

**ÜNİVERSİTE YERLEŞKELERİNDEKİ
REKREASYONEL SPOR MERKEZLERİNDE HİZMET KALİTESİ**

Ali ERASLAN

**YÜKSEK LİSANS TEZİ
BEDEN EĞİTİMİ VE SPOR ANABİLİM DALI**

**GAZİ ÜNİVERSİTESİ
SAĞLIK BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ**

EKİM 2014

Ali ERASLAN tarafından hazırlanan “Üniversite Yerleşkelerindeki Rekreatif Spor Merkezlerinde Hizmet Kalitesi” adlı tez çalışması aşağıdaki jüri tarafından OY BİRLİĞİ ile Gazi Üniversitesi Beden Eğitimi ve Spor Anabilim Dalında YÜKSEK LİSANS TEZİ olarak kabul edilmiştir.

Danışman: Doç. Dr. Zafer ÇİMEN

Beden Eğitimi ve Spor Anabilim Dalı, Gazi Üniversitesi

Bu tezin, kapsam ve kalite olarak Yüksek Lisans Tezi olduğunu onaylıyorum

Başkan : Prof. Dr. Azmi YETİM

Beden Eğitimi ve Spor Anabilim Dalı, Gazi Üniversitesi

Bu tezin, kapsam ve kalite olarak Yüksek Lisans Tezi olduğunu onaylıyorum

Üye : Doç. Dr. Oğuz ÖZBEK

Spor Yönetim Bilimleri, Ankara Üniversitesi

Bu tezin, kapsam ve kalite olarak Yüksek Lisans Tezi olduğunu onaylıyorum

Tez Savunma Tarihi:

09/10/2014

Jüri tarafından kabul edilen bu tezin Yüksek Lisans Tezi olması için gerekli şartları yerine getirdiğini onaylıyorum.

.....
Doç. Dr. Ufuk KOCA ÇALIŞKAN
Sağlık Bilimleri Enstitüsü Müdürü

ÜNİVERSİTE YERLEŞKELERİNDEKİ
REKREASYONEL SPOR MERKEZLERİNDE HİZMET KALİTESİ
(Yüksek Lisans Tezi)

Ali ERASLAN

GAZİ ÜNİVERSİTESİ
SAĞLIK BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ

Ekim 2014

ÖZET

Bu araştırmanın amacı, devlet ve vakıf üniversitesi yerleşkelerindeki rekreasyonel spor merkezlerinin hizmet kalitesini öğrenci algıları çerçevesinde karşılaştırmaktır. Araştırmaya, üç devlet üniversitesinden 266, üç vakıf üniversitesinden 269 olmak üzere toplam 535 (383 erkek, 152 kadın) öğrenci katılmıştır. Araştırmada, Ko ve Pastore (2005) tarafından geliştirilen Rekreasyonel Spor Hizmetleri Kalite Ölçeği: RSHKÖ (The Scale of Service Quality in Recreational Sports: SSQRS) kullanılmıştır. Ölçeğin Türkçe uyarlaması Köşker Demir ve Çimen (2012) tarafından yapılmıştır. Verilerin analizinde; üniversite türüne ve katılımcıların demografik özelliklerine göre hizmet kalitesi algı düzeylerinin farklılığını belirlemek için t-Test, Mann-Whitney U, Kruskal-Wallis ve tek yönlü varyans analizi (ANOVA) testleri uygulanmıştır. Gruplar arasındaki farklılıkları belirlemek için ise Mann-Whitney U ve Tukey testleri kullanılmıştır. Araştırma bulgularında, üniversite türüne göre RSHKÖ toplam puanında anlamlı bir fark görülmüştür ($p<0,05$). Ayrıca, RSHKÖ “program kalitesi” ve “fiziki çevre kalitesi” alt boyutlarında da anlamlı bir fark bulunmuştur ($p<0,05$). Sonuç olarak, vakıf üniversitesi yerleşkelerindeki rekreasyonel spor merkezlerini kullanan öğrencilerin hizmet kalitesi algıları RSHKÖ “program kalitesi” ve “fiziki çevre kalitesi” alt boyutunda ve kalite algısı toplam puanlarında devlet üniversitesindeki öğrencilerden daha yüksektir.

Bilim Kodu : 1301
Anahtar kelimeler : Yerleşke, Spor Merkezi, Rekreasyon, Hizmet Kalitesi
Sayfa Adedi : 87
Danışman : Doç. Dr. Zafer ÇİMEN

THE SERVICE QUALITY OF RECREATIONAL SPORTS CENTERS
ON UNIVERSITY CAMPUSES

(M. Sc. Thesis)

Ali ERASLAN

GAZİ UNIVERSITY
INSTITUTE OF HEALTH SCIENCES

October 2014

ABSTRACT

The aim of this study was to compare state and private recreational sports centers in the framework of the students' perceptions of service quality on university campuses. In a total of 535 voluntary students (383 male and 152 female) participated to the study including 269 from the three private universities and 266 from the three state universities. In the study, the Scale of Service Quality in Recreational Sports: SSQRS developed by Ko and Pastore (2005) was used as data collection tool. Turkish version of the scale was conducted by Köşker Demir and Çimen (2012). In the analysis of data; to determine the differences in the perception of service quality level according to the university type and demographic characteristics of the participants, t-test, Mann-Whitney U, Kruskal-Wallis, one-way analysis of variance (ANOVA) tests were applied. Mann-Whitney U test and Tukey tests were used to determine differences between groups. Findings of the research, a significant difference was seen in the SSQRS total score according to the university type ($p < 0.05$). Also, a significant difference was found in the sub-dimensions of "program quality" and "physical environmental quality" ($p < 0.05$). As a result, service quality perception levels of students in private universities is higher than students in public universities in the sub-dimension of "program quality", "physical environment quality" and the total score of the Scale of Quality in Recreational Sports Services.

Science Code : 1301
Keywords : Campus, Sports Center, Recreation, Service Quality
Page Number : 87
Supervisor : Assoc. Prof. Dr. Zafer ÇİMEN

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.

Ali ERASLAN

09.10.2014

TEŞEKKÜR

Çalışmalarım boyunca değerli yardım ve katkılarıyla beni yönlendiren, kıymetli tecrübelerinden faydalandığım danışmanım Doç. Dr. Zafer ÇİMEN'e; tez jurisinde bulunan değerli öneri ve yorumları için Prof. Dr. Azmi Yetim ve Doç. Dr. Oğuz Özbek'e; tezin istatistik kısmında yardımlarını esirgemeyen Doç. Dr. Bülent GÜRBÜZ ve Araş. Gör. Ozan SEVER'e; tezin her aşamasında eleştiri, destek ve yardımlarıyla yanımda olan Araş. Gör. Sümer ALVURDU ve Araş. Gör. Özgün PARASIZ'a teşekkürü borç bilirim.

Son olarak, manevi destekleriyle beni hiçbir zaman yalnız bırakmayan çok değerli aileme ve eşim Gülseda ERASLAN'a teşekkür ederim.

İÇİNDEKİLER

	Sayfa
ÖZET	iv
ABSTRACT	v
TEŞEKKÜR	vi
İÇİNDEKİLER	vii
ÇİZELGELERİN LİSTESİ	ix
ŞEKİLLERİN LİSTESİ	x
SİMGELER VE KISALTMALAR.....	xi
1. GİRİŞ	1
2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE VE İLGİLİ ARAŞTIRMALAR	7
2.1. Kalite Kavramı	7
2.2. Toplam Kalite Yönetimi (TKY) Kavramı.....	8
2.3. Hizmet Kavramı	12
2.4. Hizmet Kalitesi Kavramı	17
2.5. Spor Hizmetleri Kavramı	27
2.6. Sporda Hizmet Kalitesi.....	28
2.7. Spor Hizmetlerinde Kalite Algısını Belirleyen Unsurlar.....	28
2.8. Spor Merkezlerinde Algılanan Hizmet Kalitesi İle ilgili Çalışmalar	32
2.9. Spor Hizmetlerinde Toplam Kalite Yönetimi	36
2.10. Rekreasyon Tanım ve Kavramlar	37
2.11. Yerleşke Rekreasyonu	40
2.12. Rekreasyon ve Spor	41
3. YÖNTEM	43
3.1. Araştırmanın Modeli.....	43

3.2. Evren ve Örneklem	43
3.3. Veri Toplama Aracı.....	43
3.4. Veri Toplama	44
3.5. Veri Çözümleme.....	44
4. ARAŞTIRMA BULGULARI.....	47
3.1. Betimsel İstatistik Bulguları.....	47
3.2. Açıklayıcı İstatistik Bulguları	47
5. TARTIŞMA.....	63
6. SONUÇ VE ÖNERİLER.....	71
KAYNAKLAR	75
EKLER.....	83
EK-1. Ölçek formları	84
ÖZGEÇMİŞ	87

ÇİZELGELERİN LİSTESİ

Çizelge	Sayfa
Çizelge 1. Parasuman ve diğerlerinin hizmet kalitesi boyutları.....	24
Çizelge 2. Katılıma dayalı spor hizmetlerinde hizmet kalitesi modelleri	36
Çizelge 3. Rekreatyoneel Spor Hizmetleri Kalite Ölçeğinde yer alan maddelerin alfa güvenirlik katsayıları	45
Çizelge 4. Üniversite spor merkezini kullanan öğrencilerinin betimsel değişkenlerine göre dağılımları.....	47
Çizelge 5. Katılımcıların RSHKÖ puanlarının, “ <i>üniversite türü</i> ”ne göre t-testi sonuçları	48
Çizelge 6. Devlet üniversitelerinde katılımcıların RSHKÖ puanlarının, “ <i>cinsiyet</i> ” değişkenine göre Mann Whitney U-Testi sonuçları.....	49
Çizelge 7. Vakıf üniversitelerinde katılımcıların RSHKÖ puanlarının, “ <i>cinsiyet</i> ” değişkenine göre Mann Whitney U testi sonuçları	50
Çizelge 8. Devlet üniversitelerinde katılımcıların RSHKÖ puanlarının, “ <i>yaş</i> ” değişkenine göre Kruskal-Wallis sonuçları	51
Çizelge 9. Vakıf üniversitelerinde katılımcıların RSHKÖ puanlarının, “ <i>yaş</i> ” değişkenine göre Kruskal-Wallis sonuçları	52
Çizelge 10. Devlet üniversitelerinde katılımcıların RSHKÖ puanlarının, “ <i>tesisi kullanım süresi (yıl)</i> ” değişkenine göre ANOVA sonuçları	53
Çizelge 11. Vakıf üniversitelerinde katılımcıların RSHKÖ puanlarının, “ <i>tesisi kullanım süresi (yıl)</i> ” değişkenine göre ANOVA sonuçları	54
Çizelge 12. Devlet üniversitelerinde katılımcıların RSHKÖ puanlarının, “ <i>tesisi kullanım sıklığı</i> ” değişkenine göre Kruskal-Wallis sonuçları ..	55
Çizelge 13. Vakıf üniversitelerinde katılımcıların RSHKÖ puanlarının, “ <i>tesisi kullanım sıklığı</i> ” değişkenine göre Kruskal-Wallis sonuçları .	57
Çizelge 14. Devlet üniversitelerinde katılımcıların RSHKÖ puanlarının, “ <i>tesisi kullanım süresi</i> ” değişkenine göre Kruskal-Wallis sonuçları ..	58
Çizelge 15. Vakıf üniversitelerinde katılımcıların RSHKÖ puanlarının, “ <i>tesisi kullanım süresi</i> ” değişkenine göre Kruskal-Wallis sonuçları ..	60

ŞEKİLLERİN LİSTESİ

Şekil	Sayfa
Şekil 1. Fiziksel elemanlar	21
Şekil 2. Etkileşim kalitesi elemanları	21
Şekil 3. Hizmet stili ve katılım stili uyumu	22
Şekil 4. Hizmet kalitesi modeli	24
Şekil 5. Dört boyutlu spor hizmetleri modeli	29

SİMGE VE KISALTMALAR LİSTESİ

Bu çalışmada kullanılmış bazı simge ve kısaltmalar, açıklamaları ile birlikte aşağıda sunulmuştur.

Simgeler	Açıklamalar
\geq	Büyük eşit
\leq	Küçük eşit
Kısaltmalar	Açıklamalar
ABD	Amerika Birleşik Devletleri
TKY	Toplam kalite yönetimi
HK	Hizmet kalitesi
SERVQUAL	Service quality
CERM	Centre for environmental and recreation management
CSQ	Customer service quality
SAFS	Scale of attributes of fitness services
QUESC	Quality excellence of sports centres
SSQPS	The scale of service quality for participant sport
SSQRS	The scale of service quality in recreational sport
RSHKÖ	Rekreasyonel spor hizmetleri Kalitesi ölçeği
SQAS	Service quality assesment scale
SPSS	Statistical Package for the Social Sciences
RSHKÖ	Rekreasyonel Spor Hizmetleri Kalite Ölçeği

1.GİRİŞ

Problem Cümlesi

Devlet ve vakıf üniversitesi yerleşkelerindeki rekreasyonel spor merkezlerinde hizmet kalitesi bakımından farklılık var mıdır?

Araştırmanın Amacı ve Önemi

Son yirmi yılı aşkın bir süredir hizmet sektörünün ekonomi içindeki yeri ve önemi, gelecekte görünen gelişme potansiyeli ve rekabet ortamı, hizmet işletmelerini amaçlarını gerçekleştirebilmek ve varlıklarını sürdürürebilmek için kaliteli hizmet üretmeye zorlamaktadır [1]. Benzer şekilde, hizmet sektörü içinde önemli bir yere sahip spor endüstrisinde de farklı kuruluşlar tarafından sunulan hizmete yönelik taleplerin [2] ve buna paralel olarak da spor hizmeti sunan işletmelerin sayılarının da günden güne arttığı görülmektedir. Bu bağlamda sürekli artan rekabet ortamında işletmeler rakipleri arasından kendilerinin tercih edilen olması için çeşitli arayışlar içerisine girmektedir. Bu arayışla birlikte, her girişimci çok hızlı bir şekilde müşteri odaklı pazar yapısı içerisinde yer edinme ve varlığını sürdürme yarışındadır [3].

Spor işletmelerinin bunu gerçekleştirebilmesi kuşkusuz, müşterilerinin istek ve ihtiyaçlarını karşılayabilecek yeterlilikte olmasına bağlıdır. Ancak bunu gerçekleştiren spor işletmeleri sadık müşteriler yaratarak rekabet ortamı içinde ayakta kalabilme şansına sahip olacaktır.

Genel manada işletmeler, rekabet ortamında varlıklarını sürdürürebilmek için kar amacı gütsede sosyal amaçların öne çıktığı ve kar amacı gütmeyen işletmeler de vardır. Bu işletmeler, temelde toplumun sosyal ihtiyaçlarını karşılayacak hizmetleri, üretip pazarlamak üzere faaliyette bulunurlar [4]. Bu amaçla spor hizmeti veren işletmelerden bir tanesi de üniversitelerdir.

Her yıl yeniden büyük bir heyecanla üniversite seçimlerini yapan yeni öğrencilerin bir üniversiteyi diğer birçok üniversite arasından araştırıp beğenmesi, seçtikleri

üniversiteyle aralarında bir duygusal bağ oluşturup kendilerini bu üniversitenin ayrılmaz bir parçası gibi hissetmeleri, o üniversitelerin sunacağı pek çok hizmet değişkenine bağlıdır. Günümüzde pek çok üniversite bu gibi seçim değişkenlerine ve öğrencilerin beğenilerine önem verdiklerini, kamuoyuyla açık ve şeffaf bir şekilde paylaşmaktadırlar. Üniversitelerin sunduğu başlıca hizmet değişkenleri şu şekilde sıralanabilir [5];

- Akademik program çeşitliliği,
- Yerleşke yemek hizmetleri,
- Sosyal sorumluluk projeleri,
- Müzik ve güzel sanatlar alanında sunulan etkinlikler,
- Öğrenci danışmalık hizmetleri,
- Rekreatif spor etkinlikleri.

Bu hizmetler, öğrencilerin serbest zamanlarının yanısıra sosyal ve kişisel yaşamı üzerinde etkili olmaktadır [6].

Yukarıda belirtilen üniversitelerin sunduğu hizmet değişkenleri arasında yer alan rekreatif spor etkinlikleri öğrencilerin serbest zamanlarını değerlendirmelerinde çok önemli bir yer tutmaktadır [5]. Çünkü spor merkezlerini kullanımı gibi rekreatif etkinlikler özellikle üniversite yerleşkelerinde ülkenin geleceğini şekillendirecek bireylerin her açıdan eğitilmesi ve sağlıklı bir yaşam sürmesi açısından önemli rol oynamaktadır. Bu nedenle, ister kamu ister özel olsun yükseköğretim kurumları verdikleri bu hizmetler ile öğrencileri memnun etmeli ve bu memnuniyeti sürekli hale getirebilmelidir [7].

Özellikle son yıllarda üniversite sayılarında yaşanan artışla birlikte, üniversiteler arasındaki rekabette artmaktadır. Bu nedenle, üniversitelerde verilen hizmetin kaliteli olması ve ihtiyaçlara cevap verebilmesi de önemli hale gelmektedir. Dolayısıyla, üniversiteler öğrencilerin beklentilerini iyi anlamalı ve hizmetlerini bu beklentileri karşılayabilecek şekilde tasarlanmalıdır.

Bu noktadan hareketle, üniversitelerin sunduğu hizmetlerde önemli bir yere sahip olan rekreasyonel spor hizmetleri kalitesinin, devlet ve vakıf üniversitesi öğrencileri tarafından nasıl algılandığını belirlemek araştırmanın amacını oluşturmaktadır.

Kavramlar ve Tanımları

Kalite: “Tüketicinin bir mal ya da hizmetin, bütün olarak, mükemmelliği veya üstünlüğü hakkındaki değerlendirmesi” olarak tanımlanmaktadır [8].

Toplam Kalite Yönetimi: “Müşteri ihtiyaçlarını yerine getirebilmek için kullanılan insan, iş, ürün ve/veya hizmet kalitelerinin sistematik bir yaklaşım ile tüm çalışanların katkıları ile sağlanmasıdır” [9].

Hizmet: “Tüketicilerin mülkiyetle ilişkisi olmaksızın satın aldıkları faydalardır” [10].

Hizmet Kalitesi: “Müşterilerin hizmetten beklentileri ile hizmet sunumu sırasında, hizmetin başarımına yönelik algılarının bir sonucudur” [11].

Rekreasyon: Bireylerin boş zamanlarının, özgürce seçilmiş, gönüllü olarak yapılan, aktif veya pasif katılımlı etkinliklerle değerlendirilmesidir [12].

Spor merkezi: “Belli imkânları ve personeli ile insanların egzersiz yapmalarını sağlayan işletmeleridir” [13].

Araştırmanın Hipotezleri

- Üniversite yerleşkelerindeki rekreasyonel spor merkezlerini kullanan öğrencilerin hizmet kalitesini algılamalarında *üniversite türüne (devlet-vakıf)* göre anlamlı bir farklılık vardır.
- Devlet üniversitesi yerleşkelerindeki rekreasyonel spor merkezlerini kullanan öğrencilerin hizmet kalitesini algılamalarında *cinsiyete* göre anlamlı bir farklılık vardır.

- Vakıf üniversitesi yerleşkelerindeki rekreasyonel spor merkezlerini kullanan öğrencilerin hizmet kalitesini algılamalarında *cinsiyete* göre anlamlı bir farklılık vardır.
- Devlet üniversitesi yerleşkelerindeki rekreasyonel spor merkezlerini kullanan öğrencilerin hizmet kalitesini algılamalarında *yaşa* göre anlamlı bir farklılık vardır.
- Vakıf üniversitesi yerleşkelerindeki rekreasyonel spor merkezlerini kullanan öğrencilerin hizmet kalitesini algılamalarında *yaşa* göre anlamlı bir farklılık vardır.
- Devlet üniversitesi yerleşkelerindeki rekreasyonel spor merkezlerini kullanan öğrencilerin hizmet kalitesini algılamalarında *tesis kullanım süresine* göre anlamlı bir farklılık vardır.
- Vakıf üniversitesi yerleşkelerindeki rekreasyonel spor merkezlerini kullanan öğrencilerin hizmet kalitesini algılamalarında *tesis kullanım süresine* göre anlamlı bir farklılık vardır.
- Devlet üniversitesi yerleşkelerindeki rekreasyonel spor merkezlerini kullanan öğrencilerin hizmet kalitesini algılamalarında *tesis haftalık kullanım sıklığına* göre anlamlı bir farklılık vardır.
- Vakıf üniversitesi yerleşkelerindeki rekreasyonel spor merkezlerini kullanan öğrencilerin hizmet kalitesini algılamalarında *tesis haftalık kullanım sıklığına* göre anlamlı bir farklılık vardır.
- Devlet üniversitesi yerleşkelerindeki rekreasyonel spor merkezlerini kullanan öğrencilerin hizmet kalitesini algılamalarında *tesis günlük kullanım süresine* göre anlamlı bir farklılık vardır.
- Vakıf üniversitesi yerleşkelerindeki rekreasyonel spor merkezlerini kullanan öğrencilerin hizmet kalitesini algılamalarında *tesis günlük kullanım süresine* göre anlamlı bir farklılık vardır.

Sınırlılıklar

Araştırma aşağıdaki konularla sınırlandırılmıştır. Bunların dışında kalan konular araştırmanın kapsamı dışındadır.

- Araştırmada elde edilen veriler, Ankara ilindeki üç devlet, üç vakıf olmak üzere toplam altı üniversitenin yerleşkelerinde yer alan rekreasyonel spor merkezlerini kullanan öğrencilerin algıladıkları hizmet kalitesi ile sınırlıdır.
- Rekreasyonel spor merkezleri kavramı, üniversite merkezlerinde yer alan ve içerisinde çeşitli programlar sunan fitness merkezleri ile sınırlıdır.
- Araştırma, bilgi toplama aracı olarak kullanılan RSHKÖ'nden elde edilen bulgular ile sınırlıdır.

Sayıltılar

Araştırma yapılırken ve bulgular yorumlanırken, aşağıdaki hususlar göz önünde tutulmuştur.

- Ulaşılan örneklem grubunun, evreni temsil ettiği kabul edilmiştir.
- Ölçeğe verilen cevapların doğru ve objektif olduğu kabul edilmiştir.
- Ölçek, gönüllü bireylere uygulanmıştır.

2. Kavramsal Çerçeve ve İlgili Araştırmalar

2.1. Kalite Kavramı

Etimolojik kökeni, Latince “nasıl oluştuğu” anlamına gelen “qualis” kelimesine dayanan [14] kalitenin sözlük anlamı, “bir şeyin iyi veya kötü olma özelliği, herhangi bir bakımdan üstün olma” diye tarif edilmektedir [15]. Günümüzde kalite kelimesi hangi mal veya hizmet için kullanılıyorsa onun üstün nitelikte, iyi olduğu anlamı gelmektedir.

Kalite ile ilgili ilk kayıtlar M.Ö. 2150 yılına kadar uzanır. Ünlü Hammurabi Kanunları'nın 29. Maddesinde şu ifadeler yer alır; “eğer bir inşaat ustası bir adama ev yapar ve yapılan ev yeterince sağlam olmayıp ev sahibinin üzerine çökerek ölümüne sebep olursa o inşaat ustasının başı uçurulur”. Bu ifadeden anlaşıldığı gibi kalite ile ilgili çalışmalar -en ilkel biçimiyle de olsa- M.Ö. 4000 yıl kadar önce başlamış ve günümüze kadar gelişerek devam etmiştir [16].

Bu gelişimin en önemli adımları Japonya'da, 1950'lerde Deming ve Juran gibi öncüler tarafından başlatılmıştır. 1950'lere kadar, kalite tanımlarının, müşterilerin gerçekten ne istediğine ilişkin bilgiler yerine uzmanların müşterilerin istediğini düşündüğü şeylere dayandırma eğiliminin var olduğunu öne sürmüştür [17]. Ancak bugünlerde neredeyse bütün sektörlerde ve toplumda sıkça duyulan ve kullanılan kalite kavramı, özellikle organizasyon ve yönetim bilimi içerisinde birçok araştırmacı ve uzman tarafından çeşitli açılardan değerlendirilerek 1950 öncesine göre çok daha farklı şekillerde tanımlanmıştır. Örneğin, Amerikan Kalite Kontrol Derneği tarafından “bir mal ya da hizmetin belirli bir gerekliliği karşılayabilme yeteneklerini ortaya koyan karakteristiklerinin tümü” şeklinde tanımlanan kalite [18]; genel anlamıyla, “üretildiği yerde tüketilen bir iş ya da eylem, verim, başarı, sosyal olay ve çabaların tümü” şeklinde yorumlanmıştır [1]. En basit haliyle “standartlara uygunluk” olarak tanımlanabilen kalite [19], “bir ürün ya da hizmetin istenen özelliklere sahip olması ile tasarım kalitesini, müşteriye sunulan ürünün belirlenmiş olan tasarıma ne kadar uygun olduğu ile de uygunluk kalitesini ifade etmektedir” [20].

Ovretveit, kaliteyi “yüksek otoriteler ve alıcılar tarafından oluşturulan sınırlamalar ve direktifler dâhilinde, organizasyonlara en düşük maliyetle mal olacak şekilde ve aynı zamanda hizmete en çok ihtiyaç duyanların ihtiyaçlarını en üst düzeyde karşılama yetisi” olarak ifade etmiştir [21]. Ticari terimler sözlüğünde ise kalite, üretim girdisi olarak kullanılmak veya piyasaya sürülmek üzere hazırlanmış bir malın teknolojik, ekonomik değerlendirmeler veya tüketici beğenileri açısından resmi veya gayri resmi şekillerde belirlenen ayırıcı nitelik olarak tanımlanmıştır [22]. Bu bakış açısı ile kalite, müşteri gereksinimleriyle başlayan ve gereksinimlerin tatmini ile sona eren bir süreç olarak değerlendirilmektedirler [23].

Dr. Noriaki Kano’ nun önerdiği, müşteri memnuniyeti açısından kalitenin özel üç temel ögesi: beklenen kalite, tatmin eden kalite ve memnun eden kalitedir [24].

- *Beklenen kalite*, müşterinin beklediği ve dolayısıyla ayrıca talep etmeye gerek duymadığı özellik veya karakteristikleri belirtir.
- *Tatmin eden kalite*, müşterinin özel olarak talep ettiği özellik veya karakteristikleri belirtir. Bu özellikler bulunmadığında müşteri tatmin olmaz. Tatmin eden kalite müşteri beklentilerini karşılar ama aşmaz.
- *Memnun eden kalite*, müşterinin istemediği çünkü varlığından haberdar olmadığı özellik ve karakteristikleri belirtir. Bu özellikler bulunduğu müşteri çok memnun olur, bulunmadığında ise memnuniyetsizlik göstermez.

Beklenen kalite müşteri memnuniyetsizliğini önleyebilmelidir. Tatmin eden kalite müşterilerin beklentilerini karşılayarak onları tatmin edecek şekilde olmalıdır. Memnun eden kalite ise müşteri beklentilerini aşarak onları memnun etmelidir [24].

Hizmet sektörünün gelişebilmesinde kilit noktanın kalite olması ve beklenen kalite düzeyine ulaşılmadığı zaman her türlü olumsuz itibarla kurumun yüzleşmek durumunda kalması kalitenin önemini daha da arttırmaktadır [25]. Ayrıca, günümüzde yeteri kadar iyi olmak rekabette üstünlük sağlamak için yeterli değildir. Bu nedenle, işletmeler müşteri beklentilerini dikkate almalı ve sürekli gelişen müşteri ihtiyaçlarına odaklanmalıdır [26].

2.2. Toplam Kalite Yönetimi (TKY) Kavramı

Bu bölümde “Toplam Kalite Yönetimi Kavramı” başlığı altında toplam kalite yönetiminin tanımı, temel ilkeleri ve sağladığı yararlar açıklanmıştır.

