzeme (U=15201,000; p=,281) alt boyutlarında anlamlı fark yoktur (p>.05).

Çizelge 4.33. Rekreatyonel spor etkinliklerine katılan tüketicilerin önlisans-lisans/ Okur-Yazar Değil' e göre hizmet kalitesi alt boyutlarının Mann-Whitney U testi sonuçları

BOYUT	Alt Boyut	Eğitim Durumu	n	Sıra Ort.	Sıra Toplamı	U	p
Program Kalitesi	Çalışma Zamanı	Önlisans/Lisans	465	236,29	109874,00	796,000	,031
		Okur-Yazar Değil	5	162,20	811,00		
		TOPLAM	470				

Çizelge 4.33 incelendiğinde; Program Kalitesi Boyutlarından; Çalışma Zamanı (U=796,000; p<.05) alt boyutunda anlamlı fark bulunurken, Program Kalitesi Boyutlarından; Program Çeşitliliği (U=799,000; p=,207), Etkileşim Kalitesi Boyutlarından; Müşteri Çalışan Etkileşimi (U=1110,500; p=,861), Çıktı Kalitesi Boyutlarından; Fiziksel Değişim (U=802,000; p=,231), Birleşim Değeri (U=881,500; p=,348), Sosyalleşme (U=1040,000; p=,682), Fiziksel Çevre Kalitesi Boyutlarından; Tasarım (U=912,000; p=,406) ve Malzeme (U=1025,000; p=,648) alt boyutlarında anlamlı fark yoktur (p>.05).

Hizmet kalitesi açısından gruplar arasındaki fark için yapılan Mann-Whitney U testi sonuçlarına göre Lisansüstü- Okur-Yazar Değil incelendiğinde; Program Kalitesi Boyutlarından; Program Çeşitliliği (U=129,000; p=,0,306), Çalışma Zamanı (U=156,500; p=,654), Etkileşim Kalitesi Boyutlarından; Müşteri Çalışan Etkileşimi (U=175,000; p=,958), Çıktı Kalitesi Boyutlarından; Fiziksel Değişim (U=135,500; p=,375), Birleşim Değeri (U=159,000; p=,696), Sosyalleşme (U=173,000; p=,924), Fiziksel Çevre Kalitesi

Boyutlarından; Tasarım (U=151,500; p=,585) ve Malzeme (U=175,000; p=,958) alt boyutlarında anlamlı fark yoktur (p>.05).

Çizelge 4.34. Belediyelerin sunduğu rekreasyonel spor hizmetlerinden yararlanan tüketicilerin hizmet kalitesi etkinliklere katılma süresine göre Kruskal Wallis testi sonuçları

BOYUT	Alt Boyut	0-1 Yıl (n=608) (1)			2-3 Yıl (n= 287) (2)			4 ve Üzeri Yıl (n=94) (3)			N=989		
		Med	Sıra Ort.	sd	Med	Sıra Ort.	sd	Med	Sıra Ort.	sd	X <sup>2</sup>	p	Anlamlı Fark
Program Kalitesi	Program Çeşitliliği	6,00	537,90	2	5,00	432,08	2	5,00	409,60	2	36,598	,000	1-2 1-3
	Çalışma Zamanı	6,50	545,19	2	5,50	419,93	2	5,75	399,56	2	53,275	,000	1-2 1-3
	Bilgi	5,50	532,81	2	4,50	435,11	2	4,75	433,27	2	27,855	,000	1-2 1-3
Etkileşim Kalitesi	Müşteri Çalışan Etkileşimi	6,50	537,05	2	6,00	430,55	2	6,00	419,79	2	35,403	,000	1-2 1-3
	Müşteriler Arası Etkileşime	6,00	527,45	2	6,00	450,24	2	5,50	421,80	2	21,795	,000	1-2 1-3
Çıktı Kalitesi	Fiziksel Değişim	6,20	530,88	2	6,00	448,94	2	5,40	403,57	2	27,026	,000	1-2 1-3
	Birleşim Değeri	6,25	533,66	2	6,00	438,29	2	5,62	418,06	2	29,918	,000	1-2 1-3
	Sosyalleşme	6,00	511,66	2	6,00	474,47	2	5,66	449,91	2	6,074	,058	
Fiziksel Çevre Kalitesi	Tasarım	6,00	552,40	2	5,20	416,83	2	4,60	362,37	2	66,704	,000	1-2 1-3
	Malzeme	5,75	547,10	2	5,00	431,06	2	4,37	353,23	2	58,152	,000	1-2 1-3 2-3
	Toplam Hizmet Kalitesi	6,00	548,26	2	5,57	422,52	2	5,22	371,84	2	57,096	,000	

Çizelge 4.34 incelendiğinde; Program Kalitesi Boyutlarından; Program Çeşitliliği (p<.05), Çalışma Zamanı (p<.05), Bilgi (p<.05), Etkileşim Kalitesi Boyutlarından; Müşteri Çalışan Etkileşimi (p<.05), Müşteriler Arası Etkileşim (p<.05), Çıktı Kalitesi Boyutlarından; Fiziksel Değişim (p<.05), Birleşim Değeri (p<.05), Sosyalleşme (p<.05), Fiziksel Çevre Kalitesi Boyutlarından; Tasarım (p<.05) ve Malzeme (p<.05) alt boyutlarında anlamlı fark bulunurken, Çıktı Kalitesi Boyutlarından; Sosyalleşme (p>.05) alt boyutunda anlamlı fark yoktur, genel toplamda (p<.05) istatistiksel olarak anlamlı fark vardır. Bu farkların etkinliklere katılma süresine göre belirlemek için Mann-Whitney U test sonuçları Çizelge 4.35, Çizelge 4.36 ve Çizelge 4.37’de gösterilmiştir.

Çizelge 4.35. Rekreatyonel spor etkinliklerine katılan tüketicilerin 0-1 yıl/2-3 yıla göre hizmet kalitesi alt boyutlarının Mann-Whitney U testi sonuçları

BOYUT	Alt Boyutlar	Katılım Süresi	n	Sıra Ort.	Sıra Toplamı	U	p
Program Kalitesi	Program Çeşitliliği	0-1 yıl	608	478,94	291193,00	68439,000	,000
		2-3 yıl	287	382,46	109767,00		
	Çalışma Zamanı	0-1 yıl	608	484,70	294697,00	64935,000	,000
		2-3 yıl	287	370,25	106263,00		
	Bilgi	0-1 yıl	608	476,29	289581,50	70050,500	,000
		2-3 yıl	287	388,08	111378,50		
Etkileşim Kalitesi	Müşteri Çalışan Etkileşimi	0-1 yıl	608	478,83	291127,50	68504,500	,000
		2-3 yıl	287	382,69	109832,50		
	Müşteriler Arası Etkileşim	0-1 yıl	608	470,75	286215,50	73416,500	,000
		2-3 yıl	287	399,81	114744,50		
Çıktı Kalitesi	Fiziksel Değişim	0-1 yıl	608	471,53	286689,00	72943,000	,000
		2-3 yıl	287	398,16	114271,00		
	Birleşim Değeri	0-1 yıl	608	475,70	289223,50	70408,500	,000
		2-3 yıl	287	389,33	111736,50		
Fiziksel Çevre Kalitesi	Tasarım	0-1 yıl	608	487,62	296472,00	63160,000	,000
		2-3 yıl	287	364,07	104488,00		
	Malzeme	0-1 yıl	608	482,06	293095,00	66537,000	,000
		2-3 yıl	287	375,84	107865,00		
		TOPLAM	895				

Çizelge 4.35 incelendiğinde; Program kalitesi Boyutlarından; Program Çeşitliliği (U= 68439,000; p<.05), Çalışma Zamanı (U= 64935,000; p<.05), Bilgi (U= 70050,500; p<.05), Etkileşim Kalitesi Boyutlarından; Müşteri Çalışan Etkileşimi (U= 68504,500; p<.05) , Müşteriler Arası Etkileşim (U=73416,500; p<.05), Çıktı Kalitesi Boyutlarından; Fiziksel Değişim (U=72943,000; p<.05), Birleşim Değeri (U=70408,500; p<.05), Fiziksel Çevre Kalitesi Boyutlarından; Tasarım (U= 63160,000; p<.05) ve Malzeme (U= 66537,000; p<.05) alt boyutlarında anlamlı fark bulunmuştur.

Çizelge 4.36. Rekreatyonel spor etkinliklerine katılan tüketicilerin 0-1 yıl/4 yıl ve üzerine göre hizmet kalitesi alt boyutlarının Mann-Whitney U testi sonuçları

BOYUT	Alt Boyutlar	Katılım Süresi	n	Sıra Ort.	Sıra Toplamı	U	p
Program Kalitesi	Program Çeşitliliği	0-1 yıl	608	363,47	220988,00	21300,000	,000
		4 Yıl ve üzeri	94	274,10	25765,00		
	Çalışma Zamanı	0-1 yıl	608	364,99	221916,50	20371,500	,000
		4 Yıl ve üzeri	94	264,22	24836,50		
	Bilgi	0-1 yıl	608	361,03	219506,00	22782,000	,001
		4 Yıl ve üzeri	94	289,86	27247,00		
Etkileşim Kalitesi	Müşteri Çalışan Etkileşimi	0-1 yıl	608	362,72	220536,00	21752,000	,000
		4 Yıl ve üzeri	94	278,90	26217,00		
	Müşteriler Arası Etkileşim	0-1 yıl	608	361,20	219608,00	22680,000	,001
		4 Yıl ve üzeri	94	288,78	27145,00		
Çıktı Kalitesi	Fiziksel Değişim	0-1 yıl	608	363,85	221221,50	21066,500	,000
		4 Yıl ve üzeri	94	271,61	25531,50		
	Birleşim Değeri	0-1 yıl	608	362,47	220379,00	21909,000	,000
		4 Yıl ve üzeri	94	280,57	26374,00		
Fiziksel Çevre Kalitesi	Tasarım	0-1 yıl	608	369,28	224525,00	17763,000	,000
		4 Yıl ve üzeri	94	236,47	22228,00		
	Malzeme	0-1 yıl	608	369,54	224679,50	17608,500	,000
		4 Yıl ve üzeri	94	234,82	22073,50		
		TOPLAM	702				

Çizelge 4.36 incelendiğinde; Program Kalitesi Boyutlarından; Program Çeşitliliği (U=21300,000; p<.05), Çalışma Zamanı (U= 20371,500; p<.05), Bilgi (U=22782,000; p<.05), Etkileşim Kalitesi Boyutlarından; Müşteri Çalışan Etkileşimi (U=21752,000; p<.05) , Müşteriler Arası Etkileşim (U=22680,000; p<.05), Çıktı Kalitesi Boyutlarından; Fiziksel Değişim (U=21066,500; p<.05), Birleşim Değeri (U=21909,000; p<.05), Fiziksel Çevre Kalitesi Boyutlarından; Tasarım (U=17763,000; p<.05) ve Malzeme (U=17608,500; p<.05) alt boyutlarında anlamlı fark bulunmuştur.

Çizelge 4.37. Rekreatyonel spor etkinliklerine katılan tüketicilerin 2-3 yıl/4 yıl ve üzerine göre hizmet kalitesi alt boyutlarının Mann-Whitney U testi sonuçları

BOYUT	Alt Boyut	Katılım Süresi	n	Sıra Ort.	Sıra Toplamı	U	p
Fiziksel Çevre Kalitesi	Malzeme	2-3 yıl	287	199,22	57176,00	11130,000	,011
		4 Yıl ve üzeri	94	165,90	15595,00		
		TOPLAM	381				

Çizelge 4.37 incelendiğinde; Fiziksel Çevre Kalitesi Boyutlarından; Malzeme (U=11130,000;  $p < .05$ ) alt boyutunda anlamlı fark bulunurken , Program Kalitesi Boyutlarından; Program Çeşitliliği (U=12737,500;  $p=0,415$ ), Çalışma Zamanı (U=12722,000;  $p=,400$ ), Bilgi (U=13480,000;  $p=,992$ ), Etkileşim Kalitesi Boyutlarından; Müşteri Çalışan Etkileşimi (U= 13243,500;  $p=,789$ ), Müşteriler Arası Etkileşim (U=12504,000;  $p=,282$ ), Çıktı Kalitesi Boyutlarından; Fiziksel Değişim (U=12404,500;  $p=,240$ ), Birleşim Değeri (U=12924,000;  $p=,540$ ) ve Fiziksel Çevre Kalitesi Boyutlarından; Tasarım (U=11835,000;  $p=,074$ ) alt boyutlarında anlamlı fark yoktur ( $p > .05$ ).



Çizelge 4.38. Belediyelerin sunduğu rekreasyonel spor hizmetlerinden yararlanan tüketicilerin hizmet kalitesi etkinliklere katılım sıklıklarına göre Kruskal Wallis testi sonuçları

BOYUT	Alt Boyutlar	Haftada 1 Kez (n=36) (1)			Haftada 2 Kez (n=601) (2)			Haftada 3 (n=307) (3)			Haftada 4 kez ve Üzeri (n=45) (4)			N=989		
		Med	Sıra Ort.	sd	Med	Sıra Ort.	sd	Med	Sıra Ort.	sd	Med	Sıra Ort.	sd	X <sup>2</sup>	p	Anlamlı Fark
Program Kalitesi	Program Çeşitliliği	5,83	544,14	3	5,66	497,11	3	5,66	486,01	3	5,33	488,82	3	1,445	,695	
	Çalışma Zamanı	6,00	453,33	3	6,00	502,07	3	6,50	495,61	3	5,50	429,78	3	3,778	,286	
	Bilgi	5,50	536,78	3	5,00	500,23	3	5,00	488,26	3	4,50	437,77	3	2,970	,396	
Etkileşim Kalitesi	Müşteri Çalışan Etkileşimi	6,25	503,83	3	6,50	503,07	3	6,33	480,12	3	6,33	481,70	3	1,491	,684	
	Müşteriler Arası Etkileşim	6,00	528,32	3	6,00	492,66	3	6,00	491,80	3	6,00	521,41	3	0,986	,805	
Çıktı Kalitesi	Fiziksel Değişim	6,00	494,88	3	6,20	496,72	3	6,00	497,21	3	6,00	456,99	3	0,848	,838	
	Birleşim Değeri	6,00	458,90	3	6,00	500,79	3	6,25	485,00	3	6,00	514,76	3	1,445	,695	
	Sosyalleşme	6,00	488,28	3	6,00	491,44	3	6,00	505,48	3	6,00	476,49	3	0,737	,864	
Fiziksel Çevre Kalitesi	Tasarım	6,00	521,04	3	5,80	521,05	3	5,40	442,35	3	5,60	485,41	3	15,871	,001	2-3
	Malzeme	5,50	488,25	3	5,50	521,23	3	5,00	445,01	3	6,00	491,16	3	14,594	,002	2-3
	Toplam Hizmet Kalitesi	5,72	491,72	3	5,89	508,30	3	5,73	472,77	3	5,78	471,66	3	26,320	,325	



Çizelge 4.38 incelendiğinde; Fiziksel Çevre Kalitesi Boyutlarından; Tasarım ( $p < .05$ ) ve Malzeme ( $p < .05$ ) alt boyutlarında anlamlı fark bulunurken, Program Kalitesi Boyutlarından; Program Çeşitliliği ( $p > .05$ ), Çalışma Zamanı ( $p > .05$ ), Bilgi ( $p > .05$ ), Etkileşim Kalitesi Boyutlarından; Müşteri Çalışan Etkileşimi ( $p > .05$ ), Müşteriler Arası Etkileşim ( $p > .05$ ), Çıktı Kalitesi Boyutlarından; Fiziksel Değişim ( $p > .05$ ), Birleşim Değeri ( $p > .05$ ) ve Sosyalleşme ( $p > .05$ ) alt boyutlarında anlamlı fark yoktur ( $p > .05$ ) genel toplamda ( $p > .05$ ) istatistiksel olarak anlamlı fark yoktur. Bu farkların etkinliklere katılım sıklıklarına göre belirlemek için Mann-Whitney U test sonuçları Çizelge 4.39’ da gösterilmiştir.

Çizelge 4.39. Rekreatyonel spor etkinliklerine katılan tüketicilerin haftada 2 / haftada 3’e göre hizmet kalitesi alt boyutlarının Mann-Whitney U testi sonuçları

BOYUT	Alt Boyutlar	Etkinliklere Katılım Sıklığı	n	Sıra Ort.	Sıra Toplamı	U	p
Fiziksel Çevre Kalitesi	Tasarım	Haftada2	601	478,93	287838,50	77569,500	,000
		Haftada 3	307	406,67	124847,50		
	Malzeme	Haftada2	601	478,22	287408,00	78000,000	,000
		Haftada 3	307	408,07	125278,00		
		TOPLAM	908				

Çizelge 4.39 incelendiğinde; Fiziksel Çevre Kalitesi Boyutlarından; Tasarım ( $U=77569,500$ ;  $p < .05$ ) ve Malzeme ( $U=78000,000$ ;  $p < .05$ ) alt boyutlarında anlamlı fark bulunmuştur.

Hizmet kalitesi açısından gruplar arasındaki fark için yapılan Mann Whitney U testi sonuçlarına göre Haftada 1- Haftada 2 incelendiğinde; Fiziksel Çevre Kalitesi Boyutlarından; Tasarım ( $U=10799,000$ ;  $p=,986$ ) ve Malzeme ( $U=10115,500$ ;  $p=,511$ ) alt boyutlarında anlamlı fark yoktur ( $p > .05$ ).

Hizmet kalitesi açısından gruplar arasındaki fark için yapılan Mann Whitney U testi sonuçlarına göre Haftada 1- Haftada 3 incelendiğinde; Fiziksel Çevre Kalitesi Boyutlarından; Tasarım ( $U=4622,500$ ;  $p=,108$ ) ve Malzeme ( $U=5038,500$ ;  $p=,385$ ) alt boyutlarında anlamlı fark yoktur ( $p > .05$ ).

Hizmet kalitesi açısından gruplar arasındaki fark için yapılan Mann Whitney U testi sonuçlarına göre Haftada 1- Haftada 4 kez ve üzeri grubu incelendiğinde; Fiziksel Çevre Kalitesi Boyutlarından; Tasarım ( $U=757,000$ ;  $p=,614$ ) ve Malzeme ( $U=782,000$ ;  $p=,789$ ) alt boyutlarında anlamlı fark yoktur ( $p > .05$ ).

Hizmet Kalitesi açısından gruplar arasındaki fark için yapılan Mann-Whitney U testi sonuçlarına göre Haftada 2- Haftada 4 kez ve üzeri incelendiğinde; Fiziksel evre Kalitesi Boyutlarından; Tasarım ( $U=12569,000$ ;  $p=,428$ ) ve Malzeme ( $U=12716,000$ ;  $p=,503$ ) alt boyutlarında anlamlı fark yoktur ( $p>.05$ ).

Hizmet Kalitesi açısından gruplar arasındaki fark için yapılan Mann-Whitney U testi sonuçlarına göre Haftada 3- Haftada 4 kez ve üzeri incelendiğinde; Fiziksel evre Kalitesi Boyutlarından; Tasarım ( $U=6332,500$ ;  $p=,366$ ) ve Malzeme ( $U=6302,000$ ;  $p=,341$ ) alt boyutlarında anlamlı fark yoktur ( $p>.05$ ).



Çizelge 4.40. Belediyelerin sunduğu rekreasyonel spor hizmetlerinden yararlanan tüketicilerin hizmet kalitesi hane gelirlerine göre Kruskal Wallis testi sonuçları

BOYUT	Alt Boyutlar	1300TL ve Altı (n=170) (1)			1301-2500TL (n=409) (2)			2501-3500TL (n=255) (3)			3501-4500TL (n=126) (4)			4501TL ve üzeri (n=29) (5)			N=989		
		Med	Sıra Ort.	sd	Med	Sıra Ort.	sd	Med	Sıra Ort.	sd	Med	Sıra Ort.	sd	Med	Sıra Ort.	sd	X <sup>2</sup>	p	Anlamlı Fark
Program Kalitesi	Program Çeşitliliği	5,66	521,28	4	5,66	499,03	4	5,33	468,62	4	5,66	503,31	4	6,00	480,07	4	3,940	,414	
	Çalışma Zamanı	6,50	533,35	4	6,50	500,72	4	6,00	455,21	4	6,50	510,88	4	6,00	470,40	4	9,530	,049	1-3 2-3
	Bilgi	5,50	550,99	4	5,00	494,90	4	4,75	447,84	4	5,50	526,40	4	4,75	446,38	4	15,958	,003	1-2 2-3 1-3 3-4
Etkileşim Kalitesi	Müşteri Çalışan Etkileşimi	6,33	505,55	4	6,33	493,50	4	6,33	464,58	4	6,50	514,22	4	7,00	638,26	4	11,352	,023	1-5 3-5 2-5 4-5
	Müşteriler Arası Etkileşime	6,00	531,94	4	6,00	482,48	4	6,00	473,21	4	6,00	510,12	4	6,50	580,88	4	8,367	,079	
Çıktı Kalitesi	Fiziksel Değişim	6,20	525,43	4	6,20	496,02	4	6,00	464,25	4	6,10	511,67	4	6,00	500,24	4	5,396	,249	
	Birleşim Değeri	6,25	507,27	4	6,00	487,82	4	6,00	485,33	4	6,25	498,84	4	7,00	592,60	4	4,368	,359	
	Sosyalleşme	6,16	531,20	4	6,00	501,84	4	6,00	465,39	4	6,00	478,44	4	6,33	518,64	4	6,521	,163	
Fiziksel Çevre Kalitesi	Tasarım	6,00	534,73	4	5,80	492,69	4	5,40	439,82	4	6,00	535,27	4	6,20	604,86	4	19,741	,001	1-3 3-4 2-3 3-5 2-5
	Malzeme	5,50	539,49	4	5,50	497,18	4	5,00	441,13	4	5,75	519,02	4	6,00	572,86	4	16,373	,003	1-3 3-4 2-3 3-5
	Toplam Hizmet Kalitesi	6,00	538,74	4	5,89	496,95	4	5,63	445,68	4	5,92	520,24	4	5,92	535,07	4	13,165	,010	

Çizelge 4.40 incelendiğinde; Program Kalitesi Boyutlarından; Çalışma Zamanı ( $p<.05$ ), Bilgi ( $p<.05$ ), Etkileşim Kalitesi Boyutlarından; Müşteri Çalışan Etkileşimi ( $p<.05$ ), Fiziksel Çevre Kalitesi Boyutlarından; Tasarım ( $p<.05$ ) ve Malzeme ( $p<.05$ ) alt boyutlarında anlamlı bir farklılık bulunurken, Program Kalitesi Boyutlarından; Program Çeşitliliği, Etkileşim Kalitesi Boyutlarından; Müşteriler Arası Etkileşim, Çıktı Kalitesi Boyutlarından; Fiziksel Değişim, Birleşim Değeri ve Sosyalleşme alt boyutlarında anlamlı fark yoktur ( $p>.05$ ), genel toplamda ( $p<.05$ ) istatistiksel olarak anlamlı fark vardır. Bu farkların hane gelirlerine göre belirlemek için Mann-Whitney U test sonuçları Çizelge 4.41, Çizelge 4.42, Çizelge 4.43, Çizelge 4.44, Çizelge 4.45, Çizelge 4.46, Çizelge 4.47 ve Çizelge 4.48’ de gösterilmiştir.

