

**T.C.
MUĞLA SITKI KOÇMAN ÜNİVERSİTESİ**

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

BEDEN EĞİTİMİ VE SPOR ANABİLİM DALI

**SU SPORLARI HİZMETİ SUNAN İŞLETMELERDE
MÜŞTERİ MEMNUNİYETİNİN ARAŞTIRILMASI**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

ALİ GÜREL GÖKSEL

**DANIŞMAN
YRD. DOÇ. DR. SÜMMANİ EKİCİ**

TEMMUZ, 2012

MUĞLA

T.C.
MUĞLA SITKI KOÇMAN ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

BEDEN EĞİTİMİ VE SPOR ANABİLİM DALI



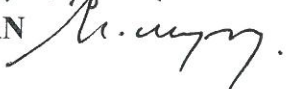
SU SPORLARI HİZMETİ SUNAN İŞLETMELERDE
MÜŞTERİ MEMNUNİYETİNİN ARAŞTIRILMASI

ALİ GÜREL GÖKSEL

Sosyal Bilimler Enstitüsünce
“Yüksek Lisans”
Diploması Verilmesi İçin Kabul Edilen Tezdir.

Tezin Enstitüye Verildiği Tarih : 01.08.2012

Tezin Sözlü Savunma Tarihi : 27.07.2012

Tez Danışmanı : Yrd. Doç. Dr. Sümmani EKİCİ 
Jüri Üyesi : Doç. Dr. Özcan SAYGIN 
Jüri Üyesi : Yrd. Doç. Dr. Mehmet ULUKAN 

Enstitü Müdürü : Prof. Dr. Namık Kemal ÖZTÜRK

TEMMUZ, 2012
MUĞLA

TUTANAK

Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü'nün 28./06./2012 tarih ve 558/2 sayılı toplantısında oluşturulan jüri, Lisansüstü Eğitim-Öğretim Yönetmeliği'nin 24. maddesine göre, Beden Eğitimi ve Spor Anabilim Dalı Yüksek lisans öğrencisi Ali Gürel GÖKSEL'in "Su Sporları Hizmeti Sunan İşletmelerde Müşteri Memnuniyetinin Araştırılması" adlı tezini incelemiş ve aday 27/07/2012 tarihinde saat 14:00'da jüri önünde tez savunmasına alınmıştır.

Adayın kişisel çalışmaya dayanan tezini savunmasından sonra 60 dakikalık süre içinde gerek tez konusu, gerekse tezin dayanağı olan anabilim dallarından sorulan sorulara verdiği cevaplar değerlendirilerek tezin kabul olduğuna oybirliği ile karar verildi.

Tez Danışmanı

Yrd. Doç. Dr. Sümmani EKİCİ



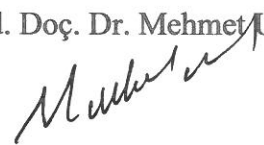
Üye

Doç. Dr. Özcan SAYGIN



Üye

Yrd. Doç. Dr. Mehmet ULUKAN



YEMİN

Yükseklisans tezi olarak sunduğum “Su Sporları Hizmeti Sunan İşletmelerde Müşteri Memnuniyetinin Araştırılması” adlı çalışmanın, tarafımdan bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı düşecek bir yardıma başvurulmaksızın yazıldığını ve yararlandığım eserlerin Kaynakça’da gösterilenlerden oluştuğunu, bunlara atıf yapılarak yararlanmış olduğumu belirtir ve bunu onurumla doğrularım.

27/07/2012

ALİ GÜREL GÖKSEL



YÜKSEKÖĞRETİM KURULU DOKÜMANTASYON MERKEZİ
TEZ VERİ GİRİŞ FORMU

YAZARIN

MERKEZİMİZCE DOLDURULACAKTIR.

Soyadı : GÖKSEL

Adı : Ali Gürel

Kayıt No: 439383

TEZİN ADI

Türkçe : Su Sporları Hizmeti Sunan İşletmelerde Müşteri Memnuniyetinin Araştırılması

Y. Dil : Customer Satisfaction Analysis Of Establishments Ptoviding Water Sports Service

TEZİN TÜRÜ: Yüksek Lisans

Doktora

Sanatta Yeterlilik

(X)

O

O

TEZİN KABUL EDİLDİĞİ

Üniversite : MUĞLA SITKI KOÇMAN ÜNİVERSİTESİ

Fakülte : BEDEN EĞİTİMİ VE SPOR YÜKSEK OKULU

Enstitü : SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

Diğer Kuruluşlar :

Tarih :

TEZ YAYINLANMIŞSA

Yayımlayan :

Basım Yeri :

Basım Tarihi :

ISBN :

TEZ YÖNETİCİSİNİN

Soyadı, Adı : EKİCİ, Sümmani

Ünvanı : Yrd. Doç. Dr.