Kalitenin gelişim sürecinde, kalite kavramından kalite yönetimine ve bunun tüm organizasyona yansımaları olarak toplam kalite yönetimi kavramına gelinmiştir.

Toplam Kalite Yönetiminin Tanımı

Günümüzde tüm işletmeler giderek artan rekabetçi baskılarla karşı karşıyadır. Dünyadaki hızlı değişim ve gelişmeye ayak uydurabilmenin en iyi yolu ise, kaliteyi yükselterek rekabet gücü kazanmaktır. Bu da çağdaş bir yönetim şekli olarak kabul edilen toplam kalite yönetimi ile mümkündür [27].

TKY modeli 1926 yılında Henry Ford tarafından ortaya atılmıştır. Bu kavram 1950’li yıllarda Japonlar tarafından benimsenmiştir. 1970’li yıllarda kalite ile ilgili yapılan çalışmalarda TKY anlayışı daha çok ön plana çıkmıştır [28]. Toplam kalite yönetimi, müşteri ihtiyaçlarını yerine getirebilmek için kullanılan insan, iş, ürün ve/veya hizmet kalitelerinin sistematik bir yaklaşımla tüm çalışanların katkıları ile sağlanmasıdır. Bu yönetim şeklinde uygulanan her süreçte tüm çalışanların fikir ve hedefleri kullanılmakta ve tüm çalışanlar kaliteye dahil edilmektedir. Toplam kalite yönetimi; “uzun dönemde müşterilerin tatmin olmasını başarmayı, kendi personeli ve toplum için yararlar elde etmeyi amaçlar ve kalite üzerine yoğunlaşır. Tüm personelin katılıma dayalı bir yönetim modelidir” [9].

Toplam kalite yönetimi, özellikle sıfır hata, müşteri odaklı olma ve çalışanların katılımını gerektirmesi nedeniyle insan, insan ilişkileri, hatayı kaynağından yok etmenin önemli olduğu bir yönetim felsefesidir [29]. En geniş anlamıyla ise TKY; “bir işletme içindeki tüm insanların karşılıklı işbirliğiyle parasal değerinde mal ve hizmet üretmek için iş süreçleriyle ilgili ve ilişkili olarak müşteri beklentilerini ve ihtiyaçlarını karşılayacak ve hatta onu da aşacak biçimde ele alan yönetim biçimidir [30].

Toplam Kalite Yönetiminin Temel İlkeleri

Her yönetim anlayışını ortaya koyan temel ilkeler gibi, toplam kalite yönetimini belirleyen ilkeler de vardır. Bu ilkeleri, çok farklı şekilde sınıflandıran kaynakların bulunmasına rağmen dört grupta incelemek mümkündür [31].

1. *İnsanlar*: Bir işletmede kalite hiç kimsenin tek başına sorumluluğunda olan bir kavram değil, aksine herkesin sorumlu olduğu bir kavramdır. Böyle bir sorumluluğu taşıyacak olanlar ise, insanlar (çalışanlar) olduğu için, bu felsefenin uygulanmasında insan kaynakları yönetimi ayrı bir önem taşır. “Önce insan anlayışı” içinde, bireyi, öncelikle yetkilendirmek ve bunun başarılabilmesi ve uygulanabilmesi için, onun kalitesini artıracak çalışmalarda bulunmak çok önemlidir. Çalışan insanın gerek teknik bilgi, gerekse bu ortamın zorunlu koşulu olan takım çalışmasını yapabilecek biçimde çeşitli yeteneklerle (haberleşme gibi) zenginleştirilmesi ve eğitilmesi TKY felsefesinin ayrılmaz parçalarıdır. “Değişimlere uygun olarak geliştirilen insan gücü” nün anlamı ise, daha fazla motive olmuş, sistemin gelişiminin sürekli hale gelmesini sağlayan beşeri kaynağın işletme tarafından etkinlikle kullanılmasıdır [32].
2. *Sürekli gelişim*: Süreç geliştirme, Japonların “Kaizen” olarak adlandırdığı ve insanın her geçen gününün bir öncekinden daha iyi olabilmesi için çaba sarfetmesine dayanan sürekli gelişim, Deming döngüsü olarak bilinen, planla-uygula-kontrol et ve düzelt sürecidir [31]. Rekabetin yoğunlaştığı dünyada istenilen kalite düzeyinin belirlenmesi ve ona ulaşım ancak sürekli gelişimle mümkün olabilir. Bu nedenle, işletmelerin en alt düzeyde süreçten, tüm şirketi içine alan hedeflere yönetim sistemine kadar bütün planlama ve uygulama çalışmalarını bu anlayışa göre düzenlemesi gerekir [33]. Bir işletmede sürekli gelişimin her aşaması, bir anlamda mükemmelle ulaşmanın bitmeyen ve bitmeyecek bir kovalamacasıdır. Bu kovalamacada atılan her adım, TKY'nin başarısını artıran bir sonuçtur [32].
3. *Tam katılım*: TKY'nin uygulanabilmesi çalışanlarının bu felsefeyi benimsemeleri ve onların tam katılımının sağlanmasıyla mümkün olabilir.

Ancak, bu katılım hiçbir zaman üstlere tabi olmak, ya da astlara daha fazla yetki devretmek olarak anlaşılmamalıdır. TKY felsefesi içinde çalışanların tam katılımı, çalışanların hedefleri belirlemede, karar alma ve problem çözümede gönüllü olarak yer aldıkları bir süreç anlamını taşır. Tam katılımın sağlanabilmesinde ise, takım ruhunun oluşturulabilmesi, uygun bir ödüllendirme sisteminin varlığı ve bunları kullanan bir üst yönetim kademesinin öncülüğü çok önemlidir [34].

4. *Müşteri:* Başarılı işletmeler kendi başarılarının aslında, müşterilerini tatmin etmeye bağlı olduğunu anlamışlardır. Toplam kalite yönetiminde temel unsur, müşteri ve müşterinin tatmin edilmesidir. Ancak, hemen belirtilmesi gereken husus, yalnızca dış değil, iç müşterilere (işletme personeli) de özen gösterilerek her iki grubu da tatmin edecek bir kalite yaklaşımının uygulanması gerektiğidir. Müşteri tatminsizliğini önlemek temel amaçtır. Ancak, daha da önemli olan müşterilere beklenen kaliteyi ve daha ötesinde hayran bırakan-hoşnut olunan kaliteyi sunabilmektir. Bu ise, ancak müşteriye fazlasıyla duyarlı olunarak elde edilebilecek bir durumdur [32].

TKY İşletmelere Sağladığı Yararlar

Toplam kalite yönetimi işletmenin rekabet gücünü artırabilmesi için en önemli yaklaşımlardan biridir. Küreselleşme ile artan rekabet koşullarında işletmeye sağladığı yararları şöyle sıralayabiliriz [35]:

1. Kendi pazarının ihtiyaçlarına daha etkin ve sağlıklı biçimde yönelebilmek,
2. Ürün ve hizmet kalitesinin de ötesinde bütün alanlarda en yüksek kalite performansına erişmek,
3. Kalite performansına erişebilmesinde gerekli basit yaklaşımları kullanabilmek,
4. Üretken olmayan faaliyetleri ve bozuk ürün oranını azaltmak için bütün süreçleri sürekli olarak incelemek,
5. Gerekli gelişmeleri saptamak ve performans ölçütleri geliştirmek,
6. Rakipleri tam ve detaylı olarak anlamak suretiyle etkili bir rekabet stratejisi oluşturmak,

7. Problem çözümlenmede bir ekip yaklaşımı belirlemek,
8. Haberleşme alanında ve başarılı bir işin takdiri konusunda etkin yollar yaratmak,
9. Hiç sona ermeyen bir ürün geliştirme stratejisi kapsamında süreçleri devamlı gözden geçirmek.

Bu görünür yararların dışında toplam kalite yönetimi ile örgütün kendini geliştirmesi geleceğe hazırlanabilmesi daha da kolaylaşmaktadır. Toplam kalite yönetimi ile işletmeler hem kalite üstünlüğü hem de maliyet üstünlüğü elde edebilmektedir. Özellikle çalışanların katılımıyla gerçekleştirilen yeni öneriler ve yeni tekniklerle rekabet gücünün artırılmasında önemli kazanımlar sağlanabilmektedir [35].

2.3. Hizmet Kavramı

Bu bölümde 'Hizmet Kavramı' başlığı altında hizmetin tanımı, özellikleri ve sınıflandırılmasına yer verilmiştir.

Hizmetin Tanımı

Günümüzde, ülkelerin refah düzeyleri ile hizmet sektörünün ekonomideki yeri arasında olumlu bir ilişki vardır [36]. Ülke ekonomisi geliştikçe ve endüstrileşme düzeyi arttıkça, hizmetlerin önemi ve payı da hızla artmakta olup hatta bu artış endüstridekinden daha hızlı olabilmektedir [37].

Hizmet endüstrisinin, ülkelerin ekonomilerinde önemli rol oynaması, hizmet sektörünü ülkelerin gelişmişliklerini belirlemede önemli bir etken haline getirmiştir [36]. En ileri düzeyde sanayileşmiş, hatta "endüstri ötesi toplum" diye bilinen ülkelerin başında yer alan ABD' de, resmi istatistiklere göre, hizmetlerin milli gelir içindeki payı 1945'de 1/3 iken, 1990'da 1/2' yi geçmiştir [37]. Ayrıca, hizmet sektörünün tüm ekonomilerde ağırlığının artmasıyla birlikte imalat sektörünün öneminin azaldığı gözlenmektedir [36]. Gayri safi milli hâsıllarının yarıdan fazlasının hizmet sektöründe üretildiği ekonomilere hizmet ekonomisi denilmektedir. Bu bağlamda gelişmiş batı ülkeleri birer hizmet ekonomisi özelliği taşımaktadırlar [38].

Bu denli öneme sahip olan hizmet kavramının tanımlanmasında ise bazı zorluklar ortaya çıkmaktadır. Sosyal alanların farklı tanımlamalar yapılmasına izin vermesi, kalite düşüncesinin imalat sektörü kaynaklı olmasından dolayı literatürün bu alanda yoğunlaşması ve hizmet olarak kabul edilen faaliyetlerin heterojen yapısı bu zorlukların nedenlerinden bazılarıdır [36,39].

Bu karmaşıklık ve zorluklara rağmen, hizmetin tanımını farklı şekillerde yapılmaya çalışılmıştır [40]. Türkçe Sözlükte hizmet, “birinin işini görme veya birine yarayan bir işi yapma” anlamına gelmektedir [41]. Bazı uzman ve araştırmacı anlayışıyla hizmet; Kuriloff ve ark. (1993)’a göre “müşteri ihtiyaçlarının karşılanması amacıyla ortaya konulan ve maddi değeri olmayan ürün” [42], Kotler (1997)’e göre ise, “hizmet, üretilmesi fiziksel bir ürüne bağlı olsun ya da olmasın, bir tarafın diğerine sunduğu, temel olarak dokunulamayan ve herhangi bir şeyin sahipliği ile sonuçlanmayan bir eylem ya da fayda” [43] şeklinde tanımlanmaktadır.

Grönross’un tanımıyla hizmet, “doğasından kaynaklandığı üzere genellikle az ya da çok soyut özellikte olan, müşteri ile hizmeti sunan ya da sağlayan kişi arasındaki etkileşimden oluşan, aynı zamanda müşterinin sorunlarının çözümünü de sağlayan bir faaliyet ya da faaliyetlerdir [44].”

Amerikan Pazarlama Birliğine göre hizmet, satış amacıyla sunulan veya ürünlerin satışı ile bağlantılı olarak ortaya konulan eylemler, faydalar veya tahminlerdir. Hizmetler, soyut olma özelliğine sahip ve alındığında herhangi bir soyut mala sahip olmakla sonuçlanmayan, satış için sunulan faaliyetler ve faydalardan meydana gelen ürün çeşididir. Amerikan Pazarlama Birliği hizmetleri aşağıdaki gibi sınıflamaktadır. Bunlar [45];

1. Sağlık hizmetleri,
2. Finansal hizmetler,
3. Profesyonel hizmetler (avukatlık, muhasebecilik, mimarlık gibi),
4. Konaklama, seyahat ve turizm hizmetleri,
5. Spor, sanat ve eğlendirme hizmetleri,
6. Kamusal, yarı kamusal, kâr amacı gütmeyen hizmetler,
7. Fiziksel dağıtım ve kiralama hizmetleri,

8. Telekomünikasyon hizmetleri,
9. Kişisel bakım ve onarım hizmetleridir.

Bu açıklamalardan yola çıkıldığında hizmetin herhangi bir fiziksel unsura bağlı olmadığı, işletmelerin birçoğunun mal ve hizmet birleşimini tüketiciye sunduğu, anlaşılmaktadır [46].

Hizmetin Özellikleri

Hizmet sektöründe ürünlerin yaratılması, sunumu ve müşteride yarattığı tatmin düzeyinin belirlenmesinde bazı teknik ve kavramların imalat sektöründen alınmasına karşın, hizmetlerin mamullerden farklı bazı özelliklere sahip olması, bu teknik ve kavramların kullanılmasında bazı engeller yaratmaktadır [36]. Hizmete özgü en belirgin farklar aşağıdaki gibi özetlenebilir [1,36]:

- *Hizmetler fiziki bir varlığa bağlı değildir (soyut ürünlerdir):* Hizmetler elle tutulamayan, gözle görülemeyen, hissedilemeyen soyut etkinliklerdir. Bu nedenle hizmetler fiziksel olarak boyutlandırılmaz, tanımlanamaz, dolayısıyla ölçülemez.
- *Hizmetler türdeş değildir (heterojendir):* Hizmetin bu özelliğinden dolayı hizmetlerin standartlaştırılması da zordur [47]. Mamülleri her seferinde aynı şekilde üretmek mümkündür. Örneğin, bir arabanın benzeri aynı kalitede binlerce kez yapılabilir. Ancak, hizmet alan ve verenin değişmediği durumlarda bile hizmet üretiminde farklılıklar yaşanabilir. Örneğin, bir hafta ara ile yiyeceğiniz aynı yemeğin tadı size farklı gelebilir veya taraftarı olduğunuz futbol takımının oyunu hep aynı güzellikte olmayacak ve size sürekli aynı duyguları yaşatmayacaktır.
- *Hizmet üretimi ve tüketimi birbirinden ayrılamaz:* Malların üretim ve tüketim süreçlerinde izlenen aşamalar zaman ve yer bakımından ayrılabilir. İmalat işletmelerinde firma ve müşteri ilk olarak malın satın alınması aşamasında karşı karşıya gelirler. Üretim, genellikle, müşteri tarafından görülmez ve malın satın alınmasından günlerce, hatta aylarca önce yapılır. Oysa hizmet işletmelerinde hizmetin üretimi, satın alınması, kullanılması ve değerlendirilmesi aynı zamanda gerçekleşir. Örneğin, bir

televizyonun kullanım ömründen bahsedilebilirken, doktorun yaptığı tedavide kullanım ömründen söz edilemez.

- *Hizmetler dayanıksızdır ve depolanamaz:* Hizmetler üretildikleri anda satın alınmasına bağlı olmaksızın tüketilmiş kabul edildikleri için saklanamaz veya depolanamaz, sadece tekrar edilebilir.
- *Müşteri, hizmet üretiminde doğrudan yer alır:* Hizmet üretim aşamasından müşteri izole edilemediği gibi, müşteri hizmetin sunumu ve şekillendirilmesinde de önemli rol oynar. Hizmetlerde müşteri hizmetin verildiği mekân ve hizmeti verenlerle yakın ilişki içindedir. Hatta bazı durumlarda hizmetin verilmiş şekli müşteri veya müşterilere göre şekillendirmektedir (spor hizmetleri gibi). Buna karşın bilgisayar almak isteyen bir müşteri için imalat aşamasında bulunmak veya üretimi etkilemek söz konusu değildir.
- *Hizmet sağlayıcılarının sunduğu hizmeti ürün olarak algılamaması:* Elle tutulur, gözle görülür bir nesne üretiminde çalışan kişiler, ortaya koydukları ürünün farkındadırlar ve ne ürettiklerini kolayca söyleyebilirler. Hizmet sunan kişiler ise genelde yaptıkları işin bir üretim olduğunun farkında değildirler. Örneğin, bir voleybol antrenörü antrenmanlarının bir üretim süreci olduğunu genellikle farkında değildir.
- *Hizmeti bizzat sunanların yeterliliği önemlidir:* Hizmetlerin insan davranışlarıyla yönlendirilen aktivitelerden oluşması hizmeti veren personelin tecrübe ve yeterliliğini mamullere göre daha önemli hale getirmektedir.
- *Hizmetin sunulduğu tesisin fiziki görünümü:* Hizmetlerin herhangi bir mamul gibi üretim alanı dışında test edilme imkânı olmadığı için hizmetin sunumunun yapıldığı fiziksel çevre şartları hizmetin iyi ya da kötü algılanmasını etkilemektedir.
- *Hizmetler talebe bağlı olarak sunulur:* Hizmetlerin bazıları anlık taleplerdir; musluk açıldığında su gelmesi veya numarayı çevirdiğinizde telefonla konuşulması gibi, bazıları ise programlı taleplerdir; bir otelde tatil geçirmek gibi. Oysa bilgisayar üreten bir firma talepleri dikkate almadan da üretim gerçekleştirebilir.

- *Hizmet işletmelerinde emek yoğunudur:* Hizmet sunan işletmelerde sermayeden daha fazla emek ön plandadır. Yani makinelerden çok insan emeği ile üretim gerçekleştirilir.
- *Hizmet işletmeleri, imalat işletmelerine göre daha küçüktür ve pazara daha yakındır:* Hizmet üretimi genellikle hizmet sunulan mekânda gerçekleştiği için mamuller gibi taşıma imkânı yoktur. Bu nedenle, hizmet işletmeleri sınırlı bir coğrafya içinde faaliyet gösterebilirler.
- *Hizmet işletmelerinde maliyet hesaplaması zordur:* Hizmet işletmelerinde kullanılan girdilerin önemli bir kısmı hammaddeye bağlı olmadığı için, basit matematik işlemlerle hesap yapılması imalat işletmelerine göre oldukça zordur.

Hizmetler ve mallar arasındaki farklılıkların açık bir şekilde açıklanması, hizmet ve mal üreten işletmelerin neden birbirinden farklı şekilde tasarlanıp, yönetilmesi gerektiğinin anlaşılması açısından önemlidir [48].

Hizmetin Sınıflandırılması

Hizmetlerin sınıflandırılmasındaki temel amaç, mallarda olduğu gibi hizmetlerin de daha net olarak anlaşılmasının sağlanması ve benzerlik gösterenlerin kendi içinde gruplandırılmasıdır. Ancak hizmetlerin farklı özellikler taşıması ve bu özelliklere göre de kendi içinde derecelendirilmesi sınıflamaların çoğalmasına ve karmaşık hale gelmesine sebep olmaktadır. Hizmetlerdeki sınıflama bu nedenle daha fazla önem taşımaktadır [47].

İşletmelerin ürettikleri hizmet tipinin anlaşılmasının o işletmenin etkinliğini artıracığı temeline dayalı üretim biçiminde, hizmet veren insan ve araç-gerece göre hizmetler iki gruba ayrılır [36].

1. Hizmet üretiminde teknik araç ve gereçlerin kullanıldığı hizmetler;
 - a. Otomatik makinalarda sunulan hizmetler,
 - b. Niteliksiz işgücü tarafından kullanılan makinelerde sunulan hizmetler,
 - c. Nitelikli işgücü tarafından kullanılan makinelerde sunulan hizmetler.

2. Hizmet üretiminde insan gücünden yararlanılan hizmetler;
 - a. Niteliksiz insan gücü gerektiren hizmetler,
 - b. Nitelikli insan gücü gerektiren hizmetler,
 - c. Profesyonel insan gücü gerektiren hizmetler.

Hizmet üretiminin önemli bir kısmında müşteri ile hizmeti sunanlar etkileşim içindedir. Hizmetleri sınıflandırırken bu etkileşim temel alınarak “yüksek ve düşük etkileşimli hizmetler” şeklinde bir sınıflandırma yapmıştır. Ulaşım, sağlık, eğitim, spor gibi hizmetlerde müşteri ve hizmeti verenin tutum ve davranışları belirsizliği artırdığı gibi kontrolü de güçleştirir. Buna karşın etkileşimi düşük hizmetlerde belirsizlik azalır ve kontrol kolaylaşır [36].

Hizmetlerin sınıflandırılmasında diğer bir ölçüt ise “hizmetin müşterilere ulaştırılma biçimidir”. Bu sınıflamada müşteriler hizmeti veren firma ile temas kurarak veya bizzat giderek alabilirler. Hizmetin üretim ve tüketimi işletmenin belirlediği çevrede gerçekleşir. Bazı tamir ve bakım hizmetleri ile satış ve pazarlama etkinlikleri genellikle müşterinin çevresine gerçekleşir. Hasta bakım hizmeti gibi bazı hizmetler de vardır ki müşterinin hizmeti veren kuruluşa gitmesini gerektirdiği gibi evinde de verilebilir. Yani; hizmetlerin kimi müşterinin hizmeti veren kişi ya da kuruluşa gitmesiyle, kimisi hizmeti veren ya da kuruluşun müşterinin ayağına gitmesiyle veya her iki yolla da gerçekleşebilir [36].

2.4. Hizmet Kalitesi (Algılanan HK) Kavramı

Bu bölümde ‘Hizmet Kalitesi Kavramı’ başlığı altında hizmet kalitesinin tanımı, özellikleri, boyutları ve hizmetin ölçülmesi açıklanmıştır.

Hizmet Kalitesi (Algılanan HK) Tanımı

Hizmet kalitesi kavramı, imalat sanayi ve işletme kaynaklı kalite literatüründen gelişmiştir. Kaliteye olan ilginin ortaya çıkması, 1920’lerden itibaren işletmelerin, üretim süreçlerinin içsel ölçümlerini yapmaya başlamaları ve üretilen malların fiziksel olarak kontrollerinin yapılmasına odaklanmaları ile olmuştur. İşletmelerde gelişen toplam kalite hareketi, yerini yavaşça yeni bir paradigma olarak ortaya

çıkan, müşteri/tedarikçi ilişkisi ve hizmet sektörü üzerine yönlendirmeye başlamıştır [49]. Ancak, "hizmetleri mallardan ayıran özellikleri dikkate alındığında, mallar için yapılmış kalite tanımlarının hizmetlerin kalitesini açıklamakta yetersiz kaldığı görülmektedir. Yani, ürünler satın alındığında tüketici kalite konusunda karar verebilmek için stil, renk, etiket, ambalaj, sertlik vb. gibi fiziksel özellikleri kullanır. Hizmetler satın alındığında ise kalitesi konusunda karar verebilmek için çok az bazen de hiçbir (hizmetin niteliğine göre) fiziksel özellik bulunamayabilir" [50]. Yani, hizmetler soyut nitelikte olduğu için, hizmet kalitesi de soyut bir yapıya sahiptir.

Hizmet kavramının soyutluluğundan dolayı nasıl birçok değişik tanım mevcut ise, hizmet kalitesinin tanımının yapılmasında da bazı zorluklar ve farklı bakış açıları mevcuttur. Hizmet kalitesi çeşitli yazarlarca, "bir hizmetin üstünlüğü hakkındaki bir tavır veya küresel bir yargı" [51], "bir hizmetin müşterinin beklentilerini nasıl karşıladığı veya aştığının algılanması" [52] şeklinde tanımlanmıştır.

Bitner (1992), algılanan hizmet kalitesini, "müşterinin beklentileri ve algıları arasındaki farkın yönü ve derecesi" olarak tanımlamaktadırlar. "Hizmet kalitesi, müşterinin hizmeti almadan önceki beklentileri (beklenen hizmet) ile yararlandığı gerçek hizmet deneyimini (algılanan başarımlar gücü) kıyaslamasının bir sonucu olup, müşterinin beklentileri ile algılanan başarımlar gücü arasındaki farklılığın yönü ve derecesi olarak değerlendirilmektedir" [53].

Hizmet kalitesi konusunda literatürde bir çok tanım bulunmakla birlikte genel olarak algılanan hizmet kalitesi kavramının, hizmet kalitesi gerçeğine daha yakın olduğu görülmektedir. Tanımlar incelendiğinde, hizmet kalitesi ile ilgili aşağıdaki sonuçlara ulaşmak mümkündür [47].

1. Hizmet kalitesi, müşteri ihtiyaçlarının işletmelerce tam olarak belirlenerek karşılanması esasına dayanır.
2. Hizmet kalitesi, hizmetlerin diğer hizmetlere göre üstünlüğü ile belirlenir.
3. Hizmet kalitesi, hizmetlerin hatasız olarak yapılmasının bir sonucudur. Bu nedenle üretimin ilk seferde doğru olarak yapılması hizmetlerde daha büyük bir öneme sahiptir.

4. Hizmet kalitesinin yüksek oluşu ile hem müşteri, hem çalışanlar, hem de işyeri sahibi kazançlı çıkar.
5. Hizmet kalitesinin ölçülmesinde müşterinin hizmete ait beklentileri ve gerçek hizmet deneyimi karşılaştırılır. Beklentiler algılamalardan büyük ise düşük kalite, beklentilerle algılamalar eşitse duyurucu kalite, algılamalar beklentilerden yüksek ise ideal kaliteden söz edilebilir.

Bu husular göstermektedir ki, hizmet kalitesi konusu geniş olarak ele alınmalıdır. Tek bir unsura bağlı kalınarak yapılacak tanımlar eksik kalacaktır [47].

Hizmet Kalitesinin Özellikleri

Hizmet kalitesinin, müşteriler tarafından beklenen hizmeti tam olarak karşılayan etkinlik ve sunulan hizmetin istenen zamanda gerçekleşmesini ifade eden yeterlilik ilişkisinden kaynaklanan bazı özellikleri mevcuttur [36]. Dört grupta toplanabilen bu özellikler aşağıdaki gibidir [54].

1. *Beşeri faktörler ve davranışsal özellikler:* Hizmet kalitesi, hizmet sunanın tavır ve davranışları tarafından etkilenir. Aynı şekilde, hizmetten yararlananların da davranışları hizmetin kalitesi üzerinde etkilidir. Etkin olan bu karakterlerin bazıları şiddet, bazıları motive edici, bazıları da saygı unsurlarını içerir. Bu özelliklerin bazıları, eğitimle gelişirken; bir kısmı da bireysel özelliklerden kaynaklanır. Müşterilerin şikayetleri genellikle kaba davranıştır. Hizmetten faydalananların tavırları çoğunlukla, işletmenin hizmet kontrolü çerçevesinde şekillenir. Örneğin, birey aldığı hizmetin kalitesi konusunda aldatıldığını farkedirse, o işletme hakkında olumlu düşünmez.
2. *Zamanla ilgili özellikler:* Belirli bir zaman diliminde kullanılmayan bir hizmet daha sonrası için saklanamaz. Bir hastanede belirli bir ayda boş olan yataklar, gelecek aya devredilemez. Görüldüğü gibi, hizmetin zaman boyutunun müşteri isteklerini tatmin etmesi anı ile açıklanabilir. Zamanla ilgili özellikler hizmetin ortak özellikleri ile kategorize edilerek tayin edilebilir.

Bu kategoriler hizmet siparişinin süresini, hizmetin gerçekleşmesi için beklenen zaman, hizmet süresi, hizmet sonrası süreleri kapsamalıdır. Bu özellikler hizmetin ölçümü noktasında davranışsal özelliklerden daha uygundur.