Çizelge 4.41. Rekreatyonel spor etkinliklerine katılan tüketicilerin 1300TL ve altı ile 1301-2500TL’ye göre hizmet kalitesi alt boyutlarının Mann-Whitney U testi sonuçları

BOYUT	Alt Boyut	Hane Geliri	n	Sıra Ort.	Sıra Toplamı	U	p
Program Kalitesi	Bilgi	1300TL ve altı	170	312,84	53182,00	30883,000	,033
		1301-2500TL	409	280,51	114728,00		
		TOPLAM	579				

Çizelge 4.41 incelendiğinde; Program Kalitesi Boyutlarından; Bilgi ( $U=30883,000$ ;  $p<.05$ ) alt boyutunda anlamlı fark bulunurken, Program Kalitesi Boyutlarından; Çalışma Zamanı ( $U=32507,000$ ;  $p=,195$ ), Etkileşim Kalitesi Boyutlarından; Müşteri Çalışan Etkileşimi ( $U=33943,000$ ;  $p=,649$ ), Fiziksel Çevre Kalitesi Boyutlarından; Tasarım ( $U=31791,000$ ;  $p=,104$ ) ve Malzeme ( $U=31730,500$ ;  $p=,097$ ) alt boyutlarında anlamlı fark yoktur ( $p>.05$ ).

Çizelge 4.42. Rekreatyonel spor etkinliklerine katılan tüketicilerin 1300TL ve altı ile 2501-3500TL’ye göre hizmet kalitesi alt boyutlarının Mann-Whitney U testi sonuçları

BOYUT	Alt Boyutlar	Hane Geliri	n	Sıra Ort.	Sıra Toplamı	U	p
Program Kalitesi	Çalışma Zamanı	1300TL ve altı	170	233,21	39646,00	18239,000	,004
		2501-3500TL	255	199,53	50879,00		
	Bilgi	1300TL ve altı	170	239,88	40779,00	17106,000	,000
		2501-3500TL	255	195,08	49746,00		
Fiziksel Çevre Kalitesi	Tasarım	1300TL ve altı	170	237,81	40428,00	17457,000	,001
		2501-3500TL	255	196,46	50097,00		
	Malzeme	1300TL ve altı	170	238,02	40463,00	17422,000	,001
		2501-3500TL	255	196,32	50062,00		
	TOPLAM	425					

Çizelge 4.42 incelendiğinde; Program Kalitesi Boyutlarından; Çalışma Zamanı ( $U=18239,000$ ;  $p<.05$ ), Bilgi ( $U=17106,000$ ;  $p<.05$ ), Fiziksel Çevre Kalitesi Boyutlarından;

Tasarım (U=17457,000; p<.05) ve Malzeme (U=17422,000; p<.05) alt boyutlarında anlamlı fark bulunurken, Etkileşim Kalitesi Boyutlarından; Müşteri Çalışan Etkileşimi (U=19825,500; p=,131) alt boyutunda anlamlı fark yoktur (p>.05).

Çizelge 4.43. Rekreatyonel spor etkinliklerine katılan tüketicilerin 1300 ve altı ile 4501TL ve üzeriye göre hizmet kalitesi alt boyutlarının Mann-Whitney U testi sonuçları

BOYUT	Alt Boyut	Hane Geliri	n	Sıra Ort.	Sıra Toplamı	U	p
Etkileşim Kalitesi	Müşteri Çalışan Etkileşimi	1300TL ve altı	170	96,03	16324,50	1789,500	,016
		4501TL ve üzeri	29	123,29	3575,50		
		TOPLAM	199				

Çizelge 4.43 incelendiğinde; Etkileşim Kalitesi Boyutlarından; Müşteri Çalışan Etkileşimi (U=1789,500; p<.05) alt boyutunda anlamlı fark bulunurken, Program Kalitesi Boyutlarından; Çalışma Zamanı (U=2148,000; p=,241), Bilgi (U=1953,000; p=,072), Fiziksel Çevre Kalitesi Boyutlarından; Tasarım (U=2091,000; p=,189) ve Malzeme (U=2309,500; p=,584) alt boyutlarında anlamlı bir fark yoktur (p>.05).

Çizelge 4.44. Rekreatyonel spor etkinliklerine katılan tüketicilerin 1301-2500TL/2501-3500TL'e göre hizmet kalitesi alt boyutlarının Mann-Whitney U testi sonuçları

BOYUT	Alt Boyutlar	Hane Geliri	n	Sıra Ort.	Sıra Toplamı	U	p
Program Kalitesi	Çalışma Zamanı	1301-2500TL	409	343,97	140683,50	47456,500	,043
		2501-3500TL	255	314,10	80096,50		
	Bilgi	1301-2500TL	409	344,47	140887,50	47252,500	,041
		2501-3500TL	255	313,30	79892,50		
Fiziksel Çıktı Kalitesi	Tasarım	1301-2500TL	409	346,25	141614,50	46525,500	,019
		2501-3500TL	255	310,45	79165,50		
	Malzeme	1301-2500TL	409	347,03	141935,00	46205,000	,013
		2501-3500TL	255	309,20	78845,00		
		TOPLAM	664				

Çizelge 4.44 incelendiğinde; Program Kalitesi Boyutlarından; Çalışma Zamanı (U=47456,500; p<.05), Bilgi (U=47252,500; p<.05), Fiziksel Çıktı Kalitesi Boyutlarından; Tasarım (U=46525,500; p<.05) ve Malzeme (U=46205,000; p<.05) alt boyutlarında anlamlı

fark bulunurken, Etkileşim Kalitesi Boyutlarından; Müşteri Çalışan Etkileşimi (U=49159,000; p=,208) alt boyutunda anlamlı bir fark bulunamamıştır (p>.05).

Hizmet kalitesi açısından gruplar arasındaki fark için yapılan Mann-Whitney U testi sonuçlarına göre 1300TL ve altı- 3501-4500TL grubu incelendiğinde; Program Kalitesi Boyutlarından; Çalışma Zamanı (U=10201,000; p=,459), Bilgi (U=10154,000; p=,442), Etkileşim Kalitesi Boyutlarından; Müşteri Çalışan Etkileşimi (U=10507,500; p=,777), Fiziksel Çevre Kalitesi Boyutlarından; Tasarım (U=10646,500; p=,930) ve Malzeme (U=10278,500; p=,551) alt boyutlarında anlamlı bir fark yoktur (p>.05).

Hizmet kalitesi açısından gruplar arasındaki fark için yapılan Mann-Whitney U testi sonuçlarına göre 1301-2500TL/3501-4500TL grubu incelendiğinde; Program Kalitesi Boyutlarından; Çalışma Zamanı (U=25299,500; p=,747), Bilgi (U=24142,500;p=,282) alt boyutlarında, Etkileşim Kalitesi Boyutlarından; Müşteri Çalışan Etkileşimi (U=24719,500;p=,483), Fiziksel Çıktı Kalitesi Boyutlarından; Tasarım (U=23535,500; p=,140) ve Malzeme (U=24675,000; p=,470) alt boyutlarında anlamlı bir fark yoktur (p>.05).

Çizelge 4.45. Rekreatyonel spor etkinliklerine katılan tüketicilerin 1301-2500TL/ 4501TL ve üzerine göre hizmet kalitesi alt boyutlarının Mann-Whitney U testi sonuçları

BOYUT	Alt Boyut	Hane Geliri	n	Sıra Ort.	Sıra Toplamı	U	p
Etkileşim Kalitesi	Müşteri Çalışan Etkileşimi	1301-2500TL	409	215,27	88044,00	4199,000	,007
		4501TL ve üzeri	29	279,21	8097,00		
Fiziksel Çevre Kalitesi	Tasarım	1301-2500TL	409	216,17	88415,00	4570,000	0,38
		4501TL ve üzeri	29	266,41	7726,00		
		TOPLAM	438				

Çizelge 4.45 incelendiğinde; Etkileşim Kalitesi Boyutlarından; Müşteri Çalışan Etkileşimi (U=4199,000; p<.05) ve Fiziksel Çevre Kalitesi Boyutlarından; Tasarım (U=4570,000; p<.05) alt boyutunda anlamlı fark bulunurken, Program Kalitesi Boyutlarından; Çalışma Zamanı (U=5556,000; p=,552), Bilgi (U=5358,000; p=,383) ve Fiziksel Çevre Kalitesi Boyutlarından; Malzeme (U=5005,000; p=,159) alt boyutlarında anlamlı bir fark yoktur (p>.05).

Çizelge 4.46. Rekreatyonel spor etkinliklerine katılan tüketicilerin 2501-3500TL/ 3501-4500TL' ye göre hizmet kalitesi alt boyutlarının Mann-Whitney U testi sonuçları

BOYUT	Alt Boyut	Hane Geliri	n	Sıra Ort.	Sıra Toplamı	U	p
Program Kalitesi	Bilgi	2501-3500TL	255	180,82	46109,50	13469,500	,010
		3501-4500TL	126	211,60	26661,50		
Fiziksel Çevre Kalitesi	Tasarım	2501-3500TL	255	178,98	45640,00	13000,000	,002
		3501-4500TL	126	215,33	27131,00		
	Malzeme	2501-3500TL	255	180,85	46116,50	13476,500	,010
		3501-4500TL	126	211,54	26654,50		
		TOPLAM	381				

Çizelge 4.46 incelendiğinde; Program Kalitesi Boyutlarından; Bilgi (U=13469,500; p<.05), Fiziksel Çevre Kalitesi Boyutlarından; Tasarım (U=13000,000; p<.05) ve Malzeme (U=13476,500; p<.05) alt boyutlarında anlamlı fark bulunurken, Program Kalitesi Boyutlarından; Çalışma Zamanı (U=14179,000; p=,054) ve Fiziksel Çevre Kalitesi Boyutlarından; Müşteri Çalışan Etkileşimi (U=14409,500; p=,098), alt boyutunda anlamlı bir fark yoktur (p>.05).

Çizelge 4.47. Rekreatyonel spor etkinliklerine katılan tüketicilerin 2501-3500TL/4501TL ve üzerine göre hizmet kalitesi alt boyutlarının Mann-Whitney U testi sonuçları

BOYUT	Alt Boyutlar	Hane Geliri	n	Sıra Ort.	Sıra Toplamı	U	p
Etkileşim Kalitesi	Müşteri Çalışan Etkileşimi	2501-3500TL	255	137,54	35073,50	2433,500	,002
		4501TL ve üzeri	29	186,09	5396,50		
Fiziksel Çevre Kalitesi	Tasarım	2501-3500TL	255	137,93	35172,50	2532,500	,005
		4501TL ve üzeri	29	182,67	5297,50		
	Malzeme	2501-3500TL	255	138,76	35383,50	2743,500	,022
		4501TL ve üzeri	29	175,40	5086,50		
		TOPLAM	284				

Çizelge 4.47 incelendiğinde; Etkileşim Kalitesi Boyutlarından; Müşteri Çalışan Etkileşimi (U=2433,500; p<.05), Fiziksel Çevre Kalitesi Boyutlarından; Tasarım (U=2532,500; p<.05) ve Malzeme (U=2743,500; p<.05) alt boyutlarında anlamlı fark bulunurken, Program

Kalitesi Boyutlarından; Çalışma Zamanı ( $U=3563,500$ ;  $p=,743$ ) ve Bilgi ( $U=3664,500$ ;  $p=,937$ ) alt boyutlarında anlamlı bir fark yoktur ( $p>.05$ ).

Çizelge 4.48. Rekreatif spor etkinliklerine katılan tüketicilerin 3501-4500TL/4501TL ve üzerine göre hizmet kalitesi alt boyutlarının Mann-Whitney U testi sonuçları

BOYUT	Alt Boyut	Hane Geliri	n	Sıra Ort.	Sıra Toplamı	U	p
Etkileşim Kalitesi	Müşteri Çalışan Etkileşimi	3501-4500TL	126	74,16	9344,50	1343,500	,023
		4501TL ve üzeri	29	94,67	2745,50		
		TOPLAM	155				

Çizelge 4.48 incelendiğinde; Etkileşim Kalitesi Boyutlarından; Müşteri Çalışan Etkileşimi ( $U=1343,500$ ;  $p<.05$ ) alt boyutunda anlamlı farklılık bulunurken, Program Kalitesi Boyutlarından; Çalışma Zamanı ( $U=1671,000$ ;  $p=,456$ ), Bilgi ( $U=1534,000$ ;  $p=,177$ ), Fiziksel Çevre Kalitesi Boyutlarından; Tasarım ( $U=1540,500$ ;  $p=,186$ ) ve Malzeme ( $U=1604,000$ ;  $p=,304$ ) alt boyutlarında anlamlı bir fark yoktur ( $p>.05$ ).

Çizelge 4.49. Rekreatif spor etkinliklerine katılan tüketicilerin cinsiyete göre toplam tatmin düzeyleri alt boyutlarının Mann-Whitney U testi sonuçları

Alt Boyutlar	Cinsiyet	n	Sıra Ort.	Sıra Toplamı	U	p
Tesis Hizmetleri	Kadın	791	506,66	400771,50	69082,500	,009
	Erkek	198	448,40	88783,50		
Bireysel/Psikolojik	Kadın	791	511,71	404763,00	65091,000	,000
	Erkek	198	428,24	84792,00		
Rahatlama	Kadın	791	512,84	405658,00	64196,000	,000
	Erkek	198	423,72	83897,00		
Sosyal	Kadın	791	507,55	401470,00	68384,000	,004
	Erkek	198	444,87	88085,00		
	TOPLAM	989				

Çizelge 4.49 incelendiğinde; Tesis Hizmetleri ( $U= 69082,500$ ;  $p<.05$ ), Bireysel/Psikolojik ( $U=65091,000$ ;  $p<.05$ ), Rahatlama ( $U=64196,000$ ;  $p<.05$ ) ve Sosyal ( $U=68384,000$ ;  $p<.05$ ) alt boyutlarında anlamlı fark bulunurken Sağlık/Fitness ( $U= 72622,000$ ;  $p=,107$ ) alt boyutunda anlamlı bir fark yoktur ( $p>.05$ ).



Çizelge 4.50. Belediyelerin sunduğu rekreasyonel spor hizmetlerinden yararlanan tüketicilerin yaş değişkenine göre tatmin düzeyleri Kruskal Wallis testi sonuçları

Alt Boyutlar	18-30 (n=318) (1)			31-40(n=254) (2)			41-55(n=340) (3)			56+(n=77) (4)			N=989		
	Med	Sıra Ort.	sd	Med	Sıra Ort.	sd	Med	Sıra Ort.	sd	Med	Sıra Ort.	sd	X <sup>2</sup>	p	Anlamlı Fark
Tesis Hizmetleri	4,00	482,34	3	4,00	493,91	3	4,00	502,49	3	4,00	517,79	3	1,383	,709	
Bireysel/ Psikolojik	4,16	454,80	3	4,33	490,34	3	4,50	536,45	3	4,33	493,37	3	13,796	,003	1-3
Rahatlama	4,33	455,57	3	4,50	491,59	3	4,66	528,45	3	4,66	521,39	3	12,380	,006	1-3
Sosyal	4,00	445,46	3	4,66	505,84	3	4,66	525,37	3	4,66	529,75	3	15,860	,001	1-2 1-3 1-4
Sağlık/ Fitness	4,00	498,83	3	4,00	478,54	3	4,00	499,32	3	4,33	514,41	3	1,382	,710	
Toplam Tatmin	4,16	457,13	3	4,33	492,88	3	4,38	527,21	3	4,38	516,18	3	10,362	,016	

Çizelge 4.50 incelendiğinde; Bireysel/ Psikoloji ( $p<.05$ ), Rahatlama ( $p<.05$ ) ve Sosyal ( $p<.05$ ) alt boyutlarında anlamlı farklılık bulunurken, Tesis Hizmetleri ( $p>.05$ ) ve Sağlık/ Fitness ( $p>.05$ ) alt boyutlarında anlamlı bir fark yoktur ve genel toplamda ( $p<.05$ ) istatistiksel olarak anlamlı fark vardır. Bu farkların yaş değişkenine göre belirlemek için Mann-Whitney U test sonuçları Çizelge 4.51, Çizelge 4.52 ve Çizelge 4.53' de gösterilmiştir.

Çizelge 4.51. Rekreatyonel spor etkinliklerine katılan tüketicilerin 18-30/ 31-40 yaşa göre tatmin düzeyleri alt boyutlarının Mann-Whitney U testi sonuçları

Alt Boyut	Yaş	n	Sıra Ort.	Sıra Toplamı	U	p
Sosyal	18-30	318	271,47	86328,50	35607,500	,013
	31-40	254	305,31	77549,50		
	TOPLAM	572				

Çizelge 4.51 incelendiğinde; Sosyal ( $U= 35607,500$ ;  $p<.05$ ) alt boyutunda anlamlı fark bulunurken; Bireysel/Psikolojik ( $U= 37634,500$ ;  $p=,158$ ) ve Rahatlama ( $U= 37545,000$ ;  $p=,134$ ) alt boyutlarında anlamlı fark yoktur ( $p>.05$ ).

Çizelge 4.52. Rekreatyonel spor etkinliklerine katılan tüketicilerin 18-30/ 41-55 yaşa göre tatmin düzeyleri alt boyutlarının Mann-Whitney U testi sonuçları

Alt Boyutlar	Yaş	n	Sıra Ort.	Sıra Toplamı	U	p
Bireysel/ Psikolojik	18-30	318	301,05	95732,50	45011,500	,000
	41-55	340	356,11	121078,50		
Rahatlama	18-30	318	303,98	96664,50	45943,500	,001
	41-55	340	353,37	120146,50		
Sosyal	18-30	318	301,64	95921,00	45200,000	,000
	41-55	340	355,56	120890,00		
	TOPLAM	658				

Çizelge 4.52 incelendiğinde; Bireysel/Psikolojik ( $U=45011,500$ ;  $p<.05$ ), Rahatlama ( $U=45943,500$ ;  $p<.05$ ) ve Sosyal ( $U=45200,000$ ;  $p<.05$ ) alt boyutlarında anlamlı fark bulunmuştur.

Çizelge 4.53. Rekreatyonel spor etkinliklerine katılan tüketicilerin 18-30/ 56 ve üstü yaşa göre tatmin düzeyleri alt boyutlarının Mann-Whitney U testi sonuçları

Alt Boyut	Yaş	n	Sıra Ort.	Sıra Toplamı	U	p
Sosyal	18-30	318	191,34	60847,50	10126,500	,016
	56 ve üstü	77	225,49	17362,50		
	TOPLAM	395				

Çizelge 4.53 incelendiğinde; Sosyal ( $U=10126,500$ ;  $p<.05$ ) alt boyutunda anlamlı fark bulunurken; Bireysel/Psikolojik ( $U= 11260,000$ ;  $p= ,270$ ) ve Rahatlama ( $U=10662,000$ ;  $p= ,069$ ) alt boyutlarında anlamlı fark yoktur ( $p>.05$ ).

Tatmin düzeyleri açısından gruplar arasındaki fark için yapılan Mann-Whitney U testi sonuçlarına göre 31-40/41-55 incelendiğinde ; Bireysel/Psikolojik (U=39298,000; p=,058) , Rahatlama (U= 40046,500; p=,113) ve Sosyal (U=41587,000; p=,424) alt boyutlarında anlamlı fark bulunamamıştır (p>.05).

Tatmin düzeyleri açısından gruplar arasındaki fark için yapılan Mann-Whitney U testi sonuçlarına göre 31-40/56 ve üstü incelendiğinde ; Bireysel/Psikolojik (U=9726,500; p=,943), Rahatlama (U=9206,500; p=,416) ve Sosyal (U= 9346,500; p=,542) alt boyutlarında anlamlı fark yoktur (p>.05).

Tatmin düzeyleri açısından gruplar arasındaki fark için yapılan Mann-Whitney U testi sonuçlarına göre 41-55/56 ve üstü incelendiğinde; Bireysel/Psikolojik (U=11929,000; p=,218), Rahatlama (U=12968,500; p=,894) ve Sosyal (U=12963,000; p=,647) alt boyutlarında anlamlı fark yoktur (p> .05).

Çizelge 4.54. Rekreatif spor etkinliklerine katılan tüketicilerin etkinlik sayısına göre tatmin düzeyleri alt boyutlarının Kruskal Wallis testi sonuçları

Alt Boyutlar	1 Etkinliğe Katılan (n=648) (1)			2 Etkinliğe Katılan (n= 279) (2)			3 Etkinliğe Katılan (n=62) (3)			N=989		
	Med	Sıra Ort.	sd	Med	Sıra Ort.	sd	Med	Sıra Ort.	sd	X <sup>2</sup>	p	Anlamlı Fark
Tesis Hizmetleri	4,00	541,47	2	3,66	409,74	2	3,66	393,02	2	51,051	,000	1-2 1-3
Bireysel/ Psikolojik	4,33	528,51	2	4,16	439,16	2	4,00	396,07	2	27,551	,000	1-2 1-3
Rahatlama	4,66	535,79	2	4,00	421,04	2	4,00	401,53	2	41,815	,000	1-2 1-3
Sosyal	4,66	527,00	2	4,00	438,14	2	4,00	416,45	2	25,383	,000	1-2 1-3
Sağlık/ Fitness	4,33	532,66	2	4,00	410,44	2	4,00	481,90	2	37,146	,000	1-2
Toplam Tatmin	4,38	539,45	2	4,00	412,28	2	3,97	402,71	2	45,616	,000	

Çizelge 4.54 incelendiğinde; Tesis Hizmetleri (p<.05), Bireysel/ Psikolojik (p<.05), Rahatlama (p<.05), Sosyal (p<.05) ve Sağlık/ Fitness (p<.05) alt boyutlarında anlamlı farklılık bulunmuş ve genel toplamda (p<.05) anlamlı fark bulunmuştur. Bu farkların etkinlik sayısına göre belirlemek için Mann-Whitney U test sonuçları Çizelge 4.55, Çizelge 4.56 ve Çizelge 4.57' de gösterilmiştir.