TEZİN YAZILDIĞI DİL : Türkçe

TEZİN SAYFA SAYISI: 135

TEZİN KONUSU (KONULARI) :

1. Spor
2. Turizm

TÜRKÇE ANAHTAR KELİMELER :

1. Müşteri Memnuniyeti
2. Su Sporları
3. Spor Turizmi
4. Spor İşletmeleri

Başka vereceğiniz anahtar kelimeler varsa lütfen yazınız.

İNGİLİZCE ANAHTAR KELİMELER: Konunuzla ilgili yabancı indeks, abstract ve thesaurus'u kullanınız.

1. Customer Satisfaction
2. Water Sports
3. Sports Tourism
4. Sports Businesses

Başka vereceğiniz anahtar kelimeler varsa lütfen yazınız.

- 1- Tezimden fotokopi yapılmasına izin vermiyorum
- 2- Tezimden dipnot gösterilmek şartıyla bir bölümünün fotokopisi alınabilir
- 3- Kaynak gösterilmek şartıyla tezim tamının fotokopisi alınabilir

Yazarın İmzası :



Tarih : 31.07.2012

ABSTRACT

This study is supported through a survey applied in town and districts affiliated to Muğla (Bodrum, Marmaris, Fethiye, Akyaka). The survey questions the customer satisfaction of customers using facilities that provide aquatic sports services. The aim of the study is to assess the achievement rate of the facilities.

While the subject of the study are the customers in facilities providing services related to aquatic sports, the survey was applied in facilities providing services related to aquatic sports in districts and towns affiliated to Muğla. A total population of 397 participants constituting of 191 women and 206 men whose main aim is to participate in activities related to aquatic sports participated in survey as volunteers.

A form of survey covering scale of customer satisfaction for facilities of aquatic sports and demographic questions (age, gender, income level).

The form was first applied by Timuçin Gencer (2008) in study titled “Variables affecting service quality reception of sport customers in Ski Centers”(Gençer 2008). The adaptation of form for aquatic sports facilities have been applied by the researcher(2012), reliability coefficient is detected as 0,96.

The scales were distributed to tourists in facilities of aquatic sports replying question “Why did you come this facility?” as “to participate in aquatic sports”.

The aim of the study and information related to scale was explained to people classified as sport tourist. The participants handed in the form after filling it in leisure time.

The data was processed in SPSS 18 package software. Percentage and frequency analysis were applied to assess socio-demographic data. Cronbach Alfa coefficient was calculated to ensure reliability of the survey. Content validity and structure validity was calculated to ensure validity of survey. To reach differences in gender and percentage values, Crosstabulation and chi-square test were applied. Descriptive analysis has been used for

detecting data related to age and level of income, one way anova analysis was applied to find out differences in answers. Turkey HSD test has been applied to find out reason for differences in Anova analysis.

As the data acquired analysed, it has been detected that 206 (%51,9) of participants are men and 191 (%48,1) of participants are women. As to distribution of age among participants, it has been detected that %59,2 of participants are in the age group between 21 and 30. 180 (%45,3) of the participants answered the question “Have you participated in camp before?” as “Yes” and 217 (%54,7) of the participants as “No.” The level of income of %56,9 of participants is detected as 2501₺ and above.

Quite differences were detected in answers to “aquatic sports trainer are well trained” and “the number of aquatic sports training centers are sufficient” in gender level in $p < 0,05$ through chi-square analysis.

As answers related to facilities of aquatic sports and materials in age variables, quite differences were detected in answers to “aquatic sports training centers are large enough” and “materials of aquatic sports are modern” in $p < 0,05$ level. The reasons for the differences are detected as groups of 20 and below ages, of age between 21 and 30, of age 51 and above, of ages between 31 and 40, of ages 51 and above and of ages of between 41 and 50 and 51 and above.

When the questions related to trainers are studied, quite differences were detected in answers to “The training provided by sports trainers are at good level”, “The trainers are well trained” “The trainers are in friendly manner” in $p < 0,05$ in level of income. The differences are detected to be caused by groups of level of income of between 1501 and 2000₺, of level of income of 2501₺ and above and of level of income of between 2001 and 2500₺ and of 2500₺ and above.

ÖZET

Bu araştırma Muğla iline bağlı turistik ilçe ve beldelerde (Bodrum, Marmaris, Fethiye, Akyaka) yapılan bir anket çalışmasıyla desteklenmiş ve bu anket çalışmasıyla Muğla il sınırlarındaki su sporları hizmeti sunan işletmelerden faydalanan müşterilerin memnuniyetleri sorgulanarak, işletmelerin bu konudaki başarılarının değerlendirilmesi amaçlanmıştır.

Araştırmanın evrenini su sporu hizmeti veren işletmelerdeki müşteriler oluştururken, örneklemini ise Muğla iline bağlı ilçe ve beldelerde su sporu hizmeti veren işletmelerdeki müşteriler oluşturmaktadır. Araştırmaya asıl amacı alternatif su sporlarından faydalanmak olan 191 kadın ve 206 erkek olmak üzere toplam 397 kişi gönüllü olarak katılmıştır.