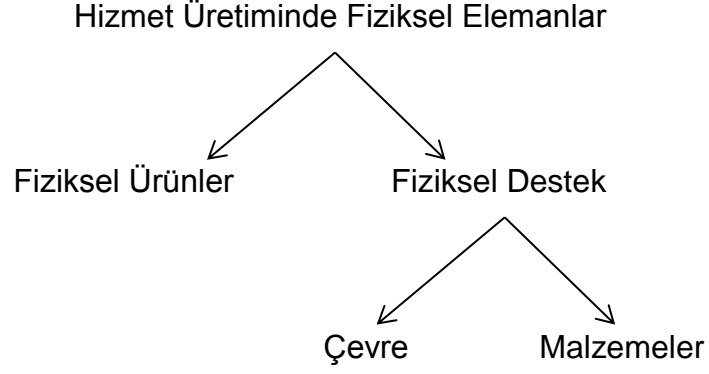
3. *Hizmetin uygunsuzluk özellikleri:* Bu özellik amaçlanan performans derecesinden sapmayla ilgilidir. Uygunsuzluk, ideal seviyeden olan sapmadır. Hizmet işletmelerinin amacı, amaçlanan seviyede başarı sağlamak olup, böylece müşterilerin beklentileri karşılanmış ve öngörülen kalite gerçekleştirilmiş olur.
4. *Fiziksel olanaklarla ilgili özellikler:* Bir hizmetle ilgili olanakların fiziksel özellikleri ve onun dağıtım şekli müşterilerin tatmini üzerinde etkil olur. Bir banka şubesinin dekoru, bir tren istasyonunda bekleme yeri, bir oteldeki yüzme havuzu ve kaplıcalar gibi konfor imkanları, hizmeti meydana getiren fiziksel imkanlar için kalite özelliklerine örnektir.

Hizmet Kalitesi Boyutları

Hizmet paketinin üretimi ve tüketimi aynı zamanda olmaktadır. Hizmetten yararlanmak isteyen bir kimse, hizmetin türüne göre, belirli bir hizmet sunan personel ile karşı karşıya gelmekte ve bir yandan hizmetin üretimine katkıda bulunurken, diğer yandan hizmeti kullanmaktadır. Hizmetin bu özelliği hizmet kalitesinin, özellikle, boyutları hakkında bilgi vermektedir [1].

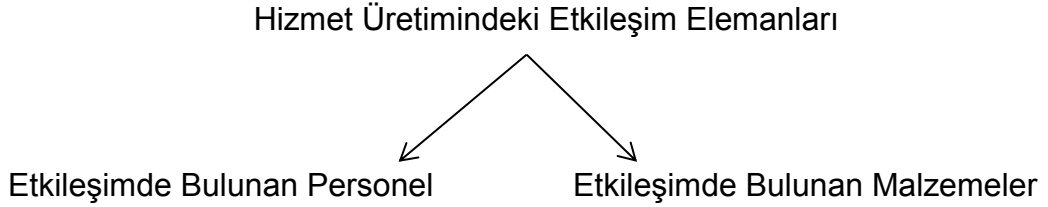
Lehtinen ve Lehtinen (1985) kaliteyi üç yönlü olarak ele almaktadır. Bu boyutlar şunlardır [36];

1. *Fiziksel Kalite:* Hizmetin fiziksel elemanlarından kaynaklanan kalite boyutudur. Fiziksel elemanlar ise fiziksel ürün ve fiziksel destektir. Şekil 1'de görüldüğü gibi bu boyutta hizmet üretiminde kullanılan fiziksel elemanlarla, hizmet üretiminde ihtiyaç duyulan fiziksel ürünler ve fiziksel destek kastedilir.



Şekil 1. Fiziksel Elemanlar [36]

2. *Etkileşim Kalitesi*: Müşteri ile temasta bulunan kaynaklar arasındaki etkileşimden doğmaktadır. Hizmetin türüne göre, bu boyut şekil 2’de de görüldüğü üzere, müşteri ile hizmet veren personel arasında oluşabileceği gibi, müşteri ile diğer müşteriler arasında da olabilir. Örneğin, bir diskoda müşterilerin kendi aralarındaki karşılıklı ilişkileri etkileşim kalitesini daha fazla etkiler.



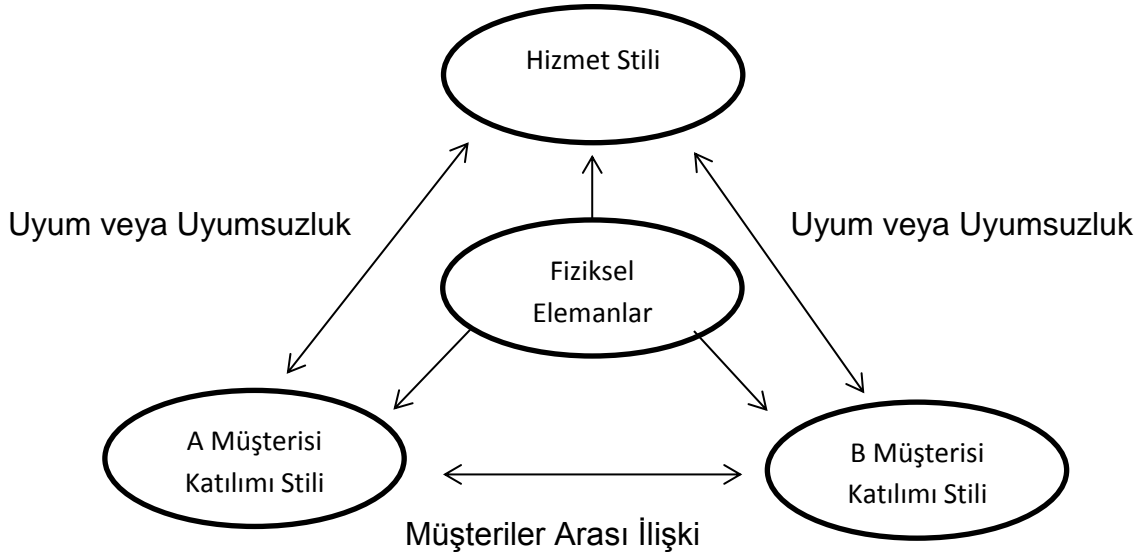
Şekil 2. Etkileşim Kalitesi Elemanları [36]

3. *Şirket (Firma) Kalitesi*: Şirketin ya da firmanın, kamuoyunda yarattığı imaj bakımından, müşteriler ve potansiyel müşteriler tarafından değerlendirilmesidir. Bir kuruluşun verdiği hizmetin kalitesinde bozulmalar olsa bile şirket kalitesi (firma imajı) daha uzun bir süre geçerliliğini koruyabilir.

Lehtinen ve Lehtinen’ in (1991) iki boyutlu kalite yaklaşımı ise süreç kalitesi ve ürün kalitesidir. Bu boyutlar müşterilerin üretim sürecini nasıl bulduğu ve sürecin kendi hislerine nasıl uyduğu ile alakalıdır [36].

1. *Süreç kalitesi*: Müşterinin üretim sürecindeki deneyimleri onun katılımına bağlıdır. Bu katılım, sürecin tamamen içinde olmaktan (şiddetli), az içinde olamaya (az şiddetli) doğru değişiklikler gösterebilir. Bir bankanın telefonu ile hizmet almak veya bir spor merkezinde fiziksel uygunluk kursuna katılmak tamamen sürecin içinde yer alınan şiddetli katılıma örnektir. Düşük katılıma örnek ise yine bir banka hizmeti olan kredi kartı ile petrol istasyonundan yakıt alma sürecidir. Burada müşteri kartı verir ve ödeme belgesini alır. Müşteri katılımı yaklaşık her hizmet ve her müşteri için gereklidir.

Müşteri katılımı süreci bizi hizmet stili kavramına götürür. Hizmet stili müşteri ile hizmeti veren firmanın personeli arasındaki ilişki tarzıdır. Süreç kalitesi müşteri katılım stili ile personelin hizmet verme stilinin birbirine uyma ile yakından alakalıdır. Bu ilişki şekil 3' te görülmektedir.



Şekil 3. Hizmet Stili ve Katılım Stili Uyumu [36]

Değişik katılım stillerinin değişik algılamalar çıkardığına dikkat etmek gerekmektedir. Bu bazı durumlarda hizmetin zayıf kabul edilmesine neden olur. Çünkü, hizmetin üretim stili ile katılım stili arasında bir uyumsuzluk söz konusudur. Müşteri katılımı kavramı bize süreç kalitesini anlamamızı ve geliştirmemiz gerektiğini gösterir. Katılımın beklenen şiddeti bize; ekibi, fiziksel ekipmanları dizayn etme şansı vermesi yanı sıra beklenen katılım şiddeti müşterilerin etkileşim

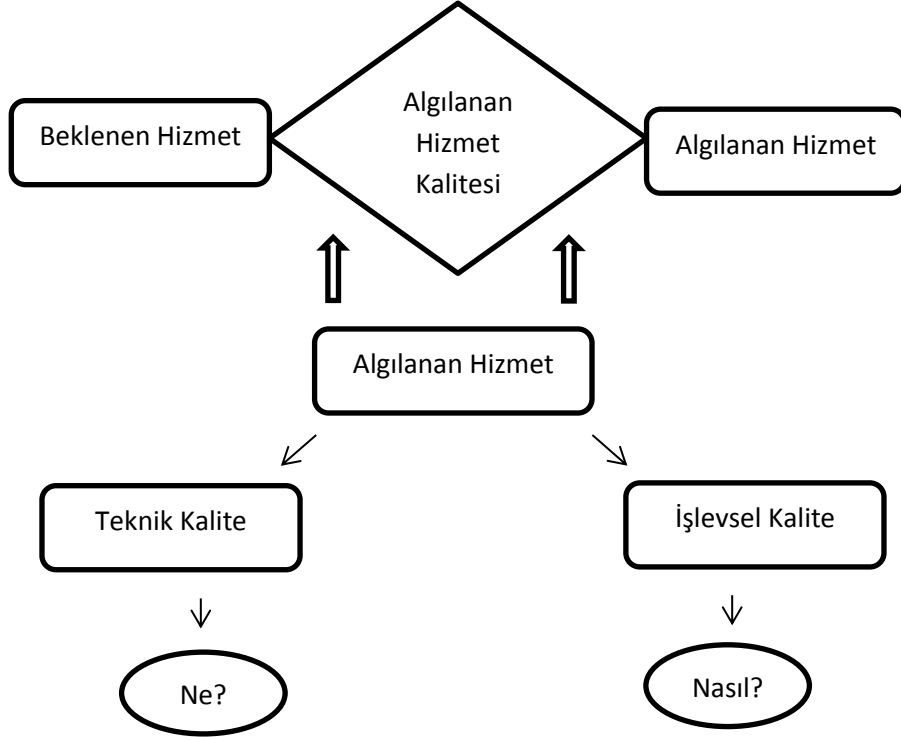
içinde olacakları elemanlarına karşı şekillendirdikleri taleplerini de anlamamıza yardım eder.

2. *Çıktı kalitesi*: Müşterinin üretim sürecinin sonuçlarına ilişkin değerlendirmeleridir. Bazen çıktı kalitesi sadece müşteri tarafından değerlendirilmez, etrafındaki diğer kişiler tarafından da değerlendirilebilir. Arabasının temizlenmesini isteyen bir müşteri çıktı kalitesinin son değerlendiricisi olamayabilir. Sonuç veya çıktı kalitesini iki kategoriye ayrılabilir; soyut ve somut. Araba yıkama ve saç kesimi somut çıktıya iyi bir örnektir. Her ikisinde de üretim sürecine katılmayan kişiler çıktı kalitesi hakkında değerlendirme yapabilirler. Turizm soyut çıktıya örnektir, sıklıkla çıktılar oldukça soyuttur. Herhangi bir hizmetin çıktısı hizmet üretim süreçlerinin tamamında bulunmayla yaratılabilir. Bir sürecin müşteri tarafından kaçırılması durumunda hizmetten de bahsedilemez. Bu nedenle, süreç ve süreç kalitesi edilebiliyorsa çıktı kalitesinin de kontrol edilebileceğini söyleyebiliriz.

Grönross (1990) 'a göre hizmet kalitesinin iki yönü bulunmaktadır. Bunlar [55];

1. Teknik Kalite
2. Fonksiyonel kalitedir.

Hizmet üretiminin çıktısının teknik kalitesi, hizmeti veren ile hizmeti alanlar arasındaki etkileşim sonucunda müşterinin ne aldığıdır. Kalitenin bu yönü müşteri tarafından objektif olarak algılanmaktadır. Çıktı veya işlemin sonucu olan fayda müşteri tarafından algılanır. Fonksiyonel kalite ise, müşterinin hizmet nasıl algıladığıdır. Bu algılama müşterinin hizmeti almasının sonucunda elde ettiği tecrübe ile belirginleşir. Şekil 4'te de görüldüğü gibi, müşterilerinin ne aldığı hizmetin çıktı yönü olan teknik kaliteyi, nasıl aldığı da hizmetin işlem yönü olan fonksiyonel kaliteyi oluşturur. Teknik kalite müşteriler tarafından objektif olarak algılanırken, fonksiyonel kalite objektif olarak algılanamaz [47].



Şekil 4. Hizmet Kalitesi Modeli [44]

Grönross'un (1984) bu çabaları diğer araştırmacıların da kalite boyutları üzerindeki çalışmalarını tetikleyici olmuştur [36]. Parasuman, Zeithaml ve Berry (1985) tarafından yapılan araştırmalar sonucunda, hizmetin türü ne olursa olsun tüketicilerin hem hizmet sonucu elde ettiklerini hem de hizmetin veriliş sürecini göz önüne alarak hizmet kalitesi ile ilgili değerlendirme yaptıkları görülmüştür. Böylece, müşterilerin hizmet kalitesi değerlendirmelerinde kullanabileceği on önemli değerlendirme kriteri ortaya çıkmıştır [11].

Çizelge 1: Parasuman ve Diğerlerinin Hizmet Kalitesi Boyutları [36]

1.	<i>Güvenirlilik:</i> Söz verilen hizmetin sürekli, doğru ve güvenilir şekilde sunulması.
2.	<i>Heveslilik:</i> Çalışanların hizmeti sunmek için yeterince istekli ve hazır olması.
3.	<i>Yeterlilik:</i> Hizmeti verenlerin gerekli bilgi, beceri ve tecrübeye sahip olması.
4.	<i>Erişirlik:</i> Hizmete kolayca erişebilme ve gerektiğinde iletişim kurma kolaylığı.
5.	<i>Nezaket:</i> Müşteri temsilcisinin kibar, saygılı, anlayışlı ve arkadaşça davranması.
6.	<i>İletişim:</i> Müşterilerin iyi ve anlaşılabilir bir şekilde bilgilendirilmesi ve müşteri sorunlarının ve isteklerinin dinlenmesi.
7.	<i>İtibar:</i> Hizmeti veren kişinin ya da şirketin güvenilir, inandırıcı ve dürüst olması.

Çizelge 1: (devam) Parasuman ve Diğerlerinin Hizmet Kalitesi Boyutları [36]

8.	<i>Emniyet</i> : Sunulan hizmetin herhangi bir risk içermemesi, şüpheye yer vermemesi.
9.	<i>Müşteriyi Anlamak</i> : Müşteriyi tanımak ve müşterinin istek/ihtiyaçlarını anlamaya çalışmak.
10.	<i>Fiziksel Elemanlar</i> : Hizmet ile ilgili somut özellikler.

Yukarıda birkaç bilimsel çalışma çerçevesinde verilen “Hizmet Kalitesi Boyutları” değişik hizmet alanlarında yapılan araştırmalarla geliştirilmiştir. Bu boyutlar temel alınan hizmet alanını tam manasıyla karşılayamamasından dolayı yeni boyutlara ihtiyaç duyabileceği gibi bu kalite boyutlarının bir bölümü hizmet alanıyla ilgili de olmayabilir. Ancak, yine de sayılan kalite boyutları birçok hizmet işletmesi için uygundur veya uygulanabilir niteliktedir [36].

Hizmet Kalitesinin Ölçümü

Hizmet endüstrisindeki hızlı gelişmeler rakip firmalarda olan yarışmayı kaçınılmaz bir şekilde artırmış ve bu durum hizmet verenler açısından pazar içerisinde hizmetlerini geliştirmeye ve müşteriyi elde tutma konularını daha da önemli hale getirmiştir. Böylece, hizmet sektöründeki yüksek kaliteli hizmet yaratmak temel ve en önemli konu haline gelmiştir [36].

Hizmet kalitesinin ölçülmesinde ve değerlendirilmesinde, hizmet türüne göre, çeşitli ölçütlerden yararlanılmaktadır. Bunlar işletme içi, işletme dışı ölçütler ve standartlardır [1,36].

1. *İşletme İçi Ölçütler*: İşgücü devri, hizmetin bulunabilirliği, temizlik, güvenlik, zamanındalık, hizmete hazır olma gibi ölçütlerdir. İşgücü devri özellikle sadık müşteriler üzerinde önemli etkileri olabilecek bir unsurdur. Müşteriler hizmet almaya geldikçe çalışan personelin değişmesi hem müşterilerin bireysel özelliklerine göre hizmet verme şansını ve dolayısıyla hizmetin kailtesini azaltacağı gibi müşterinin kafasında da soru işareti bırakacaktır. Bu durum özellikle spor hizmetleri gibi süreklilik gerektiren bazı hizmetlerde istenmeyen sonuçlar doğurabilir. Öte yandan işgücü devri kurum içi kalite kültürünün oluşması ve gelişmesi açısından da zorluk yaratacaktır. Hizmetin bulunabilirliği ise yine işletmenin müşterilerin değişen ilgi ve

ihtiyaçlarını izleyerek uygun programlar sunmasına bağlı olarak gelişebilir. Hizmete hazır olma ise personelin kalite bilinciyle ilgili olup bilgilendirmelerine bağlı olarak gelişecektir.

2. *İşletme Dışı Ölçütler:* Hizmet hakkındaki müşteri görüşlerini almak, müşteri memnuniyetini izlemek ve kazanılan ve kaybedilen müşteri sayısı olarak sıralanılabilir. Müşterilerin hizmet hakkındaki görüşleri iletişim araçlarını kullanarak veya hazırlanan basit anketler aracılığı ile alınabilir. Müşteri devir hızı ise özellikle spor hizmetleri gibi süreklilik gerektiren hizmetlerde basit bilgisayar programları ile müşterileri takip etmeye ve hizmet almaya gelmeyen müşterilerle irtibata geçerek gelmeme nedenleri ve gelen müşterilerle de hizmetler hakkında bilgi almayı gerekli kılmaktadır.
3. *Standartlar:* Kalitenin ölçülmesinde en önemli kısım belirli standartlar oluşturmaktan geçmektedir. Hizmetlerde standartların belirlenmesi ve bunların hizmetin her sürecinde uygulanabilir olması pek mümkün değildir. Zaten, hizmetlerde kalite geliştirmenin de önündeki en önemli engellerden biri olarak kabul edilen standartlaşmaya uygun olan süreç sayısının azlığı ve standartlaşmanın zorluğudur.

Hizmet kalitesinin ölçülmesi ile ilgili diğer önemli bir konu da ölçmede karşılaşılan sorunlar ve zorluklardır. Bunlardan bazıları şunlardır [1];

- Bir hizmetin kalitesini ölçmek ve değerlendirmek, bir malın kalitesini ölçmekten daha zor ve karmaşık bir iştir. Çünkü hizmet fonksiyonlarının başarısını, öncelikle, hizmet verenle satın alan arasındaki karşılıklı beşeri ilişkiler belirlemektedir. Bu ilişkilerin doğasında da hizmet kalitesini değerlendirme güçlükleri bulunmaktadır.
- Hizmet ve hizmet kalitesi kişisel bir deneyim olduğu için hizmetlerde kalite ölçme ve değerlendirme müşteri düzeyinde yapılmalıdır. Fakat çok sayıda müşterinin araştırmaya katılması güçtür. Çoğu kişi zamanlarının olmadığını belirterek araştırmaya katılmamaktadır. Bu da yeterli düzeyde ve nitelikte bilgi toplamayı zorlaştırmaktadır.

- Algılanan hizmet kalitesinin ölçülmesinde, her birinin üstün ve zayıf yanları olan çeşitli ölçme araçlarından yararlanılabilmektedir.
- Tüm hizmetler için geçerli bir ölçme aracı geliştirilememektedir. Diğer bir ifade ile hizmetler birbirinden farklı olduğundan bir hizmet için geçerli olan ölçme aracı diğer hizmetlerde etkili şekilde kullanılamamaktadır.

Tutum ve davranışlardaki kültürel farklılıklar nedeniyle yine bir kültürde bir hizmet kalitesini ölçmek için geçerli olan ölçme aracı aynı hizmet için diğer kültürlerde geçerli olmayabilir. İstenilen şekilde uyarlamak çok zor olacağı için toplumun ve hizmetin özelliklerini yansıtan özgün ölçme aracı geliştirilmelidir [1].

Hizmet işletmelerinde kalite ölçme ve değerlendirme çalışmalarının etkililiği, öncelikle, ulaşılmak istenen amaç ya da amaçların açık şekilde saptanmasına bağlıdır. Daha sonra hizmet türü, müşteri tipi, sahip olunan kaynaklar ve ölçmenin ne sıklıkla yapılacağı göz önüne alınarak uygun ölçme aracının seçilmesine çalışılmalıdır [1].

2.5. Spor Hizmetleri Kavramı

Spor hizmetlerini “insanların spora ilişkin ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla, belirli bir fiyattan satışa sunulan ve herhangi bir malın mülkiyetini gerektirmeyen, yarar ve doyum oluşturan, soyut faaliyetler bütünü” olarak tanımlamak mümkündür. Ancak, bu tanımın genel hizmetlerle alakalı olmasından dolayı insanların spordan beklentilerini ve spor hizmetlerinin özelliklerini pek yansıtmamaktadır. Spora özgü özelliklerinde yer aldığı spor hizmetlerinin geniş ve kapsamlı bir tanımı “insanların spora ilişkin gereksinimlerini gidererek eğlenme, stresten uzaklaşma, sağlıklı olma, iyi görünme, sosyalleşme ve mücadele etme gibi faydalar sağlayan soyut ve birbirine benzemeyen faaliyetler bütünü” şeklinde yapılabilir [36].

Bu tanımdan spor hizmetleri denildiğinde nelerin kastedildiği açık olmakla birlikte birkaç örnekle daha da anlaşılır hale getirilebilir. Vücut geliştirme aletleri yapan bir firma spor endüstrisi içinde imalat sektörünü temsil ederken, bu aletleri alarak belirli bir yer ve program dahilinde, müşterilerine bu aletleri kullandırarak daha sağlıklı ve güzel görümlü vücuda sahip olmalarını sağlayan spor merkezi hizmet

sektörünü temsil etmektedir. Bir stadyum inşaatını yapan firma imalat gerçekleştirirken, bu stadyumun sahibi olan spor kulübü takımını izlemeye gelen seyircilere hizmet sunmaktadır [36].

2.6.Spor da Hizmet Kalitesi

Yaşamın her alanında kalite konusuyla karşı karşıya kalan insanoğlu ev, araba alma gibi çok para harcamayı gerektiren (maddi açıdan önemli) ve restoranda yemek yemek, sinemaya gitmek ve spor yapmak gibi daha az para harcamayı gerektiren (maddi açıdan önemsiz) alışverişlerinde dahi kalite kavramıyla hep bir şeyleri değerlendirir. Bu değerlendirmeleri sonucu ortaya çıkan beklentiler/kriterler alışveriş esnasında uygulamaya sokulur. Ürün veya hizmetin beklentileri karşılama düzeyi arttıkça/azaldıkça alınacak ürün veya hizmetin kalite algılaması da artar/azalır. Bu nedenle, spor hizmetlerinde de kalitenin ne anlama geldiği önemlidir [36].

Hizmet kalitesine yönelik yapılan genel tanımlar yetersiz kalmakla birlikte, hizmet verilen alana göre tanımlanmalıdır. Bu nedenle, spor hizmetlerinde kalite, “müşterilerin spora ilişkin beklentilerini karşılayabilme ya da geçme yeteneği” olarak tanımlanabilir [36]. Artan yenilik talepleri, rekabet koşulları ve seçenekleri hizmet sunan organizasyonlarda kaliteyi sürekli gündemde tutmaktadır. Bu nedenle, varlığını sürdürebilmesi ve sürekli gelişebilmesi için yüksek kalitede hizmet sunmak zorunda olduklarının farkında olan organizasyonlar enerjilerini müşteri tatminine göre ayırmalıdır. Bu çerçeveden bakıldığında hizmet sektörünün bir kolu olan spor organizasyonları; fiziksel özellikleri, insan kaynakları ve ürettikleri programlarda kaliteyi birincil hedef olarak belirleyerek müşterilerine yüksek hizmet kalitesi sağlamalıdır [56].

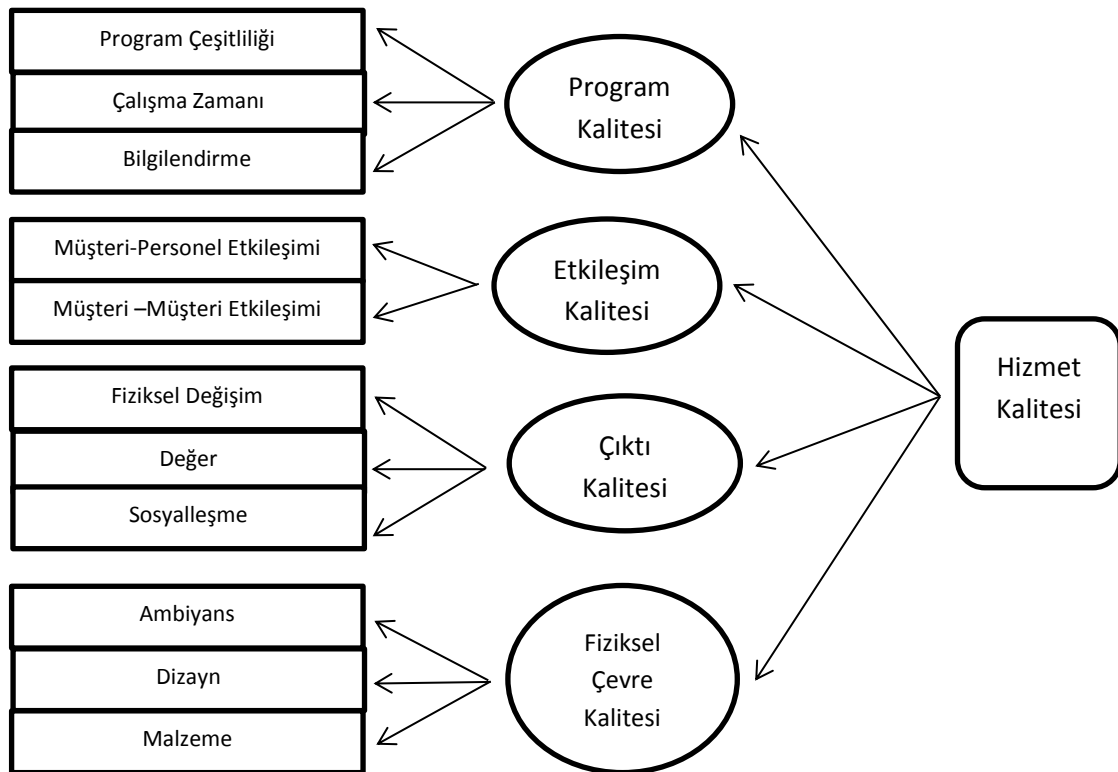
2.6.Spor Hizmetlerinde Kalite Anlayışını Belirleyen Faktörler

Spor hizmetleri bakımından bir ürünün niteliğini belirleyen en önemli özelliklerden biri de kalitedir. Spor seyircileri ve katılımcıları spor hizmetlerinden kalite beklentileri oldukça yüksektir ve bu beklenti her geçen gün artmaktadır.

Spor hizmetleri alanında özel sektör içinde artan rekabetin daha kaliteli hizmete olan talebi yükseltmesi, spor hizmeti sağlayan merkezleri hedef pazar içinde yer alan müşterilerin istek ve ihtiyaçlarını belirlemek ve tanımlamak durumunda bırakması, kalite boyutlarının belirlenmesinin gerekliliğini daha da artırmış durumdadır [36].