Çizelge 4.55. Rekreatyonel spor etkinliklerine katılan tüketicilerin 1 etkinlik- 2 etkinliğe göre tatmin düzeyleri alt boyutlarının Mann-Whitney U testi sonuçları

Alt Boyutlar	Etkinlik Sayısı	n	Sıra Ort.	Sıra Toplamı	U	p
Tesis Hizmetleri	1 etkinliğe katılan	648	501,21	324782,50	66285,500	,000
	2 etkinliğe katılan	279	377,58	105345,50		
Bireysel/ Psikolojik	1 etkinliğe katılan	648	489,29	317058,00	74010,000	,000
	2 etkinliğe katılan	279	405,27	113070,00		
Rahatlama	1 etkinliğe katılan	648	496,35	321633,00	69435,000	,000
	2 etkinliğe katılan	279	388,87	108495,00		
Sosyal	1 etkinliğe katılan	648	488,99	316866,00	74202,000	,000
	2 etkinliğe katılan	279	405,96	113262,00		
Sağlık/ Fitness	1 etkinliğe katılan	648	498,69	323152,50	67915,500	,000
	2 etkinliğe katılan	279	383,42	106975,50		
	TOPLAM	927				

Çizelge 4.55 incelendiğinde; Tesis Hizmetleri (U=66285,500; p<.05), Bireysel/ Psikolojik (U=74010,000; p<.05), Rahatlama (U=69435,000; p<.05), Sosyal (U=74202,000; p<.05)ve Sağlık/ Fitness (U=67915,500; p<.05) alt boyutlarında anlamlı fark bulunmuştur.

Çizelge 4.56. Rekreatyonel spor etkinliklerine katılan tüketicilerin 1 etkinlik- 3 etkinliğe göre tatmin düzeyleri alt boyutlarının Mann-Whitney U testi sonuçları

Alt Boyutlar	Etkinlik Sayısı	n	Sıra Ort.	Sıra Toplamı	U	p
Tesis Hizmetleri	1 etkinliğe katılan	648	364,76	236363,50	14088,500	,000
	3 etkinliğe katılan	62	258,73	16041,50		
Bireysel/ Psikolojik	1 etkinliğe katılan	648	363,72	235689,50	14762,500	,000
	3 etkinliğe katılan	62	269,60	16715,50		
Rahatlama	1 etkinliğe katılan	648	363,94	235832,00	14620,000	,000
	3 etkinliğe katılan	62	267,31	16573,00		
Sosyal	1 etkinliğe katılan	648	362,50	234903,00	15549,000	,002
	3 etkinliğe katılan	62	282,29	17502,00		
	TOPLAM	710				

Çizelge 4.56 incelendiğinde; Tesis Hizmetleri ( $U=14088,500$ ;  $p<.05$ ), Bireysel/ Psikolojik ( $U=14762,500$ ;  $p<.05$ ), Rahatlama ( $U=14620,000$ ;  $p<.05$ ) ve Sosyal ( $U=15549,000$ ;  $p<.05$ ) alt boyutlarında anlamlı fark bulunurken Sağlık/ Fitness ( $U=18164,000$ ;  $p=,202$ ) alt boyutunda anlamlı fark yoktur ( $p>.05$ ).

Tatmin düzeyleri açısından gruplar arasındaki fark için yapılan Mann-Whitney U testi sonuçlarına göre 2 Etkinlik-3 Etkinlik incelendiğinde; Tesis Hizmetleri ( $U=8326,000$ ;  $p=,643$ ), Bireysel/Psikolojik ( $U=7841,000$ ;  $p=,247$ ), Rahatlama ( $U=8322,000$ ;  $p=,634$ ), Sosyal ( $U=8318,000$ ;  $p=,631$ ) ve Sağlık/Fitness ( $U=7537,500$ ;  $p=,108$ ) alt boyutlarında anlamlı fark yoktur ( $p>.05$ ).



Çizelge 4.57. Belediyelerin sunduğu rekreasyonel spor hizmetlerinden yararlanan tüketicilerin sosyal statülerine göre tatmin düzeyleri Kruskal Wallis testi sonuçları

Alt Boyutlar	Öğrenci (n=196) (1)			Ev Hanımı (n=371) (2)			İşçi (n=86) (3)			Memur (n=131) (4)			Serbest Meslek (n=116) (5)			Emekli (n=75) (6)			Çalışmıyor (n=14) (7)			N= 989		
	Med	Sıra Ort.	sd	Med	Sıra Ort.	sd	Med	Sıra Ort.	sd	Med	Sıra Ort.	sd	Med	Sıra Ort.	sd	Med	Sıra Ort.	sd	Med	Sıra Ort.	sd	X <sup>2</sup>	p	Anlamlı Fark
Tesis Hizmetleri	4,00	483,39	6	4,00	510,52	6	4,00	492,87	6	4,00	472,26	6	4,00	479,28	6	4,00	548,69	6	3,33	314,93	6	11,068	,086	
Bireysel/ Psikolojik	4,16	462,57	6	4,50	537,51	6	4,16	477,22	6	4,33	491,52	6	4,08	445,52	6	4,33	506,25	6	3,66	314,04	6	20,714	,002	1-2 3-7 1-7 4-7 2-5 5-7 2-7 6-7
Rahatlama	4,33	477,15	6	4,66	538,91	6	4,33	461,80	6	4,33	479,20	6	4,00	407,59	6	4,66	535,59	6	4,00	439,86	6	26,028	,000	1-2 2-5 1-5 4-5 2-3 5-6 2-4
Sosyal	4,00	449,29	6	4,66	547,12	6	4,33	468,23	6	4,33	483,87	6	4,33	427,55	6	4,66	525,69	6	4,00	416,96	6	28,392	,000	1-2 2-5 1-6 5-6 2-3 2-4
Sağlık/ Fitness	4,33	515,80	6	4,00	480,22	6	4,33	503,05	6	4,00	507,53	6	4,00	474,32	6	4,33	514,82	6	4,00	493,75	6	3,442	,752	
Toplam Tatmin	4,22	467,24	6	4,44	535,98	6	4,33	474,06	6	4,27	482,58	6	4,19	433,79	6	4,38	534,85	6	3,88	336,11	6	21,339	,002	

Çizelge 4.57 incelendiğinde; Bireysel/ Psikolojik ( $p<.05$ ), Rahatlama ( $p<.05$ ) ve Sosyal ( $p<.05$ ) alt boyutlarında anlamlı farklılık bulunurken, Tesis Hizmetleri ( $p>.05$ ) ve Sağlık/ Fitness ( $p>.05$ ) alt boyutlarında anlamlı bir fark yoktur ve genel toplamda ( $p<.05$ ) istatistiksel olarak anlamlı fark vardır. Bu farkların sosyal statü değişkenine göre belirlemek için Mann-Whitney U test sonuçları Çizelge 4.58, Çizelge 4.59, Çizelge 4.60, Çizelge 4.61, Çizelge 4.62, Çizelge 4.63, Çizelge 4.64, Çizelge 4.65, Çizelge 4.66, Çizelge 4.67, Çizelge 4.68, Çizelge 4.69, Çizelge 4.70 ve Çizelge 4.71’ de gösterilmiştir.

Çizelge 4.58. Rekreatyonel spor etkinliklerine katılan tüketicilerin öğrenci-ev hanımına göre tatmin düzeyleri alt boyutlarının Mann-Whitney U testi sonuçları

Alt Boyutlar	Sosyal Statü	n	Sıra Ort.	Sıra Toplamı	U	p
Bireysel/ Psikolojik	Öğrenci	196	256,00	50176,00	30870,000	,003
	Ev Hanımı	371	298,79	110852,00		
Rahatlama	Öğrenci	196	260,98	51153,00	31847,000	,011
	Ev Hanımı	371	296,16	109875,00		
Sosyal	Öğrenci	196	248,02	48611,00	29305,000	,000
	Ev Hanımı	371	303,01	112417,00		
TOPLAM		567				

Çizelge 4.58 incelendiğinde; Bireysel/ Psikolojik ( $U=30870,000$ ;  $p<.05$ ), Rahatlama ( $U=31847,000$ ;  $p<.05$ ) ve Sosyal ( $U=29305,000$ ;  $p<.05$ ) alt boyutlarında anlamlı fark bulunmuştur.

Tatmin düzeyleri açısından gruplar arasındaki fark için yapılan Mann-Whitney U testi sonuçlarına göre Öğrenci-Memur incelendiğinde; Bireysel/Psikolojik ( $U=12091,500$ ;  $p=,369$ ), Rahatlama ( $U=12764,000$ ;  $p=,927$ ) ve Sosyal ( $U=11933,500$ ;  $p=,269$ ) alt boyutlarında anlamlı bir fark yoktur ( $p>.05$ ).

Çizelge 4.59. Rekreatyonel spor etkinliklerine katılan tüketicilerin öğrenci-serbest mesleğe göre tatmin düzeyleri alt boyutlarının Mann-Whitney U testi sonuçları

Alt Boyut	Sosyal Statü	n	Sıra Ort.	Sıra Toplamı	U	p
Rahatlama	Öğrenci	196	164,39	32221,00	9821,000	,039
	Serbest Meslek	116	143,16	16607,00		
TOPLAM		312				

Çizelge 4.59 incelendiğinde; Rahatlama ( $U=9821,000$ ;  $p<.05$ ) alt boyutunda anlamlı fark bulunurken Bireysel/ Psikolojik ( $U=11031,000$ ;  $p=,659$ ) ve Sosyal ( $U=10977,000$ ;  $p=,606$ ) alt boyutlarında anlamlı bir fark yoktur ( $p>.05$ )

Çizelge 4.60. Rekreatyonel spor etkinliklerine katılan tüketicilerin öğrenci-emekliye göre tatmin düzeyleri alt boyutlarının Mann-Whitney U testi sonuçları

Alt Boyut	Sosyal Statü	n	Sıra Ort.	Sıra Toplamı	U	p
Sosyal	Öğrenci	196	130,28	25534,50	6228,500	,046
	Emekli	75	150,95	11321,50		
	TOPLAM	271				

Çizelge 4.60 incelendiğinde; Sosyal (U=6228,500;  $p<.05$ ) alt boyutunda anlamlı fark bulunurken Bireysel/Psikolojik (U=6738,000;  $p=,284$ ) ve Rahatlama (U=6501,500;  $p=,126$ ) alt boyutlarında anlamlı bir fark yoktur ( $p>.05$ ).

Çizelge 4.61. Rekreatyonel spor etkinliklerine katılan tüketicilerin öğrenci-çalışmıyora göre tatmin düzeyleri alt boyutlarının Mann-Whitney U testi sonuçları

Alt Boyut	Sosyal Statü	n	Sıra Ort.	Sıra Toplamı	U	p
Bireysel/ Psikolojik	Öğrenci	196	107,72	21113,50	936,500	,046
	Çalışmıyor	14	74,39	1041,50		
	TOPLAM	210				

Çizelge 4.61 incelendiğinde; Bireysel/Psikolojik (U=936,500;  $p<.05$ ) alt boyutunda anlamlı fark bulunurken Rahatlama (U=1265,000;  $p=,614$ ) ve Sosyal (U=1264,000;  $p=,615$ ) alt boyutlarında anlamlı bir fark yoktur ( $p>.05$ ).

Tatmin düzeyleri açısından gruplar arasındaki fark için yapılan Mann-Whitney U testi sonuçlarına göre Öğrenci-İşçi incelendiğinde; Bireysel/Psikolojik (U=8146,500;  $p=,653$ ), Rahatlama (U=8147,500;  $p=,645$ ) ve Sosyal (U=8049,000;  $p=,539$ ) alt boyutlarında anlamlı bir fark yoktur ( $p>.05$ )

Çizelge 4.62. Rekreatyonel spor etkinliklerine katılan tüketicilerin ev hanımı-işçiye göre tatmin düzeyleri alt boyutlarının Mann-Whitney U testi sonuçları

Alt Boyutlar	Sosyal Statü	n	Sıra Ort.	Sıra Toplamı	U	p
Rahatlama	Ev Hanımı	371	235,48	87362,50	13549,500	,021
	İşçi	86	201,05	17290,50		
Sosyal	Ev Hanımı	371	236,07	87583,00	13329,000	,013
	İşçi	86	198,49	17070,00		
	TOPLAM	457				

Çizelge 4.62 incelendiğinde; Rahatlama (U=13549,500;  $p<.05$ ) ve Sosyal (U=13329,000;  $p<.05$ ) alt boyutlarında anlamlı fark bulunurken Bireysel/Psikolojik (U=13899,500;  $p=,060$ ) alt boyutunda anlamlı bir fark yoktur ( $p>.05$ ).



Çizelge 4.63. Rekreatyonel spor etkinliklerine katılan tüketicilerin ev hanımı-memura göre tatmin düzeyleri alt boyutlarının Mann-Whitney U testi sonuçları

Alt Boyutlar	Sosyal Statü	n	Sıra Ort.	Sıra Toplamı	U	p
Rahatlama	Ev Hanımı	371	259,55	96293,00	21314,000	,027
	Memur	131	228,70	29960,00		
Sosyal	Ev Hanımı	371	259,87	96412,00	21195,000	,023
	Memur	131	227,79	29841,00		
TOPLAM		502				

Çizelge 4.63 incelendiğinde; Rahatlama (U=21314,000;  $p<.05$ ) ve Sosyal (U=21195,000;  $p<.05$ ) alt boyutlarında anlamlı fark bulunurken Bireysel/Psikolojik (U=22036,000;  $p=,108$ ) alt boyutunda anlamlı bir fark yoktur ( $p>.05$ ).

Çizelge 4.64. Rekreatyonel spor etkinliklerine katılan tüketicilerin ev hanımı-serbest mesleğe göre tatmin düzeyleri alt boyutlarının Mann-Whitney U testi sonuçları

Alt Boyutlar	Sosyal Statü	n	Sıra Ort.	Sıra Toplamı	U	p
Bireysel/ Psikolojik	Ev Hanımı	371	255,00	94605,00	17437,000	,002
	Serbest Meslek	116	208,82	24223,00		
Rahatlama	Ev Hanımı	371	259,84	96399,50	15642,500	,000
	Serbest Meslek	116	193,35	22428,50		
Sosyal	Ev Hanımı	371	258,40	95867,50	16174,500	,000
	Serbest Meslek	116	197,94	22960,50		
TOPLAM		487				

Çizelge 4.64 incelendiğinde; Bireysel/Psikolojik (U=17437,000;  $p<.05$ ), Rahatlama (U=15642,500;  $p<.05$ ) ve Sosyal (U=16174,500;  $p<.05$ ) alt boyutlarında anlamlı fark bulunmuştur.

Tatmin düzeyleri açısından gruplar arasındaki fark için yapılan Mann-Whitney U testi sonuçlarına göre Ev Hanımı-Emekli incelendiğinde; Bireysel/Psikolojik (U=13115,500;  $p=,427$ ), Rahatlama (U=13862,500;  $p=,958$ ) ve Sosyal (U=13338,000;  $p=,553$ ) alt boyutlarında anlamlı fark yoktur ( $p>.05$ ).

Çizelge 4.65. Rekreatif spor etkinliklerine katılan tüketicilerin ev hanımı-çalışmıyor sosyal statüye göre tatmin düzeyleri alt boyutlarının Mann-Whitney U testi sonuçları

Alt Boyutlar	Sosyal Statü	n	Sıra Ort.	Sıra Toplamı	U	p
Bireysel/ Psikolojik	Ev Hanımı	371	195,93	72688,50	1511,500	,007
	Çalışmıyor	14	115,46	1616,50		
	TOPLAM	385				

Çizelge 4.65 incelendiğinde; Bireysel/Psikolojik (U=1511,500;  $p < .05$ ) alt boyutunda anlamlı fark bulunurken Tesis Hizmetleri, Rahatlama (U=2131,500;  $p = ,226$ ) ve Sosyal (U=1962,500;  $p = ,103$ ) alt boyutlarında anlamlı bir fark yoktur ( $p > .05$ ).

Çizelge 4.66. Rekreatif spor etkinliklerine katılan tüketicilerin işçi-çalışmıyor göre tatmin düzeyleri alt boyutlarının Mann-Whitney U testi sonuçları

Alt Boyut	Sosyal Statü	n	Sıra Ort.	Sıra Toplamı	U	p
Bireysel/ Psikolojik	İşçi	86	53,03	4560,50	384,500	,030
	Çalışmıyor	14	34,96	489,50		
	TOPLAM	100				

Çizelge 4.66 incelendiğinde; Bireysel/Psikolojik (U=384,500;  $p < .05$ ) alt boyutunda anlamlı fark bulunurken Rahatlama (U=571,000;  $p = ,750$ ) ve Sosyal (U=535,000;  $p = ,496$ ) alt boyutlarında anlamlı fark yoktur ( $p > .05$ ).

Tatmin düzeyleri açısından gruplar arasındaki fark için yapılan Mann-Whitney U testi sonuçlarına göre İşçi-Memur incelendiğinde; Bireysel/Psikolojik (U=5475,000;  $p = ,725$ ), Rahatlama (U=5424,500;  $p = ,634$ ), ve Sosyal (U=5460,000;  $p = ,695$ ) alt boyutlarında anlamlı bir fark yoktur ( $p > .05$ ).

Tatmin düzeyleri açısından gruplar arasındaki fark için yapılan Mann-Whitney U testi sonuçlarına göre İşçi-Serbest incelendiğinde; Bireysel/Psikolojik (U=4630,500;  $p = ,381$ ), Rahatlama (U=4524,500;  $p = ,248$ ) ve Sosyal (U=4564,500;  $p = ,295$ ) alt boyutlarında anlamlı bir fark yoktur ( $p > .05$ ).

Tatmin düzeyleri açısından gruplar arasındaki fark için yapılan Mann-Whitney U testi sonuçlarına göre İşçi-Emekli incelendiğinde; Bireysel/Psikolojik (U=3051,000;  $p = ,551$ ), Rahatlama (U=2767,500;  $p = ,105$ ) ve Sosyal (U=2850,500;  $p = ,190$ ) alt boyutlarında anlamlı bir fark yoktur ( $p > .05$ ).

Çizelge 4.67. Rekreatif spor etkinliklerine katılan tüketicilerin memur-serbest mesleğe göre tatmin düzeyleri alt boyutlarının Mann-Whitney U testi sonuçları

Alt Boyut	Sosyal Statü	n	Sıra Ort.	Sıra Toplamı	U	p
Rahatlama	Memur	131	132,53	17361,50	6480,500	,041
	Serbest Meslek	116	114,37	13266,50		
	TOPLAM	247				

Çizelge 4.67 incelendiğinde; Rahatlama (U=6480,500; p<.05) anlamlı fark bulunurken Bireysel/Psikolojik (U=6881,500; p=,198) ve Sosyal (U=6755,500; p=,126) alt boyutlarında anlamlı bir fark yoktur (p>.05).

Tatmin düzeyleri açısından gruplar arasındaki fark için yapılan Mann-Whitney U testi sonuçlarına göre Memur-Emekli incelendiğinde; Bireysel/Psikolojik (U=4765,500;p=,718), Rahatlama (U=4339,000; p=,146) ve Sosyal (U=4506,000; p=,306) alt boyutlarında anlamlı bir fark yoktur (p>.05).

Çizelge 4.68. Rekreatif spor etkinliklerine katılan tüketicilerin memur-çalışmıyora göre tatmin düzeyleri alt boyutlarının Mann-Whitney U testi sonuçları

Alt Boyut	Sosyal Statü	n	Sıra Ort.	Sıra Toplamı	U	p
Bireysel/ Psikolojik	Memur	131	75,56	9898,00	582,000	,024
	Çalışmıyor	14	49,07	687,00		
	TOPLAM	145				

Çizelge 4.68 incelendiğinde; Bireysel/Psikolojik (U= 582,000; p<.05) alt boyutunda anlamlı fark bulunurken Rahatlama (U=827,000; p=,532) ve Sosyal (U=783,500; p=,357) alt boyutlarında anlamlı bir fark yoktur (p>.05).

Çizelge 4.69. Rekreatif spor etkinliklerine katılan tüketicilerin serbest meslek- emekliye göre tatmin düzeyleri alt boyutlarının Mann-Whitney U testi sonuçları

Alt Boyutlar	Sosyal Statü	n	Sıra Ort.	Sıra Toplamı	U	p
Rahatlama	Serbest Meslek	116	86,26	10006,00	3220,000	,002
	Emekli	75	111,07	8330,00		
Sosyal	Serbest Meslek	116	88,54	10270,50	3484,500	,018
	Emekli	75	107,54	8065,50		
	TOPLAM	191				

Çizelge 4.69 incelendiğinde; Rahatlama (U= 3220,000;  $p<.05$ ) ve Sosyal (U= 3484,500;  $p<.05$ ) alt boyutlarında anlamlı fark bulunurken Bireysel/Psikolojik (U=3836,000;  $p=,164$ ) alt boyutunda anlamlı fark yoktur ( $p>.05$ ).

Çizelge 4.70. Rekreatyonel spor etkinliklerine katılan tüketicilerin serbest meslek-çalışmıyora göre tatmin düzeyleri alt boyutlarının Mann-Whitney U testi sonuçları

Alt Boyut	Sosyal Statü	n	Sıra Ort.	Sıra Toplamı	U	p
Bireysel/ Psikolojik	Serbest Meslek	116	67,80	7864,50	545,500	,044
	Çalışmıyor	14	46,46	650,50		
	TOPLAM	130				

Çizelge 4.70 incelendiğinde; Bireysel/Psikolojik (U=545,500;  $p<.05$ ) alt boyutunda anlamlı fark bulunurken, Rahatlama (U=805,500;  $p=,960$ ) ve Sosyal (U=770,500;  $p=,752$ ) alt boyutlarında anlamlı fark yoktur ( $p>.05$ ).

Çizelge 4.71. Rekreatyonel spor etkinliklerine katılan tüketicilerin emekli-çalışmıyora göre tatmin düzeyleri alt boyutlarının Mann-Whitney U testi sonuçları

Alt Boyut	Sosyal Statü	n	Sıra Ort.	Sıra Toplamı	U	p
Bireysel/ Psikolojik	Emekli	75	47,58	3568,50	331,500	,027
	Çalışmıyor	14	31,18	436,50		
	TOPLAM	89				

Çizelge 4.71 incelendiğinde; Bireysel/Psikolojik (U=331,500;  $p<.05$ ) alt boyutunda anlamlı fark bulunurken, Rahatlama (U=440,000;  $p=,309$ ) ve Sosyal (U=417,000;  $p=,202$ ) alt boyutlarında anlamlı fark yoktur ( $p>.05$ ).