Araştırma kapsamında kullanılan su sporu işletmelerine yönelik müşteri memnuniyeti ölçeği ile birlikte demografik soruların (yaş, cinsiyet, gelir durumu) yer aldığı bir anket formu kullanılmıştır. Araştırmada kullanılan anket ilk olarak Timuçin Gençler tarafından (2008) “Kayak merkezlerindeki spor turistlerinin hizmet kalitesi algılarını etkileyen değişkenler” isimli çalışmada kullanılmıştır(Gençer 2008). Su sporu merkezlerine yönelik uyumu araştırmacı tarafından (2012) gerçekleştirilmiş olup güvenilirlik katsayısı 0,96 olarak bulunmuştur.

Ölçekler, araştırmacı tarafından, su sporları işletmelerinde bulunan turistlere; “Buraya gelmenizin temel nedeni nedir?” sorusuna alınan “su sporu yapmak” cevabına dayandırılarak dağıtılmıştır. Araştırmanın amacı ve ölçek ile ilgili bilgiler, araştırmacı tarafından, spor turisti olarak nitelendirilebilen bireylere açıklanmıştır. Katılımcılar, anketi, su sporu işletmelerinde dinlenme zamanları sırasında doldurarak teslim etmişlerdir.

Elde edilen verilerin SPSS 18 paket programında değerlendirilmiştir. Sosyo-demografik verilerin değerlendirilmesi için yüzde ve frekans analizi kullanılmıştır. Ölçeğin güvenilirlik çalışması için Cronbach Alfa katsayısı hesaplanmıştır. Anketin geçerlilik çalışması için içerik geçerliliği ve yapı geçerliliği incelenmiştir. Faktör yüklerini ve varyans yüzdelerini belirlemek için Rotated faktör analizi hesaplamaları yapılmıştır. Cinsiyetler arasındaki farklılıkları ve yüzdelik değerleri bulmak için Crosstabulation analizi ve k-kare analizi yapılmıştır. Yaş ve gelir durumuna verilerin tanımlanması için Descriptive analizi ve verdikleri cevaplar arasındaki farklılıkları belirlemek için tek yönlü varyans analizi (Anova)

kullanılmıştır. Anova sonucunda çıkan farklılıkların nereden kaynaklandığını tespit etmek amacıyla Tukey HSD testi uygulanmıştır.

Elde edilen veriler doğrultusunda araştırmaya katılan bireylerin, cinsiyetleri incelendiğinde 206'sının (%51,9) erkek ve 191'inin (%48,1) kadın olduğu, yaş dağılımları incelendiğinde %59,2'sinin 21-30 yaş arasında olduğu, daha önce bir kampa katıldınız mı sorusuna 180 kişinin (%45,3) evet ve 217 kişinin (%54,7) hayır şeklinde ve aile gelir durumlarının %56,9'unun 2501₺ ve üzeri gelir düzeyinde olduğu belirlenmiştir.

Yapılan k-kare analizine göre “su sporu eğitmenleri eğitimidir” ve “su sporu eğitim alanlarının sayısı yeterlidir” sorularında cinsiyetler açısından $p < 0,05$ düzeyinde anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir.

Yaş değişkenine göre su sporu tesisi ve malzemeleri ile ilgili cevaplar incelendiğinde, “su sporları eğitim alanları yeterli büyüklüğe sahiptir” ve “su sporları malzemeleri moderndir” sorularında $p < 0,05$ düzeyinde anlamlı farklılıklar bulunmuştur. Bu farklılıkların 20 yaş ve altı-50 yaş ve üzeri, 21-30 yaş arası-51 yaş ve üzeri, 31-40 yaş arası-51 yaş ve üzeri ve 41-50 yaş arası-51 yaş ve üzeri gruplardan kaynaklandığı tespit edilmiştir.

Aylık aile gelir durumuna göre eğitmenler ile ilgili cevaplar incelendiğinde, “su sporları eğitmenlerinin dersteki eğitimi iyidir”, “su sporları eğitmenleri bilgilidir”, ve “su sporları eğitmenleri arkadaş canlısıdır” sorularında $p < 0,05$ düzeyinde anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir. Bu farklılıklar 1501-2000₺ arası-2501₺ ve üzeri ve 2001-2500₺ arası-2501₺ üzeri gruplardan kaynaklandığı belirlenmiştir.