Hizmet kalitesiyle ilgili rekreasyonel spor düzeyindeki kalitenin boyutlarının belirlenmesinde çeşitli araştırmalar yapılmasına rağmen, bu boyutların içeri konusunda belli bir fikir birliği yoktur. Ayrıca, hizmet kalitesi ile ilgili araştırma yapan bilim adamlarına göre, hizmet kalitesi çok boyutlu ve aşamalıdır.

Spor hizmetlerinde kaliteyi etkileyen faktörleri belirlemek amacıyla yapılan değişik çalışmalardan birisi olan Ko ve Pastore' nin (2005) onbir alt boyuttan oluşan, dört ana boyutlu spor hizmetleri kalite modeli şekil 5' te gösterilmektedir [36].



Şekil 5. Dört Boyutlu Spor Hizmetleri Kalite Modeli [65]

1. *Program Kalitesi*: Spor merkezleri üzerindeki çalışmalarda en önemli kalite boyutu olarak belirlenen program kalitesi hizmet kalitesi için önerilen modelde de ilk boyut olarak yer almaktadır. Bu boyut müşterilerin programın mükemmelliğine ilişkin algıları olarak tanımlanabilir. Bu boyutun kalite algılaması müşterinin spor hizmetindeki deneyimine dayandırılır.
 - a. Program çeşitliliği: Katılımcılara verilen kurs veya programların çok çeşitli olması ve çekiciliği anlamına gelmektedir,
 - b. Çalışma zamanı: Program takviminin müşterilerin takvimine uygun olmasını ve zamanında yapılmasını ifade eder,
 - c. Bilgilendirme: Programlar ve hizmetler hakkında güncel bilgilere ulaşılabilmenin mümkün olmasını ifade eder.

2. *Etkileşim Kalitesi*: Hizmet kalitesinin ikinci boyutu olan etkileşim kalitesi, hizmetin nasıl sunulduğunu gösteren iki tür etkileşime dayanır:
 - a. Müşteri-personel etkileşimi: Çalışanların hizmet sunumu esnasındaki tutumları müşterilerin etkileşim kalitesi algılamasını etkileyebilir; örneğin dostluk, içtenlik, nezaket, tavır, ilgi, samimiyet, yardıma hazırlık gibi. Ayrıca, hizmet veren personelin göreve yönelik becerileri olarak bilinen uzmanlık da etkileşimi etkilemektedir,
 - b. Müşteri-müşteri etkileşimi: Hizmet esnasında müşterilerin subjektif algılamalarına diğer müşterilerin tutum ve davranışlarına da etkisi olur. Başka bir ifade ile, bir müşterinin kalite algılaması diğer müşterilerin tutum ve davranışları tarafından etkilenir. Spor hizmetleri esnasında yaşanan sosyal süreçler nedeniyle her müşteri diğer müşterilerle yüksek düzeyde etkileşim içine girebilmektedir. Spor hizmetlerinde diğer müşterilere karşı uygun tutum ve davranış sergilemek sadece bireysel rahatlık sağlamakla kalmaz öğrenmeyi de (optimal) en iyi seviyeye taşır.

3. *Çıktı Kalitesi*: Hizmet kalitesinin üçüncü boyutu olan çıktı kalitesi, müşterinin katılım nedenlerini karşılarsa da müşterinin hizmetten ne elde ettiği algılamasına dayanır. Çıktı kalitesi boyutunun daha iyi anlaşılmasında aşağıdaki alt boyutlar yardımcı olacaktır:

- a. Fiziksel değişim: Genel olarak spor programlarına katılan müşteriler fiziksel uygunluk, beceri gelişimi, hoşlanma, sosyal etkileşim ve heyecan gibi faydaların olmasını beklemektedir. Örneğin, rekreatif spora katılımı artan fitness/performans, fiziksel değişim ve yükselen beceri düzeyi, bu modeldeki tüketim sonrası daha görünebilir kanıtlardır,
- b. Değer: Müşterinin kullanımından sonra hizmetin çıktısına yönelik geliştirdiği kabul edilebilir veya kabul edilemez değerlendirmesi veya bu deneyiminin uygun olma veya olmama düşüncesinin müşterilerin iç dünyasında tartışmasıdır. Örneğin, hizmet kalitesine karşı müşterinin pozitif bir algılaması olsa bile, çıktıya karşı biçilen negatif değer, sonuç olarak müşteriyi uygun olmayan deneyim düşüncesine yönlendirebilmektedir,
- c. Sosyalleşme: Aynı tür aktivitelerden hoşlanan kişilerle birlikte olmanın verdiği sosyal hazların bir sonucu oluşan pozitif sosyal deneyimler anlamına gelmektedir. Sosyal deneyim hizmet sunumu esnasında oluşan etkileşimden ziyade hizmet sunumundan sonraki gelişmelere odaklanmaktadır. Aile üyeleri, arkadaşlar ve diğer insanlarla birlikte olmak spor etkinliklerine katılımda önemli birer sosyal unsurdur. Bu nedenle, sosyal deneyimler spora katılımının önemli sonuçlarıdır.

4. Fiziksel Çevre Kalitesi: Hizmet kalitesini değerlendirmede önemli elemanlardan biri olarak düşünölen fiziksel çevre kalitesi hizmet sunumunun geręekleştięi mekan ve mekan içindeki fiziki materyalleri kapsar. Üç alt boyuta ayrılır:

- a. Ambiyans: Hizmet alanının ısı, ışık, gürültü, koku ve müzik gibi görünmeyen ancak hissedilebilen yönlerini içerir,
- b. Tasarım: Hizmet kalitesinin çevresi ve içindeki bölümlerim mimari düzenlemesidir. Bu işlevsel (pratik) ve estetik (göze hoş gelen) şekilde olmalıdır. Çünkü, ambiyans içerikleri müşterilerin dikkat seviyesinin altında yer alırken tesisin dizaynı müşterinin dikkat alanı içinde yer almaktadır,
- c. Malzeme: Spor deneyimini yükseltmek için kullanılan malzemeler, spor alanlarında yapılan bazı çalışmalarda fiziksel çevrenin önemini ortaya

çıkarmıştır. Birçok spor hizmetinde müşteri hizmetin üretim ve tüketim aşamasında yer aldığı için fiziksel çevrenin önemi hizmet sunumu esnasında fazla dikkate alınmayan bir konu olmuştur. Dolayısıyla, müşteriler program ve hizmet değerlendirirken daha soyut olan fiziksel görünümle değerlendirmektedir.

Bu önerilen modelde yöneticiler için dikkate alınabilecek ipuçlarından birincisi, modelin hizmet kalitesinin bazı düzeylerini soyutlayarak analiz edilmesine olanak vermesidir. Bir spor organizasyonunun hizmet sunum sisteminin ortak yönlerini açıklayan bu dört genel boyut (program kalitesi, etkileşim kalitesi, çıktı kalitesi ve fiziki çevre kalitesi) spor hizmet endüstrisi içinde birçok farklı spor işletmesine uygulanabilir [36].

2.8.Spor Merkezlerinde Hizmet Kalitesi İle İlgili Araştırmalar

Katılıma dayalı rekreasyonel spor hizmetlerinde son yıllarda çeşitli çalışmalar yapılmıştır. Chelladurai, Scott, ve Haywood-Farmer (1987) tarafından geliştirilen, 5 boyut (birincil-uzman, birincil-müşteri, birincil-dış, birincil-tesis malları ve ikincil mallar ve hizmetler) ve 30 maddeden oluşan “Fitness Hizmetleri Tutum Ölçeği (Scale of Attributes of Fitness Services: SAFS)” dir [57].

Howat ve ark. (1996) tarafından kalite yönetiminin etkinliğini, etkililiğini sorgulayan ve kullanıcıların beklentileriyle spor merkezinin sunduğu performansı karşılaştıran, müşteri hizmet kalitesi ilkelerine dayalı “Çevre ve Rekreasyon Yönetimi Merkezi – Müşteri Hizmet Kalitesi (the Centre for Environmental and Recreation Management-Customer Service Quality:CERM-CSQ)” adında bir ölçek geliştirilmiştir [58]. Bu ölçek, 1999 yılında Howat ve ark. tarafından tekrar düzenlenmiştir. Kalitenin üç boyutunu (personel, temel ve periferik hizmetler) öneren bu ölçek, Howat ve Murray (2002) tarafından, Avusturalya ve Yeni Zelanda’ daki kamu rekreasyon merkezlerinde uygulamıştır [59].

Papadimitriou ve Karteroliotis (2000), “Özel Spor-Fitness Merkezlerinde Hizmet Kalitesi Beklentisi, Unsur Yapısının Yeniden İncelenmesi” başlıklı yaptığı araştırmada, geliştirdikleri ölçüm aracında, Kim ve Kim (1995) tarafından

geliştirilen (Quality Excellence of Sports Centres: QUESC) ölçme aracını temel almışlardır. 487 spor-fitness merkezi üyesi ile yapılan bu araştırma sonunda dört boyutlu yeni bir model ortaya konulmuştur. Bu boyutlar; “eğitmen kalitesi”, “fitness merkezi olanaklarının çekiciliği ve kullanımı”, “program kullanılabilirliği ve sunumu”, “güvenlik yöntemleri ve üyelik ücretlerini” içeren, diğer hizmetler olarak belirlenmiştir. Papadimitriou ve Karteroliotis (2000), yeni modelin QUESC’ten daha üstün bir ölçme aracı olduğunu belirtmiştir [60].

Fitness hizmetlerine yönelik yapılan sonraki çalışma Chang ve Chelladurai (2003) tarafından gerçekleştirilmiştir. Yazarların geliştirdiği SQFS (Fitnes Hizmetleri Kalitesi Ölçeği) ölçeği dokuz boyuttan oluşmaktadır: personel etkileşimi, görev etkileşimi, program, hizmet iklimi, yönetimin hizmet kalitesine yönelik sadakati, fiziksel çevre, diğer müşteriler, hizmet iyileştirmeleri ve algılanan kalite. Bu çalışmada geliştirilen ölçek başka spor ve fitnes hizmetleri bağlamında yararlı bir şekilde kullanılabilir özelliktedir [61].

Chang, Lin ve Hwang (2005), Tayvan’daki spor-fitness merkezlerinin hizmet kalitesini değerlendirebilecek bir ölçme aracı geliştirmişlerdir. “Katılımcı Sporlar İçin Hizmet Kalitesi Ölçeği” (The scale of service quality for participant sport: SSQPS)” adı verilen ölçek, dört boyuttan (program kalitesi, etkileşim kalitesi, çevre kalitesi, çıktı kalitesi) ve 16 sorudan oluşmaktadır [62].

Sağlık ve fitness kulüplerinin hizmet kalitesini değerlendirmek için tasarlanan yeni ölçeklerden biri Lam ve ark. (2005) tarafından geliştirilen SQAS (Hizmet Kalitesi Değerlendirme Ölçeği)’dir. Bu ölçek, 31 madde ve altı boyuttan oluşmaktadır: personel, program, soyunma odası, fiziksel imkânlar, çalışma imkanları ve çocuk bakımı. Araştırma sonucu SQAS’ın sağlam psikometrik özelliklere sahip olduğunu ve sağlık-fitnes kulüplerinin hizmet kalitesinin değerlendirilmesinde kullanılabileceğini göstermiştir. Ancak yazarlar, ortaya koydukları modelin daha başlangıç evresinde olduğunu ve diğer araştırmacılara başka örneklemeler kullanarak SQAS’ı yeniden gözden geçirmelerini önermektedirler [63]. Nitekim Gürbüz, Koçak ve Lam (2005) bu ölçeği Türkiye’deki fitness merkezlerine uygulamıştır. Orijinal ölçekte yer alan altı boyut; personel, program, soyunma odası, fiziksel özellikler, antrenman tesisi ve çocuk bakımındır. Bu boyutlardan

çocuk bakımı alt boyutu araştırma yapılan fitness merkezlerinde bulunmadığından ölçekten çıkarılmıştır [64].

Ko ve Pastore (2005) rekreasyonel sporda kavramsal bir hizmet kalitesi modeli olan SSQRS'i (Rekreasyon Sporlarında Hizmet Kalitesi Ölçeği) test etmişler ve hizmet kalitesi kavramının çok boyutluluğunu destekleyen sonuçlar ortaya koymuştur [65]. Brady ve Cronin (2001) ve Dabholkar, Thorpe, Rentz (1996) tarafından geliştirilen hizmet kalitesi modeli temel alınmış olup, bu modelin 4 ana boyutu bulunmaktadır. Bu boyutlar; program kalitesi, etkileşim kalitesi, çıktı kalitesi ve çevre kalitesidir. Yazarlar, doğrulayıcı faktör analizi sonuçlarının SSQRS'in psikometrik açıdan sağlam olduğunu, ayrıca öngörülen hiyerarşik çerçevenin de uygun olduğunu belirtmektedirler. Daha sonra, Ko ve Pastore (2007), SSQRS'i yerleşke rekreasyon sporları kapsamında tekrar kullanmış ve ölçeğin dört boyutunu teyit etmişlerdir [66].

Sağlık ve fitness merkezlerinin hizmet kalitesine yönelik diğer bir çalışma Dhurup, Singh ve Surujlal (2006) tarafından Güney Afrika'da yürütülmüştür. Bu ölçek 39 maddeden ve dokuz boyuttan oluşmaktadır: personel, program ve sağlık, müsaitlik ve bilgi, hizmet sunumu, işlevsellik ve yerleşim, ortam ve ulaşılabilirlik, çekici hizmetler, güvenlik ve destek ve üyelik. Araştırma sonuçları, ölçeği geçerli ve güvenilir bulmuş, ayrıca boyutlar içerisinde personel boyutunu sağlık ve fitness hizmetleri kalitesi değerlendirmelerinde ön plana çıkardığını göstermiştir [67].

Aslan (2006) tarafından yapılan "Seçilmiş Üniversitelerin Spor ve Fitness Merkezlerindeki Hizmet Kalitesinin Belirlenmesi" adlı çalışmada 4'ü devlet, 3'ü vakıf olmak üzere toplam 7 üniversite yer almıştır. Öğrenci, akademik ve idari personelden oluşan bu çalışmanın evrenini toplam 484 (194 bayan ve 290 erkek) kişi oluşturmaktadır. Ölçüm aracı olarak Hizmet Kalitesi Değerlendirme Ölçeğinin Türkçe Versiyonu (SQAS-T) kullanılmıştır [83].

Uçan (2007) tarafından "Spor-Fitness Merkezlerinin Algılanan Hizmet Kalitesi Ölçeğinin Geliştirilmesi" adlı çalışmada literatür taraması, spor-fitness merkezi üyeleri ile görüşmeler ve konunun uzmanları ile yapılan panel sonucunda, 56 maddeden oluşan ön ölçek meydana getirilmiştir. Daha sonra ön ölçek revize

edilerek ölçekteki madde sayısı 41'e düşürülmüştür. Revize edilen ölçek, 12 spor-fitness merkezindeki 425 katılımcıya uygulanmıştır. Yönergeye uygun olarak doldurulan 403 ölçekten elde edilen veriler analizlerde kullanılmıştır. Yapılan açıklayıcı faktör analizi sonuçlarına göre; 6 boyutlu bir yapı ortaya çıkmıştır. Bu boyutlar: Etkileşim kalitesi, çıktı kalitesi, fiziksel çevre kalitesi, egzersiz alet ve ekipmanları kalitesi ve ortam koşulları kalitesi, olarak adlandırılmıştır [13].

Yüzgenç (2010)'in yaptığı "Yerel Yönetimlerin Sunduğu Spor Hizmetlerinde Hizmet Kalitesi" adlı çalışmada, yerel yönetimlerin sunduğu spor hizmetlerinin hizmet kalitesini ve katılımcıların demografik bilgileriyle hizmet kalitesi arasında farklılık olup olmadığını belirlemek amaçlanmıştır. Araştırmanın katılımcıları, Ankara Büyükşehir Belediyesi'ne ait altı Gençlik merkezi ve dört Aile Yaşam ve Gençlik Merkezi Gençlik Kulüplerinin spor faaliyetlerine katılan üyelerinden oluşan toplam 552 (253 kadın ve 299 erkek) kişidir. Ölçüm aracı olarak, Gürbüz, Koçak ve Lam (2005) tarafından geçerliliği ve güvenilirliği Türkiye için yapılmış olan, Hizmet Kalitesi Değerlendirme Ölçeği kullanılmıştır [93].

Ergin (2010) tarafından "Üniversite Spor Merkezlerindeki Algılanan Hizmet Kalitesinin İncelenmesi" adlı çalışmada spor tesisleri avantajlarına göre seçilmiş üniversitelerin spor merkezlerindeki akademik ve idari personelin hizmet kalitesi algılarını belirlemek, kişisel özelliklerin algılanan hizmet kalitesi üzerindeki etkilerini araştırmak amaçlanmıştır. Araştırmanın evrenini 2009 yılı itibarıyla Türkiye'deki spor tesisleri avantajlarına göre belirlenmiş dokuz kamu üniversitesinde görev yapan 37578 akademik, idari personel oluşturmuş ve 1520 kişi internet üzerinden ankete katılmıştır. Araştırmada veri toplama aracı olarak, SERVQUAL hizmet kalitesi ölçeğinden esinlenerek geliştirilen "Algılanan Hizmet Kalitesi Ölçeği" kullanılmıştır [84].

Rial ve ark. (2010) tarafından, İspanya'daki spor merkezi kullanıcılarının kalite algılarını belirlemek amacıyla yapılan "Spor Merkezlerinde Algılanan Kalitenin Ölçülmesi ve Modellemesi" adlı çalışmadır. Ayrıca, bu çalışmada yapısal eşitlik modelinin uygulanması, müşteri tatminiyle kalitenin farklı boyutları arasında ilişki kurmayı mümkün kılmıştır [68].

En yeni çalışmalardan birisi de Demirel (2013) tarafından yapılan “Rekreasyonel Spor/Fitness Programı Sunan İşletmelerde Hizmet Kalitesi” adlı çalışmadır. Bu çalışmada; özel spor işletmelerinden faydalanan üyelerin sunulan hizmetten beklenti ve algılarının bazı değişkenlere göre program, personel, soyunma odaları ve tesisler alt boyutları ile araştırılması ve işletmelerdeki hizmet kalitesinin ölçülmesi amaçlanmıştır. Araştırma verileri, Ankara ilindeki özel spor işletmelerinden 274 erkek, 349 bayan üye üzerinde anket uygulaması yapılarak elde edilmiştir. Ölçüm aracı olarak, Gürbüz (2003) tarafından geliştirilen Hizmet Kalitesi Değerlendirme Ölçeği kullanılmıştır. Ankara ilinde yapılan bu araştırmada spor işletmelerinden faydalanan üyelerin, işletmelerden beklentilerinin yüksek olduğu anlaşılmış olup, bunun yanında algılanan hizmet kalitesi puanlarında bazı boyutlar açısından düşük olduğu görülmüştür [94].

Çizelge 2. Katılıma Dayalı Spor Hizmetlerinde Hizmet Kalitesi Modelleri [69]

Ölçüm Modelleri	Faktör	Yapısal Boyutlar		
		Personel	Program	Olanaklar
Rial, Varela, Rial ve Real, 2010, Qsport-10	2	Personel	-	Tesis
Chang, Lin, Hwan, 2005	4	Personel	Program Kalitesi	Çıktı Kalitesi Çevre Kalitesi
Ko Ve Pastore, 2005, SSQRS	4	Etkileşim Kalitesi	Program Kalitesi	Çıktı Kalitesi Çevre Kalitesi
Lam, Zhang, Ve Jensen, 2005, SQAS	6	Personel	Program	Soyunma Odası Fiziksel İmkanlar Çalışma İmkanları Çocuk Bakımı
Chang Ve Chelladurai, 2003, SQFS	9	Personel Etkileşimi Görev Etkileşimi	Program	Hizmet İklimi Yönetimin Sadakati Fiziksel Çevre Diğer Müşteriler Hizmet İyileştirmeleri Algılanan Kalite
Howat ve ark. 1999, CERMCSQ	3	Personel	Çekirdek Hizmetler İkincil Hizmetler	Genel Olanaklar
Kim Ve Kim, 1995, QUESC	11	Çalışanların Tutumu Çalışanların Güvenirliliği	Program	Ortam Bilgiye Ulaşabilirlik Nezaket Fiyat Özel İgi Zihinsel Rahatlama Canlandırma Uygunluk

2.9.Spor Hizmetlerinde Toplam Kalite Yönetimi

İlk olarak imalat işletmelerinde geliştirilmiş ve uygulanmış olan toplam kalite yönetimi, günümüz koşullarında hem imalat hem de hizmet sektöründe rekabetin

artmasıyla pazar çevresinde üstünlük sağlamanın yolu olarak görülmektedir [70,71]. İnsanların spora olan ihtiyaçlarının giderek artmasıyla birlikte, bu ihtiyacı karşılamak amacıyla büyük-küçük spor tesislerinin çoğalması her alanda yaşanan rekabet ortamının spor hizmetleri alanında da yaşanmasına neden olmaktadır. Bunun sonucu olarak, insanların spor hizmetlerinde kalite beklentilerinin yükselmiş olup, spor işletmelerinin kaliteli programlar tasarlaması ve sunmasında müşteri memnuniyetini sağlamaları için TKY anlayışına önem vermeleri zorunluluk haline gelmiştir. Bu gerekliliğin farkında olan spor işletmeleri ve yöneticileri kaliteli hizmet üzerinde durmalarına karşın, konuyla ilgili sınırlı bilgileri istedikleri faydayı almalarını zorlaştırmaktadır. Çünkü spor hizmet endüstrisi içindeki işlerin karmaşıklığı alan bilgisi yanında, finans yönetimi, iletişim, psikoloji ve yöntemsel planlar gibi farklı becerileri de gerektirmekte; buna karşın spor kulübü, spor merkezleri gibi alanları içine alan spor hizmetleri ile ilgili işlerde karşılaşılan en önemli sorun, konu hakkında yeterli düzeyde akademik bilgiye sahip olmayan kişilerce yönetilmesidir. Bu nedenle, kaliteli spor hizmeti verebilme ve rekabet ortamında ayakta kalabilme, hatta öne geçmede nitelikli spor yöneticilerine ihtiyaç hissedilmektedir [36].

Spor işletmelerinde kaliteli hizmetin gerçekleştirilmesindeki tüm faaliyetler, her aşamada değerlendirilmeli, özellikle ileriye dönük planlar hazırlanıp, düzeltici kararların sağlıklı alınabilmesi sürecine çalışanların etkin katılımı sağlanabilmelidir. Spor hizmet ve faaliyetlerin sunumuna ilişkin süreç ve düzeneklerin sürekli gözden geçirilerek düzeltilmesiyle iyileştirilmelerin başlatılması kaliteyi arttıracaktır [4]. Ayrıca, spor hizmetleri için TKY’nde kaliteyi etkileyen boyutlar bir bütün halinde dikkate alınmalıdır. Bu boyutları tamamen birbirinden bağımsız düşünmek yanlıştır. Örneğin, kalite boyutlarından çıktı kalitesinin istenilen düzeyde olması tek başına bir anlam ifade etmez [72].

2.10.Rekreasyon Tanım ve Kavramlar

Rekreasyon teriminin İngilizce karşılığı olan “recreation” sözü, “dünyaya getirmek, doğurmak, yeniden yaratmak” anlamına gelen Latince kökenli “creo, creare” sözcüklerine dayanır [73]. Sözlükte ise; “yeniden yaratma, candırma, yeniden yaratılmış şey; eğlence, dinlenme, istirahat, teneffüs” şekilde görülmektedir [74].

Boş zaman değerlendirme bakımından rekreasyonu daha açık şekilde tanımlamak gerekirse, rekreasyon; “insanların, sınırlı yaşam süresinin zorunlu davranışlar dışında kalan diliminde, gönüllü olarak katıldıkları ve doyum sağladıkları etkinlik” olarak tanımlanabilir. Bu tanımdan da anlaşılacağı gibi rekreasyon; boş zamanlarda gerçekleştirilen, para kazanma amacı gütmeyen, gönüllü katılımı gerektiren doyum sağlayıcı etkinliklerdir [75]. En geniş anlamıyla, insanın, yoğun çalışma yükü, rutin hayat tarzı veya olumsuz çevresel etkilerden tehlikeye giren veya olumsuz etkilenen bedeni ve ruhi sağlığını tekrar elde etmek veya korumak aynı zamanda zevk ve haz almak amacıyla, kişisel doyum sağlayacak, tamamen çalışma ve zorunlu ihtiyaçlar için ayrılan zaman dışında kalan bağımsız boş zaman içinde, isteğe bağlı ve gönüllü olarak ferdi veya grup içinde seçerek yaptığı etkinliklere rekreasyon denir [76].

Rekreasyonun Özellikleri

Çok çeşitlilik arz eden, kişilerin ilgi, dürtü, amaç ve katılım şekillerine ve daha birçok unsura göre değişik anlayışlar sergileyebilen rekreasyonun özellikleri konusunda, ortak bir noktaya ulaşma zorlukları bulunmaktadır. Ancak, rekreasyonun birçok araştırmacı tarafından kabul edilen bazı temel özelliklerinden bahsetmek mümkündür. Bunlar rekreasyonu, diğer faaliyetlerden ve kavramlardan ayıran temel özelliklerdir [76].

Buna göre rekreasyonun temel özellikleri şu şekilde sıralanabilir [75,76];

- Rekreasyon; insanların boş zamanda katıldıkları etkinliklerdir. Ancak her boş zaman değerlendirilen zaman değildir.
- Gönüllü katılımı gerektiren, doyum sağlayıcı etkinliklerdir.
- İlgi ve isteğe göre seçilen etkinliklerdir.
- Çalışmanın tam karşılığıdır. Çalışılmayan zamanla ilgilidir.
- Tembellik değildir. Zihinsel, fiziksel ve ruhsal güç kazanma amacıyla bireyin veya grupların; sosyal, kültürel, fizyolojik ve ekonomik imkanlarıyla bağımlı olarak boş zamanlarında katıldıkları etkinliklerdir.
- İnsanların başarı kazanma, kendini kanıtlama, kişiliğini ifade etme, takdir edilme, toplumda statü kazanma gibi ihtiyaçlarına yöneliktir.

- İnsanlar, diğer kişi veya kuruluşların düzenledikleri etkinliklere katıldıkları gibi, etkinliği kendileri de yaratabilirler.
- Rekreasyona katılan bireyler veya gruplar, zamanı, etkinlik türünü ve yeri kendileri seçerler.
- Rekreasyon; toplumun geleneklerine, törelerine, ahlaki ve manevi değerlerine uygun olmalı, sosyal değerlere ters düşmemelidir.

Rekreasyonun Sınıflandırılması

Rekreasyonun sınıflandırılmasında, esas alınan ilke, genellikle, kişinin rekreasyon etkinliklerine katılmasına sebep olan amaçlar, istekler ve zevkler olmaktadır. Bunun yanısıra, çeşitli özelliklere göre de ayrı gruplandırmalar yapılmaktadır [76].

Rekreasyonun sınıflandırılması, rekreasyonun işlevlerine veya çeşitli özelliklerine bağlı olarak şekillenmektedir. Kişi, hangi amaç ve istek doğrultusunda bir rekreatif etkinliğe karar vermiş ise, buna uygun bir rekreasyon çeşidi ortaya çıkmaktadır. İnsanların herbiri için ayrı ayrı amaçlar ve isteklerin bulunabileceği, buna paralel olarak da çok çeşitli rekreatif etkinliklerin olduğu düşünülürse kesin bir grupta ve çeşitlendirme yapmanın zorluğu da ortaya çıkacaktır [76].

Bu sınırlamalar içerisinde rekreasyonu öncelikle 1. amaçlarına göre, 2. çeşitli özelliklere göre olmak üzere iki bölüme ayırarak gruplara ayırabiliriz [76].