Çizelge 4.72. Belediyelerin sunduğu rekreasyonel spor hizmetlerinden yararlanan tüketicilerin tatmin düzeylerinin eğitim durumlarına göre Kruskal Wallis testi sonuçları

Alt Boyutlar	İlköğretim (n=111) (1)			Ortaöğretim (n=337) (2)			Ön Lisans/ Lisans (n=465) (3)			Lisansüstü (n=71) (4)			Okur-Yazar Değil (n=5) (5)			N=989		
	Med	Sıra Ort.	sd	Med	Sıra Ort.	sd	Med	Sıra Ort.	sd	Med	Sıra Ort.	sd	Med	Sıra Ort.	sd	X <sup>2</sup>	p	Anlamlı Fark
Tesis Hizmetleri	4,00	544,85	4	4,00	502,80	4	4,00	482,84	4	4,00	471,16	4	3,66	332,60	4	6,737	,150	
Bireysel/ Psikolojik	4,50	535,91	4	4,50	515,64	4	4,16	476,73	4	4,00	467,04	4	4,00	291,80	4	9,334	,053	
Rahatlama	4,66	546,45	4	4,66	506,96	4	4,33	476,04	4	4,33	482,69	4	4,66	484,20	4	6,919	,140	
Sosyal	4,66	549,73	4	4,66	518,13	4	4,33	473,09	4	4,00	450,62	4	4,00	389,40	4	12,140	,016	1-3 2-3 1-4
Sağlık/ Fitness	4,00	475,40	4	4,00	481,86	4	4,00	505,95	4	4,00	509,94	4	4,33	586,00	4	2,716	,606	
Toplam Tatmin	4,50	545,07	4	4,38	514,87	4	4,27	474,72	4	4,11	466,16	4	3,94	340,00	4	9,594	,048	

Çizelge 4.72 incelendiğinde; Sosyal ( $p < .05$ ) alt boyunda anlamlı fark bulunurken, Tesis Hizmetleri ( $p > .05$ ) Bireysel/Psikolojik ( $p > .05$ ), Rahatlama ( $p > .05$ ) ve Sağlık/ Fitness ( $p > .05$ ) alt boyutlarında anlamlı bir fark yoktur ve genel toplamda ( $p > .05$ ) istatistiksel olarak anlamlı fark yoktur. Bu farkların eğitim değişkenine göre belirlemek için Mann-Whitney U test sonuçları Çizelge 4.73, Çizelge 4.74 ve Çizelge 4.75’ de gösterilmiştir.

Çizelge 4.73. Rekreatyonel spor etkinliklerine katılan tüketicilerin ilköğretim önlisans/lisansa göre tatmin düzeylerinin alt boyutlarının Mann-Whitney U testi sonuçları

Alt Boyut	Eğitim Durumu	n	Sıra Ort.	Sıra Toplamı	U	p
Sosyal	İlköğretim	111	324,95	36069,00	21762,000	,008
	Önlisans/Lisans	465	279,80	130107,00		
	TOPLAM	576				

Çizelge 4.73 incelendiğinde; Sosyal ( $U=21762,000$ ;  $p < .05$ ) alt boyunda farklılık bulunmuştur.

Çizelge 4.74. Rekreatyonel spor etkinliklerine katılan tüketicilerin ilköğretim-lisansüstüne göre tatmin düzeylerinin alt boyutlarının Mann-Whitney U testi sonuçları

Alt Boyut	Eğitim Durumu	n	Sıra Ort.	Sıra Toplamı	U	p
Sosyal	İlköğretim	111	98,11	10890,00	3207,000	,027
	Lisansüstü	71	81,17	5763,00		
	TOPLAM	182				

Çizelge 4.74 incelendiğinde; Sosyal ( $U=3207,000$ ;  $p < .05$ ) alt boyunda farklılık bulunmuştur.

Tatmin düzeyleri açısından gruplar arasındaki fark için yapılan Mann Whitney U testi sonuçlarına göre İlköğretim- Ortaöğretim Tatmin düzeyi incelendiğinde; Sosyal ( $U=17515,000$ ;  $p = ,296$ ) alt boyutunda anlamlı fark yoktur ( $p > .05$ ).

Mann-Whitney Eğitim Durumu’ na göre İlköğretim- okur-yazar değil incelendiğinde; Sosyal ( $U=170,500$ ;  $p = ,129$ ) alt boyutunda anlamlı fark yoktur ( $p > .05$ ).

Çizelge 4.75. Rekreatyonel spor etkinliklerine katılan tüketicilerin ortaöğretim-önlisans/ lisansa göre tatmin düzeyleri alt boyutlarının Mann-Whitney U testi sonuçları

Alt Boyut	Eğitim Durumu	n	Sıra Ort.	Sıra Toplamı	U	p
Sosyal	Ortaöğretim	337	422,85	142499,00	71159,000	,022
	Önlisans/Lisans	465	386,03	179504,00		
	TOPLAM	802				

Çizelge 4.75 incelendiğinde; Sosyal (U= 71159,000;  $p<.05$ ) alt boyunda anlamlı farklılık bulunmuştur.

Tatmin düzeyleri açısından gruplar arasındaki fark için yapılan Mann Whitney U testi sonuçlarına göre Ortaöğretim- Lisansüstü incelendiğinde; Sosyal (U=10416,500;  $p=,076$ ) alt boyutunda anlamlı fark yoktur ( $p>.05$ ).

Tatmin düzeyleri açısından gruplar arasındaki fark için yapılan Mann-Whitney U testi sonuçlarına göre Ortaöğretim- Okur Yazar Değil incelendiğinde; Sosyal (U=600,500;  $p=,253$ ) alt boyutunda anlamlı fark yoktur ( $p>.05$ ).

Tatmin düzeyleri açısından gruplar arasındaki fark için yapılan Mann-Whitney U testi sonuçlarına göre Önlisans/Lisans-Lisansüstü incelendiğinde; Sosyal (U=15625,000;  $p=,456$ ) alt boyutunda anlamlı bir fark yoktur( $p>.05$ ).

Tatmin düzeyleri açısından gruplar arasındaki fark için yapılan Mann-Whitney U testi sonuçlarına göre Önlisans/Lisans- Okur Yazar Değil incelendiğinde; Sosyal (U=995,500;  $p=,571$ ) alt boyutunda anlamlı bir fark yoktur ( $p>.05$ ).

Tatmin düzeyleri açısından gruplar arasındaki fark için yapılan Mann Whitney U testi sonuçlarına göre Lisansüstü- Okur Yazar Değil incelendiğinde; Sosyal (U=165,500;  $p=,794$ ) alt boyutunda anlamlı bir fark yoktur ( $p>.05$ ).

Çizelge 4.76. Belediyelerin sunduğu rekreasyonel spor hizmetlerinden yararlanan tüketicilerin tatmin düzeylerinin etkinliklere katılma süresine göre Kruskal Wallis testi sonuçları

Alt Boyutlar	0-1 Yıl (n=608) (1)			2-3 Yıl (n= 287) (2)			4 ve Üzeri Yıl (n=94) (3)			N=989		
	Med	Sıra Ort.	sd	Med	Sıra Ort.	sd	Med	Sıra Ort.	sd	X <sup>2</sup>	p	Anlamlı Fark
Tesis Hizmetleri	4,00	544,16	2	3,66	427,62	2	3,66	382,73	2	49,614	,000	1-2 1-3
Bireysel/ Psikolojik	4,33	525,14	2	4,16	460,71	2	4,00	404,78	2	20,688	,000	1-2 1-3
Rahatlama	4,66	526,21	2	4,33	455,70	2	4,16	413,10	2	22,147	,000	1-2 1-3
Sosyal	4,66	512,44	2	4,33	481,93	2	4,00	422,12	2	9,555	,008	1-3
Sağlık/ Fitness	4,00	503,11	2	4,00	495,15	2	4,00	442,06	2	3,855	,146	
Toplam Tatmin	4,38	528,92	2	4,22	459,31	2	3,97	384,58	2	27,134	,000	

Çizelge 4.76 incelendiğinde; Tesis Hizmetleri ( $p<.05$ ), Bireysel/Psikolojik ( $p<.05$ ) Rahatlama ( $p<.05$ ) ve Sosyal ( $p<.05$ ) alt boyutlarında anlamlı fark bulunurken, Sağlık/Fitness ( $p>.05$ ) alt boyutunda anlamlı bir farklılık bulunamamış ve genel toplamda ( $p<.05$ ) istatistiksel olarak anlamlı fark vardır. Bu farkların yaş değişkenine göre belirlemek için Mann-Whitney U test sonuçları Çizelge 4.77 ve Çizelge 4.78’ de gösterilmiştir.

Çizelge 4.77. Rekreatif spor etkinliklerine katılan tüketicilerin 0-1 yıl/2-3 yıla göre tatmin düzeylerinin alt boyutlarının Mann-Whitney U testi sonuçları

Alt Boyutlar	Katılım Süresi	n	Sıra Ort.	Sıra Toplamı	U	p
Tesis Hizmetleri	0-1 yıl	608	482,12	293130,50	66501,500	,000
	2-3 yıl	287	375,71	107829,50		
Bireysel/Psikolojik	0-1 yıl	608	466,92	283885,00	75747,000	,001
	2-3 yıl	287	407,93	117075,00		
Rahatlama	0-1 yıl	608	468,55	284876,50	74755,500	,000
	2-3 yıl	287	404,47	116083,50		
TOPLAM		895				

Çizelge 4.77 incelendiğinde; Tesis Hizmetleri ( $U=66501,500$ ;  $p<.05$ ), Bireysel/Psikolojik ( $U=75747,000$ ;  $p<.05$ ) ve Rahatlama ( $U=74755,500$ ;  $p<.05$ ) alt boyutlarında anlamlı fark bulunurken Sosyal ( $U=81939,500$ ;  $p=,128$ ) alt boyutunda anlamlı fark yoktur ( $p>.05$ ).

Çizelge 4.78. Rekreatif spor etkinliklerine katılan tüketicilerin 0-1 yıl/4 yıl ve üzerine göre tatmin düzeylerinin alt boyutlarının Mann-Whitney U testi sonuçları

Alt Boyutlar	Katılım Süresi	n	Sıra Ort.	Sıra Toplamı	U	p
Tesis Hizmetleri	0-1 yıl	608	366,54	222856,50	19431,500	,000
	4 Yıl ve üzeri	94	254,22	23896,50		
Bireysel/Psikolojik	0-1 yıl	608	362,72	220534,50	21753,500	,000
	4 Yıl ve üzeri	94	278,92	26218,50		
Rahatlama	0-1 yıl	608	362,17	220196,50	21753,500	,000
	4 Yıl ve üzeri	94	282,52	26556,50		
Sosyal	0-1 yıl	608	360,21	219006,50	23281,500	,003
	4 Yıl ve üzeri	94	295,18	27746,50		
TOPLAM		702				

Çizelge 4.78 incelendiğinde; Tesis Hizmetleri ( $U=19431,500$ ;  $p<.05$ ), Bireysel/Psikolojik ( $U=21753,500$ ;  $p<.05$ ), Rahatlama ( $U=21753,500$ ;  $p<.05$ ) ve Sosyal ( $U=23281,500$ ;  $p<.05$ ) alt boyutlarında anlamlı fark bulunmuştur.

Tatmin düzeyleri açısından gruplar arasındaki fark için yapılan Mann-Whitney U testi sonuçlarına göre 1-3 yıl ile 4 yıl ve üzeri incelendiğinde; Tesis Hizmetleri ( $U=12080,000$ ;  $p=,126$ ), Bireysel/Psikolojik ( $U=11830,500$ ;  $p=,072$ ), Rahatlama ( $U=12275,000$ ;  $p=,178$ ) ve Sosyal ( $U=11933,000$ ;  $p=,086$ ) alt boyutlarında anlamlı bir fark yoktur ( $p>.05$ ).



Çizelge 4.79. Belediyelerin sunduğu rekreasyonel spor hizmetlerinden yararlanan tüketicilerin tatmin düzeylerinin etkinliklere haftalık katılma sıklıklarına göre Kruskal Wallis testi sonuçları

Alt Boyutlar	Haftada 1 Kez (n=36) (1)			Haftada 2 Kez (n=601) (2)			Haftada 3 Kez (n=307) (3)			Haftada 4 kez ve Üzeri (n=45) (4)			N=989		
	Med	Sıra Ort.	sd	Med	Sıra Ort.	sd	Med	Sıra Ort.	sd	Med	Sıra Ort.	sd	X <sup>2</sup>	p	Anlamlı Fark
Tesis Hizmetleri	4,00	455,13	3	4,00	522,54	3	3,66	447,06	3	4,00	486,08	3	15,324	,002	2-3
Bireysel/Psikolojik	4,33	479,21	3	4,33	512,52	3	4,16	468,75	3	4,16	452,69	3	6,071	,108	
Rahatlama	4,33	458,63	3	4,66	515,48	3	4,33	465,49	3	4,33	451,92	3	83647	,034	2-3
Sosyal	4,33	435,83	3	4,33	510,42	3	4,33	474,48	3	4,33	476,36	3	5,395	,145	
Sağlık/Fitness	4,00	455,72	3	4,00	507,78	3	4,00	476,27	3	4,00	483,49	3	3,396	,334	
Toplam Tatmin	4,27	457,54	3	4,33	518,85	3	4,22	455,82	3	4,38	473,80	3	9,594	,048	

Çizelge 4.79 incelendiğinde; Tesis Hizmetleri ( $p < .05$ ), Rahatlama ( $p < .05$ ) alt boyutlarında anlamlı fark bulunurken Bireysel/Psikolojik ( $p > .05$ ), Sosyal ( $p > .05$ ) ve Sağlık/ Fitness ( $p > .05$ ) alt boyutlarında anlamlı farklılık bulunamamış ve genel toplamda ( $p < .05$ ) istatistiksel olarak anlamlı fark vardır. Bu farkların katılma sıklıkları değişkenine göre belirlemek için Mann-Whitney U test sonuçları Çizelge 4.82’ de gösterilmiştir.

Tatmin düzeyleri açısından gruplar arasındaki fark için yapılan Mann-Whitney U testi sonuçlarına göre Haftada 1- Haftada 2 grubu incelendiğinde; Tesis Hizmetleri ( $U=9347,000$ ;  $p=,165$ ) ve Rahatlama ( $U=9572,000$ ;  $p=,223$ ) alt boyutlarında anlamlı bir fark yoktur ( $p > .05$ ).

Tatmin düzeyleri açısından gruplar arasındaki fark için yapılan Mann-Whitney U testi sonuçlarına göre Haftada 1- Haftada 3 grubu incelendiğinde; Tesis Hizmetleri ( $U=5440,000$ ;  $p=,877$ ) ve Rahatlama ( $U=5450,500$ ;  $p=,890$ ) alt boyutlarında anlamlı bir fark yoktur ( $p > .05$ ).

Tatmin düzeyleri açısından gruplar arasındaki fark için yapılan Mann-Whitney U testi sonuçlarına göre Haftada 1- Haftada 4 kez ve üzeri incelendiğinde; Tesis Hizmetleri ( $U=759,500$ ;  $p=,628$ ) ve Rahatlama ( $U=798,000$ ;  $p=,907$ ) alt boyutlarında anlamlı bir fark yoktur ( $p > .05$ ).

Çizelge 4.80. Rekreatyonel spor etkinliklerine katılan tüketicilerin haftada 2 / haftada 3'e göre tatmin düzeyleri alt boyutlarının Mann-Whitney U testi sonuçları

Alt Boyutlar	Etkinliklere Katılım Sıklığı	n	Sıra Ort.	Sıra Toplamı	U	p
Tesis Hizmetleri	Haftada2	601	478,00	287278,50	78129,500	,000
	Haftada 3	307	408,49	125407,50		
Rahatlama	Haftada2	601	470,06	282504,00	82904,000	,009
	Haftada 3	307	424,05	130182,00		
	TOPLAM	908				

Çizelge 4.80 incelendiğinde; Tesis Hizmetleri (U=78129,500; p<.05) ve Rahatlama (U=82904,000; p<.05) alt boyutlarında anlamlı fark bulunmuştur.

Tatmin düzeyleri açısından gruplar arasındaki fark için yapılan Mann-Whitney U testi sonuçlarına göre Haftada 2- Haftada 4 kez ve üzeri grubu incelendiğinde; Tesis Hizmetleri (U=12563,500; p=,421) ve Rahatlama (U=11810,500; p=,137) alt boyutlarında anlamlı bir fark yoktur (p>.05).

Tatmin düzeyleri açısından gruplar arasındaki fark için yapılan Mann-Whitney U testi sonuçlarına göre Haftada 3- Haftada 4 kez ve üzeri incelendiğinde; Tesis Hizmetleri (U=6400,500; p=,422) ve Rahatlama (U=6693,000; p=,729) alt boyutlarında anlamlı bir fark yoktur (p>.05).

Çizelge 4.81. Belediyelerin sunduğu rekreasyonel spor hizmetlerinden yararlanan tüketicilerin tatmin düzeylerinin hane gelirlerine göre Kruskal Wallis testi sonuçları

ALT BOYUTLAR	1300TL ve Altı (n=170) (1)			1301-2500TL (n=409) (2)			2501-3500TL (n=255) (3)			3501-4500TL (n=126) (4)			4501TL ve üzeri (n=29) (5)			N=989		
	Med	Sıra Ort.	sd	Med	Sıra Ort.	sd	Med	Sıra Ort.	sd	Med	Sıra Ort.	sd	Med	Sıra Ort.	sd	X <sup>2</sup>	p	Anlamlı Fark
Tesis Hizmetleri	4,00	516,45	4	4,00	487,78	4	4,00	455,95	4	4,33	563,60	4	4,00	516,47	4	13,724	,008	1-3 2-3 3-4
Bireysel/ Psikolojik	4,50	530,36	4	4,33	505,64	4	4,16	462,24	4	4,33	485,30	4	4,00	467,90	4	7,071	,132	
Rahatlama	4,66	525,74	4	4,66	504,79	4	4,33	463,45	4	4,50	487,89	4	4,33	485,09	4	6,154	,188	
Sosyal	4,66	533,30	4	4,33	490,11	4	4,33	485,69	4	4,33	480,64	4	4,00	483,59	4	4,053	,399	
Sağlık/ Fitness	4,00	483,54	4	4,00	491,42	4	4,33	513,25	4	4,00	483,26	4	4,00	503,21	4	1,674	,795	
Toplam Tatmin	4,44	530,12	4	4,33	498,04	4	4,22	465,04	4	4,27	504,12	4	4,11	470,10	4	5,778	,216	

Çizelge 4.81 incelendiğinde; Tesis Hizmetleri ( $p < .05$ ) alt boyutunda anlamlı bir farklılık bulunurken, Bireysel/Psikolojik ( $p > .05$ ), Rahatlama ( $p > .05$ ), Sosyal ( $p > .05$ ) ve Sağlık/Fitness( $p > .05$ ) alt boyutlarında anlamlı fark bulunamamış ve genel toplamda ( $p > .05$ ) istatistiksel olarak anlamlı fark yoktur. Bu farkların hane geliri değişkenine göre belirlemek için testlerinden Mann-Whitney U test sonuçları Çizelge 4.82, Çizelge 4.83 ve Çizelge 4.84’ de gösterilmiştir.

Çizelge 4.82. Rekreatyonel spor etkinliklerine katılan tüketicilerin 1300TL ve altı-2501-3500TL’ ye göre tatmin düzeylerinin alt boyutlarının Mann-Whitney U testi sonuçları

Alt Boyut	Hane Geliri	n	Sıra Ort.	Sıra Toplamı	U	p
Tesis Hizmetleri	1300TL ve altı	170	228,66	38873,00	19012,000	,030
	2501-3500TL	255	202,56	51652,00		
	TOPLAM	425				

Çizelge 4.82 incelendiğinde; Tesis Hizmetleri ( $U=19012,000$ ;  $p < .05$ ) alt boyutunda anlamlı bir fark bulunmuştur.

Çizelge 4.83. Rekreatyonel spor etkinliklerine katılan tüketicilerin 1301-2500TL/3501-4500TL’ ye göre tatmin düzeylerinin alt boyutlarının Mann-Whitney U testi sonuçları

Alt Boyut	Hane Geliri	n	Sıra Ort.	Sıra Toplamı	U	p
Tesis Hizmetleri	1301-2500TL	409	258,16	105585,50	21740,500	,007
	3501-4500TL	126	299,96	37794,50		
	TOPLAM	535				

Çizelge 4.83 incelendiğinde; Tatmin ölçeği alt boyutları olan; Tesis Hizmetleri ( $U=21740,500$ ;  $p < .05$ ) alt boyutunda anlamlı bir fark bulunmuştur.

Çizelge 4.84. Rekreatyonel spor etkinliklerine katılan tüketicilerin 2501-3500TL/3501-4500TL’ ye göre tatmin düzeylerinin alt boyutlarının Mann-Whitney U testi sonuçları

Alt Boyut	Hane Geliri	n	Sıra Ort.	Sıra Toplamı	U	p
Tesis Hizmetleri	2501-3500TL	255	177,55	45274,00	12634,000	,001
	3501-4500TL	126	218,23	27497,00		
	TOPLAM	381				

Çizelge 4.84 incelendiğinde; Tatmin düzeyleri ölçeği alt boyutları olan; Tesis Hizmetleri ( $U=12634,000$ ;  $p < .05$ ) alt boyutunda anlamlı bir fark bulunmuştur.

Çizelge 4.85. Toplam hizmet kalitesi ve tatmin düzeyleri korelasyon

		Hizmet Kalitesi	Tatmin
Hizmet Kalitesi	Pearson Correlation	1	.701**
	p		,000
	N	989	989
Tatmin Düzeyleri	Pearson Correlation	.701**	1
	p	,000	
	N	989	989

Çizelge 4.85 incelendiğinde; Hizmet kalitesi ve tatmin düzeyleri arasında ki korelasyon anlamlı bulunmuştur.



## 5. TARTIŞMA

Günümüzde çalışma saatlerinin azalması ile birlikte sürekli değişen insan ihtiyaçlarından biri olan rekreasyonel ihtiyaçlar, insan davranışlarına temel olabilecek tek bir neden veya faktöre bağlı kalmaksızın birçok nedenden dolayı analiz gerektirmektedir (Karaküçük, 1999: 85). Özellikle kurum ve kuruluşların sundukları rekreasyonel amaçlı sportif hizmetlerin kalitesi ile birlikte tüketicilerde tatmin sağlayabilme adına belirleyici olmaktadır. Bu kurum ve kuruluşlar içinde önemli bir yere sahip olan ve amacı halkın ihtiyaçlarını karşılamak olan belediyeler çoğunlukla ücretsiz ya da çok düşük ücretler karşılığında sundukları hizmetler ile önemli rol oynamaktadırlar.

Araştırmanın bu bölümünde belediyeler tarafından sunulan sportif etkinliklerde tüketiciler tarafından hizmet kalitesi ve tatmin düzeylerine yönelik literatür alan yazınına, elde edilen araştırma sonuçlarına ve araştırmacının yorumlarına yer verilmiştir.

Belediyelerin sunduğu rekreasyonel spor hizmetlerinden yararlanan tüketicilerin hizmet kalitesi düzeyleri cinsiyet değişkeni açısından istatistiksel olarak anlamlı fark göstermekte midir?

Araştırma kapsamında örnekleme dahil edilen ve belediyelerin sunduğu rekreasyonel spor hizmetlerinden yararlanan tüketicilerin %80' i kadın, %20' i erkektir. Elde edilen bulgular doğrultusunda; hizmet kalitesinin tüm alt boyutlarında cinsiyet değişkeni açısından kadınların erkeklere göre istatistiksel olarak anlamlı farklılığı vardır.