ÖNSÖZ

“Su Sporları Hizmeti Sunan İşletmelerde Müşteri Memnuniyetinin Araştırılması” adlı çalışmamın her aşamasında bana daha iyiyi yapmam için yol gösteren, eleştirileri ve katkılarıyla düşünce düzeyimi geliştiren danışman hocam Sayın Yrd. Doç. Dr. Sümmani EKİCİ’ye, istatistiksel analizlerde benden yardımlarını esirgemeyen değerli hocam Sayın Doç. Dr. Özcan SAYGIN’a ve arkadaşım Akan BAYRAKDAR’a, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Beden Eğitimi ve Spor Yüksek Okulu’ndaki değerli hocalarıma, alan araştırması sırasında anketlerin bilinçli bir şekilde uygulanmasında bana destek olan arkadaşlarım Selin DURMAZ ve Anıl ÖZKAN’a, ayrıca hayatımın her döneminde olduğu gibi yüksek lisans eğitimim süresince de bana maddi ve manevi destek olan AİLEME teşekkürlerimi sunarım.

Ali Gürel GÖKSEL

İÇİNDEKİLER

ABSTRACT	I
ÖZET	III
ÖNSÖZ	V
İÇİNDEKİLER	VI
TABLolar LİSTESİ	VIII
1.GİRİŞ	1
2.GENEL BİLGİLER	4
2.1. Turizm Kavramı.....	4
2.2. Turizmin Tarihsel Gelişimi.....	5
2.2.1. Dünyada Turizmin Tarihsel Gelişimi.....	5
2.2.2. Türkiye’de Turizmin Tarihsel Gelişimi.....	6
2.3. Turizmin Çeşitleri.....	7
2.3.1. Kongre Turizmi.....	7
2.3.2. Spor Turizmi.....	8
2.3.3. Macera Turizmi.....	8
2.3.4. Kültür Turizmi.....	9
2.3.5. Termal (Sağlık) Turizmi.....	10
2.3.6. Gençlik Turizmi.....	11
2.3.7. İnanç Turizmi.....	11
2.4. Spor Turizmi Kavramı.....	12
2.5. Spor Turistleri.....	14
2.5.1. Spor Turistleri Profili.....	15
2.5.1.1. Aktif Katılım.....	15
2.5.1.2. Pasif Katılım.....	16
2.6. Su Sporları.....	16
2.6.1. Su Sporları Kavramı.....	16
2.6.2. Su Sporları Çeşitleri.....	17
2.6.2.1. Su Kayağı.....	17
2.6.2.2. Rüzgar Sörfü.....	18
2.6.2.3. Uçurtma Sörfü.....	19
2.6.2.4. Yelken.....	19
2.6.2.5. Kano.....	20

2.7. Müşteri ve Müşteri Memnuniyeti.....	20
2.7.1. Müşteri Kavramı.....	20
2.7.2. Müşteri Memnuniyeti Kavramı.....	21
2.7.3. İşletmeler ve Müşteri Memnuniyeti.....	23
2.7.3.1. İşletme Kavramı.....	23
2.7.3.2. Spor İşletmeleri Kavramı.....	23
2.7.3.2.1. Spor İşletmelerinde Müşteri Memnuniyeti.....	25
2.7.3.3. Konaklama İşletmeleri Kavramı.....	26
2.7.3.3.1. Konaklama İşletmelerinin Özellikleri.....	27
2.7.3.3.2. Konaklama İşletmelerinde Müşteri Memnuniyeti.....	29
3.MATERYAL VE METOT.....	30
3.1. Araştırmanın Modeli.....	30
3.2. Araştırmanın Evren ve Örneklemi.....	30
3.3. Ölçüm Araçları.....	30
3.3.1. Sosyo-Demografik Özellikler.....	31
3.3.2. Su Sporü İşletmelerine Yönelik Müşteri Memnuniyeti Ölçeği.....	31
3.4. Verilerin Toplanması.....	31
3.5. Ölçeğin Geçerlilik ve Güvenirlilik Çalışması.....	32
3.5.1. Ölçeğin Güvenirlilik Çalışması.....	32
3.5.2. Ölçeğin Geçerlilik Analizi.....	33
3.6. Verilerin Analizi.....	35
4.BULGULAR.....	36
5.TARTIŞMA VE SONUÇ.....	100
6.KAYNAKÇA.....	109
EKLER.....	118
ÖZGEÇMİŞ.....	119