1. Amaçlarına göre rekreasyonun sınıflandırılması

- Dinlenme amacıyla yapılan rekreasyon etkinlikleri:* Boş zamanın tamamen dinlenmek, yani beden ve ruh sağlığının devam ettirilmesi veya korunması için yapılan etkinliklerle değerlendirilmesidir.
- Kültürel amaçla yapılan rekreasyon etkinlikleri:* Boş zaman, eski sanat ve tarihi eserlerin müzelerin gezdirilmesi ve diğer kültürel etkinliklerle değerlendirilmesidir.
- Toplumsal amaçlı yapılan rekreasyon etkinlikleri:* Toplumsal ilişkiler kurmak ve geliştirmek amacına yönelik boş zamanı değerlendirme etkinlikleridir.

- d. *Turizm amaçlı yapılan rekreasyonel etkinlikleri*: Öncelikle tatil dönemlerinde bulunduğu mekandan, başka mekanlara gezmek, görmek amacıyla gitmek suretiyle boş zamanı değerlendirmektir.
- e. *Sanatsal amaçlı yapılan rekreasyonel etkinlikler*: Sanatın birçok dalından bir veya birkaçı ile uğraşarak boş zamanların değerlendirilmesidir.
- f. *Sportif amaçlı yapılan rekreasyon etkinlikleri*: Aktif spor yaparak veya pasif şekliyle seyirci, taraftar, yönetici veya başka bir şekilde boş zamanı sportif etkinliklerle değerlendirilmesidir.

2. Çeşitli kriterlere göre rekreasyonun sınıflandırılması

- a. *Yaş unsuruna göre*: Çeşitli yaş gruplarının kendi özelliklerine göre tercih ettikleri özellikler.
- b. *Etkinliklere katılanların sayılarına göre*: Ferdi, grupta, kitlesel veya aile olarak katılan rekreatif etkinlikler.
- c. *Zamana göre*: Yazın, kışın veya başka bir mevsimde yapılabilen rekreatif etkinlikler.
- d. *Kullanılan mekana göre*: Açık veya kapalı alanda yapılan etkinlikleri kapsamaktadır.
- e. *Sosyolojik açıdan*: Lüks, geleneksel ya da belirli halk kesimlerinin desteklenmesi ile katılımın sağlandığı rekreasyon etkinlikleri.

2.11.Yerleşke Rekreasyonu

Günümüzde birçok üniversitede, öğrencilerin yaşam boyu yeteneklerinin geliştirilmesi ve olumlu davranışlarının desteklenmesi amaçlanmaktadır. Böylece, rekreasyonel etkinlikler yoluyla öğrencilerin fiziksel, sosyal, duygusal yönden olumlu şekilde gelişmelerinin sağlanmış olacaktır [77].

Üniversiteler, yerleşke rekreasyonu kapsamında genelde öğrencilere, fakülte ve üniversite çalışanlarına çeşitli etkinlikler (spor etkinlikleri, öğrenci birlikleri, tiyatro) sunarlar. Bu etkinliklerin sunulduğu kitle ise çeşitlilik göstermektedir. Dolayısıyla, üniversitelerin sunacağı programların çeşitliliği de değişik seviyelerde ve yaş gruplarına göre ayarlanmalıdır [77]. Bu etkinliklerdeki birincil amaç, öğrencilerin

boş zamanlarını etkili bir şekilde değerlendirmelerini sağlamaktır. Fakat aynı zamanda, fakülte çalışanları ve bazı durumlarda yerleşke etrafında yaşayanların kullanımına da açıktır [78].

Yerleşke rekreasyon programları okulun ismini duyurma, nitelikli öğrencileri çekme ve onların okulda kalmasını sağlamada etkindir. Yerleşke rekreasyonu için bugün en büyük hedef, öğrencilerin psikolojik ve sosyal ihtiyaçlarını göz önüne alan yeni yaklaşımlar geliştirmektir. Şüphesiz en önemli bölüm, öğrenci ilişkilerini geliştiren spor etkinliklerine aktif veya seyirci olarak katılımıdır. Sporu seven fakat rekabet etmek isteyen öğrenciler için spor salonları içinde çeşitli seçenekler vardır [78].

2.12.Rekreasyon ve Spor

Spor, rekreasyonun en kapsamlı, çeşitli ve ilgi çeken alanlarından birini oluşturmaktadır. Spor ve rekreasyon karşılıklı olarak birbirlerini etkilerler. Spor insanların rekreatif gereksinimlerini karşılamada önemli bir hareket alanı sağlarken, rekreasyon da, sporun toplumsal yaygınlaşmasında ve sportif başarılar elde edilmesinde önemli roller üstlenmiştir. Spor bu rolünü genellikle herkes için spor veya sağlık için spor gibi etkinlik rollerini yerine getirerek gerçekleştirmektedir [79].

İnsanların boş zamanlarını değerlendirme ihtiyaçlarının gündeme geldiği ilk yıllardan günümüze kadar spor aktivitelerine seyirci olarak katılım çok yoğun bir şekilde devam etmektedir. Günümüze nazaran rekreasyon faaliyetlerine seyirci olarak katılımın daha yoğun olduğu 19. yüzyılın başlarında tiyatrolar, sirkler, sinemalar ve büyük statların tribünlerinde çeşitli sanatsal ve sportif faaliyetleri seyredenler, evlerinde radyo dinleyenler büyük yığınları oluşturmaktaydı. Bu yüzden rekreasyonun pasif türleri gelişim göstermekteydi [78]. İnsanların sadece seyirci oldukları bir takım spor dallarının cazibesine kapılarak zamanla o dallardan bazılarına sporcu olarak yönelmeleri göz önüne alındığında pasif katılımın, aktiviteye geçişi özendirici bir durum olduğu da ortaya çıkmaktadır. Spor seyircisinin bu özellikleri onu bir sinema veya tiyatro seyircisinden ayırmaktadır. Diğer yandan sporun pasif yönünün teşvik edilmesi, eğitimsizlikle beraber, öncelikle rekreasyonun ticari bir değer taşıdığı anlayışından ileri gelmektedir ki, bu

yüzden sporu aktif olarak yapanların değil, sporu seyredenlerin sayılarında artış meydana gelmektedir. Ancak toplumsal, ekonomik ve teknolojik gelişmenin de etkisiyle durumun tersine çevrilmeye başladığı görülmektedir. İnsanlar giderek, hekimlerin önerileriyle teknolojik gelişmelerin yol açtığı hareketsizlik nedeniyle ortaya çıkan sağlık sorunları karşısında spora aktif olarak katılmayı tercih etmektedirler. Sporcuların toplum içindeki statülerinin yükselmesi de ebeveynlerin çocuklarını öğrenimleri dışında spora katılmaya teşvik etmesine yol açmış, çocukların rekreatif etkinliklerinde spor ilk sıralarda yerini almıştır [80].

Yapılan araştırmalar, rekreasyon amaçlı sportif faaliyetleri tercih eden insanların sayısının, diğer faaliyetlere katılanların sayılarından daha fazla olduğunu göstermektedir. Örneğin Almanya'da halkın %61'i boş zaman etkinliklerinden sporu tercih etmektedirler. Ayrıca 1987 yılında Almanya'da 6-16 yaş arasındaki 190.000 kişi üzerinde anket yoluyla yapılan bir araştırmada gençlerin %60'ının boş zamanlarını spor yaparak geçirdikleri görülmüştür. Boş zamanlarda sportif faaliyetlere aktif katılmayı tercih etme oranının yüksek olmasındaki temel nedenler, sporun kişisel ve toplumsal özelliklerinden kaynaklanmaktadır. Ayrıca sportif faaliyetlerin katılım kolaylığı, çalışma rahatlığı, her yaşın, her cinsin ve herkesin zevk ve isteklerine yanıt verebilecek tercih olanağı vardır. Sosyalleştirici, toplumsal birliği sağlayıcı, sağlık kazandırıcıdır. Sanatsal ve folklorik değeri vardır. Bütün bunların yanında rekreasyonla daha yakın ilgisi bakımından sporun çeşitlilik, değişkenlik ve hareket özelliklerinden bahsedebiliriz. Rekreatif bir etkinlik olarak spora ilginin artması çeşitli toplumsal kurumları bu konuda organizasyonlar yapmaya yöneltmektedir. Okullar, spor kulüpleri, çeşitli dernekler ve devlet kuruluşları müsabaka niteliği taşımayan rekreatif amaçlı sportif etkinlikleri düzenlemeye başlamışlardır. Trekking, jogging, rafting gibi yeni bir takım spor branşları bu organizasyonlarla gündeme gelmeye başlamış, böylece sporun yeni çeşitlerinin tanıtılması ve yaygınlaşması da sağlanmıştır. Rekreasyon eğitimi için düzenlenen kampanyalarının artarak rağbet görmesi bir yandan sportif aktivitelerin insanların günlük yaşamının bir parçası haline gelmesine katkıda bulunurken diğer yandan da ortak ilgi ve heyecanların paylaşıldığı ortamlar yaratarak kişileri yabancılaşmaktan kurtarmakta hoşgörü, gelişmiş sosyal ilişkiler ve sosyal uyum yaratmaktadır [80].

3.YÖNTEM

Bu bölümde araştırmanın modeli, evren ve örneklemin seçimi, verilerin toplanması ve çözümlenmesi ile ilgili bilgiler verilmiştir.

3.1.Araştırmanın Modeli

Devlet ve vakıf üniversitesi yerleşkelerindeki rekreasyonel spor merkezlerindeki hizmet kalitesini değerlendirmek amacıyla yapılan bu araştırmada, tarama yöntemi kullanılarak ölçek ile veriler toplanmıştır.

3.2.Evren ve Örneklem

Türkiye’de 2014 yılı itibariyle 196 üniversite vardır. Bunların 123’ü devlet üniversitesi, 73’ü vakıf üniversitesidir [100]. Araştırmanın çalışma evrenini, Ankara ilinde yer alan 19 üniversitenin (13 vakıf, 6 devlet) öğrencileri, örneklemini ise bu üniversitelerden benzer özelliklere* sahip 3 devlet ve 3 vakıf üniversitesinin** rekreasyon merkezlerinden faydalanan ve çalışmaya gönüllü olarak katılan 535 öğrenci oluşturmuştur.

3.3.Veri Toplama Aracı

Araştırmada kullanılan veri toplama aracının birinci kısmında katılımcılara, demografik bilgiler (cinsiyet, yaş, tesisi kullanım süresi, tesisi haftalık kullanım sıklığı, tesisi günlük kullanım süresi) ile ilgili beş soruya yer verilmiştir. İkinci kısımda ise katılımcıların, üniversite spor merkezleri hizmet kalitesi algılarını belirleyebilmek için Köşker Demir ve Çimen (2012) tarafından geçerliliği ve güvenilirliği Türkiye için yapılan, Rekreasyonel Spor Hizmetleri Kalite Ölçeği [81] (The Scale of Service Quality in Recreational Sport: SSQRS; Ko ve Pastore, 2005) kullanılmıştır.

* Yerleşkelerinde rekreasyonel amaçlı fitness merkezi bulunan

**Üniversite yetkililerinin isteği doğrultusunda çalışmada örnekleme dahil olan üniversitelerin adları belirtilmemiştir.

Rekreasyonel Spor Hizmetleri Kalite Ölçeği (RSHKÖ), 4 alt boyutlu olup 38 maddeden oluşmaktadır. Bu alt boyutlar, program kalitesi (9 madde), etkileşim kalitesi (8 madde), çıktı kalitesi (12 Madde) ve fiziksel çevre kalitesi (9 madde) dir.

Program kalitesi alt boyutu, rekreasyonel spor merkezleri tarafından sunulan spor programlarının çeşitliliğini, çalışma zamanı ve bilgilendirmenin yeterli olup olmadığı gibi konuları; etkileşim kalitesi alt boyutu, spor merkezi çalışanlarının tutumları ve çalışma istekliliği ile katılımcıların birbirlerinden etkilenip etkilenmediği gibi konuları; çıktı kalitesi alt boyutu, katılımcılarda fiziksel olarak değişim olup olmadığı ve sosyalleşme gibi konuları ve fiziki çevre kalitesi alt boyutu, spor merkezinin ortamı, tasarımı ve malzemeleri ile ilgili konuları sorgulanmaktadır. Ölçek likert tipi olup, derecelendirmesi 1 (hiç katılmıyorum) ile, 7 (tamamen katılıyorum) arasındadır.

3.4. Veri Toplama

Veri toplama öncesi, ilgili üniversite spor merkezi sorumluları ile görüşülerek gerekli izinler alınmıştır. Ölçekler, üniversite spor merkezlerini kullanan öğrencilere, araştırmacı ve görevli eğitmen tarafından gerekli açıklamalar yapılarak uygulanmıştır.

3.5. Veri Çözümleme

Rekreasyonel Spor Hizmetleri Kalite Ölçeği (RSHKÖ) kullanılarak, devlet ve vakıf üniversitesi yerleşkelerindeki rekreasyonel spor merkezlerini kullanan öğrencilerden elde edilen verilerin çözümlenmesinde, bağımsız değişkenler (cinsiyet, yaş, vb.) için, betimsel istatistik yöntemleri, bağımsız değişkenlerin Rekreasyonel Spor Hizmetleri Kalite Ölçeğinin alt boyutları bakımından farklılıklarını sınamak için parametrik olmayan değerlerde Mann-Whitney U ve Kruskal-Wallis testleri, parametrik olan değerlerde ise t-test ve tek yönlü varyans analizi (ANOVA) testi kullanılmıştır. Verilerin analizinde SPSS 19.0 programı kullanılmıştır.

Bu araştırma için ölçeğin alt boyutlarının güvenilirlik düzeylerini test etmek için içsel tutarlılığı sınamada kullanılan Cronbach Alpha değerlerine bakılmıştır. Buna göre, 38 madde ve 4 faktörden oluşan ölçeğin güvenilirlik katsayısı Çizelge 3' te gösterilmektedir.

Çizelge 3: Rekreatyoneel Spor Hizmetleri Kalite Ölçeğinde yer alan maddelerin alfa güvenilirlik katsayıları

RSHKÖ Alt Boyutları	Madde Sayısı	Alfa Güvenirlik Katsayısı
Program Kalitesi	9	0,90
Etkileşim Kalitesi	8	0,92
Çıktı Kalitesi	12	0,94
Fiziksel Çevre Kalitesi	9	0,92
Toplam Kalite	38	0,96

Çizelge 3'te gösterilen RSHKÖ alt boyutlarının güvenilirlik katsayılarının 0,90 ile 0,96 arasında değiştiği belirlenmiştir. Elde edilen bu sonuçlar, ölçeğin bu araştırma için güvenilirliğinin yüksek olduğunu göstermektedir.

4. ARAŞTIRMA BULGULARI

4.1. Betimsel İstatistik Bulguları

Araştırmaya katılan ve üniversite yerleşkelerindeki rekreasyonel spor merkezini kullanan öğrencilerin “üniversite türü”, “cinsiyet”, “yaş”, “tesisi kullanım süresi”, “tesisi (haftalık) kullanım sıklığı”, “tesisi (günlük) kullanım süresi” değişkenlerine göre dağılımları Çizelge 4’ te verilmiştir.

Çizelge 4: Üniversite spor merkezini kullanan öğrencilerinin betimsel değişkenlerine göre dağılımları

Değişkenler		N	%
Üniversite Türü	Devlet	266	49,7
	Vakıf	269	50,3
Cinsiyet	Erkek	383	71,6
	Kadın	152	28,4
Yaş	19 yaş veya daha küçük	63	11,8
	20-21 yaş	202	37,8
	22-23 yaş	168	31,4
	24 yaş veya daha büyük	102	19,1
Tesis Kullanım Süresi	1 yıl veya daha az	242	45,2
	2 yıl	128	23,9
	3 yıl	96	17,9
	4 yıl veya daha çok	69	12,9
Tesis Haftalık Kullanım Sıklığı	1-2 kez	99	18,5
	3-4 kez	242	45,2
	5 kez ve üzeri	80	15,0
	Düzenli değil	114	21,3
Tesis Günlük Kullanım Süresi	1 saatten daha az	101	18,9
	1sa. – 1,5 sa.	266	49,7
	1,5 sa. ve üzeri	168	31,4

Çizelge 4 incelendiğinde, Üniversite Yerleşkelerindeki Rekreasyonel Spor Merkezini kullanan öğrencilerin %71,6’sının erkek olduğu, %37,8’inin 20-21 yaşları arasında olduğu, %45,2’sinin spor merkezini 1 yıl veya daha az süredir kullandığı, %45,2’sinin tesisi haftalık olarak 3-4 kez kullandığı, %49,9’unun spor merkezinde günlük 1,5 saat harcadığı görülmektedir.

4.2. Açıklayıcı İstatistik Bulguları

Katılımcıların cinsiyet, yaş, tesisi kullanım yılı, tesisi haftalık kullanım sıklığı ve tesisten günde faydalanılan süreye göre Rekreasyonel Spor Hizmetleri Kalitesi Ölçeği (RSHKÖ)’nin alt boyutları bakımından anlamlı farklılık gösterip göstermediğini sınamak için T-Testi, Mann-Whitney U, Kruskal-Wallis ve tek yönlü

varyans analizi (ANOVA) testlerinden yararlanılmıştır. Ayrıca, gruplar arasındaki farklılıkları belirlemek için Mann-Whitney U ve Tukey testleri yapılmıştır.

Üniversite Türüne Göre Hizmet Kalitesi Algısının Karşılaştırılması

Katılımcıların Rekreatif Spor Hizmetleri Kalite Ölçeğinin (RSHKÖ) alt boyutlarından aldıkları puanların “üniversite türü” değişkenine göre yapılan t-testi sonuçları Çizelge 5’ te verilmiştir.

Çizelge 5: Katılımcıların RSHKÖ puanlarının, “üniversite türü”ne göre t-testi sonuçları

ÜNİVERSİTE TÜRÜ		N	Sıra Ort.	Standart Sapma	t	p
Program Kalitesi	Devlet	266	4,02	1,27	-8,46	,011*
	Vakıf	269	5,01	1,40		
Etkileşim Kalitesi	Devlet	266	4,22	1,47	-9,13	,708
	Vakıf	269	5,36	1,41		
Çıktı Kalitesi	Devlet	266	4,92	1,21	-4,26	,070
	Vakıf	268	5,38	1,27		
Fiziki Çevre Kalitesi	Devlet	266	4,11	1,29	-4,88	,000*
	Vakıf	269	4,73	1,61		
Toplam Puan	Devlet	266	4,37	1,10	-7,52	,003*
	Vakıf	268	5,13	1,23		

*p<0,05

Üniversite türüne göre, rekreatif spor merkezlerini kullanan öğrencilerin, RSHKÖ kalite algısı toplam puanlarında anlamlı bir fark görülmektedir ($t_{0,05:532}=-7,52$). RSHKÖ alt boyutları (program, etkileşim, çıktı, fiziki çevre) incelendiğinde, “*program kalitesi*” ($t_{0,05:533}=-8,46$) ve “*fiziki çevre kalitesi*” ($t_{0,05:533}=-4,88$) alt boyutunda anlamlı bir fark bulunmuştur. Buna göre, vakıf üniversitesi yerleşkelerindeki rekreatif spor merkezlerini kullanan öğrencilerin hizmet kalitesi algısı “*program kalitesi*”, “*fiziki çevre kalitesi*” alt boyutunda ve toplamda devlet üniversitesindeki öğrencilere göre daha yüksektir. Ayrıca, sıra ortalamalarına bakıldığında, her iki üniversite türünde de “*çıktı kalitesi*” alt boyutunda alınan puanların diğer alt boyutlardan daha yüksek olduğu görülmektedir.

Cinsiyete Göre Hizmet Kalitesi Algısının Karşılaştırılması

Devlet üniversitesi yerleşkelerindeki spor merkezlerini kullanan öğrencilerinin Rekreatif Spor Hizmetleri Kalite Ölçeğinin (RSHKÖ) alt boyutlarından aldıkları puanların “*cinsiyet*” değişkenine göre yapılan Mann-Whitney U sonuçları Çizelge 6’ da verilmiştir.

Çizelge 6: Devlet üniversitelerinde katılımcıların RSHKÖ puanlarının, “*cinsiyet*” değişkenine göre Mann Whitney U-Testi sonuçları

DEVLET	CİNSİYET	N	Sıra Ortalaması	Sıra Toplamı	U	p
Program Kalitesi	Kadın	91	132,62	12068,50	7882.5	,893
	Erkek	175	133,96	23442,50		
	Total	266				
Etkileşim Kalitesi	Kadın	91	118,57	10790,00	6604	,022*
	Erkek	175	141,26	24721,00		
	Total	266				
Çıktı Kalitesi	Kadın	91	122,16	11117,00	6931	,084
	Erkek	175	139,39	24394,00		
	Total	266				
Fiziki Çevre Kalitesi	Kadın	91	134,86	12272,00	7839	,143
	Erkek	175	132,79	23239,00		
	Total	266				
Toplam Puan	Kadın	91	123,92	11276,50	7090.5	,143
	Erkek	175	138,48	24234,50		
	Total	266				

*p<0,05

Devlet üniversitesi yerleşkelerindeki rekreatif spor merkezlerini kullanan öğrencilerin “*cinsiyet*”ine göre RSHKÖ toplam puanı bakımından anlamlı bir fark görülmemektedir (U=7090.5, p>0,05). Ancak, RSHKÖ alt boyutları incelendiğinde sadece “*etkileşim kalitesi*” alt boyutunda (U=6604, p<0,05) anlamlı bir fark bulunmuştur. Sıra ortalamaları incelendiğinde, erkek öğrencilerin hizmet kalitesi algı düzeylerinin (Sıra ort.=141,26), kadın öğrencilerden (Sıra ort.=118,57) daha yüksek olduğu anlaşılmaktadır.

Vakıf üniversitesi yerleşkelerindeki spor merkezlerini kullanan öğrencilerin Rekreatif Spor Hizmetleri Kalite Ölçeğinin (RSHKÖ) alt boyutlarından aldıkları puanların “*cinsiyet*” değişkenine göre yapılan Mann-Whitney U sonuçları Çizelge 7’ de verilmiştir.

Çizelge 7: Vakıf üniversitelerinde katılımcıların RSHKÖ puanlarının, “cinsiyet” değişkenine göre Mann Whitney U-Testi sonuçları

VAKIF	CİNSİYET	N	Sıra Ort.	Sıra Toplamı	U	p
Program Kalitesi	Kadın	61	155,84	9506,00	5073	,017*
	Erkek	208	128,89	26809,00		
	Total	269				
Etkileşim Kalitesi	Kadın	61	139,06	8482,50	6096.5	,017*
	Erkek	208	133,81	27832,50		
	Total	269				
Çıktı Kalitesi	Kadın	61	138,43	8444,50	6073.5	,652
	Erkek	207	133,34	27601,50		
	Total	268				
Fiziki Çevre Kalitesi	Kadın	61	134,72	8218,00	6327	,975
	Erkek	208	135,08	28097,00		
	Total	269				
Toplam Puan	Kadın	61	142,41	8687,00	5831	,364
	Erkek	207	132,17	27359,00		
	Total	268				

*p<0,05

Vakıf üniversitesi yerleşkelerindeki rekreasyonel spor merkezlerini kullanan öğrencilerin “cinsiyet”ine göre RSHKÖ toplam puanı bakımından anlamlı bir fark görülmemektedir (U=5831, p>0,05). Ancak, RSHKÖ alt boyutları incelendiğinde, “program kalitesi” (U=5073) ve “etkileşim kalitesi” (U=6096,5) alt boyutunda anlamlı bir fark bulunmuştur (p<0,05). Buna göre, her iki alt boyutta da kadın öğrencilerin hizmet kalitesi algı düzeylerinin, erkek öğrencilerden daha yüksek olduğu anlaşılmaktadır.

Yaşa Göre Hizmet Kalitesi Algısının Karşılaştırılması

Devlet üniversitesi yerleşkelerindeki spor merkezlerini kullanan öğrencilerinin Rekreasyonel Spor Hizmetleri Kalite Ölçeği (RSHKÖ) alt boyutlarından aldıkları puanların “yaş” değişkenine göre yapılan Kruskal-Wallis test sonuçları Çizelge 8’de verilmiştir.

Çizelge 8. Devlet üniversitelerinde katılımcıların RSHKÖ puanlarının, “yaş” değişkenine göre Kruskal-Wallis sonuçları

DEVLET	YAŞ	N	Sıra Ort.	sd	χ^2	p	Anlamlı Fark
Program Kalitesi	19 yaş veya altı	20	4,60	3	7,782	,051	-
	20-21 yaş	112	4,18				
	22-23 yaş	82	3,72				
	24 yaş ve üzeri	52	3,95				
	Toplam	266					
Etkileşim Kalitesi	19 yaş ve altı	20	4,21	3	3,576	,311	-
	20-21 yaş	112	4,34				
	22-23 yaş	82	4,25				
	24 yaş ve üzeri	52	3,91				
	Toplam	266					
Çıktı Kalitesi	19 yaş veya altı	20	5,18	3	5,002	,172	-
	20-21 yaş	112	4,78				
	22-23 yaş	82	5,05				
	24 yaş veya üzeri	52	4,93				
	Toplam	266					
Fiziki Çevre Kalitesi	19 yaş veya altı (A)	20	4,95	3	8,887	,031*	A-C A-D
	20-21 yaş (B)	112	4,09				
	22-23 yaş (C)	82	4,11				
	24 yaş veya üzeri (D)	52	3,84				
	Toplam	266					
Toplam Puan	19 yaş veya altı	20	4,78	3	2,834	,418	-
	20-21 yaş	112	4,38				
	22-23 yaş	82	4,34				
	24 yaş veya üzeri	52	4,23				
	Toplam	266					

*p<0,05

Devlet üniversitesi yerleşkelerindeki spor merkezlerini kullanan öğrencilerin “yaş”ına göre RSHKÖ toplam puanı bakımından anlamlı bir fark görülmemektedir [χ^2 (3)=2,83, p>0,05]. Ancak, RSHKÖ alt boyutları incelendiğinde, sadece “fiziki çevre kalitesi” alt boyutunda anlamlı bir fark bulunmuştur [χ^2 (3)=8,88, p<0,05]. Gruplar arasında ortaya çıkan bu farkın hangi gruplardan kaynaklandığını tespit etmek için yapılan Mann Whitney U–testi sonuçları, 19 ≤ (Sıra ort.=4,95) yaş grubunda yer alanların puanlarının, 22-23 yaş (Sıra ort.=4,11) ve 24 ≥ yaşındekilerin (Sıra ort.=3,84) puanlarından daha yüksek olduğunu ve bu farkların anlamlı olduğunu ortaya koymuştur. Ayrıca, grupların sıra ortalamaları incelendiğinde, en düşük hizmet kalitesi algı düzeyi puanına 24 ≥ (Sıra ort.=3,84) yaş grubunda olanların sahip olduğu görülmektedir.

Vakıf üniversitesi yerleşkelerindeki spor merkezlerini kullanan öğrencilerinin Rekreatyoneel Spor Hizmetleri Kalite Ölçeği (RSHKÖ) alt boyutlarından aldıkları puanların “yaş” değişkenine göre yapılan Kruskal-Wallis test sonuçları Çizelge 9’da verilmiştir.