Yerlisu Lapa ve Baştaç (2012) fitness merkezlerine, Özsarı, Fişekçioğlu ve Altın, (2017) gençlik merkezi faaliyetlerine katılan tüketicilere yönelik çalışmalarında kadın katılımcıların erkeklere göre olumlu yönde farklılık gösterdiği belirtmişlerdir. Bu bulgular bu çalışmanın sonuçları ile paralellik göstermektedir. Bunun yanısıra, Lee, Kim, Ko ve Sagas, (2011) golf kulübü üyeleri ile, Üzüm, Yeşildağ, Karlı, Ünlü, Parlar, Çokpartal ve Tekin (2016) kamu ve özel spor merkezlerinde cinsiyet değişkeni açısından erkek katılımcıların kadınlara göre hizmet kalitesi düzeyleri ile anlamlı fark olduğu görülmektedir. Yüzgenç ve Özgül Alay (2014), Baş ve diğerleri (2017), Kim ve Kim (1995) ve Gagliano ve Hathcote (1994) hizmet kalitesi ile cinsiyet arasında farklılık olmadığını ifade ederek, bu bulgular doğrultusunda araştırma sonuçları ile benzerlik göstermemektedir. Elde ettiğimiz bulgular doğrultusunda

kadınların hizmet kalitesi düzeyleri farklarının erkeklere göre fazla olmasının nedeni olarak etkinlik türlerinin çeşitliliğinin kadınlara yönelik fazla olması, çalışma zamanlarının daha çok hitap etmesi ve sosyalleşme ihtiyacının fazla olması söylenebilir.

Belediyelerin sunduğu rekreasyonel spor hizmetlerinden yararlanan tüketicilerin hizmet kalitesi düzeyleri yaş değişkenine göre istatistiksel olarak anlamlı fark göstermekte midir?

Belediyelerin sunduğu rekreasyonel spor hizmetlerinden yararlanan tüketicilerin hizmet kalitesi düzeyleri alt boyutlarında yaş değişkeni açısından; etkileşim kalitesi boyutunun; müşteri çalışan etkileşimi, müşteriler arası etkileşim, çıktı kalitesi boyutunun; fiziksel değişim, birleşim değeri ve sosyalleşme ve fiziksel çevre boyutunun; malzeme alt boyutunda anlamlı fark bulunmuştur. Bunun yanında; program kalitesi boyutunun; program çeşitliliği, çalışma zamanı ve bilgi alt boyutunda ve fiziksel çevre kalitesi boyutunun; tasarım alt boyutunda anlamlı fark bulunmamıştır. Araştırma bulgular doğrultusunda; 18-30 yaş grubunun; 31-40 yaş grubuna göre, etkileşim kalitesi boyutunun; müşteri çalışan etkileşimi; çıktı kalitesi boyutunun; fiziksel değişim, birleşim değeri, sosyalleşme ve fiziksel çevre kalitesi; malzeme alt boyutlarında anlamlı fark varken; 41-55 yaş, 56 ve üstü yaş grupları; 18-30 yaş grubuna göre, etkileşim kalitesi boyutunun; müşteri çalışan etkileşimi; çıktı kalitesi boyutunun; fiziksel değişim, birleşim değeri, sosyalleşme ve fiziksel çevre kalitesi; malzeme alt boyutlarında anlamlı fark vardır. Bunun yanında diğer yaş grupları arasında anlamlı fark yoktur.

Çevik ve Şimşek (2017) Türkiye’deki beş yıldızlı otellerin animasyon hizmetlerine yönelik yaptıkları çalışmada hizmet kalitesi ve yaş değişkeni arasında çıktı kalitesi boyutunda, Tokay Argan (2009) sanat galerinin sergi salonlarına yönelik etkileşim ve ün boyutunda fark görülürken bu çalışmanın sonuçları ile benzerlik göstermektedir. Gagliano ve Hathcote (1994), Yelisu Lapa ve Baştaç (2012), Baş, Çelik, ve Solak’ın (2017) çalışmalarında hizmet kalitesi ile yaş değişkeni arasında fark olmadığını belirtmişlerdir.

Araştırma bulguları doğrultusunda 41 yaş ve üzeri tüketicilerin yaş itibarıyla kazanmış oldukları yaşam tecrübesi ve kazanımlarından dolayı düzeylerinin daha yüksek olduğu ifade edilebilir.



Belediyelerin sunduğu rekreasyonel spor hizmetlerinden yararlanan tüketicilerin hizmet kalitesi düzeyleri yararlandıkları etkinlik sayısına göre istatistiksel olarak anlamlı fark göstermekte midir?

Belediyelerin sunduğu rekreasyonel spor hizmetlerinden yararlanan tüketicilerin hizmet kalitesi düzeyleri tüm alt boyutlarında yararlandıkları etkinlik sayısı açısından istatistiksel olarak anlamlı fark vardır.

Araştırma bulguları sonucunda; 1 etkinliğe katılanların; 2 ve 3 etkinliğe katılanlar arasında bütün alt boyutlarında anlamlı fark bulunmuştur. Bunun yanında 2 ve 3 etkinliğe katılanlar arasında anlamlı fark yoktur. 1 etkinliğe katılanlar içinde en fazla etkinlik türleri sırasıyla; pilates- zumba, fitness, yüzme ve step-aerobiktir. Tüketicilerin katıldıkları etkinliklerden keyif almaları, grup dinamiğinin yüksek olması, fiziksel anlamda etkinliklerin zorlayıcı olması ve sosyalleşme düzeylerinin artması tek bir etkinliğe katılım noktasında etkili olduğu söylenebilir.

Belediyelerin sunduğu rekreasyonel spor hizmetlerinden yararlanan tüketicilerin hizmet kalitesi düzeylerinin sosyal statülerine göre istatistiksel olarak anlamlı fark göstermekte midir?

Belediyelerin sunduğu rekreasyonel spor hizmetlerinden yararlanan tüketicilerin hizmet kalitesi düzeylerinin alt boyutlarında sosyal statü değişkenine göre; program kalitesi boyutunun; çalışma zamanı ve bilgi alt boyutunda; etkileşim kalitesi boyutunun; müşteri çalışan etkileşimi, müşteriler arası etkileşim, çıktı kalitesi boyutunun; fiziksel değişim, birleşim değeri, sosyalleşme alt boyutunda, fiziksel çevre kalitesi boyutunun; tasarım ve malzeme alt boyutunda anlamlı fark varken, program kalitesi boyutunun; program çeşitliliği alt boyunda anlamlı fark yoktur. Araştırma bulguları doğrultusunda; ev hanımı, işçi, memur, serbest meslek, emekli sosyal statü gruplarının öğrenci sosyal statü grubuna göre daha anlamlı bir fark bulunurken; öğrenci ve çalışmıyor sosyal statü grubu arasında anlamlı fark yoktur. Ev hanımı sosyal statü grubu; işçi, memur, serbest meslek, emekli ve çalışmıyor sosyal statü gruplarına göre daha anlamlı fark bulunmuştur. İşçi sosyal statü grubunun çalışmıyor sosyal statü grubu ile anlamlı fark bulunurken bunun dışında sosyal statü grupları arasında anlamlı fark bulunamamıştır.

Çevik ve diğerleri (2017) rekreasyon amaçlı rekreasyon etkinliklerine yönelik yaptıkları çalışmada hizmet kalitesi ve sosyal statü grupları arasında ev hanımlarının oyun, yan hizmetler ve etkileşim boyutlarında fark olduğu belirtilmiştir ve bu çalışmada da ev hanımlarının diğer sosyal statü grupları ile arasında anlamlı fark olduğu belirlenmiş ve paralellik göstermiştir. Bunun yanında Demir Köşker (2010; 68) yaptığı çalışmada hizmet kalitesi ile sosyal statü grubu arasında anlamlı fark görülmemiştir.

Araştırma bulguları doğrultusunda; ev hanımlarının diğer sosyal statü gruplarına göre daha anlamlı fark bulunması zaman esnekliğinin daha fazla olmasından kaynaklandığı söylenebilir.

Belediyelerin sunduğu rekreasyonel spor hizmetlerinden yararlanan tüketicilerin hizmet kalitesi düzeylerinin eğitim durumlarına göre istatistiksel olarak anlamlı fark göstermekte midir?

Belediyelerin sunduğu rekreasyonel spor hizmetlerinden yararlanan tüketicilerin hizmet kalitesi alt boyutlarında eğitim durumu değişkenine göre; program kalitesi; program çeşitliliği, çalışma zamanı, etkileşim kalitesi; müşteri çalışan etkileşimi, çıktı kalitesi; fiziksel değişim, birleşim değeri, sosyalleşme, fiziksel çevre kalitesi; tasarım ve malzeme alt boyutlarında anlamlı fark varken, program kalitesi; bilgi ve etkileşim kalitesi; müşteriler arası etkileşim alt boyutunda anlamlı fark yoktur.

Araştırma bulguları doğrultusunda; eğitim durumlarına göre; ilköğretim grubunun; ortaöğretim, önlisans/lisans, lisanüstü eğitim gruplarına göre bütün boyutlarda, okur yazar değil eğitim grubuna göre; program kalitesi boyutunun; çalışma zamanı boyutunda, çıktı kalitesi boyutunun; fiziksel değişim ve sosyalleşme alt boyutunda, Ortaöğretim grubunun; önlisans/lisans grubu, çıktı kalitesi boyutunun; sosyalleşme alt boyutunda, lisansüstü grubu, program kalitesi boyutu; çalışma zamanı boyutu ve çıktı kalitesi boyutu; sosyalleşme alt boyutunda, önlisans/lisans eğitim grubu; lisanüstü grubu okur yazar değil eğitim grubu, program kalitesi; çalışma zamanı alt boyutuna göre arasında anlamlı fark bulunmuş diğer boyut ve alt boyutlarda anlamlı fark yoktur.

Koçak, Tukul, Tolan, Gümüş ve Tolukan, (2017) eğitim durumları ile algıladıkları hizmet kalitesi arasında bir fark bulamamışlardır. Bunun yanında; Tokay-Argan (2009) sanat

galerinin sergi salonlarına yönelik yapılan çalışmada algılanan hizmet kalitesi ve eğitim durumu değişkeni arasında ün kalitesi boyutunda, Özşarı ve diğerleri (2017) gençlik merkezi faaliyetlerine yönelik yaptıkları çalışmalarında fiziksel çevre boyutunda ilköğretim grubunun ortaöğretim ve üniversite, etkileşim ve çıktı boyutunda üniversite boyutları ile anlamlı fark bulmuş ve bu sonucu; eğitim gruplarının değişen beklentileri, çalışma alanları, evren ve örneklem farklılıkları, sosyo-demografik özellikler ile ilgili olduğuna bağlamıştır. Demirel (2013; 46) rekreasyonel spor programı sunan işletmelere yönelik yaptığı çalışmada eğitim seviyeleri lise olan üyelerin program ve personel alt boyutuna ilişkin algılarının üniversite olan üyelerin algılarından yüksek olduğu ve ilköğretim ve lise olan üyelerde tesise ilişkin hizmet kalitesi algı puanları üniversite olan üyelerden yüksek olduğunu bulmuştur. Bu sonuçlar bu çalışmanın sonuçları ile benzerlik göstermektedir.

Yüksek eğitim seviyesine sahip tüketicilerin farklı işletmelerden sunulan hizmetlerin karşılaştırılabilir olanağının fazla olmasından dolayı, eğitim durumları düşük olan tüketicilerin hizmet kalitesi puanlarının yüksek çıkmasına neden olarak gösterilebilir.

Belediyelerin sunduğu rekreasyonel spor hizmetlerinden yararlanan tüketicilerin algılanan hizmet kalitesinin etkinliklere katılma süresine göre istatistiksel olarak anlamlı fark göstermekte midir?

Belediyelerin sunduğu rekreasyonel spor hizmetlerinden yararlanan tüketicilerin hizmet kalitesi alt boyutlarında etkinliklere katılma süresi değişkenine göre; program kalitesi; program çeşitliliği, çalışma zamanı, bilgi, etkileşim kalitesi; müşteri çalışan etkileşimi, müşteriler arası etkileşim, çıktı kalitesi; fiziksel değişim, birleşim değeri, sosyalleşme, tasarım ve malzeme alt boyutlarında anlamlı fark varken, çıktı kalitesi; sosyalleşme alt boyutunda anlamlı fark yoktur.

Araştırma bulguları sonucunda; etkinliğe katılma süresi 0-1 yıl olanların; 2-3 yıl ve 4 yıl ve üzeri olanlara göre; program kalitesi; program çeşitliliği, çalışma zamanı, bilgi, etkileşim kalitesi; müşteri çalışan etkileşimi, müşteriler arası etkileşim, çıktı kalitesi; fiziksel değişim, birleşim değeri, sosyalleşme, tasarım ve malzeme alt boyutlarında anlamlı fark vardır. Ayrıca 2-3 yıl ile 4 yıl arasında etkinliğe katılan tüketiciler arasında fiziksel çevre kalitesi; malzeme alt boyutunda anlamlı fark bulunmuştur. Bunun yanında diğer gruplar arasında fark bulunmamıştır. Demirel (2013:80) rekreasyonel spor programı sunan işletmelere yönelik

yaptığı çalışmada etkinliklere katılma süresi işletmelerden faydalanma süresi 1 yıldan az olan üyelerin algılanan hizmet kalitesi puanları program ve tesis alt boyutlarında faydalanma süresi 3-4 yıl olan üyelerin puanlarından daha yüksek olduğunu ifade etmiştir. Ceyhun (2006; 98-101) spor işletmelerine yönelik yaptığı çalışmada 1 yıldan az olan üyelerin diğer üyelere göre personel değişkeni, tesisin fiziksel özellikleri, program değişkeni ve ek hizmet birimleri arasında anlamlı fark olduğunu ifade etmektedir. Bu bulgular araştırma sonuçları ile paralellik göstermektedir. Bunun yanında, Eraslan (2014:53) üniversite yerleşkelerindeki rekreasyonel spor merkezlerine yönelik yaptığı çalışmada çıktı kalitesi boyutunda tesisi kullanma süresi 3 yıl olan grubun 1 yıl ve daha az olan gruba yönelik daha yüksek olduğunu belirterek çalışmamızın tersi bulgular elde etmiştir.

Koçak ve diğerleri (2017) tarafından spor ve sağlıklı yaşam merkezlerinde yapılan çalışmada etkinliklere katılım süresi ve hizmet kalitesi arasındaki ilişkileri incelenmiştir. Araştırma bulguları üyelik durumu ve beklenen soyunma odası kalitesi arasında istatistiksel olarak anlamlı fark olmadığını göstermektedir. Ayrıca tüketicilerin etkinliklere katılım yılı arttıkça soyunma odası ve fitness programı kalitesi artmaktadır.

Etkinliklere katılma süresi 0-1yıl olan tüketicileri, yeni katılımcı olması, deneyimlere sahip olmaması algılanan hizmet kalitesi puanlarının yüksek olmasını etkilediği söylenebilir.

Belediyelerin sunduğu rekreasyonel spor hizmetlerinden yararlanan tüketicilerin hizmet kalitesi etkinliklere haftalık katılım sıklıklarına göre istatistiksel olarak anlamlı fark göstermekte midir?

Belediyelerin sunduğu rekreasyonel spor hizmetlerinden yararlanan tüketicilerin hizmet kalitesinin alt boyutlarında etkinliklere haftalık katılım sıklıkları değişkenine göre; fiziksel çevre kalitesi; tasarım ve malzeme alt boyutlarında anlamlı fark varken, program kalitesi; program çeşitliliği, çalışma zamanı, bilgi, etkileşim kalitesi; müşteri çalışan etkileşimi, müşteriler arası etkileşim, çıktı kalitesi; fiziksel değişim, birleşim değeri ve sosyalleşme alt boyutlarında anlamlı farklılık yoktur.

Araştırma bulguları sonucunda; haftada 2 kez katılanların haftada 3 kez katılanlara göre fiziksel çevre kalitesi; tasarım ve malzeme alt boyutlarında anlamlı fark vardır. Bunun yanında diğer haftalık katılım sıklıkları arasında anlamlı fark bulunamamıştır. Eraslan

(2014:56) üniversite yerleşkelerindeki rekreasyonel spor merkezlerine yönelik yaptığı çalışmada devlet üniversitelerinde fiziki çevre kalitesi boyutunda tesisi 1-2 kez kullananların diğer gruplara göre anlamlı fark olduğunu belirtmiştir. Bu sonuç araştırma bulguları ile benzerlik göstermektedir. Haftalık etkinliklere katılım süresi yeni olan tüketicilerin malzemelerin kaliteli ve ortamın çekici olmasına önem verirken katılım sıklığı arttıkça eksikleri görebilme noktasında daha dikkatli oldukları söylenebilir.

Belediyelerin sunduğu rekreasyonel spor hizmetlerinden yararlanan tüketicilerin hizmet kalitesi hane gelirlerine göre istatistiksel olarak anlamlı fark göstermekte midir?

Belediyelerin sunduğu rekreasyonel spor hizmetlerinden yararlanan tüketicilerin algılanan hizmet kalitesinin alt boyutlarında hane geliri değişkenine göre; program kalitesi; çalışma zamanı, bilgi, etkileşim kalitesi; müşteri çalışan etkileşimi, fiziksel çevre kalitesi; tasarım ve malzeme alt boyutlarında anlamlı fark varken, program kalitesi; program çeşitliliği, etkileşim kalitesi; müşteriler arası etkileşim, çıktı kalitesi; fiziksel değişim, birleşim değeri ve sosyalleşme alt boyutlarında anlamlı fark yoktur.

1300TL ve altı hane gelirin sahip tüketicilerin; 1301TL-2500TL arasında, program kalitesi; bilgi alt boyutunda, 2501TL- 3500TL arasında, program kalitesi; çalışma zamanı ve bilgi, fiziksel çevre kalitesi; tasarım ve malzeme alt boyutlarında, 4501TL ve üzeri arasında, etkileşim kalitesi; müşteri çalışan etkileşimi alt boyutunda anlamlı fark bulunmuştur.

1301TL-2500TL hane gelirin sahip tüketicilerin; 2501TL-3500TL arasında, program kalitesi; çalışma zamanı ve bilgi, fiziksel çevre kalitesi; tasarım ve malzeme alt boyutlarında alt boyutlarında, 4501TL ve üzeri arasında, etkileşim kalitesi; müşteri çalışan etkileşimi, fiziksel çevre kalitesi; tasarım alt boyutunda anlamlı fark bulunmuştur.

2501TL-3500TL hane gelirin sahip tüketicilerin; 3501TL-4500TL arasında, program kalitesi; bilgi, fiziksel çevre kalitesi; tasarım ve malzeme alt boyutlarında, 4501TL ve üzeri arasında, etkileşim kalitesi; müşteri çalışan etkileşimi, fiziksel çevre kalitesi; tasarım alt boyutunda anlamlı fark bulunmuştur.

3501TL-4500TL hane gelirin sahip tüketicilerin; 4501TL ve üzeri arasında; etkileşim kalitesi; müşteri çalışan etkileşim alt boyutunda anlamlı fark bulunmuştur.

Çevik ve diğerleri (2017) 2001TL-3000TL oyun boyutu, hizmetler boyutu ve çevre boyutunda diğer hane geliri gruplarına göre, Koçak ve diğerleri (2017) personel tarafından sağlanan ve beklenen fitness programının alt boyutlarında hizmet kalitesi ve hane gelirleri arasında fark olduğu ifade edilmiştir. Bunun yanında Özsarı ve diğerleri (2017), Demirel (2013:76) yaptıkları çalışmalarında hizmet kalitesi ve hane gelirleri arasında anlamlı bir fark bulunmamıştır.

Hane gelirleri düşük olan tüketicilerle yüksek gelire sahip tüketiciler arasında hizmet kalitesinde anlamlı fark olmasının sebebine neden olarak hizmetlerin ücretsiz sunulması gösterilebilir.

Belediyelerin sunduğu rekreasyonel spor hizmetlerinden yararlanan tüketicilerin tatmin düzeyleri cinsiyet değişkenine göre istatistiksel olarak anlamlı bir fark göstermekte midir?

Belediyelerin sunduğu rekreasyonel spor hizmetlerinden yararlanan tüketicilerin tatmin düzeyleri alt boyutlarında cinsiyet değişkenine göre; Tesis Hizmetleri, Bireysel/Psikolojik, Rahatlama ve Sosyal alt boyutları açısından kadınların erkeklere göre daha anlamlı fark varken, Sağlık/Fitness alt boyutunda ise anlamlı fark yoktur.

Çatı ve Koçoğlu (2008), Theodorakis, Alexandris, Rodriguez ve Sarmiento, (2004), Ağduman (2014: 36) yaptığı çalışmalarda tatmin düzeylerinde cinsiyetler arası farklılık olduğu belirtilmiş ve bu bulgularda araştırmamızla paralellik göstermektedir. Bunun aksine Şimşek (2017) yaptığı çalışmada ise tüketicilerin tatmin düzeylerinde cinsiyet değişkenine göre alt boyutlarda anlamlı fark olmadığını belirtmiştir. Bu bağlamda, tüketicilerin cinsiyet değişkenine göre tatmin düzeyleri farklılıklarının nedeni kadınlara yönelik tesislerin sundukları etkinliklerin çeşitliliğinin fazla olmasından kaynaklandığı söylenebilir.

Belediyelerin sunduğu rekreasyonel spor hizmetlerinden yararlanan tüketicilerin tatmin düzeyleri yaş değişkenine göre istatistiksel olarak anlamlı bir fark göstermekte midir?

Belediyelerin sunduğu rekreasyonel spor hizmetlerinden yararlanan tüketicilerin tatmin düzeyleri alt boyutlarında yaş değişkenine göre; Bireysel/ Psikolojik, Rahatlama ve Sosyal alt boyutlarında anlamlı fark varken, Tesis Hizmetleri ve Sağlık/ Fitness alt boyutlarında anlamlı bir fark yoktur.

31-40 yaş grubu sosyal alt boyutunda, 41-55 yaş grubu bireysel/psikolojik, rahatlama ve sosyal alt boyutunda, 56 ve üstü yaş grubu sosyal alt boyutunda, 18-30 yaş grubu tüketicilerine göre anlamlı fark bulunmuştur.

Çevik ve Şimşek (2017) 20-27 yaş grubunda , Kwame (2009) 18-25 yaş grubunda rahatlama, sağlık ve fitness boyutunda, Mercanoğlu ve diğerleri (2015) 31-35 yaş grubunda, Katırcı ve Oyman (2011) 19-24 yaş grubunda atmosfer ve temizlik boyutu, Korkutata ve Halis (2015) 41-yaş ve üstü yaş grubunda tutum, davranış,bilgi ve deneyim boyutlarında diğer yaş gruplarına göre anlamlı fark olduğunu belirtmişlerdir. Bu bulgular çalışmamız sonuçları ile benzerlik göstermektedir. Bunun aksine Öztürk ve diğerleri (2011) yaptıkları çalışmalarında tatmin düzeylerinin yaş değişkenine göre değişmediğini belirtmişler ve bu bulgular araştırmamız bulguları ile benzerlik göstermemektedir. Bu bağlamda tüketicilerin sosyal etkinliklere katılımlarında yaş değişkeninin önemli olduğu ifade edilirken, genç yaş grubundaki tüketicilerin sunulan etkinliklere katılımlarının az olduğu ve tatmin düzeylerini de olumsuz etkilediği ifade edilebilir.