TABLolar LİSTESİ

Tablo 1. Ölçekteki Maddelerin (Crombach Alfa) Güvenirlilik Katsayıları.....	32
Tablo 2. Ölçeğin Güvenirlilik (Cronbach's Alpha) Katsayısı.....	33
Tablo 3. Rotated Component Matrix Faktör Analizi.....	34
Tablo 4. Cinsiyetlere Göre Frekans Analizi Sonuçları.....	36
Tablo 5. Katılımcıların Cinsiyetlere Göre Yaş Dağılımları	36
Tablo 6. Katılımcıların Cinsiyete Göre Daha Önce Bir Kampa Katılıp Katılmadıklarına İlişkin Cevaplarının Dağılımı.....	37
Tablo 7. Katılımcıların Cinsiyete Göre Aylık Aile Gelir Durumunuz Sorusuna Verilen Cevapların Yüzdeler Dağılımları.....	38
Tablo 8. Bir Eğitim Merkezinde Geçirdiğiniz Zaman Etnasında Sizde Oluşan Duyguya Karşılık Gelen ve Cevabınızı En İyi Yansıttığını Düşündüğünüz Sayıyı İşaretleyiniz Sorusuna Verilen Cevapların Dağılımları.....	39
Tablo 9. Bir Eğitim Merkezine Karşı Duygularınız Aşağıdaki Belirtilen Ölçütlere Göre Değerlendiriniz Sorusuna Verilen Cevapların Analizi.....	39
Tablo 10. Bir Eğitim Merkezine Karşı Duygularınız Aşağıdaki Belirtilen Ölçütlere Göre Değerlendiriniz Sorusuna Verilen Cevapların Analizi.....	40
Tablo 11. Bir Eğitim Merkezine Karşı Duygularınız Aşağıdaki Belirtilen Ölçütlere Göre Değerlendiriniz Sorusuna Verilen Cevapların Analizi.....	40
Tablo 12. Bir Eğitim Merkezine Karşı Duygularınız Aşağıdaki Belirtilen Ölçütlere Göre Değerlendiriniz Sorusuna Verilen Cevapların Analizi.....	41
Tablo 13. Bir Eğitim Merkezine Karşı Duygularınız Aşağıdaki Belirtilen Ölçütlere Göre Değerlendiriniz Sorusuna Verilen Cevapların Analizi.....	41
Tablo 14. Bir Eğitim Merkezine Karşı Duygularınız Aşağıdaki Belirtilen Ölçütlere Göre Değerlendiriniz Sorusuna Verilen Cevapların Analizi.....	42
Tablo 15. Cinsiyetlere Göre Su Sporları Eğitimcilerinin Dersteki Eğitimi İyidir Sorusunun Analizi.....	42
Tablo 16. Cinsiyetlere Göre Su Sporları Eğitimcileri Bilgilidir Sorusunun Dağılımları.....	43
Tablo 17. Cinsiyetlere Göre Su Sporları Eğitimcileri İyi Eğitimlidir Sorusunun Dağılımları.....	44
Tablo 18. Cinsiyetlere Göre Su Sporları Eğitimcileri Arkadaş Canlıdır Sorusunun Dağılımları.....	45
Tablo 19. Cinsiyetlere Göre Su Sporları Eğitim Alanları Yeterli Büyüklüğe Sahiptir Sorusunun Dağılımları.....	46
Tablo 20. Cinsiyetlere Göre Su Sporları Eğitim Alanlarının Sayısı Yeterlidir Sorusunun Dağılımları.....	47
Tablo 21. Cinsiyetlere Göre Su Sporları Eğitim Alanları Temiz ve Bakımlıdır Sorusunun Dağılımları.....	48
Tablo 22. Cinsiyetlere Göre Su Sporları Malzemeleri Modernidir Sorusunun Dağılımları.....	49
Tablo 23. Cinsiyetlere Göre Konaklama İşletmesi Rahattır Sorusunun Dağılımları.....	50

Tablo 24. Cinsiyetlere Göre Konaklama İşletmesi Çalışanları Naziktir Sorusunun Dağılımları.....	51
Tablo 25. Cinsiyetlere Göre Konaklama İşletmesi Temiz ve Bakımlıdır Sorusunun Dağılımları.....	52
Tablo 26. Cinsiyetlere Göre Konaklama İşletmesi Çalışanları Yardım Etmeye İsteklidir Sorusunun Dağılımları.....	53
Tablo 27. Cinsiyetlere Göre Su Sporları Merkezinin Atmosferi Keyif Vericidir Sorusunun Dağılımları.....	54
Tablo 28. Cinsiyetlere Göre Su Sporları Merkezinin Atmosferi Mükemmeldir Sorusunun Dağılımları.....	55
Tablo 29. Cinsiyetlere Göre Su Sporları Merkezinin Çok Güzel Bir Ortamı Vardır Sorusunun Dağılımları.....	56
Tablo 30. Cinsiyetlere Göre Alternatif Eğlence Yerleri Yeterlidir Sorusunun Dağılımları.....	57
Tablo 31. Cinsiyetlere Göre Çeşitli Eğlence Alternatifleri Bulunmaktadır Sorusunun Dağılımları.....	58
Tablo 32. Cinsiyetlere Göre Eğlence Tesisleri Keyif Vericidir Sorusunun Dağılımları..	59
Kadın Katılımcıların Anova ve Tukey Analizi Sonuçları	
Tablo 33. Eğitimle İlgili Soruların Yaşa Göre Anova Testi Sonuçları.....	60
Tablo 34. Eğitimle İlgili Soruların Yaşa Göre Tukey HSD Testi Sonuçları.....	61
Tablo 35. Su Sporları Tesisleri ve Malzemeleri ile İlgili Soruların Yaşa Göre Anova Testi Sonuçları.....	62
Tablo 36. Su Sporları Tesisleri ve Malzemeleri ile İlgili Soruların Yaşa Göre Tukey HSD Testi Sonuçları.....	63
Tablo 37. Konaklama İşletmesi ile İlgili Soruların Yaşa Göre Anova Testi Sonuçları...	64
Tablo 38. Konaklama İşletmesi ile İlgili Soruların Yaşa Göre Tukey HSD Testi Sonuçları.....	65
Tablo 39. Ortam ile İlgili Soruların Yaşa Göre Anova Testi Sonuçları.....	66
Tablo 40. Ortam ile İlgili Soruların Yaşa Göre Tukey HSD Testi Sonuçları.....	67
Tablo 41. Eğlence ile İlgili Soruların Yaşa Göre Anova Testi Sonuçları.....	68
Tablo 42. Eğlence ile İlgili Soruların Yaşa Göre Tukey HSD Testi Sonuçları.....	69
Tablo 43. Eğitimle İlgili Soruların Gelir Durumuna Göre Anova Testi Sonuçları.	70
Tablo 44. Eğitimle İlgili Soruların Gelir Durumuna Göre Tukey HSD Testi Sonuçları.....	71
Tablo 45. Su Sporları Tesisleri ve Malzemeleri ile İlgili Soruların Gelir Durumuna Göre Anova Testi Sonuçları.....	72
Tablo 46. Su Sporları Tesisleri ve Malzemeleri ile İlgili Soruların Gelir Durumuna Göre Tukey HSD Testi Sonuçları.....	73
Tablo 47. Konaklama İşletmesi ile İlgili Soruların Gelir Durumuna Göre Anova Testi Sonuçları.....	74