Çizelge 9. Vakıf üniversitelerinde katılımcıların RSHKÖ puanlarının, “yaş” değişkenine göre Kruskal-Wallis sonuçları

VAKIF	YAŞ	N	Sıra Ort.	sd	χ^2	p	Anlamlı Fark
Program Kalitesi	19 yaş veya altı (A)	43	5,40	3	11,472	,009*	A-D B-D C-D
	20-21 yaş (B)	90	5,08				
	22-23 yaş (C)	86	5,05				
	24 yaş veya üzeri (D)	50	4,46				
	Toplam	269					
Etkileşim Kalitesi	19 yaş veya altı	43	5,28	3	,780	,854	-
	20-21 yaş	90	5,42				
	22-23 yaş	86	5,26				
	24 yaş veya üzeri	50	5,48				
	Toplam	269					
Çıktı Kalitesi	19 yaş veya altı	43	5,19	3	2,465	,482	-
	20-21 yaş	89	5,52				
	22-23 yaş	86	5,27				
	24 yaş veya üzeri	50	5,50				
	Toplam	268					
Fiziki Çevre Kalitesi	19 yaş veya altı	43	4,91	3	1,297	,730	-
	20-21 yaş	90	4,70				
	22-23 yaş	86	4,78				
	24 yaş veya üzeri	50	4,56				
	Toplam	269					
Toplam Puan	19 yaş veya altı	43	5,19	3	1,095	,778	-
	20-21 yaş	89	5,20				
	22-23 yaş	86	5,10				
	24 yaş veya üzeri	50	5,03				
	Toplam	268					

*p<0,05

Vakıf üniversitesi yerleşkelerindeki spor merkezini kullanan öğrencilerin “yaş”ına bağlı olarak RSHKÖ toplam puanı bakımından anlamlı bir fark görülmemektedir [χ^2 (3)=11,472, p>0,05]. Ancak, RSHKÖ alt boyutları incelendiğinde, sadece “program kalitesi” alt boyutunda anlamlı bir fark bulunmuştur [χ^2 (3)=11,47, p<0,05]. Gruplar arasında çıkan bu farkın hangi gruptan kaynaklandığını tespit etmek için yapılan Mann Whitney U testi sonuçları, 24 ≥ yaş (Sıra ort.=4,46) grubunda yer alanların diğer üç gruptan daha düşük olduğunu ve bu farkların anlamlı olduğunu ortaya koymuştur. Ayrıca, grupların sıra ortalamaları

incelendiğinde, en yüksek hizmet kalitesi algı düzeyi puanına $19 \leq$ (Sıra ort.=5,40) yaş grubunda olanların sahip olduğu görülmektedir.

Tesisten Faydalanma Yılına Göre Hizmet Kalitesi Algısının Karşılaştırılması

Devlet üniversitesi yerleşkelerindeki spor merkezlerini kullanan öğrencilerinin Rekreatyoneel Hizmet Kalitesi Ölçeği (RSHKÖ) alt boyutlarından aldıkları puanların “tesisten faydalanma yılı” değişkenine göre yapılan Anova test sonuçları Çizelge 10’ da verilmiştir.

Çizelge 10: Devlet üniversitelerinde katılımcıların RSHKÖ puanlarının, “tesisi kullanım süresi” değişkenine göre ANOVA sonuçları

DEVLET	TESİSİ KULLANIM SÜRESİ	N	\bar{X}	ss	sd	F	p	Anamlı Fark
Program Kalitesi	1 yıl veya daha az	149	4,11	1,38	3-262	1,125	,339	-
	2 yıl	62	3,90	1,12				
	3 yıl	48	4,01	,85				
	4 yıl veya daha fazla	7	3,33	2,16				
	Toplam	266	4,02	1,27				
Etkileşim Kalitesi	1 yıl veya daha az	149	4,12	1,46	3-262	1,775	,152	-
	2 yıl	62	4,11	1,35				
	3 yıl	48	4,56	1,62				
	4 yıl veya daha fazla	7	4,92	1,10				
	Toplam	266	4,22	1,47				
Çıktı Kalitesi	1 yıl veya daha az (A)	149	4,75	1,22	3-262	4,081	0,007*	A-C
	2 yıl (B)	62	4,91	1,26				
	3 yıl (C)	48	5,38	1,00				
	4 yıl veya daha fazla (D)	7	5,57	,69				
	Toplam	266	4,92	1,21				
Fiziki Çevre Kalitesi	1 yıl veya daha az	149	4,12	1,27	3-262	,043	,988	-
	2 yıl	62	4,06	1,47				
	3 yıl	48	4,15	1,07				
	4 yıl veya daha fazla	7	4,11	1,81				
	Toplam	266	4,11	1,29				
Toplam Puan	1 yıl veya daha az	149	4,32	1,15	3-262	,900	,441	-
	2 yıl	62	4,30	1,13				
	3 yıl	48	4,59	,87				
	4 yıl veya daha fazla	7	4,56	1,15				
	Toplam	266	4,37	1,10				

*p<0,05

Devlet üniversitesi yerleşkelerindeki rekreatyoneel spor merkezlerini kullanan öğrencilerin “tesisi kullanım süresi”ne bağlı olarak, RSHKÖ toplam puanı

bakımından anlamlı bir fark görülmemektedir [$F_{(3-262)}=,900$, $p>,05$]. Ancak, RSHKÖ alt boyutları incelendiğinde, sadece “*çıkıtı kalitesi*” alt boyutunda anlamlı bir fark bulunmuştur [$F_{(3-262)}=4,081$, $p<,05$]. Gruplar arasında çıkan bu farkın hangi gruptan kaynaklandığını tespit etmek için yapılan Tukey Testi sonuçları, 3 yıl grubunda ($\bar{X}=5,38$) yer alanların puanlarının, 1 yıl veya daha az grubu ($\bar{X}=4,75$) puanlarından daha yüksek olduğunu ve bu farkların anlamlı olduğunu ortaya koymuştur ($p<,05$).

Vakıf üniversitesi yerleşkelerindeki spor merkezini kullanan öğrencilerinin Rekreatyoneel Hizmet Kalitesi Ölçeği (RSHKÖ) alt boyutlarından aldıkları puanların “*tesisi kullanım süresi*” değişkenine göre yapılan Anova test sonuçları Çizelge 11’de verilmiştir.

Çizelge 11: Vakıf üniversitelerinde katılımcıların RSHKÖ puanlarının, “*tesisi kullanım süresi (yıl)*” değişkenine göre ANOVA sonuçları

VAKIF	TESİS KULLANIM SÜRESİ	N	\bar{X}	ss	Sd	F	p
Program Kalitesi	1 yıl veya daha az	93	5,15	1,40	3-264	,912	,436
	2 yıl	66	5,00	1,58			
	3 yıl	48	5,04	1,20			
	4 yıl veya daha fazla	62	4,77	1,34			
	Toplam	269	5,01	1,40			
Etkileşim Kalitesi	1 yıl veya daha az	93	5,33	1,32	3-264	,903	,440
	2 yıl	66	5,42	1,43			
	3 yıl	48	5,09	1,55			
	4 yıl veya daha fazla	62	5,53	1,41			
	Toplam	269	5,36	1,41			
Çıktı Kalitesi	1 yıl veya daha az	92	5,40	1,19	3-264	,281	,839
	2 yıl	66	5,26	1,28			
	3 yıl	48	5,47	1,22			
	4 yıl veya daha fazla	62	5,42	1,41			
	Toplam	268	5,38	1,27			
Fiziki Çevre Kalitesi	1 yıl veya daha az	93	4,75	1,48	3-264	,649	,584
	2 yıl	66	4,85	1,67			
	3 yıl	48	4,84	1,61			
	4 yıl veya daha fazla	62	4,49	1,75			
	Toplam	269	4,73	1,61			
Toplam Puan	1 yıl veya daha az	92	5,17	1,17	3-264	,084	,969
	2 yıl	66	5,14	1,34			
	3 yıl	48	5,14	1,22			
	4 yıl veya daha fazla	62	5,07	1,24			
	Toplam	268	5,13	1,23			

* $p<0,05$

Vakıf üniversitesi yerleşkelerindeki rekreasyonel spor merkezlerini kullanan öğrencilerin “*tesisten faydalanma yılı*”na bağlı olarak, RSHKÖ toplam puanı bakımından anlamlı bir fark görülmemektedir [$F_{(3-264)}=,084$, $p>0,05$]. Ayrıca, RSHKÖ alt boyutlarının (program, etkileşim, çıktı, fiziki çevre) hiç birinde de anlamlı bir farklılık yoktur.

Tesis Kullanım Sıklığına (Haftalık) Göre Hizmet Kalitesi Algısının Karşılaştırılması

Devlet üniversitesi yerleşkelerindeki spor merkezlerini kullanan öğrencilerinin Rekreasyonel Spor Hizmetleri Kalite Ölçeği (RSHKÖ) alt boyutlarından aldıkları puanların “*tesisi (haftalık) kullanım sıklığı*” değişkenine göre yapılan Kruskal-Wallis test sonuçları Çizelge 12’ de verilmiştir.

Çizelge 12: Devlet üniversitelerinde katılımcıların RSHKÖ puanlarının, “*tesisi (haftalık) kullanım sıklığı*” değişkenine göre Kruskal-Wallis sonuçları

DEVLET	TESİSİ KULLANIM SIKLIĞI	N	Sıra Ort.	sd	X ²	P	Anlamlı Fark
Program Kalitesi	1-2 kez	56	3,94	3	,338	,953	-
	3-4 kez	111	4,06				
	5 kez veya daha fazla	8	3,86				
	Düzenli değil	91	4,05				
	Toplam	266					
Etkileşim Kalitesi	1-2 kez	56	4,06	3	4,043	,257	-
	3-4 kez	111	4,45				
	5 kez veya daha fazla	8	4,00				
	Düzenli değil	91	4,05				
	Toplam	266					
Çıktı Kalitesi	1-2 kez (A)	56	4,72 ^b	3	21,488	,000*	A-B B-D
	3-4 kez (B)	111	5,27 ^a				
	5 kez veya daha fazla (C)	8	5,33 ^{a,b}				
	Düzenli değil (D)	91	4,59 ^b				
	Toplam	266					
Fiziki Çevre Kalitesi	1-2 kez	56	4,52 ^a	3	10,475	,015*	-
	3-4 kez	111	3,95 ^b				
	5 kez veya daha fazla	8	4,00 ^{a,b}				
	Düzenli değil	91	4,07 ^b				
	Toplam	266					
Toplam Puan	1-2 kez	56	4,35	3	3,075	,380	-
	3-4 kez	111	4,50				
	5 kez veya daha fazla	8	4,38				
	Düzenli değil	91	4,22				
	Toplam	266					

Devlet üniversitesi yerleşkelerindeki rekreasyonel spor merkezlerini kullanan öğrencilerin “*tesisi (haftalık kullanım sıklığı)*”na bağlı olarak, RSHKÖ toplam puanı bakımından anlamlı bir fark bulunmamıştır [$\chi^2(3)=3,07, p>0,05$]. Ancak, RSHKÖ alt boyutları (program, etkileşim, çıktı, fiziki çevre) incelendiğinde, “*çıkıtı kalitesi*” [$\chi^2(3)=21,48, p<0,05$] ve “*fiziki çevre kalitesi*” [$\chi^2(3)=10,47, p<0,05$] alt boyutunda anlamlı bir fark bulunmuştur. Gruplar arasında çıkan bu farkın hangi gruptan kaynaklandığını tespit etmek için yapılan Mann Whitney U testi sonuçları, “*çıkıtı kalitesi*” alt boyutunda tesisi haftada 3-4 kez (Sıra ort.=5,27) kullanan grupta yer alanların puanlarının, tesisi haftada 1-2 kez (Sıra ort.=4,72) kullanan ve düzenli kullanmayan grubun puanlarından daha yüksek olduğunu ve bu farkların anlamlı olduğunu ortaya koymuştur. Ayrıca, grupların sıra ortalamaları incelendiğinde, en yüksek hizmet kalitesi algı düzeyi puanına, tesisi haftada 5≥ kez (Sıra ort.=5,33) kullanan grubun, en düşük puana ise tesisi düzenli kullanmayan grubun (Sıra ort.=4,59) sahip olduğu anlaşılmıştır.

“*Fiziki çevre kalitesi*” alt boyutunda ise tesisi haftada 1-2 kez (Sıra ort.=4,52) kullanan grupta yer alanların puanlarının, tesisi haftada 3-4 kez (Sıra ort.=3,95) kullanan ve düzenli kullanmayan grubun puanlarından daha yüksek olduğunu ve bu farkların anlamlı olduğunu görülmektedir. Ayrıca, grupların sıra ortalamaları incelendiğinde, en yüksek hizmet kalitesi algı düzeyi puanına, tesisi haftada 1-2 kez kullanan grubun, en düşük puana ise tesisi 3-4 kez kullanan grubun sahip olduğu anlaşılmıştır.

Vakıf üniversitesi yerleşkelerindeki spor merkezlerini kullanan öğrencilerinin Rekreasyonel Spor Hizmetleri Kalite Ölçeği (RSHKÖ) alt boyutlarından aldıkları puanların “*tesisi (haftalık kullanım sıklığı)*” değişkenine göre yapılan Kruskal-Wallis test sonuçları Çizelge 13’ te verilmiştir.

Çizelge 13: Vakıf üniversitelerinde katılımcıların RSHKÖ puanlarının, “tesisi (haftalık) kullanım sıklığı” değişkenine göre Kruskal-Wallis sonuçları

VAKIF	TESİSİ KULLANIM SIKLIĞI	N	Sıra Ort.	sd	χ^2	p	Anlamlı Fark
Program Kalitesi	1-2 kez	54	4,68	3	5,739	,125	-
	3-4 kez	131	5,15				
	5 kez veya daha fazla	61	4,90				
	Düzenli değil	23	5,25				
	Toplam	269					
Etkileşim Kalitesi	1-2 kez (A)	54	4,51	3	19,948	,000*	A-B A-C A-D
	3-4 kez (B)	131	5,66				
	5 kez veya daha fazla (C)	61	5,39				
	Düzenli değil (D)	23	5,56				
	Toplam	269					
Çıktı Kalitesi	1-2 kez (A)	54	4,79	3	11,494	,009*	A-B A-D
	3-4 kez (B)	130	5,63				
	5 kez veya daha fazla (C)	61	5,31				
	Düzenli değil (D)	23	5,55				
	Toplam	268					
Fiziki Çevre Kalitesi	1-2 kez	54	4,27	3	5,255	,154	-
	3-4 kez	131	4,93				
	5 kez veya daha fazla	61	4,70				
	Düzenli değil	23	4,73				
	Toplam	269					
Toplam Puan	1-2 kez (A)	54	4,58	3	13,065	,004*	A-B A-C A-D
	3-4 kez (B)	130	5,36				
	5 kez veya daha fazla (C)	61	5,09				
	Düzenli değil (D)	23	5,29				
	Total	268					

*p<0,05

Vakıf üniversitesi yerleşkelerindeki rekreasyonel spor merkezlerini kullanan öğrencilerin “tesisi (haftalık) kullanım sıklığı”na bağlı olarak, RSHKÖ toplam puanı bakımından anlamlı farklılık bulunmaktadır [$\chi^2(3)=13,06$, p<,05]. Gruplar arasında çıkan bu farkın hangi gruptan kaynaklandığını tespit etmek için yapılan Mann Whitney U testi sonuçlarına göre, kalite algısı toplam puanında, tesisi haftada 1-2 kez (Sıra ort.=4,58) kullanan öğrenci grubu puanlarının, diğer üç gruptan da düşük olduğu ve bu farkların anlamlı olduğunu ortaya koymuştur. Ayrıca, grupların sıra ortalamaları incelendiğinde, en yüksek hizmet kalitesi algı düzeyi puanına, tesisi haftada 3-4 kez (Sıra ort.=5,36) kullanan grubun, en düşük puana ise tesisi 1-2 kez kullanan grubun sahip olduğu anlaşılmıştır.

RSHKÖ alt boyutları incelendiğinde, “*etkileşim kalitesi*” [$\chi^2 (3)=19,94$, $p<,05$] ve “*çıktı kalitesi*” [$\chi^2 (3)=11,49$, $p<,05$] alt boyutunda anlamlı bir fark bulunmuştur.

“*Etkileşim kalitesi*” alt boyutunda tesisi haftada 1-2 kez (Sıra ort.=4,51) kullanan öğrenci grubu puanlarının, diğer üç gruptan da düşük olduğu ve bu farkların anlamlı olduğu görülmektedir. Ayrıca, grupların sıra ortalamaları incelendiğinde, en yüksek hizmet kalitesi algı düzeyi puanına, tesisi haftada 3-4 kez (Sıra ort.=5,66) kullanan grubun, en düşük puana ise tesisi 1-2 kez kullanan grubun sahip olduğu anlaşılmıştır.

“*Çıktı kalitesi*” alt boyutunda, tesisi haftada 3-4 kez (Sıra ort=5,63) kullanan ve düzenli kullanmayan öğrencilerin hizmet kalitesi algı düzeyleri, haftada 1-2 kez (Sıra ort.=4,79) kullanan öğrencilerden daha yüksektir. Ayrıca, grupların sıra ortalamaları incelendiğinde, en yüksek hizmet kalitesi algı düzeyi puanına, tesisi haftada 3-4 kez (Sıra ort.=5,63) kullanan grubun, en düşük puana ise tesisi 1-2 kez kullanan grubun sahip olduğu anlaşılmıştır.

Tesisi Günlük Kullanım Süresine Göre Hizmet Kalitesi Algısının Karşılaştırılması

Devlet üniversitesi yerleşkelerindeki spor merkezlerini kullanan öğrencilerinin RSHKÖ alt boyutlarından aldıkları puanların “*tesisi (günlük) kullanım süresi*” değişkenine göre yapılan Kruskal-Wallis test sonuçları Çizelge 14’ de verilmiştir.

Çizelge 14: Devlet üniversitelerinde katılımcıların RSHKÖ puanlarının, “*tesisi (günlük) kullanım süresi*” değişkenine göre Kruskal-Wallis sonuçları

DEVLET	TESİSİ KULLANIM SÜRESİ	N	Sıra Ort.	sd	χ^2	p	Anlamlı Fark
Program Kalitesi	1 saatten daha az	53	3,64	2	3,743	,154	-
	1-1,5 saat	134	4,12				
	1,5 saatten daha fazla	79	4,13				
	Toplam	266					
Etkileşim Kalitesi	1 saatten daha az	53	3,90	2	4,309	,116	-
	1-1,5 saat	134	4,21				
	1,5 saatten daha fazla	79	4,44				
	Toplam	266					

Çizelge 14: (devam) Devlet üniversitelerinde katılımcıların RSHKÖ puanlarının, “*tesisi (günlük) kullanım süresi*” değişkenine göre Kruskal-Wallis sonuçları

Çıktı Kalitesi	1 saatten daha az (A)	53	4,39	2	17,123	,000*	A-B
	1-1,5 saat (B)	134	4,89				A-C
	1,5 saatten daha fazla (C)	79	5,34				B-C
	Toplam	266					
Fiziki Çevre Kalitesi	1 saatten daha az	53	3,75	2	4,766	,092	-
	1-1,5 saat	134	4,16				
	1,5 saatten daha fazla	79	4,28				
	Toplam	266					
Toplam Puan	1 saatten daha az (A)	53	3,96	2	7,380	,025*	A-C
	1-1,5 saat (B)	134	4,39				
	1,5 saatten daha fazla (C)	79	4,61				
	Toplam	266					

*p<0,05

Devlet üniversitesi yerleşkelerindeki rekreasyonel spor merkezlerini kullanan öğrencilerin “*tesisi (günlük) kullanım süresi*”ne bağlı olarak, RSHKÖ toplam puanı bakımından anlamlı fark bulunmaktadır [$\chi^2(2)=7,38$, $p<0,05$]. Gruplar arasında çıkan bu farkın hangi gruptan kaynaklandığını tespit etmek için yapılan Mann Whitney U testi sonuçlarına göre, kalite algısı toplam puanında, tesisi günde 1,5> saat kullanan grubun puanlarının (Sıra ort.=4,61), tesisi 1< saat kullanan grubun puanlarından (Sıra ort.=3,96) daha yüksek olduğunu ve bu farkların anlamlı olduğunu ortaya koymuştur. Ayrıca, grupların sıra ortalamaları incelendiğinde, en yüksek hizmet kalitesi algı düzeyi puanına, tesisi günde 1,5> kullanan grubun, en düşük puana ise tesisi 1< saat kullanan grubun sahip olduğu anlaşılmıştır.

RSHKÖ alt boyutları incelendiğinde, sadece “*çıkı kalitesi*” alt boyutunda anlamlı bir fark bulunmuştur [$\chi^2(2)=17,12$, $p<0,05$]. Buna göre, “*çıkı kalitesi*” alt boyutunda tesisi günde 1,5> saat kullanan grubun puanlarının (Sıra ort.=5,34), diğer iki gruptan; 1-1,5 saat grubunda yer alanların puanlarının (Sıra ort.=4,89) ise 1< saat grubunda yer alanlardan (Sıra ort.=4,39) daha yüksek olduğu ve bu farkların anlamlı olduğu görülmektedir. Ayrıca, grupların sıra ortalamaları incelendiğinde, en yüksek hizmet kalitesi algı düzeyi puanına, tesisi günde 1,5> kullanan grubun, en düşük puana ise tesisi 1< saat kullanan grubun sahip olduğu anlaşılmıştır.

Vakıf üniversitesi yerleşkelerindeki spor merkezlerini kullanan öğrencilerinin RSHKÖ alt boyutlarından aldıkları puanların “*tesisi (günlük) kullanım süresi*” değişkenine göre yapılan Kruskal-Wallis test sonuçları Çizelge 15’ de verilmiştir.

Çizelge 15: Vakıf üniversitelerinde katılımcıların RSHKÖ puanlarının, “*tesisi (günlük) kullanım süresi*” değişkenine göre Kruskal-Wallis sonuçları

VAKIF	Kullanım Süresi	N	Sıra Ort.	Sd	X ²	p	Anlamlı Fark
Program Kalitesi	1 saatten daha az (A)	48	4,17	2	21,385	,000*	A-B A-C
	1-1,5 saat (B)	132	5,15				
	1,5 saatten daha fazla (C)	89	5,25				
	Toplam	269					
Etkileşim Kalitesi	1 saatten daha az (A)	48	4,19	2	32,453	,000*	A-B A-C
	1-1,5 saat (B)	132	5,52				
	1,5 saatten daha fazla (C)	89	5,75				
	Toplam	269					
Çıktı Kalitesi	1 saatten daha az (A)	48	4,46	2	23,560	,000*	A-B A-C
	1-1,5 saat (B)	131	5,57				
	1,5 saatten daha fazla (C)	89	5,60				
	Toplam	268					
Fiziki Çevre Kalitesi	1 saatten daha az (A)	48	3,91	2	13,220	,001*	A-B A-C
	1-1,5 saat (B)	132	4,85				
	1,5 saatten daha fazla (C)	89	4,99				
	Toplam	269					
Toplam Puan	1 saatten daha az (A)	48	4,20	2	29,057	,000*	A-B A-C
	1-1,5 saat (B)	131	5,29				
	1,5 saatten daha fazla (C)	89	5,40				
	Toplam	268					

*p<0,05

Vakıf üniversitesi yerleşkelerindeki rekreasyonel spor merkezlerini kullanan öğrencilerin “*tesisi (günlük) kullanım süresi*”ne bağlı olarak, RSHKÖ toplam puanı bakımından anlamlı fark bulunmaktadır [$\chi^2 (2)=29,05$, $p<0,05$]. Gruplar arasında çıkan bu farkın hangi gruptan kaynaklandığını tespit etmek için yapılan Mann Whitney U testi sonuçlarına göre, “*toplam kalite*”de, tesisi günde 1< saat kullanan grubun puanlarının (Sıra ort.=4,20), diğer iki gruptan daha düşük olduğunu ve bu farkların anlamlı olduğunu ortaya koymuştur. Ayrıca, grupların sıra ortalamaları incelendiğinde, en yüksek hizmet kalitesi algı düzeyi puanına, tesisi günde 1,5> saat kullanan grubun (Sıra ort.=5,40), en düşük puana ise tesisi 1< saat kullanan grubun sahip olduğu anlaşılmıştır.

RSHKÖ alt boyutları incelendiğinde, “*tesisi (günlük) kullanım süresi*”ne bağlı olarak bütün alt boyutlarda (program kalitesi [$\chi^2 (2)=21,38, p<0,05$], etkileşim kalitesi [$\chi^2 (2)=32,45, p<0,05$], çıktı kalitesi [$\chi^2 (2)=23,56, p<0,05$], fiziki çevre kalitesi [$\chi^2 (2)=13,2, p<0,05$]) anlamlı bir fark bulunmuştur. Gruplar arasında çıkan bu farkın hangi gruptan kaynaklandığını tespit etmek için yapılan Mann Whitney U testi sonuçları, bütün alt boyutlarda, tesisi günde 1-1,5 saat ve 1,5> saat kullanan grubun puanlarının, tesisi 1< saat kullanan gruptan daha yüksek olduğunu ve bu farkların anlamlı olduğunu ortaya koymuştur. Ayrıca, grupların sıra ortalamaları incelendiğinde, bütün alt boyutlarda en yüksek hizmet kalitesi algı düzeyi puanına, tesisi günde 1,5> saat kullanan grubun, en düşük puana ise tesisi 1< saat kullanan grubun sahip olduğu anlaşılmıştır.

5.TARTIŞMA

Spor hizmetlerinde algılanan kalitenin değerlendirilmesinin öneminin yanı sıra, farklı üniversite türüne göre rekreasyonel spor merkezlerinde kapsamlı ve karşılaştırmalı olarak yapılacak olan bir araştırmanın önemli bir boşluğu dolduracağı düşünülmüştür. Bu açıdan, Ankara ilinde yer alan ve üçü devlet, üçü vakıf olan toplam altı üniversite yerleşkesindeki rekreasyonel spor merkezlerinden faydalanan katılımcılarla yapılan bu çalışmanın amacı, üniversite yerleşkelerindeki rekreasyonel spor merkezlerini kullanan öğrencilerin spor merkezlerinin verdikleri hizmetlere yönelik kalite algılarını (program kalitesi, etkileşim kalitesi, çıktı kalitesi ve fiziki çevre kalitesi bakımından); cinsiyet, yaş, tesisi kullanım yılı, tesisi haftalık kullanım sıklığı ve tesisi günlük kullanım sürelerine göre karşılaştırmaktır.

Çalışmanın bu bölümünde, Ankara ili devlet ve vakıf üniversitesi yerleşkelerinde yer alan rekreasyonel spor merkezlerini kullanan öğrencilerin algıladıkları hizmet kalitesiyle ilgili elde edilen bulgular tartışılmıştır.

Elde edilen bulgular sonucunda; üniversite yerleşkelerindeki rekreasyonel spor merkezlerini kullanan öğrencilerin %72'sinin "erkek", %28'nin "kadın" olduğu görülmektedir. Bu durum, Mullin ve ark. (2000), Aslan (2006), Uçan (2007), Ergin (2010) ve Özlem (2010) tarafından yapılan araştırmaların katılımcı oranları ile de benzer özellikler taşımaktadır [50, 82, 83, 84]. UNESCO'ya göre, bu durumun nedeni dünyada kadınların ve erkeklerin spora katılımı arasındaki büyük eşitsizliktir [85]. Dünya ile birlikte Türkiye'de de bu durum aynıdır. Gençlik ve Spor Bakanlığı'nın 2013 resmi verilerine göre Türkiye'de, toplam sporcu sayısının sadece % 35'ini kadın sporcular oluşturmaktadır [86]. Sporun toplum geneline yayılması ve büyük çoğunluk tarafından yapılabilecek hale gelmesi için kadının spora ilgisini arttırmak, dahası aktif olarak sporun içinde yer almasını sağlamak için çaba sarf edilmelidir [87].

Üniversite türü ile rekreasyonel spor merkezlerini kullanan öğrencilerin spor merkezlerinin verdikleri hizmetlere yönelik kalite algılamaları karşılaştırıldığında, t-test sonucu Rekreasyonel Spor Hizmetleri Kalite Ölçeği (RSHKÖ) kalite algısı toplam puanlarında anlamlı bir fark bulunmaktadır. Buna göre, vakıf üniversitesi

yerleşkelerindeki rekreasyonel spor merkezlerini kullanan öğrencilerin hizmet kalitesi algı düzeyleri, devlet üniversitesindekilere göre daha yüksektir. Bunun nedeni, günümüzde sayıları hızla artan vakıf üniversitelerinin daha çok birbirleriyle rekabet içinde olmaları ve yerleşkelerinin bir parçası olan rekreasyonel spor merkezlerinde sunulan hizmet kalitesine devlet üniversitelerine göre daha çok önem vermeleri olduğu söylenebilir [7].