Belediyelerin sunduğu rekreasyonel spor hizmetlerinden yararlanan tüketicilerin tatmin düzeyleri yararlandıkları etkinlik sayısına göre istatistiksel olarak anlamlı fark göstermekte midir?

Belediyelerin sunduğu rekreasyonel spor hizmetlerinden yararlanan tüketicilerin tatmin düzeylerinin yararlandıkları etkinlik sayısına göre 1 etkinliğe katılan tüketiciler 2 etkinlik ve 3 etkinliğe katılan tüketicilere göre alt boyutlarında anlamlı fark bulunmuştur. Bunun yanında 2 etkinlik ve 3 etkinliğe katılanlar arasında anlamlı fark bulunamamıştır. 1 etkinliğe katılanlar içinde en fazla etkinlik türleri sırasıyla; plates- zumba, fitness, yüzme ve step-aerobiktir. Günümüzün popüler etkinliklerinin tercih edilmesinin nedeni branşların fiziksel performansa dayalı yapılarak tüketicilerin enerjilerini en üst düzeyde harcamalarını sağlaması sonucunda diğer etkinliklerde aynı tatmini yaşayamadıklarını söyleyebiliriz.

Belediyelerin sunduğu rekreasyonel spor hizmetlerinden yararlanan tüketicilerin tatmin düzeylerinin sosyal statülerine göre istatistiksel olarak anlamlı fark göstermekte midir?

Belediyelerin sunduğu rekreasyonel spor hizmetlerinden yararlanan tüketicilerin tatmin düzeylerinin alt boyutlarında sosyal statü değişkenine göre bireysel/psikolojik, rahatlama ve

sosyal alt boyutlarında anlamlı fark varken, tesis hizmetleri ve sağlık/fitness alt boyutlarında anlamlı fark yoktur. Bu farklılıklar, öğrenci grubunun; serbest melek grubuna göre rahatlama alt boyutunda, çalışmıyor grubuna göre bireysel/psikolojik alt boyutunda anlamlı fark varken; ev hanımı grubunun; öğrenci ve serbet meslek grubuna göre bireysel/psikolojik, rahatlama ve sosyal boyutlarında; işçi ve memur grubuna göre rahatlama ve sosyal alt boyutlarında, çalışmıyor grubunda bireysel/psikolojik alt boyutunda anlamlı fark vardır. Bunun yanında; işçi grubunun çalışmıyor grubu ile bireysel/psikolojik alt boyutunda, memur grubunun serbest meslek grubuna göre rahatlama, çalışmıyor grubuna göre bireysel/psikolojik alt boyutlarında anlamlı fark varken, serbet meslek grubunun emekli grubuna göre rahatlama ve sosyal, çalışmıyor grubuna göre bireysel/psikolojik alt boyutlarında, emekli grubunun çalışmıyor grubu ile bireysel/psikolojik alt boyutlarında anlamlı fark bulunmaktadır.

Şimşek (2017) yapmış olduğu çalışmada öğrenci grubunun tesis hizmetleri alt boyutunun diğer gruplara göre fark olduğunu ifade etmiş ve bu bulgu bu araştırmanın sonuçlarını desteklemediği görülmektedir. Elde ettiğimiz sonuçlar doğrultusunda, evhanımı grubu tüketicileri belediyelerin sunduğu hizmetlerden daha çok yararlandığı ve tatmin düzeylerinin daha olumlu olduğu söylenebilir.

Belediyelerin sunduğu rekreasyonel spor hizmetlerinden yararlanan tüketicilerin tatmin düzeylerinin eğitim durumlarına göre istatistiksel olarak anlamlı fark göstermekte midir?

Belediyelerin sunduğu rekreasyonel spor hizmetlerinden yararlanan tüketicilerin tatmin düzeylerinin alt boyutlarında eğitim durumu değişkenine göre elde ettiğimiz bulgular doğrultusunda sadece sosyal alt boyutunda farklılık bulunmuştur. Bu anlamlı farklılık ise; ilköğretim grubuna ait tüketicilerin önlisans/lisans ve lisansüstü gruba göre, ortaöğretim grubunun önlisans/lisans grubuna göre anlamlı fark olduğu bulunmuştur. Bunun yanında diğer gruplar arasında anlamlı fark yoktur.

Şimşek (2017) yaptığı çalışmada ilköğretim grubuna ait tüketicilerin tesis hizmetleri ve sağlık/fitness boyutunda, Theodorakis ve diğerleri (2004) çalışmalarında yine ilköğretim grubu tüketicilerin sosyal/ entellektüel boyutta diğer eğitim grubundaki tüketicilere göre olumlu derecede fark olduğunu belirtmişlerdir. Tüketicilerin eğitim seviyeleri yükseldikçe



beklenti düzeylerinin yükselmesi dolayısıyla eğitim seviyesi düşük olan tüketicilere göre daha zor tatmin oldukları söylenebilir.

Belediyelerin sunduğu rekreasyonel spor hizmetlerinden yararlanan tüketicilerin tatmin düzeylerinin etkinliklere katılma süresine göre istatistiksel olarak anlamlı fark göstermekte midir?

Belediyelerin sunduğu rekreasyonel spor hizmetlerinden yararlanan tüketicilerin tatmin alt boyutlarında etkinliklere katılma süresi değişkenine göre; Tesis Hizmetleri, Bireysel/Psikolojik, Rahatlama ve Sosyal alt boyutlarında anlamlı fark varken, Sağlık/Fitness alt boyutunda anlamlı bir farklılık yoktur. Bu farklılık gruplar arasında; 0-1 arası etkinliklere katılan grubun; 2-3 yıl ve 4 yıl ve üzeri etkinliklere katılan gruba yönelik tesis hizmetleri, bireysel/psikolojik, rahatlama ve sosyal alt boyutlarında anlamlı fark olduğu bulunmuştur. Bunun yanında diğer gruplar arasında anlamlı fark yoktur.

Bu bağlamda 0-1 yıl grubundaki tüketicilerin yeni katılımcılar olması diğer gruptaki tüketiciler için ise etkinliklerin çeşitlendirilememesi ve sınırlı sayıda olması katılım sürelerinin azalmasına sebep olduğu söylenebilir.

Belediyelerin sunduğu rekreasyonel spor hizmetlerinden yararlanan tüketicilerin tatmin düzeylerinin etkinliklere haftalık katılma sıklıklarına göre istatistiksel olarak anlamlı fark göstermekte midir?

Belediyelerin sunduğu rekreasyonel spor hizmetlerinden yararlanan tüketicilerin tatmin düzeylerinin alt boyutlarında etkinliklere haftalık katılma sıklıkları değişkenine göre; Tesis Hizmetleri ve Rahatlama alt boyutlarında anlamlı fark varken, Bireysel/Psikolojik, Sosyal ve Sağlık/ Fitness alt boyutlarında anlamlı farklılık yoktur. Gruplar arasında bu farklılık; haftada 2 kez ve haftada 3 kez katılanlar arasında tesis hizmetleri ve rahatlama alt boyutlarında bulunmaktadır. Diğer gruplar arasında anlamlı fark yoktur.

Korkuata ve Halis (2015) çalışmalarında tatmin ile haftalık kullanım sıklığı arasında anlamlı fark olmadığını belirtmişler ve bu bulgular ile çalışmamızın sonuçları ile benzerlik göstermemiştir. Etkinliklere haftalık katılma sıklığı arttıkça tüketicilerin tatmin düzeylerinin düştüğü söylenebilir.

Belediyelerin sunduğu rekreasyonel spor hizmetlerinden yararlanan tüketicilerin tatmin düzeylerinin hane gelirlerine göre istatistiksel olarak anlamlı fark göstermekte midir?

Belediyelerin sunduğu rekreasyonel spor hizmetlerinden yararlanan tüketicilerin tatmin düzeylerinin alt boyutlarında hane geliri değişkenine göre; Tesis Hizmetleri alt boyutunda anlamlı fark varken, Bireysel/Psikolojik, Rahatlama, Sosyal ve Sağlık/Fitness alt boyutlarında anlamlı fark yoktur. Gruplar arasında bu farklılık tesis hizmetleri alt boyutunun; 1301 TL ve altı grup 2501-3500TL' ye göre, 3501-4500TL hane gelirine sahip grup ise 1301-2500TL ve 2501-3500TL hane gelirine sahip gruba göre anlamlı fark bulunmuştur. Diğer gruplar arasında anlamlı fark yoktur. Mercanoğlu ve diğerleri (2015) kampüs rekreasyonu kapsamında düzenlenen sportif rekreasyon etkinliklerine yönelik çalışmalarında 501-750TL gelire sahip tüketicilerin diğer gruplara göre yüksek ortalamaya sahip olduğunu belirtmişler ve bizim çalışmamızla benzer sonuçlar göstermiştir. Tüketicilerin gelir seviyeleri yükseldikçe tatminlerinin düştüğü sonucuna varılabilir.

Belediyelerin sunduğu rekreasyonel spor hizmetlerinden yararlanan tüketicilerin toplam hizmet kalitesi ile tatmin düzeyleri arasında istatistiksel olarak anlamlı korelasyon göstermekte midir?

Tüketicilerin toplam hizmet kalitesi ile tatmin düzeyleri arasında anlamlı bir korelasyon vardır ( $p < .05$ ). Buradan hareketle, Yıldız ve diğerleri (2018), Shi ve diğerleri (2014), Ahrholdt ve diğerleri (2017), Howat and Assaker (2013), Theodorakis, Alexandris, Tsigilis, ve Karvounis (2013), Herstein ve diğerleri (2014), Clemes ve diğerleri (2011) hizmet kalitesinin tüketici tatmini üzerine anlamlı ve pozitif etkisi olduğunu bulmuşlardır. Bu çalışmaların araştırmamız sonuçları ile benzerlik göstermektedir ve tüketicilerin hizmet kalitesinin tatmin düzeylerini olumlu etkilediği söylenebilir.

## 6. SONUÇ VE ÖNERİLER

Çalışmamızın sonucunda, belediyelerin sunduğu rekreasyonel spor hizmetlerinden yararlanan tüketicilerin hizmet kalitesine yönelik olarak;

Program kalitesi boyutlarından; program çeşitliliği alt boyutu; cinsiyet değişkenine göre, yararlandıkları etkinlik sayısına göre, eğitim durumlarına göre, etkinliklere katılım süresine göre grupları arasında anlamlı fark görülmüştür. Çalışma zamanı alt boyutu; cinsiyet değişkenine göre, yararlandıkları etkinlik sayısına göre, sosyal statülerine göre, eğitim durumlarına göre, etkinliklere katılım süresine göre, hane gelirlerine göre gruplar arasında fark görülmüştür. Bilgi alt boyutunda; cinsiyet değişkenine göre, yararlandıkları etkinlik sayısına göre, sosyal statülerine göre, etkinliklere katılım süresine göre ve hane gelirlerine göre gruplar arasında anlamlı fark görülmüştür.

Etkileşim kalitesi boyutlarından; müşteri çalışan etkileşim alt boyutu; cinsiyet değişkenine göre, yaş değişkenine göre, yararlandıkları etkinlik sayısına göre, sosyal statülerine göre, eğitim durumlarına göre, etkinliklere katılım süresine göre, hane gelirlerine göre gruplar arasında fark görülmüştür. Müşteriler arası etkileşim alt boyutu; cinsiyet değişkenine göre, yaş değişkenine göre, yararlandıkları etkinlik sayısına göre, sosyal statülerine göre ve etkinliklere katılım süresine göre gruplar arasında olumlu fark görülmüştür.

Çıktı kalitesi boyutlarından; fiziksel değişim alt boyutu; cinsiyet değişkenine göre, yaş değişkenine göre, yararlandıkları etkinlik sayısına göre, sosyal statülerine göre, eğitim durumlarına göre, etkinliklere katılım süresine göre gruplar arasında fark görülmüştür. Birleşim değeri alt boyutu; cinsiyet değişkenine göre, yaş değişkenine göre, yararlandıkları etkinlik sayısına göre, sosyal statülerine göre, eğitim durumlarına göre, etkinliklere katılım süresine göre gruplar arasında fark görülmüştür. Sosyalleşme alt boyutu; cinsiyet değişkenine göre, yaş değişkenine göre, yararlandıkları etkinlik sayısına göre, sosyal statülerine göre ve eğitim durumlarına göre gruplar arasında anlamlı fark görülmüştür.

Fiziksel çevre boyutlarından; tasarım alt boyutu; cinsiyet değişkenine göre, yararlandıkları etkinlik sayısına göre, sosyal statülerine göre, eğitim durumlarına göre, etkinliklere katılım süresine göre, haftalık etkinliklere katılım sıklığına göre, hane gelirlerine göre gruplar arasında fark görülmüştür. Malzeme alt boyutu; cinsiyet değişkenine göre, yaş değişkenine

göre, yararlandıkları etkinlik sayısına göre, sosyal statülerine göre, eğitim durumlarına göre, etkinliklere katılım süresine göre, haftalık etkinliklere katılım sıklığına göre ve hane gelirlerine göre gruplar arasında olumlu fark görülmüştür.

Belediyelerin sunduğu rekreasyonel spor hizmetlerinden yararlanan tüketicilerin tatmin düzeylerinin alt boyutlarından tesis hizmetleri; cinsiyet değişkenine göre, etkinlik sayısına göre, etkinliklere katılma sürelerine göre, etkinliklere haftalık katılma sıklıklarına göre ve hane gelirlerine göre gruplar arasında önemli fark görülmüştür.

Bireysel/psikolojik alt boyutunda; cinsiyet değişkenine göre, yaş değişkenine göre, etkinlik sayısına göre, sosyal statü gruplarına göre ve etkinliklere katılma sürelerine göre gruplar arasında anlamlı fark görülmüştür.

Rahatlama alt boyutunda; cinsiyet değişkenine göre, yaş değişkenine göre, etkinlik sayısına göre, sosyal statü gruplarına göre, etkinliklere katılma sürelerine göre ve etkinliklere haftalık katılma sıklıklarına göre gruplar arasında olumlu fark görülmüştür.

Sosyal alt boyutunda; cinsiyet değişkenine göre, yaş değişkenine göre, etkinlik sayısına göre, sosyal statü gruplarına göre, eğitim durumlarına göre ve etkinliklere katılma sürelerine göre gruplar arasında fark anlamlı görülmüştür.

Sağlık/fitness alt boyutunda; etkinlik sayısına göre gruplar arasında anlamlı fark görülmüştür.

Tüketicilerin toplam hizmet kalitesi ile tatmin düzeyleri arasında anlamlı pozitif bir korelasyon vardır ( $p < .05$ ).

Bir başka ifadeyle bağımsız değişkenlere göre;

Cinsiyet değişkenine göre; hizmet kalitesinin bütün alt boyutlarında, tatmin düzeylerinde; tesis hizmetleri, bireysel/psikolojik, rahatlama ve sosyal alt boyutlarında anlamlı fark bulunmuştur.

Yaş değişkenine göre; hizmet kalitesinin; etkileşim kalitesi boyutu; müşteri çalışan etkileşimi ve müşteriler arası etkileşim, çıktı kalitesi boyutu; fiziksel değişim, birleşim

değeri ve sosyalleşme, fiziksel çevre kalitesi; malzeme alt boyutlarında, tatmin düzeyleri incelendiğinde; bireysel/psikolojik, rahatlama ve sosyal alt boyutlarında anlamlı fark bulunmuştur.

Yaralandıkları etkinlik sayısına göre; hizmet kalitesi ve tatmin düzeylerinin bütün alt boyutlarında anlamlı fark bulunmuştur.

Sosyal statülerine göre; hizmet kalitesinin; program kalitesi boyutu; çalışma zamanı ve bilgi, etkileşim kalitesi boyutu; müşteri çalışan etkileşimi ve müşteriler arası etkileşim, çıktı kalitesi boyutu; fiziksel değişim, birleşim değeri ve sosyalleşme, fiziksel çevre kalitesi boyutu; tasarım ve malzeme alt boyutlarında, tatmin düzeyleri incelendiğinde; bireysel/psikolojik, rahatlama ve sosyal alt boyutlarında anlamlı fark bulunmuştur.

Eğitim durumlarına göre; hizmet kalitesinin; program kalitesi boyutu; program çeşitliliği ve çalışma zamanı, etkileşim kalitesi boyutu; müşteri çalışan etkileşimi, çıktı kalitesi boyutu; fiziksel değişim, birleşim değeri ve sosyalleşme, fiziksel çevre kalitesi boyutu; tasarım ve malzeme alt boyutlarında, tatmin düzeyleri incelendiğinde; sosyal alt boyutunda anlamlı fark bulunmuştur.

Etkinliklere katılım sürelerine göre; hizmet kalitesinin; program kalitesi boyutu; program çeşitliliği, çalışma zamanı ve bilgi, etkileşim kalitesi boyutu; müşteri çalışan etkileşimi ve müşteriler arası etkileşim, çıktı kalitesi boyutu; fiziksel değişim ve birleşim değeri, fiziksel çevre kalitesi boyutu; tasarım ve malzeme alt boyutlarında, tatmin düzeyleri incelendiğinde; tesis hizmetleri, bireysel/psikolojik, rahatlama ve sosyal alt boyutlarında anlamlı fark bulunmuştur.

Katılım sıklıklarına göre; hizmet kalitesinin; fiziksel çevre kalitesi boyutu; tasarım ve malzeme alt boyutlarında, tatmin düzeyleri incelendiğinde; tesis hizmetleri ve rahatlama alt boyutlarında anlamlı fark bulunmuştur.

Hane gelirlerine göre; hizmet kalitesinin; program kalitesi boyutu; çalışma zamanı ve bilgi, etkileşim kalitesi boyutu; müşteri çalışan etkileşimi, fiziksel çevre kalitesi boyutu; tasarım ve malzeme alt boyutlarında, tatmin düzeyleri incelendiğinde; tesis hizmetleri alt boyutunda anlamlı fark bulunmuştur.

Sonuç olarak; Belediyelerin sunduğu rekreasyonel spor hizmetlerinden yararlanan tüketicilerin hizmet kaliteleri ve tatmin düzeyleri, tüketicilerin cinsiyetlerine, yaşlarına göre, yararlandıkları etkinlik sayısına göre, sosyal statülerine, eğitim durumlarına, etkinliklere katılma sürelerine ve hane gelirlerine göre bazı açılardan farklılaşmakta bunun yanında hizmet kalitesi ve tatmin düzeyleri arasında ise anlamlı pozitif ilişkilerin olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Belediyeler tarafından sunulan hizmetlerdeki asıl amaç kar amacı gütmese de daha fazla sayıda tüketicinin sportif etkinliklerden yararlanabilmesi adına tüketiciler ile yapılacak görüşmeler ve ihtiyaç tespiti çalışmaları ile etkinlik çeşitliklerinin artması, çok amaçlı tesislerin yapılması daha fazla sayıda bireyin sportif etkinliklerden yararlanmasını sağlayacaktır.

Çalışmamızdan elde ettiğimiz sonuçlar doğrultusunda aşağıdaki önerilere yer verilmiştir;

Belediyeler tarafından sunulacak etkinlikler için tesis, alan ve malzemelerin artırılması daha fazla kitlenin yararlanabilmesi noktasında önemli olabilir,

Belediyeler tarafından sunulan etkinliklerin erkeklere yönelik çeşitlendirilmesi erkek katılımcıların sayısını arttırabilir,

Belediyeler tarafından sunulan etkinliklerin çalışma saatlerine göre düzenlenmesi katılımcı sayısının artmasını etkileyebilir.

Türkiye'ye özgü hizmet kalitesi ve spor tüketicisi tatmini düzeylerini ölçmeye yönelik ölçüm araçlarının geliştirilmesi ileride yapılacak çalışmalara faydalı olacağı düşünülmektedir.

## KAYNAKLAR

- Ağaoğlu, Y. S. (2013). Belediye başkanlarının serbest zaman yaklaşımları. *Spor ve Performans Araştırmaları Dergisi Journal of Sports and Performance Researches*, 4(2), 20-28.
- Agbor, J. M. (2011). *The relationship between customer satisfaction and service quality: a study of three service sectors in umeå*. Masters Thesis, Umeå School of Business, Sweden.
- Ağduman, F. (2014). *Üniversite öğrencilerinin boş zaman motivasyon ve tatminlerinin incelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi, Atatürk Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Erzurum.
- Ahrholdt, D.C., Gudergan, S.P. and Ringle, C.M. (2017). Enhancing Service Loyalty: The Roles of Delight, Satisfaction, and Service Quality. *Journal of Travel Research*, 56(4), 436-450.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behaviour. *Organization Behaviour and Human Decision Process*, 50, 179-211.
- Akgül, B. M. (2016). *Kentleşme ve rekreasyon*. Suat Karaküçük (Editör). *Rekreasyon bilimi*. Ankara. Gazi Kitabevi.
- Akgül, B. M., Sarol, H. ve Gürbüz, B. (2009). Rekreasyonel amaçlı hizmet veren spor işletmelerinin hizmet kalitesinin belirlenmesi. *Gazi Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, XIV(3), 33-39.
- Akyol, A., Bilgiç, P. ve Ersoy, G. (2008). *Fiziksel aktivite, beslenme ve sağlıklı yaşam*. Ankara: Klasmat Matbaacılık.
- Alexandris, K. and Palialia, E. (1999). Measuring customer satisfaction in fitness centres in greece: an exploratory study. *Managing Leisure*, 4(4), 218-228.
- Ankara Büyükşehir Belediye Başkanlığı, (2016). *2015 Faaliyet Raporu*, Ankara.
- Ardahan, F. (2013). Bireyleri rekreatif spor etkinliklerine motive eden faktörlerin remm ölçeğini kullanarak çeşitli demografik değişkenlere göre incelenmesi: Antalya örneği. *Pamukkale Spor Bilimleri Dergisi*, 4(2), 1-15.
- Ardahan, F. (2013). Rekreasyonel egzersiz güdüleme ölçeğinin rekreatif spor türüne göre incelenmesi. *Iğdır Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 4, 95-108.
- Ardahan, F. ve Yerlisu-Lapa, T. (2010). Üniversite öğrencilerinin serbest zaman tatmin düzeylerinin cinsiyete ve gelire göre incelenmesi. *Spor Bilimleri Dergisi, Hacettepe Journal of Sport Sciences*, 21(4), 129-136.
- Argan, M. (2007). *Eğlence pazarlaması*. Ankara: Detay Yayıncılık.