Tablo 48. Konaklama İşletmesi ile İlgili Soruların Gelir Durumuna Göre Tukey HSD Testi Sonuçları.....	75
Tablo 49. Ortam ile İlgili Soruların Gelir Durumuna Göre Anova Testi Sonuçları.....	76
Tablo 50. Ortam ile İlgili Soruların Gelir Durumuna Göre Tukey HSD Testi Sonuçları	77
Tablo 51. Eğlence ile İlgili Soruların Gelir Durumuna Göre Anova Testi Sonuçları.....	78
Tablo 52. Eğlence ile İlgili Soruların Gelir Durumuna Göre Tukey HSD Testi Sonuçları.....	79
Erkek Katılımcıların Anova ve Tukey Analizi Sonuçları	
Tablo 53. Eğitimle İlgili Soruların Yaşa Göre Anova Testi Sonuçları.....	80
Tablo 54. Eğitimle İlgili Soruların Yaşa Göre Tukey HSD Testi Sonuçları.....	81
Tablo 55. Su Sporları Tesisleri ve Malzemeleri ile İlgili Soruların Yaşa Göre Anova Testi Sonuçları.....	82
Tablo 56. Su Sporları Tesisleri ve Malzemeleri ile İlgili Soruların Yaşa Göre Tukey HSD Testi Sonuçları.....	83
Tablo 57. Konaklama İşletmesi ile İlgili Soruların Yaşa Göre Anova Testi Sonuçları...	84
Tablo 58. Konaklama İşletmesi ile İlgili Soruların Yaşa Göre Tukey HSD Testi Sonuçları.....	85
Tablo 59. Ortam ile İlgili Soruların Yaşa Göre Anova Testi Sonuçları.....	86
Tablo 60. Ortam ile İlgili Soruların Yaşa Göre Tukey HSD Testi Sonuçları.....	87
Tablo 61. Eğlence ile İlgili Soruların Yaşa Göre Anova Testi Sonuçları.....	88
Tablo 62. Eğlence ile İlgili Soruların Yaşa Göre Tukey HSD Testi Sonuçları.....	89
Tablo 63. Eğitimle İlgili Soruların Gelir Durumuna Göre Anova Testi Sonuçları.	90
Tablo 64. Eğitimle İlgili Soruların Gelir Durumuna Göre Tukey HSD Testi Sonuçları.....	91
Tablo 65. Su Sporları Tesisleri ve Malzemeleri ile İlgili Soruların Gelir Durumuna Göre Anova Testi Sonuçları.....	92
Tablo 66. Su Sporları Tesisleri ve Malzemeleri ile İlgili Soruların Gelir Durumuna Göre Tukey HSD Testi Sonuçları.....	93
Tablo 67. Konaklama İşletmesi ile İlgili Soruların Gelir Durumuna Göre Anova Testi Sonuçları.....	94
Tablo 68. Konaklama İşletmesi ile İlgili Soruların Gelir Durumuna Göre Tukey HSD Testi Sonuçları.....	95
Tablo 69. Ortam ile İlgili Soruların Gelir Durumuna Göre Anova Testi Sonuçları.....	96
Tablo 70. Ortam ile İlgili Soruların Gelir Durumuna Göre Tukey HSD Testi Sonuçları	97
Tablo 71. Eğlence ile İlgili Soruların Gelir Durumuna Göre Anova Testi Sonuçları.....	98
Tablo 72. Eğlence ile İlgili Soruların Gelir Durumuna Göre Tukey HSD Testi Sonuçları.....	99