RSHKÖ alt boyutları (program, etkileşim, fiziki çevre, çıktı kalitesi) incelendiğinde, “*program kalitesi*” ve “*fiziki çevre kalitesi*” alt boyutlarında anlamlı bir fark görülmektedir. Buna göre, vakıf üniversitesi yerleşkelerinde rekreasyonel spor merkezlerini kullanan öğrencilerin bu alt boyutlarda hizmet kalitesi algı düzeyleri, devlet üniversitesindeki öğrencilere göre daha yüksektir. Fiziki çevre kalitesi hizmet sunumunun gerçekleştiği yer ve yer içindeki fiziki materyalleri (malzeme, tasarım, ortam) içermektedir. Bunun nedeni, devlet üniversitesi yerleşkelerindeki rekreasyonel spor merkezlerinin bina tasarımı, ortam ve malzeme gibi konulara, vakıf üniversitelerine göre daha az önem vermesi olabilir.

Devlet ve vakıf üniversitesi rekreasyonel spor merkezlerinde yapılan bu çalışmaya benzer olarak, Salamat’ın (2013), Kuzey İran’daki özel ve kamuya ait fitness kulüplerindeki tüketici tatmini üzerine yaptığı çalışmada da, genel tüketici tatmini bakımından istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmuştur. Ayrıca, donanım, ücret, ulaşılabilirlik ve personel alt boyutlarında da özel fitness kulüplerindeki üyelerin beklentilerinin daha fazla karşılandığı belirtilmiştir [88].

Alanyazında, araştırma sonuçlarını desteklemeyen çalışmalar da bulunmaktadır. Örneğin, Aslan’ın (2010), yapmış olduğu çalışmada, personel, program, soyunma odası, tesis alt boyutlarında ve kalite algısı toplam puanları arasında anlamlı bir fark bulunmamıştır [89]. Ayrıca, Kim ve Kim (1995) yaptığı çalışmada da, özel ve kamu spor tesisleri kullanıcılarının hizmet kalitesi algı düzeylerinde anlamlı bir fark görülmemiştir [90].

Cinsiyete göre elde edilen bulgularda, Mann-Whitney U sonucu RSHKÖ kalite algısı toplam puanlarında, cinsiyet değişkeni için devlet ve vakıf üniversitesi

öğrencileri arasında kalite algılaması açısından anlamlı bir fark olmadığı görülmektedir.

RSHKÖ alt boyutları incelendiğinde, devlet üniversitesinde sadece “*etkileşim kalitesi*” alt boyutunda anlamlı bir farklılık gözlenirken, vakıf üniversitesinde “*program kalitesi*” ve “*etkileşim kalitesi*” alt boyutlarında anlamlı bir fark bulunmaktadır. Bu alt boyutlarda, devlet üniversitesi için bu farklılık erkeklerin lehine iken vakıf üniversitesi için kadınların lehinedir. Yani, devlet üniversitelerinde erkek öğrencilerin etkileşim kalitesine ilişkin algı düzeyleri, kadın öğrencilerden daha yüksektir. Vakıf üniversitelerinde ise kadın öğrencilerin program kalitesi ve etkileşim kalitesine ilişkin hizmet kalitesi algı düzeyleri, erkek öğrencilerden daha yüksektir. Ayrıca, her iki tür üniversitede öğrencilerin hizmet kalitesi algı düzeylerinde etkileşim kalitesi alt boyutunda anlamlı bir farklılığın olduğu görülmektedir. “Etkileşim kalitesi boyutu, ürünün üretim ve sunum sürecinde müşterilerin kendi aralarında ve işgörenler ile gerçekleşen etkileşimlerinin kalitesi anlamına gelmektedir” [91]. Bu da gösteriyor ki, her iki üniversite de rekreasyonel spor merkezi kullanıcılarının hem birbirleri ile hem de spor merkezi çalışanları ile arasında etkileşim bulunmaktadır.

Alan yazında bu durumu destekleyen bulgular mevcuttur. Kim ve Kim (1995), Aslan (2006), Yüzgenç (2010) ve Demirel (2013) tarafından yapılan araştırmalarda, hizmet kalitesi algısında cinsiyet açısından istatistiksel olarak anlamlı bir fark tespit edilmiştir [90,92,93,94]. Araştırma sonuçlarını destekleyen araştırmaların yanı sıra bunun aksini bildiren araştırmalar da bulunmaktadır. Ergin’in (2010) yaptığı çalışmada, katılımcıların cinsiyet dağılımları ile algılanan hizmet kalitesine etki eden faktörlerin ortalama puanı arasında istatistiki olarak anlamlı bir fark bulunmaktadır. Yani, cinsiyet farklılığı, hizmet kalitesi algı puanlarını etkilemektedir [84].

Yaşa göre elde edilen bulgularda, Kruskal-Wallis sonucu RSHKÖ kalite algısı toplam puanlarında, hem devlet hem de vakıf üniversitelerinde, öğrencilerin yaşlarından etkilenmediği görülmektedir.

RSHKÖ alt boyutları incelendiğinde, devlet üniversitesinde sadece “fiziki çevre kalitesi” alt boyutunda anlamlı bir farklılık bulunmuştur. Buna göre, fiziki çevre kalitesi alt boyutu için, 19 yaş veya daha küçük olan öğrencilerin hizmet kalitesi algı düzeyleri, 22-23 ve 24 yaş veya daha büyük öğrencilerin hizmet kalitesi algı düzeylerinden daha yüksektir. Yani, yaşı küçük olan öğrencilerin, yaşı daha büyük olanlara göre hizmet kalitesi algıları daha fazladır.

Vakıf üniversitelerine bakıldığında ise, “program kalitesi” alt boyutunda anlamlı bir farklılık görülmektedir. Buna göre, program kalitesi alt boyutunda 24 yaş veya daha küçük öğrencilerin hizmet kalitesi algı düzeyleri, daha küçük yaşta sahip olanlardan daha düşüktür. Bir başka deyişle, yaşı daha küçük olan öğrencilerin hizmet kalitesi algıları, yaşı büyüklere göre daha fazladır.

Her iki üniversite türünde de yaş değişkeni yönünden anlamlı bulunan RSHKÖ alt boyutlarında hizmet kalitesi algı düzeyi yaşı küçük olan öğrencilerde daha fazladır. Bir başka ifade ile daha küçük yaşta öğrencilerin algıladıkları hizmet kalitesi daha yüksektir. Bu durum, yaşı küçük olan öğrencilerin hizmet kalitesine yönelik beklentilerinin daha az olması ve daha önce bu tip hizmet alımlarının az olması nedeniyle açıklanabilir.

Araştırmamızla paralel olarak, Ergin’in (2010) yaptığı çalışmada, algılanan hizmet kalitesi ve algılanan hizmet kalitesine etki eden faktörler ile katılımcıların yaş grupları arasında yapılan tek yönlü varyans analizi sonucunda anlamlı bir fark bulunmamıştır ($p>0,05$) [84].

Tesis kullanım süresine (yıl) göre elde edilen bulgularda, Anova sonucu RSHKÖ kalite algısı toplam puanlarının, hem devlet hem de vakıf üniversitelerinde, öğrencilerin rekreasyonel spor merkezlerinden faydalanma yılından etkilenmediği görülmektedir. Yani, katılımcıların tesis kullanım süreleri (yıl) değişse bile hizmet kalitesi algılarında bir değişim gözlenmemiştir.

Bu araştırmaya benzer bir şekilde, Yüzgenç’in (2010) yaptığı çalışmaya göre, Hizmet Kalitesi Değerlendirme Ölçeği (HKDÖ) alt boyutlarından elde edilen puanların, üyelik sürelerine (yıl) bağlı olarak değişmediği görülmektedir [93].

Ayrıca, Demirel'in (2013) yaptığı çalışmaya göre, spor merkezi üyelerinin algılanan hizmet kalitesinin, üyelik süresi bakımından karşılaştırılmasında, üyelik süresi 1 yıl ve daha az, 2 yıl, 3 yıl, 4 yıl ve daha fazla olan üyeler arasında personel, soyunma odaları ve programa ilişkin hizmet kalitesi bakımından istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olmadığı tespit edilmiştir [94].

RSHKÖ alt boyutları incelendiğinde, devlet üniversitesinde sadece “çıkıtı kalitesi” alt boyutunda anlamlı bir farklılık gözlenmiştir. RSHKÖ çıkıtı kalitesi alt boyutunda, üç yıldır tesisten faydalanan öğrencilerin hizmet kalitesi algı düzeyleri, 1 yıl veya daha az süredir tesisten faydalanan öğrencilerden daha yüksektir. Bunun nedeni, tesisi daha az süre (yıl) kullanan öğrencilerin hizmet kalitesine yönelik beklentilerinin daha az olması ile açıklanabilir. Vakıf üniversitelerine bakıldığında ise, RSHKÖ alt boyutlarında anlamlı bir fark bulunmamıştır.

Tesisten faydalanma yılına göre üniversite türü karşılaştırıldığında, vakıf üniversitesi rekreasyonel spor merkezlerinde kalite algısı toplam puanlarının, devlet üniversitelerinden daha yüksek olduğu görülmektedir.

Alanyazın incelendiğinde, bu çalışmaya paralellik göstermeyen bulgulara sahip araştırmalar da bulunmaktadır. Bu çalışmalara göre, genelde tesislere yeni üye olan bireylerin, eski üyelere oranla beklentilerinin daha çok karşılandığı görülmektedir. Örneğin, Demirel' in (2013) yaptığı çalışmada, algılanan hizmet kalitesine ilişkin tesis alt boyutu bakımından üyelik süreleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiştir ($p < 0,05$). Araştırmaya katılan üyelere ilişkin beklenen hizmet kalitesinin tesis alt boyutu bakımından işletmelerden faydalanma sürelerinin karşılaştırılmasında, faydalanma süresi 1 yıldan az olan üyelerin tesis alt boyutuna ilişkin puanları, faydalanma süresi 3-4 yıl olan üyelerin puanlarından anlamlı derecede yüksek bulunmuştur [94].

Üyelerin işletmelerden faydalanma süreleri uzadıkça işletmelerden hangi ölçülerde faydalanabilecekleri konusunda da bir yargı oluşuyor ve beklentileri de faydalanma süreleri ile orantılı olarak azalıyor olabilir. Demirel'e (2013) göre bunun nedeni, “faydalanma sürelerinin uzaması ile hizmet kalitesi puanlarının düşmesi üyelerin işletmedeki eksiklik ve aksaklıkları daha iyi tespit etme fırsatı bulmalarından

kaynaklanmaktadır". Ceyhun'un (2006) yaptığı araştırmaya göre, üyeler işletmelerde kaldıkları süre içinde hizmet kalitesi açısından işletmeleri yetersiz görmektedir [95]. Memiş, Ekinci'nin (2007) yaptığı araştırmada da 1 yıl ve üzeri zamandır işletmelerden faydalanan üyelerin hizmet kalitesinin devamlılığının zamanla azaldığı şeklinde bir sonuca varıldığı görülmektedir [96].

Tesisi (haftalık) kullanım sıklığına göre elde edilen bulgularda, Kruskal-Wallis sonucu RSHKÖ kalite algısı toplam puanlarında, devlet üniversitesinde okuyan öğrencilerin, tesisi kullanım sıklıklarından etkilenmediği görülmektedir. Yani, öğrencilerin tesisi kullanım sıklığı, RSHKÖ puanlarında anlamlı bir farklılığa neden olmamaktadır.

RSHKÖ alt boyutları incelendiğinde, "*çıkıtı kalitesi*" ve "*fiziki çevre kalitesi*" alt boyutlarında bir farklılık bulunmuştur. Çıkıtı kalitesi alt boyutunda tesisi haftada 3-4 kez kullanan öğrencilerin hizmet kalitesi algı düzeyleri, tesisi haftada 1-2 kez kullanan veya düzenli kullanmayan öğrencilerden daha yüksektir. Fiziki çevre kalitesi alt boyutunda ise, tesisi haftada 1-2 kez kullanan öğrencilerin hizmet kalitesi algı düzeyleri, tesisi haftada 3-4 kez kullanan ve düzenli olarak kullanmayanlardan daha yüksektir.

Vakıf üniversitesinde öğrenim gören öğrencilerin tesisi kullanım sıklıklarından etkilendikleri görülmektedir. Yani, öğrencilerin tesisi kullanım sıklığı, RSHKÖ puanlarında bir değişime neden olmaktadır. Ayrıca, RSHKÖ alt boyutları incelendiğinde, "etkileşim kalitesi" ve "çıkıtı kalitesi" alt boyutlarında anlamlı bir fark görülmektedir. Etkileşim kalitesi alt boyutunda, tesisi haftada 1-2 defa kullanan öğrencilerin hizmet kalitesi algı düzeyleri, tesisi 3-4 defa, 4 veya daha fazla kullananlar ile tesisi düzenli kullanmayanlardan daha düşüktür. Çıkıtı kalitesi alt boyutunda ise, tesisi haftada 3-4 defa kullanan ve düzenli kullanmayan öğrencilerin hizmet kalitesi algı düzeyleri, tesisi haftada 1-2 defa kullanan öğrencilerden daha yüksektir.

Çıkıtı kalitesi, "hizmet üretim süreci sonucunu müşterinin değerlendirme" [91] ve "tüketicinin hizmetten ne kazandığını gösterme"sidir [97]. Genelde spor hizmetlerine katılanlar, daha iyi bir fiziksel uygunluk, hoşnutluk veya sosyalleşmek

için spor merkezlerini kullanırlar. Spor hizmetlerine katılanların elde ettikleri sonuçlar, onların algıladıkları kalite anlayışının gelişiminde önemli bir etkidir [65]. Bu nedenle, spor tesisleri kullanım sıklığı, çıktı kalitesi boyutu puanlarını doğrudan etkilemektedir.

Tesis kullanım sıklığına göre üniversite türü karşılaştırıldığında, vakıf üniversitesi rekreasyonel spor merkezlerinde kalite algısı toplam puanlarının, devlet üniversitelerinden daha yüksek olduğu görülmektedir.

Her iki üniversite türünde de tesisi daha sık kullanan öğrencilerin hizmet kalitesi algı düzeyleri, tesisi daha az sıklıkla kullanan öğrencilerden daha fazladır. Bir başka ifade ile tesisi daha çok kullanan öğrencilerin algıladıkları hizmet kalitesi daha yüksektir. Bunun nedeni, tesisi daha sık kullanan öğrencilerin istek ve beklentilerinin, tesis çalışanları tarafından daha iyi anlaşılıp daha çok karşılanması ile açıklanabilir.

Bu araştırmaya paralel olarak, Ergin'in (2010) yaptığı çalışmaya göre, "katılımcıların tesisleri kullanım sıklığı azaldıkça hizmet kalitesine etki eden faktörlerden tesislerin fiziksel görünümü önemseme oranlarının da düştüğü görülmektedir" [84]. Dolayısıyla, katılımcıların tesisleri kullanım sıklığı azaldıkça algıladıkları hizmet kalitesi puan ortalamaları da azalmaktadır. Benzer bir şekilde, Ceyhun'un (2006) yaptığı araştırmada, üyelerin tesislerden faydalanma sıklıkları tesis, personel ve soyunma odaları alt boyutlarında incelendiğinde tesislerden faydalanma sıklıkları arttıkça, memnuniyetinde arttığı görülmektedir [95]. Ergin'e (2010) göre, "bireylerin spor tesislerini kullanım sıklıkları ve hizmet kalitesi puan ortalamaları değerlendirildiğinde, spor tesislerinin kullanım sıklığı arttıkça algılanan hizmet kalitesi ortalamalarının düşmesi, tesislerde sunulan hizmet kalitesinin soyut olması özelliğiyle açıklanabilir" [84]

Tesis (günlük) kullanım süresine göre elde edilen bulgularda, Kruskal-Wallis sonucu RSHKÖ toplam puanlarında, hem devlet hem de vakıf üniversitelerinde, öğrencilerin tesisi (günlük) kullanım sürelerinden etkilenmediği görülmektedir.

RSHKÖ alt boyutları incelendiğinde, devlet üniversitesinde sadece “çıkıtı kalitesi” alt boyutunda anlamlı bir fark bulunmuştur. Çıkıtı kalitesi alt boyutunda, tesisi (günde) 1,5 saatten daha fazla kullanan öğrencilerin hizmet kalitesi algı düzeyleri en yüksek iken, bunu sırasıyla tesisi (günde) 1-1,5 saat kullananlar ile 1 saatten daha az kullananlar izlemektedir.

Vakıf üniversitelerinde, RSHKÖ alt boyutları incelendiğinde, bütün alt boyutlarda anlamlı bir fark bulunmuştur. Buna göre, bütün alt boyutlar için, tesisi (günde) 1-1,5 saat kullananlar ile 1,5 saatten daha fazla kullanan öğrencilerin hizmet kalitesi algı düzeyleri, tesisi (günde) 1 saatten daha az kullanan öğrencilerden daha yüksektir.

Tesisi günlük kullanım süresine göre üniversite türü karşılaştırıldığında, vakıf üniversitesi rekreasyonel spor merkezlerinde toplam kalitede elde edilen puanların, devlet üniversitelerinden daha yüksek olduğu görülmektedir.

Her iki üniversite türü için de, tesisten günlük faydalanma süresi azaldıkça, hizmet kalitesine yönelik elde edilen puanlar düşmektedir. Yani, tesisten günde daha uzun süre faydalanan öğrencilerin, hizmet kalitesi algı düzeyleri, tesisten günde daha az süre faydalanan öğrencilerden daha yüksektir. Bunun nedeni, tesisi daha sık kullanan öğrencilerin hizmet kalitesi algı düzeylerinin daha fazla olmasıyla benzer bir şekilde, tesisten günde daha uzun süre faydalanan öğrencilerin de hizmet kalitesine ilişkin beklentilerinin daha fazla karşılanması ile açıklanabilir.

6. SONUÇ ve ÖNERİLER

Bu araştırmanın amacı, devlet ve vakıf üniversite yerleşkelerindeki rekreasyonel spor merkezleri hizmet kalitesinin karşılaştırılmasıdır. Öncelikle, kalite, hizmet kalitesi, toplam kalite kavramları ve bu konu ile ilgili yapılan çalışmalar ayrıntılı biçimde incelenmiştir.

Devlet ve vakıf üniversitesi yerleşkelerindeki rekreasyonel spor merkezlerini kullanan öğrencilerin hizmet kalitesi algı düzeyleri ve hizmet kalitesine etki eden faktörlerin ilişkilerini ortaya koyan bulgular ışığında şu sonuçlara ulaşılmıştır.

Üniversite türüne göre RSHKÖ alt boyutları karşılaştırıldığında, “program kalitesi” ile “fiziki çevre kalitesi” alt boyutlarında ve toplamda vakıf üniversitesi yerleşkelerinde rekreasyonel spor merkezlerini kullanan öğrencilerin hizmet kalitesi algı düzeyleri, devlet üniversitesindeki öğrencilere göre daha yüksektir.

Cinsiyet ve üniversite türüne göre yapılan karşılaştırmada, devlet üniversitesi yerleşkelerindeki rekreasyonel spor merkezini kullanan öğrencilerin *cinsiyet* değişkeninde sadece etkileşim kalitesi alt boyutunda erkekler lehine farklılık görülmektedir. Vakıf üniversitesinde ise bu durum, program kalitesi ve etkileşim kalitesi alt boyutunda kadınlar lehinedir.

Yaş ve üniversite türüne göre yapılan karşılaştırmada, RSHKÖ toplam puanının, öğrencilerin yaşlarından etkilenmediği görülmektedir. Ancak, her iki tür üniversite de anlamlı farklılık görülen alt boyutlarda (devlet üniversitesi için “program”, fiziki çevre”, vakıf üniversitesi için “program”) daha küçük yaşa sahip olan öğrencilerin hizmet kalitesi algı düzeyleri, yaşı büyük olan öğrencilere göre daha yüksektir.

Tesis kullanım yılı ve üniversite türüne göre yapılan karşılaştırmada, RSHKÖ toplam puanı, öğrencilerin *tesis kullanım yılından* etkilenmediği, fakat devlet üniversitesi için sadece “çıkıtı kalitesi” alt boyutunda tesis daha uzun süredir kullanan öğrencilerin hizmet kalitesi algı düzeylerinin, tesis daha az süredir kullanan öğrencilerden yüksek olduğu gözlenmiştir.

Tesisi kullanım yılı ve *üniversite türüne* göre yapılan karşılaştırmada, RSHKÖ toplam puanlarının, devlet üniversitesi yerleşkelerindeki rekreasyonel spor merkezini kullanan öğrencilerin *tesisi haftalık kullanım sıklıklarından* etkilenmediği görülürken, bu durum vakıf üniversitesi yerleşkelerindeki rekreasyonel spor merkezini kullanan öğrenciler için farklıdır. RSHKÖ alt boyutlarına bakıldığında ise, her iki tür üniversite de anlamlı farklılık olan alt boyutlarda (devlet üniversitesi için, “çıkı” ve “fiziki çevre”, vakıf üniversitesi için “etkileşim” ve “çıkı”) tesisi daha sık kullanan öğrencilerin hizmet kalitesi algı düzeylerinin, tesisi daha az sıklıkla kullanan öğrencilerden daha yüksek olduğu görülmektedir.

Tesisi günlük kullanım süresi ve *üniversite türüne* göre yapılan karşılaştırmada, RSHKÖ toplam puanları, öğrencilerin *tesisi günlük kullanım sürelerinden* etkilenmemektedir, fakat her iki tür üniversite de anlamlı farklılık görülen alt boyutlarda (devlet üniversitesi için “çıkı”, vakıf üniversitesi için ise “bütün alt boyutlar”) tesisi günlük kullanım süresi azaldıkça, hizmet kalitesine yönelik algının da azaldığı görülmektedir.

Son yıllarda üniversite sayılarındaki artış, üniversiteler arasındaki rekabeti doğurmuş; okul içi rekreasyonel etkinlikler ile birlikte spor merkezleri daha önemli hale gelmiştir. Üniversitelerin başarı grafiğinin yükselmesi için büyük öneme sahip olan rekreasyonel spor merkezlerinin sağlıklı ve etkin hizmet verebilmesi gerekmektedir.

Türkiye’deki üniversite spor merkezlerinde sunulan hizmet kalitesini belirlemek üzere yapılmış çalışmalar mevcuttur fakat devlet ve vakıf üniversite yerleşkelerindeki rekreasyonel spor merkezlerinde sunulan hizmet kalitesini karşılaştırma yoluna gidilmemiştir. Türkiye’de ve dünyada genelde kamuya ait spor merkezleri ile özel spor merkezlerinin sunduğu hizmet kalitesi arasında karşılaştırmalar yapılmıştır.

Kamuda faaliyet gösteren kuruluşlar, sadece müşterilerinin tatminini gerçekleştirmeyi değil, onlardan hem müşteri beklentilerini hem de müşteri açısından hizmet algılarını da öğrenmek zorundadır [98].

Öneriler

Müşteri beklentilerinin karşılanması ve ihtiyaçlarının giderilmesi bir işletmenin müşterilerini elde tutma ve rekabet avantajı elde etme çabalarında önemli unsurlar olarak görülmektedir [99]. Bu bağlamda, üniversite yerleşkelerindeki rekreasyonel spor merkezlerinde de hizmet kalitesinin artırılması için öncelikle öğrencilerin beklentilerinin belirlenmesi gerekmektedir. Bu amaçla, öğrencilerin sunulan hizmet kalitesi bakımından düşünceleri, şikayet/önerileri alınmalı ve gerekli işlemler yapılmalıdır.

Üniversite yerleşkelerindeki rekreasyonel spor merkezlerinin günlük kullanım süresini ve haftalık kullanım sıklığını arttırmak için, tavsiye niteliğinde gerekli bilgilendirmeler yapılmalıdır. Ayrıca, öğrencilerin serbest zamanlarını değerlendirmelerinde üniversite yerleşkelerindeki rekreasyonel spor merkezlerinin önemli bir yer olması için gerekli çalışmalar yapılmalıdır.

Devlet üniversitesi yerleşkelerindeki rekreasyonel spor merkezini kullanan öğrencilerin bütün alt boyutlarda hizmet kalitesi algı düzeyleri, vakıf üniversitelerine göre daha azdır. Bu nedenle, devlet üniversitelerinin, rekreasyonel spor merkezlerinde sunulan hizmet konusunda vakıf üniversitelerinden geride kalmamaları için, gerek mevcut gerekse yeni yapılmakta olan devlet üniversitesi yerleşkelerindeki rekreasyonel spor merkezlerinde, hizmet kalitesine yönelik araştırmalar yapılmalı, hangi boyutlarda eksikliklerin olduğu tespit edilerek gerekli iyileştirmelerin yapılması gerekmektedir.

KAYNAKLAR

1. Uyguç, N. (1998). *Hizmet Sektöründe Kalite Yönetimi*. İzmir: Dokuz Eylül Yayınları, 5, 12-13, 21, 52, 83.
2. Bakır, M. (Ed). (2011). *Spor Yönetimi* (çev. Tınaz, C.). İstanbul: Beta Yayıncılık, No: 2422.
3. Kim, Y.K., Cho, C.H., Ahn, S.K., Goh, I.H., Kim, H.J., (2008). A Study On Medical Services Quality and its Influence Upon Value of Care and Patient Satisfaction- Focusing Upon Outpatients in a Large-Sized Hospital, *Total Quality Management*, Vol.19, No.11, November 2008, 1155-1171.
4. Ekenci, G., İmamoğlu, A. F. (2006). *Spor İşletmeciliği*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım, 5.
5. Ay, E. V. (2012). *Üniversiteler İçin Sürdürülebilir Tesis Yönetimi*. İstanbul: Cinius Yayınları, 11-12.
6. Soleymani, M., Zarei, A., Tojari, F., Ghafouri, F. (2012). A Study Of The Relationship Between The Quality of Services and Costumers' Satisfaction With The Recreational Sport Programs With Regard To The Moderating Role Of Identity, *European Journal of Sport and Exercise Science*, 1(1), 29-35.
7. Tayyar, N., Dilşeker, F. (2012). Devlet ve Vakıf Üniversitelerinde Hizmet Kalitesi ve İmajın Öğrenci Memnuniyetine Etkisi, *Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (28), 185.
8. Zeithaml, V. A., (1988). Consumer Perceptions of Price, Quality and Value: A Means-End Model and Synthesis of Evidence, *Journal of Marketing*, 52(3), 2-22.
9. Efil, İ. (1995). *Toplam Kalite Yönetimi ve Toplam Kaliteye Ulaşmada Önemli Bir Araç: ISO 9000 Kalite Güvence Sistemi*. Bursa: Uludağ Üniversitesi Basımevi, 29.
10. Mucuk, İ. (1994). *Pazarlama İlkeleri*. (6. Baskı). İstanbul: DER Yayınları, 74.
11. Parasuman, A., Zeithaml, V. A., Berry, L. L. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research, *Journal of Marketing*, Vol. 49, 48-49.
12. Karaküçük, S., Gürbüz, B. (2007). *Rekreasyon ve Kentleşme*. Ankara: Gazi Kitabevi. 31.
13. Uçan, Y. (2007). *Spor-Fitness Merkezlerinin Algılanan Hizmet Kalitesi Ölçeğinin Geliştirilmesi*, Doktora Tezi, Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bolu, 13, 22, 24.