- Arlı, E. (2012). Yat limanı işletmeciliğinde algılanan hizmet kalitesi faktörlerinin tekrar tercih etme niyeti, tavsiye etme niyeti ve genel memnuniyet düzeyi üzerindeki etkisi. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 23(1), 19 – 32.
- Arslan, S. (2012). Kentli bireylerin rekreasyon tercihlerini etkileyen faktörlerin analizi: ankara büyükşehir belediyesi örneği. *İİB International Refereed Academic Social Sciences Journal*, Special Issue 2,3(7), 129-136.
- Ataberk, E. (2007). *Tur operatörlerinin paket tur organizasyonlarında hizmet kalitesi ile müşteri tatmini arasındaki ilişkileri belirleyen faktörler: İzmir ili örneği*. Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Atalı, L. (2015). Büyükşehir belediyeleri stratejik planlarında spor ile ilgili amaç ve hedeflerin analizi. *Spor Yönetimi ve Bilgi Teknolojileri Dergisi*, 10(1), 48-56.
- Aydın, Ş. (2007). *Hizmet işletmelerinde işgören ahlâkının hizmet kalitesi üzerindeki etkileri, hizmet kalitesi kavramlar, yaklaşımlar ve uygulamalar*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Bartlett, J. E., Kotrlık, J. W. and Higgins, C. C. (2001). Organizational research: determining appropriate sample size in survey research. *Information Technology, Learning, and Performance Journal*, 19(1), 43-50.
- Baş, M., Çelik, A. ve Solak, N. (2017). Spor işletmelerinde algılanan hizmet kalitesi üzerine bir araştırma. *Gaziantep Üniversitesi Spor Bilimleri Dergisi*, 2(4), 1-11.
- Basım, H. N. ve Argan, M. (2009). *Spor yönetimi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Biscaia, R., Correia, S., Ross, S. and Yoshida, M. (2017). Service quality and value perceptions of the 2014 fifa world cup in brazil. *Event Management*, 21, 201–216.
- Bozkurt, Ö. Ç. (2014). Planlı Davranış Teorisi Çerçevesinde Öğrencilerin Girişimci Olma Niyetlerinin İncelenmesi. *Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 3(1), 27-47.
- Caruana, A. (2002). Service loyalty the effects of service quality and the mediating role of customer satisfaction. *European Journal of Marketing*, 36(7/8), 811-828.
- Çatı, K. ve Koçoğlu, C. M. (2008). Müşteri sadakati ile müşteri tatmini arasındaki ilişkiyi belirlemeye yönelik bir araştırma. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 19, 167-186.
- Çelik, M. (2012). Müşteri memnuniyeti ve hizmet kalitesi üzerine Adıyaman Üniversitesi yemekhanesinde bir uygulama. *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 5(10), 29-54.
- Çelikezen, M. (2015). *Milli eğitim bakanlığı ödül sistemine ilişkin yönetici görüşleri (bursa ili örneği)*. Yüksek Lisans Tezi, Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Uşak.
- Çevik, H. (2013). *Beş yıldızlı otellerde düzenlenen rekreatif animasyon etkinliklerinin hizmet kalitesi*. Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Eskişehir.



- Çevik, H. ve Şimşek, K.Y. (2017). The quality of five-star hotel animation services in Turkey with regard to tourists' demographics. *Tourism*, 65(3), 280-293.
- Çevik, H., Şimşek, K.Y. ve Yılmaz, İ. (2017). The Evaluating of Service Quality in Recreational Sport Events: Kite Festival Sample. *Pamukkale Journal of Sport Sciences*, 8(1), 73-93.
- Ceyhun, S. (2006). *Spor işletmelerinde hizmet kalitesi*. Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü Ankara.
- Çimen, H. (2008). *Elektronik uçak bileti müşterilerinin satın almada süreklilik eğilimlerini etkileyen faktörlerin incelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi, Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Çimen, Z. ve Gürbüz, B. (2007). *Spor hizmetlerinde toplam kalite yönetimi*. Ankara: Alp Yayınevi.
- Clemes, M.D., Brush, G.J. and Collins, M.J. (2011). Analysing the professional sport experience: A hierarchical approach. *Sport Management Review*, 14, 370-388.
- Dahmann, N., Wolch, J., Joassart-Marcelli, P., Reynolds, K. and Jerrett, M. (2010). The active city? disparities in provision of urban public recreation resources. *Health and Place*, 16(3), 431-445.
- Demirel, H. (2013). *Rekreasyonel spor/fitness programı sunan işletmelerde hizmet kalitesi*. Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Demir-Kökşer, E. (2010). *Rekreasyonel spor hizmetleri kalite ölçeği'nin türkçe versiyonu geçerlik ve güvenilirlik çalışması (türkçe uyarlaması)*. Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Demir-Kökşer, E. ve Çimen, Z. (2012). Rekreasyonel spor hizmetleri kalite ölçeği- 38'in türkçe versiyonu geçerlik ve güvenilirlik çalışması. *Niğde Üniversitesi Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 6(3), 271-278.
- Doğan, N. Ö. ve Karkuş, Y. (2014). KFG-AHP Bütünleşik yöntemi kullanılarak turizm sektöründe hizmet kalitesinin değerlendirilmesi: göreme açık hava müzesi üzerine bir uygulama. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 9(3), 169-194.
- Doğu, G., Kesim, Ü. ve Sivrikaya, Ö. (2002). Belediyelerin sporla ilgili işlevleri: düzce belediye örneği. *Çağdaş Yerel Yönetimler*, 11(2), 89-106.
- Dölarıslan, E. Ş. ve Özer, A. (2014 ). Hizmet kalitesi, tatmin ve güvenin daha fazla ödeme eğilimi üzerindeki etkileri. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 14(1), 31-58.
- Düzenli, T., Özkan, D.G. ve Alpak, E.M. (2016). Kent Parklarının Yaşlılara Sunduğu Olanaklar Açısından İncelenmesi: Trabzon Kenti Örneği. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 4(37), 141-154.

- Edginton, C.R., Hudson, S.D., Dieser, R.B. and Erdington, S.R. (2004). *Leisure programming*. USA: Mc Graw-Hill Companies.
- Ekenci, G. ve İmamoğlu, A. F. (1998). *Spor işletmeciliği*. Ankara: Alp Ofset Matbaacılık.
- Ekici, H. (2012). Halkın sporla ilgili belediyelerden beklentileri: Gaziantep’te bir uygulama. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 1(3), 53-77.
- Eraslan, A. (2014). *Üniversite yerleşkelerindeki rekreasyonel spor merkezlerinde hizmet kalitesi*. Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Erdem, M. (2008). *Amerikan futbolu sporcularında spor güdülenme ölçeği'nin geliştirilmesi*. Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Erdoğan, S.E. (2013). *Sporda kalite yönetimi Beşiktaş örneği*. Yüksek Lisans Tezi Bahçeşehir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Ergin, M. B. (2010). *Üniversite spor merkezlerindeki algılanan hizmet kalitesinin yapısal eşitlik modeli ile incelenmesi*. Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Erten, S. (2002). Planlanmış davranış teorisi ile uygulamalı öğretim metodu. *Edebiyat Fakültesi Dergisi*, 19(2), 217-233.
- Filiz, Z. ve Yılmaz, V. (2010). Belediyelerde hizmet kalitesinin serviqual analizi ile ölçümü: Eskişehir belediyelerinde bir uygulama. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(3), 59-76.
- Gagliano, K. B. and Hathcote, J. (1994). Customer expectations and perceptions of service quality in retail apparel specialty stores. *Journal of Services Marketing*, 8(1), 60-69.
- Gagne, M. and Deci, E. L. (2005). Self-Determination theory and work motivation. *Journal of Organizational Behavior*, 26, 331–362.
- Godbey, G. C., Caldwell, L. L., Floyd, M. and Payne, L. L. (2005). Contributions of leisure studies and recreation and park management research to the active living agenda. *American Journal of Preventive Medicine*, 28(2), 150-158.
- Godbey, G., Crawford, D. W. and Shen, X. S. (2015). 20 Yıl sonrasında hiyerarşik boş zaman kısıtlar teorisini değerlendirmek. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 26(1), 114-129.
- Gökçe, H. (2008). *Serbest zaman doyumunun yaşam doyumu ve sosyo-demografik değişkenlerle ilişkisinin incelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi, Pamukkale Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Denizli.
- Göktepe, M. (2008). *Türkiye’de bayan futbolcuların sosyo-ekonomik durumları ve futbol branşına yönelme nedenleri*. Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.

- Göndelen, D. (2007). *Öğretmenevlerinde hizmet kalitesi, müşteri tatminin ölçülmesi uygulaması ve müşteri tatminini artırmaya yönelik bir eğitim modeli*. Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Güler, Ö. R. (2015). Bayrampaşa ilçesindeki demografik yapının, bayrampaşa belediyesi'nin kültür politikaları üzerindeki etkisi. *Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 1(1), 67-88.
- Gümüş, H. (2016). *Rekreasyonel alanların kullanım etkenlerinin incelenmesi*. Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Halis, M., Türkay, O. ve Akova, O. (2010). *Turizm sektörü için toplam kalite yönetimi*, Ş. Demirkol ve M. Halis (Editörler), İstanbul: Değişim Yayınları.
- Hazar, A. (2014). *Rekreasyon ve animasyon*. Genişletilmiş 4. Baskı. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Helgesen, Ø. and Nettet, E. (2007). Images, satisfaction and antecedents: drivers of student loyalty? a case study of a norwegian university college. *Corporate Reputation Review*, 10(1), 38 –59.
- Henden, H. B. and Henden, R. (2005). Yerel yönetimlerin hizmet sunumlarındaki değişim ve e-belediyecilik. *Elektronik Bilimler Dergisi*, 4(14), 48-66.
- Herstein, R., Gilboa, S. and Gamliel, E. (2014). The effect of private brands on leveraging service quality and satisfaction. *Service Marketing Quarterly*, 35, 222-235.
- Howat, G. and Assaker, G. (2013). The hierarchical effects of perceived quality on perceived value, satisfaction, and loyalty: Empirical results from public, outdoor aquatic centres in Australia. *Sport Management Review*, 16, 268-284.
- Hoyle, D. (1994). *ISO 9000 Quality system handbook*. London: Butterworth.
- İçöz, O. (2005). *Hizmet pazarlaması*. Ankara: Turhan Kitapevi.
- İnaç, H. ve Ünal, F. (2015). Avrupa yerel yönetimler özerklik şartı ve Türkiye' de belediyeler. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 17, 1-24.
- İnternet: Şener, A. Yaşlılık, Yaşam Doyumu ve Boş Zaman Faaliyetleri. URL: <http://www.webcitation.org/query?url=https%3A%2F%2Fdocs.google.com%2Fviewer%3Fembedded%3Dtrue%26url%3Dhttp%3A%2F%2Fwww.sdergi.hacettepe.edu.tr%2Fmakaleler%2Fyasamdoyum.pdf&date=2018-02-12>, Son Erişim Tarihi: 09.11.2017
- İnternet: URL: <http://www.webcitation.org/query?url=http%3A%2F%2Fwww.mapleleafweb.com%2Ffeatures%2Flocal-government-canada-organization-basic-institutions.html%23introduction&date=2018-02-12>, Son Erişim Tarihi: 28.12.2017.
- İnternet: URL: <http://www.webcitation.org/query?url=http%3A%2F%2Fwww.mevzuat.gov.tr%2FMevzuatMetin%2F1.5.5393.pdf&date=2018-02-12>, Son Erişim Tarihi: 31.07.2017.

İnternet: URL:  
<http://www.webcitation.org/query?url=http%3A%2F%2Fwww.mevzuat.gov.tr%2F%2F1.5.5216.pdf&date=2018-02-12>, Son Erişim Tarihi: 28.11.2017.

İnternet: URL:  
<http://www.webcitation.org/query?url=http%3A%2F%2Fwww.anayasa.gen.tr%2F1982ay.htm&date=2018-02-12>, Son Erişim Tarihi: 31.07.2017.

İnternet: URL:  
<http://www.webcitation.org/query?url=http%3A%2F%2Fdocplayer.biz.tr%2F117567-Mahalli-idarelerin-sporla-ilgili-islevleri-ve-spor-kuluplerine-yardimlari.html&date=2018-02-12>, Son Erişim Tarihi: 31.07.2017.

İnternet: URL:  
<http://www.webcitation.org/query?url=http%3A%2F%2Fwww.kalkinma.gov.tr%2FPages%2FKalkinmaPlanlari.aspx&date=2018-02-12>, Son Erişim Tarihi: 06.08.2017.

İnternet: URL:  
<http://www.webcitation.org/query?url=https%3A%2F%2Fwww.statcan.gc.ca%2Fpub%2F11-008-x%2F2009001%2Farticle%2F10690-eng.htm%23cont&date=2018-02-12>, Son Erişim Tarihi: 27.12.2017.

İnternet: URL:  
[http://www.webcitation.org/query?url=https%3A%2F%2Fwww.ankara.bel.tr%2Ffiles%2F6214%2F6252%2F4199%2Ffaaliyet\\_son\\_web.pdf&date=2018-02-12](http://www.webcitation.org/query?url=https%3A%2F%2Fwww.ankara.bel.tr%2Ffiles%2F6214%2F6252%2F4199%2Ffaaliyet_son_web.pdf&date=2018-02-12), Son Erişim Tarihi: 31.07.2017.

Jahanshahi, A. A., Gashti, M. A. H., Mirdamadi, S. A., Nawaser, K. and Khaksar, S. M. S. (2011). Study the effects of customer service and product quality on customer satisfaction and loyalty. *International Journal of Humanities and Social Science*, 1(7), 253-260.

Karademir, E. (2013). *Öğretmen ve öğretmen adaylarının fen ve teknoloji dersi kapsamında okul dışı öğrenme etkinliklerini gerçekleştirme amaçlarının planlanmış davranış teorisi yoluyla belirlenmesi*. Doktora Tezi, Hacettepe Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

Karaküçük, S. (1999). *Rekreasyon: boş zamanları değerlendirme*. Ankara: Bağırhan Yayınları, 3. Basım.

Karakuş, E. ve Sunay, H. (2000). sporun kitlelere yaygınlaştırılmasında, yerel yönetimlerin yeri ve fonksiyonuna ilişkin, Ankara ili metropol ilçeleri belediye meclisi üyelerinin görüşleri. *Gazi Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 3, 63-80.

Katırcı, H. ve Argan, M. (2013). *Spor pazarlaması*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayını No: 2481, Açıköğretim Fakültesi Yayını No: 1452.

Katırcı, H. ve Oyman, M. (2011). Spor merkezlerinde tüketici tatmini ve sadakat. *Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 90-100.

- Kılıç, M. ve Şener, G. (2013). Üniversite öğrencilerinin rekreasyon etkinliklerine katılımlarındaki sosyolojik etkenler ve yapısal kısıtlamalar. *Yükseköğretim ve Bilim Dergisi*, 3(3), 220-227.
- Kim, D. and Kim, S. Y. (1995). Quesc: an instrument for assessing the service quality of sport centers in korea. *Journal of Sport Management*, 9, 208-220.
- Ko, Y. J. and Pastore, D. L. (2005). A hierarchical model of service quality for the recreational sport industry. *Sport Marketing Quarterly*, 14, 84-97.
- Koçak, O., Arslan, H. ve Eti, S. (2017). Belediyelerde sosyal politika uygulamaları ve Pendik Belediyesi örneği. *OPUS – Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 7(12), 119-144.
- Koçak, Y., Tukul, U., Tolan, B., Gümüş, H. ve Tolukan, E. (2017). Analysis of Expectations and Perceptions of the Customers in Sports and Healthy Life Centers for Service Quality (Sample of Afyonkarahisar Province). *Uluslararası Rekreasyon ve Spor Bilimleri Dergisi*, 1 (1), 38-46
- Koçyiğit, M. ve Yıldız, M. (2014). Yerel yönetimlerde rekreasyon uygulamaları: konya örneği. *International Journal of Science Culture and Sport*, 2, 211-223.
- Köktaş-Kılbaş, Ş. (2004). *Rekreasyon boş zamanı değerlendirme*. 3. Baskı. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Korkuata, A. ve Halis, M. (2015). Sportif rekreasyon işletmelerinde müşterinin personelden memnuniyetini belirleyen unsurlar: Private training studio örneği. *Kastamonu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, (8), 16-24.
- Kouthouris, C. and Alexandris, K. (2005). Can service quality predict customer satisfaction and behavioral intentions in the sport tourism industry? An application of the servqual model in an outdoors setting. *Journal of Sport Tourism*, 10(2), 101–111.
- Küçük, E. (2012). Planlanmış davranış teorisi çerçevesinde mali müşavir (smmm) olma niyetinin altında yatan faktörlerin analizi. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 7(14), 145-162.
- Küçükaltan, G. (2007). Hizmet kalitesi kavramına genel bir yaklaşım ve hizmet kalitesinin önemi., Gümüsoğlu, Ş., Pınar, İ., Akan, P. ve Akbaba, A. (Editörler). *Hizmet kalitesi: kavramlar, yaklaşımlar ve uygulamalar*. 1. Baskı. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kwame, A. B. (2009). Satisfaction with recreational sports facilities and services in malaysia: demographic influences. *Annals of Leisure Research*, 12(1), 22-46.
- Lee, J. H., Kim, H. D., Ko, Y. J. and Sagas, M. (2011). The influence of service quality on satisfaction and intention: a gender segmentation strategy. *Sport Management Review*, 14, 54-63.
- Lundberg, N. R., Taniguchi, S., McCormick, B. P. and Tibbs, C. (2011). Identity negotiating: redefining stigmatized identities through adaptive sports and recreation participation among individuals with a disability. *Journal of Leisure Research*, 43(2), 205-225.

- Mercanoğlu, A. O., evik, H. ve Şimşek, K.Y. (2015). Kampüs Rekreasyonu Kapsamında Dzenlenen Sportif Rekreasyon Etkinliklerinin Hizmet Kalitesinin Değerlendirilmesi: Anadolu Üniversitesi Örneği. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 3(19), 256-267.
- Metin, T.C., Kesici, M. ve Kodaş, D. (2013). Rekreasyon Olgusuna Akademisyenlerin Yaklaşımı. *Journal of Yasar University*. 30(8), 5021-5048.
- Mithas, S., Krishnan, M. S. and Fornell, C. (2005). Why do customer relationship management applications affect customer satisfaction. *Journal of Marketing*, 69, 201-209.
- Mostert, P. G., Petzer, D.J. and Weideman, A. (2016). The interrelationships between customer satisfaction, brand loyalty and relationship intentions of generation y consumers towards smart phone brands. *S. Africa Business Management*, 47(3), 25-34.
- Munusturlar, S. (2016). Boş Zaman ve Rekreasyon Kavramı, Müge Akyıldız Munusturlar (Editör). *Rekreasyon Yönetimi*, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayını No: 3414, Açıköğretim Fakültesi Yayını No: 2265.
- Munusturlar-Akyıldız, M. ve Argan, M. (2016). *Ciddi ve kayıtsız boş zaman katılımcılarının kişilik özellikleri ile boş zaman tatmini ve yaşam tatmini arasındaki ilişki*. Ankara: Nobel Bilimsel Eserler.
- Murat, G. ve elik, N. (2007). Analitik hiyerarşi süreci yöntemi ile otel işletmelerinde hizmet kalitesini değerlendirme: Bartın örneği. *ZKÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(6), 1-20.
- Negiz, N. (2011). Sosyal yardım ve sosyal hizmet faaliyetleri açısından ısparta belediyesi: farkındalık, yararlanma ve değerlendirme açısından bir araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 16(2), 323-341.
- Nowak, P. F. (2014). Amateur sports of the elderly: a chance for health and a higher quality of life. *Advances in Aging Research*, 3, 222-229.
- Okumuş, A. ve Duygun, A. (2008). Eğitim hizmetlerinin pazarlanmasında hizmet kalitesinin ölçümü ve algılanan hizmet kalitesi ile öğrenci memnuniyeti arasındaki ilişki. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(2), 17-38.
- Oliver, R. L. (1980). A cognitive model for the antecedents and consequences of satisfaction. *Journal of Marketing Research*, 17, 460- 469.
- Oliver, R. L. (1993). Cognitive, affective, and attribute bases of the satisfaction response. *Journal of Consumer Research*, 20, 418-430.
- Oliver, R. L. (2015). *Satisfaction a behavioral perspective on the consumer*. USA: Routledge Taylor &Francis Group, Second Edition.
- Orel Demirci, F. ve Yavuz, M. C. (2003). Rekreasyonel turizmde müşteri potansiyelinin belirlenmesine yönelik bir pilot alışma. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11(11), 61-76.

- Özer, P.S. ve Özdemir, P.Ö. (2007). Hizmet kavramı, ekonomideki yeri, tanımı ve özellikleri, Gümüšoğlu, Ş., Pınar, İ., Akan, P. ve Akbaba, A. (Editörler). *Hizmet Kalitesi: Kavramlar, Yaklaşımlar ve Uygulamalar*, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Özsarı, A., Fişekçioğlu, İ. B. ve Altın, M. (2017). Gençlik merkezi faaliyetlerine katılan Suriyeli mültecilerin algıladıkları hizmet kalitesi üzerine bir araştırma. *Sosyal Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 2(1), 31-44.
- Öztaş, C. ve Zengin, E. (2008). Yerel yönetimler ve kültür hizmetleri. *Sosyal Siyaset Konferansları Dergisi*, 54, 155-180.
- Öztürk, E., Hanbay, E. ve Kaya, B. (2003). Sabah sporlarına katılan ev hanımlarının spor konusundaki bilgiler, ilgiler ve görüşlerinin incelenmesi. *İstanbul Üniversitesi Spor Bilimleri Dergisi*, 11(3), 151-156.
- Öztürk, H., Adiloğulları, İ. ve Ay-Mungay, S. (2011). Sağlıklı yaşam ve spor merkezi müşterilerinin tatmin düzeylerinin bazı demografik değişkenler açısından incelenmesi. *CBÜ Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 6(2), 31- 38.
- Öztürk, Y. ve Seyhan, K. (2005). Konaklama işletmelerinde sunulan hizmet kalitesinin artırılmasında işgören eğitiminin yeri ve önemi. *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 1, 121-140.
- Paker, S. (2010). *Denizde sportif faaliyetlere yönelik tüketici davranışı analizi*, Doktora Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A. and Berry L. L. (1985 ). A conceptual model of service quality and implications for further research. *Journal of Marketing*, 49(1), 41-50.
- Poirier, C., Germain, A. and Billette, A. (2006). Diversity in sports and recreation: a challenge or an asset for the municipalities of greater Montréal?. *Canadian Journal of Urban Research*, 15(2), 38-49.
- Ramazanoğlu, F., Altungül, O. ve Özer, A. (2004). Sportif açıdan rekreasyon etkinliklerinin değerlendirilmesi, *Doğu Anadolu Bölgesi Araştırmaları*, 176-179.
- Sağiroğlu, İ. ve Ayar, H. (2017). Fitness ve crossfit merkezlerine rekreatif egzersiz amaçlı katılımda etkili olan motivasyon faktörlerinin incelenmesi. *Uluslararası Anadolu Spor Bilimleri Dergisi*, 3, 167-179.
- Sevil, T. (2012). Boş zaman ve rekreasyon: kavram ve özellikler. Kocaekşi, S. (Editör). *Boş Zaman ve Rekreasyon Yönetimi*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayını No: 2497.
- Sezer, Ö. (2017). Maslow' un ihtiyaçlar hiyerarşisi. Neriman Aral, Tayip Duman (Editörler). *Eğitim Psikolojisi*. Pegem Akademi, Ankara.
- Shi, Y., Prentice, C. and He, W. (2014). Linking Service Quality, Customer Satisfaction and Loyalty in Casinos, Does Membership Matter?. *International Journal of Hospitality Management*, 40, 81-91.