1.GİRİŞ

Sanayileşmenin her geçen gün artarak büyümesi ve üretimde insan gücünün yerini büyük oranda makineleşmenin almasıyla, dünyanın en büyük hizmet endüstrilerinden biri durumuna gelen turizm, yapısal özellikleri nedeniyle büyük bir pazar ve önemli bir sektör haline gelmektedir. Turizm sektöründe sunulan hizmetler müşteri odaklı olup, bunun doğal sonucu olarak turizm işletmelerinin stoklanamaz nitelikteki turizm ürününü sürekli satabilmelerinin ve başarılı olabilmelerinin ön koşullarından birisi de müşteri memnuniyetini sağlama zorunluluğu olduğu düşünülmektedir. Turizm işletmelerinin, müşterilerinin talepleri ve beklentileri doğrultusunda mal ve hizmet üretmeleri, müşterileri memnun etmekte ve buna bağlı olarak da müşterilerin işletmeye bağlılıklarını arttırmaktadır. Bu şekilde işletmeler de devamlılıklarını koruyabilmektedirler.

Müşteri memnuniyeti, müşteri beklentisiyle doğru orantılı olarak gelişen bir kavramdır. Müşterilerin beklentilerinin karşılanması sonucunda müşteri memnuniyeti oluşmaktadır. Genellikle müşteri memnuniyeti kişinin öncel beklentileri ile bağlantılıdır. Memnun olmuş tüketiciler, işletmelerin sadık müşterileri konumuna gelmeleri beklenmektedir. Sürekli değişen ve gelişen, rekabetin yoğun olduğu piyasa koşullarında işletmeler için müşterilerin memnuniyeti daha da önem kazanmaktadır. Turizm işletmeleri sunulan mal, hizmet ve sunum tarzı itibariyle diğer sektörlerden farklılık göstermektedir. Turistik ürün; tüketimi ile üretiminin eş zamanlı oluşu, insanın insana hizmet sunması, değerlendirmelerin subjektif oluşu gibi farklı özelliklere sahiptir. Dolayısıyla da turizm işletmelerinin, müşteri beklentilerini ön planda tutarak, müşterilerin memnuniyetini sağlamaya çalıştıkları görülmektedir.

Turizm, temelinde; gezme, görme, eğlenme ve öğrenme olan, insanların bireysel veya toplu olarak katıldıkları birden fazla etkinliği içeren bir olgudur. Ancak turizm, son yıllarda katılım amaçlarına göre spor turizmi, sağlık turizmi, kültür turizmi vb. birçok isimler almaktadır.

Günümüzde turizm ürünleri artık güneş, deniz, kum paketlerinin ötesine gitmiş, farklı bir boyut kazanmış olup, geleceğin başarılı turizm ürünlerini yaratmak için iyi bir pazar araştırması yapılması ve pazarın bileşenlerinin iyi bir şekilde etüt edilerek müşterilerin isteklerine göre düzenlenebilen ürünlere geçilmesi zorunlu hale gelmiştir. Bu boyutta gelişen ve değişen turizm eğilimleri arasında "spor turizmi" olarak anılan turizm çeşidi son yıllarda sadece ülkemizde değil tüm dünyada ön plana çıkmakta ve modern toplumların yaşamının önemli bir parçası haline gelmektedir(http://www.gezikolik.com/tr/Macera_Spor/Genel_Bilgiler/Spor_turizmi/e_8864.aspx).

Son zamanlarda konaklama işletmelerinin odak noktası haline gelen müşteri ve müşteri memnuniyeti kavramlarının artık işletmeler tarafından kontrol altına alınarak bir takım faaliyetlerle desteklenmesi gerekmektedir. Aksi bir durum işletmelerin gelecekteki varlıklarını tehdit altında bırakacaktır. Tüm bu ihtiyaçlar sonucunda yeni bir kan olarak işletme bünyesinde yerini alan müşteri memnuniyeti kavramı bu konularla ilgili gereken stratejilerin belirlenmesinde ve uygulanmasında önemli bir rol oynamaktadır.

Bu doğrultuda düşünen bazı konaklama işletmeleri (otel, butik otel, apart, pansiyon vb.), isteyen müşterilerine sadece konaklama ve yeme-içme hizmeti değil, çeşitli spor branşlarına yönelik eğitim hizmeti de sunmaya çalışmaktadırlar. İnsanların genellikle, tatil dönemlerini sıcak yaz aylarından yana kullanmayı tercih ettiklerini düşünecek olursak, buna bağlı olarak işletmelerde müşterilerine alternatif olarak su sporları eğitimi ve hizmeti sunmaktadırlar. Bunun sonucunda, geçmişe nazaran ülkemizde ve dünyada su sporlarına olan ilgi giderek artmaktadır.