14. Şimşek, M. (1998). *Kalite Yönetimi*. İstanbul: Marmara Üniversitesi Teknik Eğitim Fakültesi Yayınları, 5.
15. Doğan, M. (1996). Büyük Türkçe Sözlük. (11. Baskı). İz Yayınları.
16. Şimşek, M. (2001). *Toplam Kalite Yönetimi*. (2. Baskı). İstanbul: Alfa Yayım Dağıtım, 15.
17. Ensari, H. (1999). *21. Yüzyıl Okulları İçin Toplam Kalite Yönetimi*. İstanbul: Sistem Yayıncılık, 7.
18. Buyruk, L. (1999). *Otel İşletmelerinde Hizmet Kalitesi ve Otel İş Görenlerinin Hizmet Kalitesini Algılamaları Konusunda Bir Araştırma*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
19. Olsen, M.D., Ching-Yick, T., Joseph, J.W. (1998). *Strategic Management in The Hospitality Industry*. (2nd Edition). New York: John Wiley & Sons Inc., 260-274.
20. Efil, İ. (2006). *Toplam Kalite Yönetimi*. (4. Baskı). İstanbul: Aktüel. 64.
21. Ovretveit J. (1992). *Health Service Quality*. Oxford: Blackwell Scientific Press. O' Connor, R. M., Shewchuk, L. W. Carney. (1994). The Great Gap I, *Journal of Health Care Marketing*, 14 (2). 32,39.
22. Öztürk, A. (2007). *Hizmet Pazarlaması: Kuram, Uygulama ve Örnekler*, (Geliştirilmiş 7. Baskı). Eskişehir: Ekin Basım Yayın Dağıtım, 150.
23. İçöz, O. (2001). *Turizm İşletmelerinde Pazarlama: İlkeler Ve Uygulamalar*. Ankara: Turhan Kitabevi.
24. Miyauchi, I. (1999). *Japonya'da Kalite Yönetimi*. MESS Yayınları, No:31, İstanbul.
25. Yaşa, E. (2012). *Sağlık Sektöründe Hizmet Kalitesi, Müşteri Memnuniyeti ve Bağlılık İlişkisi: Devlet, Özel ve Üniversite Hastaneleri Karşılaştırması*. Doktora Tezi, Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Adana. 53.
26. Top, S. (2009). *Toplam Kalite Yönetimi Bağlamında Sürekli İyileştirme Anlayışı*. İstanbul: Beta Basım. 25.
27. Kavrakoğlu, İ. (1993). *Kalite Güvencesi ve ISO 9000* (2. Baskı). İstanbul: Kalder Yayınları. 11.
28. Yıldırım, A. (2001). *Kamu Sektöründe ISO-9000 ve Bir Sağlık Kuruluşunda Uygulanması*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

29. Yılmaz, C., Yılmaz, İ. (1999). *Sağlık Hizmetlerinde Toplam Kalite Yaklaşımı*. II. Ulusal Sağlık Kuruluşları ve Hastane Yönetimi Sempozyumu. Ankara. 248.
30. Dale, B.G. (2001). The Development, Introduction and Sustaining of Total Quality Management (TQM), 3,4. http://www.blackwellpublishing.com/content/BPL/Images/content_store/Sample_chapter/9780631236146/Dale_C01.pdf Son Erişim Tarihi: 07.08.2014
31. Price, M. J., Eva, E. C. (1993). Total Quality Management in a Small, High-Tecnology Company, *California Management Review*, Spring, 96-101, 117.
32. Akdoğan, A. A. (1995). Toplam Kalite Yönetimi: Kayseri'deki İşletmelerde Kavramın Algılanışı ve Mevcut Uygulamalar İle İlgili Bir Araştırma, V. *Ergonomi ve Toplam Kalite Yönetimi Kongresi*. İstanbul, Milli Prodüktivite Merkezi Yayını, No:570,114-126.
33. Kavrakoğlu, İ. (1996). *Toplam Kalite Yönetimi*. İstanbul: Kalder Yayınları.
34. Anfuso, D. (1994). L.L. Bean's TQM Efforts Put People Before Processes. *Personnel Journal*. 73(7). 72-83.
35. Peker, Ö. (1993). Toplam Kalite Yönetimi ve TS-ISO 9000 Standartları, *Verimlilik Dergisi Kalite Özel Sayısı*. 49-50.
36. Çimen, Z., Gürbüz, B. (2007). *Spor Hizmetlerinde Toplam Kalite Yönetimi*. Ankara: Alp Yayınevi, 71-74, 117-200.
37. Mucuk, İ. (2001). *Pazarlama İlkeri*. İstanbul: Türkmen Kitabevi. 283.
38. Öztürk, A. S. (1998). *Hizmet Pazarlaması*, Anadolu Üniversitesi İşletme Fakültesi Yayınları, No:3, Eskişehir.
39. Bektaş, Ç. (2001). Toplam Kalite Yönetiminin Hizmet işletmelerinde Uygulanmasına Yönelik Bir Model Önerisi, *Standart*, 29-33.
40. Ergün, H. (2004). Türkiye'de Hizmet Sektörünün Gelişimi, *Standart*, 30-33.
41. İnternet:URL:http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.5400c47cc1bc99.72864978 Son Erişim Tarihi: 07.08.2014.
42. Kuriloff, A. H., Hemphill, J. M., Cloud, D. (1993). *Starting and Managing The Small Business*. (Third Ed.), New York, Singapore: McGraw-Hill.
43. Kotler, P. (1997). *Marketing Management-Analysis, Planning, Implementation and Control*. New Jersey: Prentice Hill International Inc.
44. Grönross, C. (1984). A Service Quality Model and It's Market Implications. *European Journal of Marketing*, 18(4), 36-44.

45. Kotler, P., Armstrong, G. (2001). *The Principles of Marketing*. New Jersey: Prentice Hall. 291.
46. Üner, M. (1994). Hizmet Pazarlamasında Pazarlama Karması Elemanları Değişiklik Gösterir mi?. *Pazarlama Dünyası Dergisi*, 43.
47. Seyran, C. D. (2004). *Hizmet Kalitesi, Modeller ve Hizmet Kalitesine Yeni Bir Bakış Açısı*. İstanbul: Kalder Yayınları. 20,27-30,38-39,41-42,
48. Benjamin, S., Karen, M. H. (1997). Lessons Learned About Service Quality What It Is, How to Manage It, and How to Become a Service Quality Organization, *Consulting Psychology Journal, Practice and Research*, (49)1, 35–50.
49. Kandampully, J. (1997). Quality Management in Retailing through Service-Product Design, *Total Quality Management*, 8(1), 41–53.
50. Tüfekçi, Ö. (2010). *Fitness Merkezleri Müşterilerinin Hizmet Kalitesine Yönelik Beklenti ve Algılarının Değerlendirilmesi*, Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir. 27.
51. Robinson, S. (1999). Measuring Service Quality: Current Thinking and Future Requirement. *Marketing Intelligence & Planning*. (17)1. 23.
52. Pride, W., Ferrell, O. C. (1997). *Marketing*, Boston: Houghton Mifflin Company. 283
53. Bitner, M. J. (1992). Service Scapes-The Impact of Physical Surroundings on Customer and Employees, *Journal of Marketing*, (56), 57–71.
54. Takan, M. (2001). *Baankalarda Toplam Kalite Yönetimi*. (2. Baskı). Ankara: Nobel Yayın Dağıtım. 45-46.
55. Grönroos, C. (1990). Relationship Approach to Marketing in Service Contexts: The Marketing and Organizational Behavior Interface. *Journal of Business Research*. 20(1): 3–11.
56. Yıldız, S. M., (2010). *Spor ve Fiziksel Etkinlik Hizmetleri Pazarlaması*. Ankara: Detay Yayıncılık, 136.
57. Chelladurai, P., Scott, F. L., Haywood-Farmer, J. et al. (1987). Dimensions of Fitness Services-Development of a Model, *Journal of Sport Management*, 1(2), 159–172.
58. Howat, G., Absher, J., Crilley, G., & Milne, I. (1996). Measuring Customer Service Quality in Sports and Leisure Centers. *Managing Leisure*, 1, 77-89.
59. Theodorakis, N.D., Alexandris, K. (2008). Can Service Quality Predict Spectators' Behavioral Intentions in Professional Soccer?. *Managing Leisure*. 13. 162-178.

60. Papadimitriou, D. A., Karteroliotis, K. (2000). The Service Quality Expectations in Sport and Fitness Centers: A Reexamination Of The Factor Structure, *Sports Marketing Quarterly*, 9(3), 157–164.
61. Chang, K., & Chelladurai, P. (2003). Comparison of part-time workers and full-time workers: commitment and citizenship behaviors in Korean sport organizations. *Journal of Sport Management*, 17, 394-416.
62. Chang, C. M., Lin, Z. P., & Hwang, F. M. (2005). A study of the Developmental Process of Service Quality in Recreation Sport/ Fitness Clubs in Taiwan. *Missouri Journal of Health, Physical Education, Recreation and Dance*, 15, 37-50.
63. Lam E. T. C., Zhang, J.J., Jensen, B. E. (2005). Service Quality Assessment Scale (SQAS): An Instrument for Evaluating Service Quality of Health – Fitness Clubs, *Measurement in Physical Education and Exercise Science*, 9 (2), 79-111.
64. Gürbüz, B., Koçak, S., & Lam T. C. Eddie (2005, October). The Reliability and Validity of the Turkish Version of the Service Quality Assessment Scale, *Education and Science*, Vol: 30, No: 38.
65. Ko, Y. J., Pastore, D. L. (2005). A Hierarchical Model of Service Quality for the Recreational Sport Industry, *Sport Marketing Quarterly*, 14(2), 84-97.
66. Ko, Y. J., & Pastore, D. L. (2007). An instrument to assess customer perceptions of service quality and satisfaction in campus recreation programs. *Recreational Sport Journal*, 31(1), 34-42.
67. Dhurup, M., Singh, C., Surujlal, J. (2006). Application Of The Health And Fitness Service Quality Scale (HAFSQ) In Determining The Relationship Among Service Quality, Satisfaction And Loyalty In The Service Industry, *African Journal for Physical, Health Education, Recreation and Dance*, 12 (3), 238-251.
68. Rial, J., Varela, J., Rial, A., & Real, E. (2010). Modelling and Measuring Perceived Quality in Sports Centres: QSport-10 scale. *RICYDE: Revista Internacional De Ciencias Del Deporte*, 6(18), 57-73.
69. Yıldız, S. M., Kara, A. (2012, April). A Re-examination and Extension of Measuring Perceived Service Quality in Physical Activity and Sport Centers (PSC): Qsport-14 Scale , *International Journal of Sport Marketing & Sponsorship*, 189-208.
70. İmamoğlu A. F. (1998). Toplam Kalite Yönetimi Anlayışı Açısından Spor Hizmetleri. *Gazi BESBD*, 3(2), 51-62.
71. Çimen, Z. (2003). Spor Hizmetlerinde Toplam Kalite Standartları. *İstanbul Üniversitesi Spor Bilim Dergisi*. 11(3). 13-17.

72. Serarşlan, Z., Kepoğlu, A. (2005). *Spor Örgütlerinde Toplam Kalite Yönetimi*. İstanbul: Morpa Kültür Yayınları. 137.
73. Erdemli, A. (2008). *Spor Yapan İnsan*. İstanbul: E Yayınları. 197.
74. Redhouse, J. W. (1992). *A Turkish and English Lexicon*. (2. Baskı). Çağrı Yayınları.
75. Hazar, A. (2000). *Rekreasyon ve Animasyon*. Ankara: Detay Yayıncılık. 29,36-37.
76. Karaküçük, S. (2008). *Rekreasyon ve Boş Zamanları Değerlendirme*. Ankara: Gazi Kitabevi. 61,69.
77. Mittelstaedt, R. (2006). *Introduction to Recreation and Leisure. the USA: Human Kinetics*. 200.
78. Zorba, E. ve ark. (2006). *Herkes İçin Spor*. İstanbul: Morpa Kültür Yayınları. 41.
79. Karaküçük, S. (1995). *Rekreasyon, Boş Zamanları Değerlendirme*. (6. Baskı) Ankara: Gazi Kitabevi.
80. Öztürk, F. (2008). *Toplumsal Boyutlarıyla Spor*. Ankara: Bağırđan Yayınevi.
81. Köşker Demir, E., Çimen Z. (2012). *Rekreasyonel Spor Hizmetleri Kalite Ölçeği – 38' in Türkçe Versiyonu Geçerlilik ve Güvenirlilik Çalışması, Niğde Üniversitesi Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, (6) 3.
82. Mullin, B. J., Hardy, S., Sutton, W. A. (2000). *Sport Marketing*. (2nd Edition). United States, Campaign, IL: Human Kinetics.
83. Aslan, M. (2006). *Determination of The Service Quality Among Sport and Fitness Centers of Selected Universities*. Master Thesis, Middle East Technical University the Graduate School of Social Sciences, Ankara. 53.
84. Ergin, B. M. (2010). *Üniversite Spor Merkezlerindeki Algılanan Hizmet Kalitesinin Yapısal Eşitlik Modeli (YEM) İle İncelenmesi*. Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Ankara. 67-86.
85. İnternet:URL:http://www.unesco.org.tr/dokumanlar/bedenegitimi/kadin_spor.pdf, Son Erişim Tarihi: 05.07.2014.
86. İnternet:URL:<http://dergi.gsb.gov.tr/sayi-22/files/assets/basic.html/page53.html> Son Erişim Tarihi: 07.08.2014
87. İnternet:URL:<http://www.sporbilim.com/sayfa.asp?mdl=haber¶m=64>, Son Erişim Tarihi: 05.07.2014.

88. Salamat, N., Farahani, A., Salamat, F. (2013, May). Costumers' Satisfaction in Private and Public Fitness Clubs in North of Iran, *African Journal of Business Management*, (7) 18, 1826-1832.
89. Aslan, M., Koçak, S. (2010). Determination of the service quality among sport and fitness centers of the selected universities. 15th Annual Congress of European Congress of Sport Science, 332.
90. Kim, D., Kim, S.I Y. (1995). QUESC-An Instrument for Assessing the Service Quality of Sport Centers in Korea, *Journal of Sport Management*, (9), 208-220.
91. Lehtinen, U., Lehtinen, J. R. (1991). Two Approaches to Sevice Quality Dimensions, *The Service Industries Journal*, 11(3), 287-303.
92. Aslan, M., Koçak. M. S. (2011). Determination of The Service Quality Among Sport and Fitness Centers of Selected Universities, *International Journal of Human Sciences*, (8) 2, 818-833
93. Yüzgenç, A. A. (2010). *Yerel Hizmetlerin Sunduğu Spor Hizmetlerinde Hizmet Kalitesi*, Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Ankara, 19, 34, 43-44, 68.
94. Demirel, H. N. (2013). *Rekreasyonel Spor/Fitness Programı Sunan İşletmelerde Hizmet Kalitesi*. Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Ankara, 31.
95. Ceyhun, S. (2008). Spor Tesislerinin Rekreatif Açıdan Kullanımı. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 16(1), 325.
96. Memiş, U. A., Ekenci, G. Spor Merkezlerinde Müşteri Memnuniyeti (Ankara İli Örneği). *Gazi BESBD 2007*, 12(1), 33-48.
97. Ko, Y. J. and Pastore, D. L. (2004). Current Issues and Conceptualizations of Service Quality in the Recreation Sport Industry. *Sport Marketing Quarterly*, 13, 158-166.
98. Wisniewski, M., Donnelly, M. (1996). Measuring service quality in the public sector: the potential for SERVQUAL, *Total Quality Management*, 7(4): 357-365.
99. Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. and Berry, L.L. (1988), *SERVQUAL: a Multi-item Scale For Measuring Consumer Perceptions of The Service Quality*, *Journal of Retailing*, 64 (1), 12.,
100. İnternet: URL: <http://www.yok.gov.tr/web/guest/universitelerimiz>, Son Erişim Tarihi: 05.07.2014

EKLER

EK-1. Ölçek Formları

Değerli Katılımcı, bu araştırmada Üniversite Yerleşkelerindeki Rekreatif Spor Merkezlerinde Algılanan Hizmet Kalitesinin belirlenmesi amaçlanmaktadır.

Araştırma için gerek duyulan verileri toplamak üzere yapılan bu araştırma iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde, kişisel bilgilere ilişkin sorular yer almaktadır. İkinci bölümde ise katılımcıların üniversitelerinin spor merkezlerinden algıladıkları hizmet kalitesini belirleyebilmek için 38 maddelik bir ölçek bulunmaktadır.

Ankete vereceğiniz cevaplar, araştırmanın amacı dışında kesinlikle kullanılmayacaktır. Yardımlarınız için şimdiden teşekkür ederim.

Arş. Gör. Ali ERASLAN

KİŞİSEL BİLGİLER

Bu bölümde, anketi cevaplandıranlarla ilgili verilerin elde edilmesi amaçlanmaktadır.

1. Cinsiyetiniz

() Kadın () Erkek

2. Yaşınız

() 19 yaş veya altı () 20-21 yaş () 22-23 yaş () 24 yaş veya üzeri

3. Tesis kullanım süreniz

() 1 yıl veya daha az () 2 yıl () 3 yıl () 4 yıl veya daha çok

4. Tesisleri haftalık kullanım sıklığınız

() 1-2 gün () 3-4 gün () 5 gün ve üzeri () Düzenli değil

5. Tesis günlük kullanım süreniz

() 1 saatten daha az () 1 sa.- 1,5 sa. () 1,5 saatten daha fazla

EK-1. (devam) Ölçek Formları

REKREASYONEL SPOR MERKEZLERİNDE HİZMET KALİTESİ ÖLÇEĞİ

Aşağıda rekreasyonel spor hizmetlerinde önemli görülen faktörlere ilişkin cümleler yer almaktadır. Sizden şu anda hizmetlerinden faydalandığınız üniversite yerleşkelerindeki rekreasyonel spor merkezlerini düşünerek 1'den (HİÇ KATILMIYORUM) 7'ye (TAMAMEN KATILYORUM) kadar jhhverilen aralıkta puanlayarak değerlendirmeniz istenmektedir.

	Hiç Katılmıyorum						Tamamen Katılıyorum							
1.Spor merkezinin <u>farklı</u> Programları/Sınıfları vardır.	1.	<input type="checkbox"/>	2.	<input type="checkbox"/>	3.	<input type="checkbox"/>	4.	<input type="checkbox"/>	5.	<input type="checkbox"/>	6.	<input type="checkbox"/>	7.	<input type="checkbox"/>
2.Spor merkezi <u>geniş</u> Sınıf/Program çeşitliliği sunar.	1.	<input type="checkbox"/>	2.	<input type="checkbox"/>	3.	<input type="checkbox"/>	4.	<input type="checkbox"/>	5.	<input type="checkbox"/>	6.	<input type="checkbox"/>	7.	<input type="checkbox"/>
3.Spor merkezi <u>güncel</u> Sınıf/Programlar sunar.	1.	<input type="checkbox"/>	2.	<input type="checkbox"/>	3.	<input type="checkbox"/>	4.	<input type="checkbox"/>	5.	<input type="checkbox"/>	6.	<input type="checkbox"/>	7.	<input type="checkbox"/>
4.Spor merkezinin çalışma saatleri uygundur.	1.	<input type="checkbox"/>	2.	<input type="checkbox"/>	3.	<input type="checkbox"/>	4.	<input type="checkbox"/>	5.	<input type="checkbox"/>	6.	<input type="checkbox"/>	7.	<input type="checkbox"/>
5.Spor merkezi Sınıf/Programlarının saatleri uygundur.	1.	<input type="checkbox"/>	2.	<input type="checkbox"/>	3.	<input type="checkbox"/>	4.	<input type="checkbox"/>	5.	<input type="checkbox"/>	6.	<input type="checkbox"/>	7.	<input type="checkbox"/>
6.Spor merkezi personeline <u>E-Posta</u> yolu ile kolayca ulaşılabilir	1.	<input type="checkbox"/>	2.	<input type="checkbox"/>	3.	<input type="checkbox"/>	4.	<input type="checkbox"/>	5.	<input type="checkbox"/>	6.	<input type="checkbox"/>	7.	<input type="checkbox"/>
7.Spor merkezi <u>Web</u> sitesi yoluyla kolayca ulaşılabilir.	1.	<input type="checkbox"/>	2.	<input type="checkbox"/>	3.	<input type="checkbox"/>	4.	<input type="checkbox"/>	5.	<input type="checkbox"/>	6.	<input type="checkbox"/>	7.	<input type="checkbox"/>
8.Spor merkezinin aktivite ve etkinlikleri <u>güncellenmiş</u> bilgilerine erişim kolaydır.	1.	<input type="checkbox"/>	2.	<input type="checkbox"/>	3.	<input type="checkbox"/>	4.	<input type="checkbox"/>	5.	<input type="checkbox"/>	6.	<input type="checkbox"/>	7.	<input type="checkbox"/>
9.Spor merkezi hakkındaki bilgilere kolayca ulaşılabilir.	1.	<input type="checkbox"/>	2.	<input type="checkbox"/>	3.	<input type="checkbox"/>	4.	<input type="checkbox"/>	5.	<input type="checkbox"/>	6.	<input type="checkbox"/>	7.	<input type="checkbox"/>
10.Spor merkezi çalışanları arkadaş canlısıdır.	1.	<input type="checkbox"/>	2.	<input type="checkbox"/>	3.	<input type="checkbox"/>	4.	<input type="checkbox"/>	5.	<input type="checkbox"/>	6.	<input type="checkbox"/>	7.	<input type="checkbox"/>
11.Spor merkezi çalışanları Sınıf/Programlara katılan bireylere yardımcı olmaya <u>isteklidir</u> .	1.	<input type="checkbox"/>	2.	<input type="checkbox"/>	3.	<input type="checkbox"/>	4.	<input type="checkbox"/>	5.	<input type="checkbox"/>	6.	<input type="checkbox"/>	7.	<input type="checkbox"/>
12.Spor merkezi çalışanları herhangi bir sorun çıktığında <u>hemen</u> harekete geçerler.	1.	<input type="checkbox"/>	2.	<input type="checkbox"/>	3.	<input type="checkbox"/>	4.	<input type="checkbox"/>	5.	<input type="checkbox"/>	6.	<input type="checkbox"/>	7.	<input type="checkbox"/>
13.Spor merkezi çalışanları Yeteneklidir/Yeterlidir.	1.	<input type="checkbox"/>	2.	<input type="checkbox"/>	3.	<input type="checkbox"/>	4.	<input type="checkbox"/>	5.	<input type="checkbox"/>	6.	<input type="checkbox"/>	7.	<input type="checkbox"/>
14.Spor merkezi çalışanları problemleri <u>hızlı ve tatmin edici şekilde</u> çözerler.	1.	<input type="checkbox"/>	2.	<input type="checkbox"/>	3.	<input type="checkbox"/>	4.	<input type="checkbox"/>	5.	<input type="checkbox"/>	6.	<input type="checkbox"/>	7.	<input type="checkbox"/>
15.Spor merkezi çalışanları kullanıcılarının özel ihtiyaçlarını bilir ve etkin bir şekilde ilgilenir.	1.	<input type="checkbox"/>	2.	<input type="checkbox"/>	3.	<input type="checkbox"/>	4.	<input type="checkbox"/>	5.	<input type="checkbox"/>	6.	<input type="checkbox"/>	7.	<input type="checkbox"/>
16.Spor merkezinin diğer müşterileri, benim spor merkezinin hizmetlerini olumlu algılamam üzerinde <u>pozitif</u> etkisi vardır.	1.	<input type="checkbox"/>	2.	<input type="checkbox"/>	3.	<input type="checkbox"/>	4.	<input type="checkbox"/>	5.	<input type="checkbox"/>	6.	<input type="checkbox"/>	7.	<input type="checkbox"/>

EK-1. (devam) Ölçek Formları

- 17.Spor merkezi sürekli müşterilerinden genel olarak etkilenirim. 1. 2. 3. 4. 5. 6. 7.
- 18.Spor merkezi programlarından yararlandıktan sonra fiziksel yetenek seviyemin arttığını hissediyorum. 1. 2. 3. 4. 5. 6. 7.
- 19.Spor merkezi Sınıf/Programları fiziksel yetenek seviyemin arttığını hissediyorum. 1. 2. 3. 4. 5. 6. 7.
- 20.Spor merkezi Sınıf/Programlarına katıldıktan sonra fiziksel uygunluk seviyemin arttığını hissediyorum. 1. 2. 3. 4. 5. 6. 7.
- 21.Spor merkezinin Sınıf/Programlarına katıldıktan sonra beceri seviyemin arttığını hissediyorum. 1. 2. 3. 4. 5. 6. 7.
- 22.Spor merkezinde katıldığım aktiviteler yetenek seviyemi geliştirdi. 1. 2. 3. 4. 5. 6. 7.
- 23.Spor merkezinden ayrıldığı zaman daima istediklerimi aldığımı hissediyorum. 1. 2. 3. 4. 5. 6. 7.
- 24.Spor merkezinden ayrıldığı zaman genellikle kendimi iyi hissediyorum. 1. 2. 3. 4. 5. 6. 7.
- 25.Spor merkezinin Sınıf/Programlarının sonuçlarını olumlu olarak değerlendiririm. 1. 2. 3. 4. 5. 6. 7.
- 26.Spor merkezi çalışanları işleri hakkında oldukça bilgili görünmektedir. 1. 2. 3. 4. 5. 6. 7.
- 27.Spor merkezi müşterileri arasında olmak aile ortamı hissi verir. 1. 2. 3. 4. 5. 6. 7.
- 28.Spor merkezinin Sınıf/Programlarına katılma yoluyla birçok arkadaş edindim. 1. 2. 3. 4. 5. 6. 7.
- 29.Spor merkezi temiz ve bakımlıdır. 1. 2. 3. 4. 5. 6. 7.
- 30.Spor merkezinin binası iyi tasarlanmıştır. 1. 2. 3. 4. 5. 6. 7.
- 31.Spor merkezinin bina düzenlemesi amaçlarıma/ihtiyaçlarıma hizmet eder. 1. 2. 3. 4. 5. 6. 7.
- 32.Spor merkezinin bina dizaynından etkilendim. 1. 2. 3. 4. 5. 6. 7.
- 33.Spor merkezi bana sosyal etkileşim açısından birçok fırsat sağladı. 1. 2. 3. 4. 5. 6. 7.
- 34.Spor merkezinin binası estetik olarak çekicidir. 1. 2. 3. 4. 5. 6. 7.
- 35.Spor merkezi tarafından sağlanan malzemeler (egzersiz aletleri) kullanıma uygundur. 1. 2. 3. 4. 5. 6. 7.
- 36.Spor merkezinde pek çok yeni egzersiz malzemeleri mevcuttur. 1. 2. 3. 4. 5. 6. 7.
- 37.Spor merkezi tarafından sağlanan malzemeler iyi kullanılabilir durumdadır. 1. 2. 3. 4. 5. 6. 7.
- 38.Spor merkezinin Sınıf/programlarındaki sosyal etkileşimden gerçekten zevk aldım. 1. 2. 3. 4. 5. 6. 7.

Kişisel Bilgiler

Soyadı, adı : ERASLAN, Ali
Uyruğu : T.C.
Doğum Tarihi ve yeri : 05/06/1987 Ankara
Medeni hali : Evli
Telefon : 0 (532) 250 38 87
e-posta : aeraslan@gazi.edu.tr



Eğitim Derecesi	Okul/Program	Mezuniyet Yılı
Yüksek lisans	Gazi Üniversitesi/Spor Yönetim Bilimleri	Devam ediyor
Lisans	Gazi Üniversitesi/Spor Yöneticiliği Bölümü	2010
Lise	Dikmen (Yabancı Dil Ağırlıklı) Lisesi	2005

İş Deneyimi, Yıl	Çalıştığı Yer	Görev
2012-Devam Ediyor	Gazi Üniversitesi	Araştırma Görevlisi
2010-2012	Mars Athletic Club	Kişisel Fitness Eğitmeni

Yabancı Dili

İngilizce