- Şimşek, K. Y. (2017). Consumer satisfaction in the facilities where leisure activities are organized in public institution: eskisehir municipality sample. *Niğde Üniversitesi Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 11(2), 148-158.
- Şimşek, K.Y. ve Mercanoğlu, A.O. (2014). Spor tüketicisi tatmin ölçeğinin Türkçe uyarlaması: rekreatif spor tüketicisi örneği. *Spor Bilimleri Dergisi*, 25(4), 159-171.
- Stanisz, A.W. (2016). The quality of sport- recreation services with regard of fitness club for women. *Quality in Sport*, 2(2), 58-69.
- Tel, M. ve Köksalan, B. (2008). Öğretim üyelerinin spor etkinliklerinin sosyolojik olarak incelenmesi (doğu anadolu örneği). *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 18(1), 261-278.
- Temel, C. ve Akyol, E. (2016). Spor tesislerinden spor organizasyonlarına: Türkiye’ de büyükşehir belediyelerin rolü. *Journal of Human Sciences*, 13(3), 3711-3719.
- Theodorakis, N. D, Alexandris, K., Rodriguez, P. and Sarmento, P. J. (2004). Measuring customer satisfaction in the context of health clubs in Portugal. *International Sports Journal*, 8(1), 44-53.
- Theodorakis, N. D., Alexandris, K., Tsigilis, N. and Karvounis, S. (2013). Predicting spectators’ behavioural intentions in professional football: The role of satisfaction and service quality. *Sport Management Rewiev*, 16, 85-96.
- Thibault, A. ( 2008). *Public and leisure in quebec*. Canada: Presses de l’ Université du Quebec.
- Tokay Argan, M. (2009). Sanat galerilerinin sergi salonunda algılanan hizmet kalitesi boyutları. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 9(1), 1-18.
- Toprak, L., Serçek, S. ve Özaltaş-Serçek, G.(2014). Öğrencilerin üniversiteden rekreasyon aktiviteleri konusunda beklentileri. *VII. Lisansüstü Turizm Öğrencileri Araştırma Kongresi*, 592-604.
- Torjman, S. (2004). *Culture and recreation*. Canada: The Caledon Institute of Social Policy.
- Tutar, H. (2007). Erzurum'da devlet ve özel hastanelerde çalışan sağlık personelinin işlem adaleti, iş tatmini ve duygusal bağlılık durumlarının incelenmesi. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 12(3), 97-120.
- Tütüncü, Ö., Aydın, İ., Küçükusta, D., Avcı, N. ve Taş, İ. (2011). Üniversite öğrencilerinin rekreasyon faaliyetlerine katılımını etkileyen unsurların analizi. *Spor Bilimleri Dergisi Hacettepe Journal of Sport Sciences*, 22(2), 69-83.
- Uçar, A. (2014). Türkiye’ de spor ve rekreasyon politikalarının oluşumu ve bu hizmetlerin sunumu. *Yerel Politikalar*, 6, 1-22.
- Usta, R. ve Memiş, S. (2009). Hizmet kalitesi ve marka bağlılığı arasındaki ilişki üzerine müşteri tatmininin aracılık etkisi. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 23(4), 87-107.



- Üzüm, H., Yeşildağ, B., Karlı, Ü., Ünlü, H., Parlar, F.M., Çokpartal, C. ve Tekin, N. (2016). Kamu ve özel spor merkezleri müşterilerinin hizmet kalitesi algılarının incelenmesi. *Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 3(16), 167-180.
- Varcan, N., Taraktaş, A. ve Hacıköylü, C. (2013). *Yerel yönetimler*. Anadolu Üniversitesi Yayını no: 2928, Açıköğretim Fakültesi Yayını No: 1885, 2. Baskı.
- Westbrook, R. A and Oliver, R. L. (1991). The dimensionality of consumption emotion patterns and consumer satisfaction. *Journal of Consumer Research*, 18, 84-91.
- Woo, B. (2017). Testing the relationships among motivation, service quality, customer satisfaction and loyalty: a case of recreational golfers in south korea. *International Journal of Applied Sport Sciences*, 29(1), 64-76.
- Yalçınkaya, A. (2013). *Halkın belediyelerden spor hizmetlerine ilişkin beklentileri ve memnuniyetleri üzerine bir araştırma*. Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Yerlisu-Lapa, T. ve Baştaç, E. (2012). Antalya'da fitness merkezlerine devam eden bireylerin yaş, cinsiyet ve eğitimlerine göre bu merkezlere yönelik hizmet kalitesi değerlendirilmelerinin incelenmesi. *Pamukkale Journal of Sport Sciences*, 3(1), 42-52.
- Yerlisu-Lapa, T., Varol, R., Tuncel, E. F., Ağyar, E. ve Certel, Z. (2012). *Belediye'ye ait park alanlarını sportif amaçlı kullanan bireylerin katılımlarının ve beklentilerinin incelenmesi*. I.Rekreasyon Araştırmaları Kongresi, 851-865.
- Yetim, A. A. (2011). *Sosyoloji ve spor*. Ankara: Berikan Yayınevi.
- Yıldız, G. ve Akgündüz, Y. (2016). Rekreasyon araştırmaları kongrelerinde sunulan bildirilerde yararlanılan teoriler. *Journal of Recreation and Tourism Research*, 3 (2), 1-12.
- Yıldız, S.M., Duyan, M. ve Günel, İ. (2018). Hizmet kalitesinin müşteri memnuniyeti üzerine etkisi: Fitness merkezlerinde ampirik bir uygulama. *Spor Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 3(1), 1-8.
- Yüksek, G. (2016). *Toplam kalite yönetimi*. İnci Oya Coşkun (Editör). *Konaklama hizmetlerinde kalite yönetimi*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayını.
- Yüncü, D. (2013). *Boş zaman ve rekreasyon: kavram ve özellikler*. Metin Argan (Editör). *Rekreasyon yönetimi*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayını, 15.
- Yürür, Ş. (2005). *Ödüllendirme sistemleri ile örgütsel adalet arasındaki ilişkilerin analizi ve bir uygulama*. Doktora Tezi, Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bursa.
- Yüzgenç, A. A. ve Alay-Özgül, S. (2014). Yerel yönetimlerin sunduğu spor hizmetlerinde hizmet kalitesi (gençlik merkezleri ve aile yaşam gençlik merkezleri örneği). *Spor Bilimleri Dergisi Hacettepe Journal of Sport Sciences*, 25(2), 79-93.
- Zorba, E. (2015). *Herkes için yaşam boyu spor*. Ankara: Fırat Matbaacılık.





**EKLER**

## EK-1. Etik Komisyonu

Evrak Tarih ve Sayısı: 13/05/2016-E.60839



T.C.  
GAZİ ÜNİVERSİTESİ  
Etik Komisyonu



Sayı : 77082166-604.01.02-  
Konu : Değerlendirme ve Onay

Sayın Prof. Dr. A.Azmi YETİM  
Spor Yöneticiliği Bölümü Başkanlığı - Bölüm Başkanı

Tez danışmanı olduğunuz, Üniversitemiz Sağlık Bilimleri Enstitüsü Beden Eğitimi ve Spor Anabilim Dalı Doktora Öğrencisi Türkan Nihan SABIRLI'nın, tez çalışması olan "*Belediyelerin Sunduğu Rekreatif Spor Hizmetlerinden Yararlanan Tüketicilerin Hizmet Kalitesi ve Tatminlerinin İncelenmesi*" başlıklı araştırma öneriniz Komisyonumuzun 11.05.2016 tarih ve 05 sayılı toplantısında görüşülmüş olup, Üniversitemiz Etik Komisyon ilkelerine uygun olduğuna oybirliği ile karar verilmiş ve karara ilişkin imza listesi ekte gönderilmiştir.

Bilgilerinizi rica ederim.

e-İmzalıdır  
Prof. Dr. Aysu DUYAN ÇAMURDAN  
Komisyon Başkanı

EK :  
1 Liste



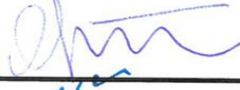

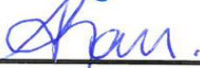

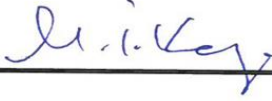


Ankara  
Tel:0 (312) 202 69 58 Faks:0 (312) 202 46 73  
İnternet Adresi :<http://etikkomisyon.gazi.edu.tr/>

Bilgi için :Nursel Güner  
Genel Evrak Sorumlusu  
Telefon No:202 20 57

Bu belge 5070 sayılı Elektronik İmza Kanununun 5. Maddesi gereğince güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır.

## EK-2. Etik Kurul Onayı

**GAZİ ÜNİVERSİTESİ  
ETİK KOMİSYONU KATILIM LİSTESİ**

TOPLANTI TARİHİ : 11.05.2016		TOPLANTI SAYISI : 06	
ADI-SOYADI		İMZA	
Prof.Dr.Aysu DUYAN ÇAMURDAN (Başkan)			
Doç.Dr.Eda KÖKSAL (Başkan Yrd.)			
Prof.Dr.Hüseyin Güçlü YAVUZCAN		KATILAMADI	
Prof.Dr.Ogün DOĞRU			
Prof.Dr.Hülya KASAPOĞLU ÇENGEL			
Prof.Dr.Adnan KAN			
Prof.Dr.F.Bilge TANRIBİLİR			
Prof.Dr.F. Nur BARAN AKSAKAL		KATILAMADI	
Doç.Dr.Cumhur TUNCER		KATILAMADI	
Doç.Dr.Mustafa İsmail KAYA			
Doç.Dr.Müjde AKTÜRK		KATILAMADI	
Doç.Dr.Ramazan YILDIZ			
Doç.Dr.Ayşe Bikem HACİÖMEROĞLU			

## EK-3. Ölçekler

Değerli Katılımcı,

Belediyeler tarafından sunulan rekreasyonel amaçlı spor hizmetlerinin kalitesine ve tüketici tatmin düzeylerine yönelik bir araştırma yapmaktayız. Ölçeği yanıtlamanızın yaklaşık 15 dakikalık bir süre alacağı tahmin edilmektedir. Sizden istenilen, ölçekte yer alan her soruya, kendi düşüncelerinizi en iyi yansıttığınızı düşündüğünüz seçeneği işaretleyerek cevap vermenizdir. **Ölçekteki sorulara vereceğiniz yanıtlar bilimsel araştırma dışında hiçbir amaçla kullanılmayacaktır.** Ayırmış olduğunuz zaman ve araştırmaya vermiş olduğunuz katkı nedeniyle şimdiden teşekkür ediyoruz.

Prof. Dr. A. Azmi YETİM  
Okt. Türkan Nihan SABIRLI

### 1 - KİŞİSEL BİGİLER

1. *Cinsiyet*      Kadın      Erkek

2. *Yaşınız? (.....)*

3. *Yararlandığınız etkinlik türünü belirtiniz( Birden fazla etkinlik belirtebilirsiniz)*

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Yüzme                          | <input type="checkbox"/> Fitness                        |
| <input type="checkbox"/> Futbol                         | <input type="checkbox"/> Step- Aerobik                  |
| <input type="checkbox"/> Yoga                           | <input type="checkbox"/> Plates -Zumba                  |
| <input type="checkbox"/> Salon Dansları(Latin, Çaç v.b) | <input type="checkbox"/> Diğer( Lütfen Belirtiniz)..... |

4. *Sosyal Statü :*

- Öğrenci    Ev Hanımı    İşçi    Memur    Serbest Meslek  
Emekli    Çalışmıyor

5. *Eğitim Durumunuz:*

- İlköğretim    Ortaöğretim    Önlisans-lisans    Lisansüstü  
Okur-Yazar Değil

6. *Etkinliklere nekadardır katılıyorsunuz?*

- 0-1 yıl    2-3 yıl    4 yıl ve üzeri

7. *Etkinliklere katılım sıklığınız?*

- Haftada 1    Haftada 2    Haftada 3    Haftada 4 ve üzeri

8. *Hane geliriniz*

- 1300 TL ve altı    1301 TL -2500 TL    2501-3500 TL    3501-4500TL  
4501TL ve üstü

## EK-3. (Devam) Ölçekler

2 - HİZMET KALİTESİ							
Tesise ilişkin hizmet kalitesine yönelik düşünceleriniz nelerdir ?	Kesinlikle Katılmıyorum						Kesinlikle Katılıyorum
1. Spor merkezinin farklı programları vardır.	1	2	3	4	5	6	7
2. Spor merkezi geniş sınıf/program çeşitliliği sunar.	1	2	3	4	5	6	7
3. Spor merkezi güncel sınıf/programlar sunar.	1	2	3	4	5	6	7
4. Spor merkezinin çalışma saatleri uygundur.	1	2	3	4	5	6	7
5. Spor merkezi sınıf/programlarının saatleri uygundur.	1	2	3	4	5	6	7
6. Spor merkezi personeline E-posta yoluyla kolayca ulaşılabilir.	1	2	3	4	5	6	7
7. Spor merkezi Web sitesi yoluyla kolayca ulaşılabilir.	1	2	3	4	5	6	7
8. Spor merkezinin aktivite ve etkinlikleri güncellenmiş bilgilerine erişim kolaydır.	1	2	3	4	5	6	7
9. Spor merkezi hakkındaki bilgilere kolayca ulaşılabilir.	1	2	3	4	5	6	7
10. Spor merkezi çalışanları işleri hakkında oldukça bilgili görünmektedir.	1	2	3	4	5	6	7
11. Spor merkezi çalışanları arkadaş canlısıdır.	1	2	3	4	5	6	7
12. Spor merkezi çalışanları sınıf/programlara katılan bireylere yardımcı olmaya isteklidir.	1	2	3	4	5	6	7
13. Spor merkezi çalışanları herhangi bir sorun çıktığında hemen harekete geçerler.	1	2	3	4	5	6	7
14. Spor merkezi çalışanları yeteneklidir/yeterlidir.	1	2	3	4	5	6	7
15. Spor merkezi çalışanları problemleri hızlı ve tatmin edici şekilde çözerler.	1	2	3	4	5	6	7
16. Spor merkezi çalışanları kullanıcılarının özel ihtiyaçlarını bilir ve etkin bir şekilde ilgilenirler.	1	2	3	4	5	6	7
17. Spor merkezinin diğer kullanıcılarının, spor merkezi hizmetlerini olumlu algılamam üzerinde pozitif etkisi vardır.	1	2	3	4	5	6	7
18. Spor merkezi sürekli kullanıcılarından genel olarak etkilenirim.	1	2	3	4	5	6	7
19. Spor merkezini programlarından yararlandıktan sonra fiziksel yetenek seviyemin arttığını hissediyorum.	1	2	3	4	5	6	7
20. Spor merkezi sınıf/programları fiziksel yeteneklerimin artmasına yardımcı olur.	1	2	3	4	5	6	7
21. Spor merkezi sınıf/programlarına katıldıktan sonra fiziksel uygunluk seviyemin arttığını hissediyorum.	1	2	3	4	5	6	7
22. Spor merkezi sınıf/programlarına katıldıktan sonra beceri seviyemin arttığını hissediyorum.	1	2	3	4	5	6	7
23. Spor merkezinde katıldığım aktiviteler yetenek seviyemi geliştirdi	1	2	3	4	5	6	7
24. Spor merkezinden ayrıldığım zaman daima istediklerimi aldığımı hissediyorum.	1	2	3	4	5	6	7
25. Spor merkezinden ayrıldığım zaman genellikle kendimi iyi hissediyorum	1	2	3	4	5	6	7
26. Spor merkezinin sınıf/programlarının sonuçlarını olumlu olarak değerlendiririm.	1	2	3	4	5	6	7
27. Spor merkezinin bana sosyal etkileşim açısından birçok fırsat sağlar	1	2	3	4	5	6	7
28. Spor merkezinin kullanıcıları arasında olmak aile ortamı hissi verir	1	2	3	4	5	6	7
29. Spor merkezinin sınıf/programlarına katılma yoluyla birçok arkadaş edindim	1	2	3	4	5	6	7
30. Spor merkezinin sınıf/programlarındaki sosyal etkileşimden gerçekten zevk aldım.	1	2	3	4	5	6	7
31. Spor merkezi temiz ve bakımlıdır	1	2	3	4	5	6	7
32. Spor merkezinin binası iyi tasarlanmıştır	1	2	3	4	5	6	7
33. Spor merkezinin bina düzenemesi amaçlarına/ihtiyaçlarıma hizmet eder	1	2	3	4	5	6	7
34. Spor merkezinin bina dizaynından etkilendim	1	2	3	4	5	6	7
35. Spor merkezinin binası estetik olarak çekicidir	1	2	3	4	5	6	7
36. Spor merkezi tarafından sağlanan malzemeler kullanıma uygundur( günceldir)	1	2	3	4	5	6	7
37. Spor merkezinde pekçok yeni egzersiz malzemeleri mevcuttur	1	2	3	4	5	6	7
38. Spor merkezi tarafından sağlanan malzemeler iyi kullanılabilir durumdadır	1	2	3	4	5	6	7

## EK-3. (Devam) Ölçekler

**3 - TÜKETİCİ TATMİNİ**

Tesise ilişkin görüşleriniz nelerdir ?

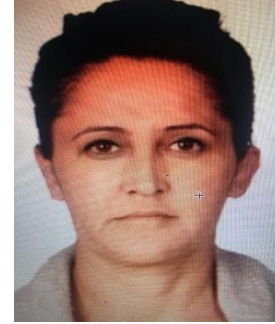
Kesinlikle Katılmıyorum = 1 Katılmıyorum = 2 Biraz Katılıyorum = 3 Katılıyorum = 4 Kesinlikle Katılıyorum = 5	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Biraz Katılıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
1. Tesisler iyi düzenlenmiştir.	1	2	3	4	5
<b>2. Tesisler temizdir.</b>	1	2	3	4	5
3. Tesisler ilgi çekicidir.	1	2	3	4	5
4. Programlar ilgimi çekiyor.	1	2	3	4	5
5. Merkezi kullanmak yeni şeyler öğrenme fırsatı veriyor.	1	2	3	4	5
6. Merkezi kullanmak bilgilerimi arttırma fırsatı veriyor.	1	2	3	4	5
7. Merkezi kullanmak özgüvenimi yükseltiyor.	1	2	3	4	5
8. Merkezi kullanmak başarı tatmini sağlıyor.	1	2	3	4	5
9. Merkezi kullanmak kendimi daha iyi tanıma fırsatı veriyor.	1	2	3	4	5
10. Programlar rahatlamama yardımcı oluyor.	1	2	3	4	5
11. Programlar daha az stresli olmama yardımcı oluyor.	1	2	3	4	5
12. Programlar psikolojik /ruhsal açıdan iyi hissetmeme katkı sağlıyor.	1	2	3	4	5
13. Merkezdeki çalışmalar /egzersizler yeni insanlarla tanışma fırsatı veriyor.	1	2	3	4	5
14. Merkezdeki çalışmalar/egzersizler sosyalleşme fırsatı veriyor.	1	2	3	4	5
15. Merkezdeki çalışmalar/egzersizler yeteneklerimi sosyal çevrede kullanma fırsatı veriyor.	1	2	3	4	5
16. Aktivite programları formumu korumamı sağlıyor.	1	2	3	4	5
17. Aktivite programları sağlığımı korumamı sağlıyor.	1	2	3	4	5
18. Aktivite programları fiziksel olarak zorlayıcıdır.	1	2	3	4	5



## ÖZGEÇMİŞ

### Kişisel Bilgiler

Soyadı, adı : SABIRLI, Türkan Nihan  
 Uyuğu : T.C  
 Doğum tarihi ve yeri : 17/07/1974 Bursa  
 Medeni Hali : Bekar  
 Telefon : 0 (222) 335 05 80  
 e-posta : turkannihans@gmail.com



### Eğitim Derecesi

### Okul/Program

### Mezuniyet Yılı

Doktora	Gazi Üniversitesi/ Sağlık Bilimleri Enstitüsü	Devam ediyor
Yüksek Lisans	Anadolu Üniversitesi/Sağlık Bilimleri Enstitüsü	2001
Lisans	Uludağ Üniversitesi/Eğitim Fakültesi Beden Eğitimi ve Spor Öğretmenliği	1995

### İş Deneyimi,

#### Yıl

#### Çalıştığı Yer

#### Görev

1995- halen

Anadolu Üniversitesi

Öğretim Görevlisi

### Yabancı Dil

İngilizce

### Yayınlar

#### Ulusal ve Uluslararası Hakemli Dergilerde Yayımlanan Makaleler

Aydın, G., Argan, M., Sabırlı, T. N. ve Sevil, T. (2010) . A different leisure activity for turkish women. *Invitation Day, World Leisure Journal*, 52(3), 94-103.

Aydın, G., Argan, M., Sevil, T. ve Sabırlı, T. N. (2014). Women day as traditional leisure activity: a study on attitudes of turkish women towards “invitation day”. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7(34), 608-620.

Gümüş, H. ve Sabırlı, T. N. (2016). Termal turizmde rekreasyonel hizmet kalitesi. *Journal of Human Sciences*, 13(3), 4453-4463.

#### Uluslararası Bilimsel Toplantılarda Sunulan ve Bildiri Kitabında (Proceedings)

#### Basılmamış Poster, Sözlü Bildiriler

Aydın, G., Sabırlı, T.N., Argan, M. ve Sevil T. (2008). *Women Day as Traditional Leisure Activity: A Study on Attitudes of Turkish Women Towards The Invitation Day*, 10. Dünya Serbest Zaman Kongresi (WLC).

- Gümüş, H. ve Sabırlı, T.N. (2015). *Recreational Services Quality In Thermal Tourism*. The 3rd International Conference on Hospitality, Leisure, Sports, and Tourism.
- Sabırlı, T.N. (2010). *The use of Leisure Time With Sport Activities* (A Research on the Acedemics in Anadolu University), 11. World Leisure Congress.
- Sabırlı, T.N., Aydın, G., Sevil, T. ve Argan, M. (2008). *Consumption for Another People: A Study On Symbolic Consumption Habits Of Turkish*, 13. ECSS ESTORIL.
- Sabırlı, T.N., Aydın, G., Sevil, T. ve Argan, M. (2008). *A Different Leisure Activity For Women*, 10. Dünya Serbest Zaman Kongresi (WLC).





*GAZİLİ OLMAK AYRICALIKTIR..*