Spor ve fiziksel etkinlik hizmetleri geçmişten günümüze sürekli gelişim göstermiştir. İlerleyen teknolojinin etkisiyle, özellikle 20. yüzyılın ortalarından itibaren hızlı bir endüstrileşme sürecine giren spor ve fiziksel etkinlik sektörü, günümüzde genişleyen ekonominin önemli sektörlerinden biri hali ne gelmiştir(Yıldız 2008).

Özellikle böyle bir eğitim ve hizmet sonucunda memnun kalan müşterinin, aynı işletmeye tekrar gelme olasılığı, yine aynı işletmede sadece konaklama hizmetinden faydalanan ve memnun kalan müşteriye göre çok daha fazla olduğu düşünülebilir. Çünkü sporun insanlar üzerinde alışkanlık yaptığı ve hobi olarak su sporlarının her yerde rahatlıkla yapılamayacağı unutulmamalıdır.

Bu çalışma ile asıl konaklama amacı su sporları faaliyetlerinden yararlanmak olan spor turistlerinin, alternatif olarak su sporları hizmeti de sunan işletmelerden aldıkları hizmet kalitesinin ölçülmesi ve müşterilerin bu spor eğitiminden memnuniyet algısının durumu hakkında bilgi sahibi olmak amaçlanmış olup, gelecekte bu konuyla ilgili yapılacak çalışmalara az da olsa ışık tutması hedeflenmiştir.

Araştırma Muğla iline bağlı turistik ilçe ve beldelerde (Bodrum, Marmaris, Fethiye, Akyaka) yapılan bir anket çalışmasıyla desteklenmiş ve bu anket çalışmasıyla Muğla il sınırlarındaki su sporları hizmeti sunan işletmelerden faydalanan müşterilerin memnuniyetleri sorgulanarak, işletmelerin bu konudaki başarılarının değerlendirilmesi amaçlanmıştır.

Diğer sektörlere nazaran müşteri odaklılığın ağır bastığı turizm sektöründe, su sporları hizmeti veren işletmelerdeki müşteri memnuniyetinin önemini vurgulamak isteyen bu çalışmada sırasıyla şu kavramlar incelenmektedir; çalışmada turizm ve çeşitleri, spor turizmi, spor turistleri ve su sporları kavramlarına anlam, önem ve amaç çerçevesinde değinilmektedir. Ayrıca müşteri ve müşteri memnuniyeti kavramları ile spor ve konaklama işletmelerinde müşteri memnuniyeti kavramları incelenmiştir.

Çalışmanın son bölümünde Muğla il sınırları içerisinde faaliyet gösteren ve su sporları hizmeti sunan işletmelerde uygulanan müşteri memnuniyetini ölçmeye yönelik anket araştırmasına yer verilmiş ve elde edilen bulgular istatistiki tekniklerle yorumlanmıştır.

2.GENEL BİLGİLER

Bu bölümde yer alan literatür taraması çalışmayla ilgili temel kavramları ve kuramları açıklama üzerine kurulmuştur. Bu kavramlar, turizm, spor turizmi, spor turistleri, su sporları, müşteri ve müşteri memnuniyeti, spor işletmeleri ve konaklama işletmeleri, olarak sıralanabilir.

2.1. Turizm Kavramı

19. yüzyılda ve özellikle de 19. yüzyılın ikinci yarısında insanların yaşam şekilleri değişmeye başlamış, maddi ve manevi alanlarda uygun koşullar oluşmaya başlamıştır. Örneğin; dünya yuvarlağında yeni kara parçalarının keşfi, buharın makinelerde kullanılması, lokomotifin ve demiryolunun bulunması, endüstrinin gelişmesi, teknoloji ve sosyal haklarda büyük ilerlemeler bugün çok önemli bir bilim dalı olan turizmin meydana gelmesinde baş etken olduğu düşünülmektedir(Evliyaoğlu 1989).

Turizm kavramının kökeninde geçici yer değiştirme olayı vardır. Gezi, seyahat gibi kelimelerle ifade edilen yer değiştirme olayı sürekli ikamet etme şekline dönüşmemektedir. Mesafenin uzunluğuna ve isteğe bağlı olarak gidilecek yerde uzun bir süre kalınabileceği gibi gidilen yerde kısa bir süre kalınıp tekrar ikamet edilen yere dönülmektedir.

Turizm kelimesinin kökü Latincedeki “Tornus” kelimesinden gelmektedir. Tornus: Dönme, hareket etme, dönüp dolaşma anlamındadır. Tornus kelimesi zamanla hareket edilen yere dönmek anlamında Tour şeklini almıştır(Türk Dil Kurumu Sözlüğü).

Turizm için Will Bencscheidt “herhangi bir yerde geçici olarak bulunan ve oraya yerleşmemiş insanlarla oranın yerlileri arasındaki ilişkilerin bütünü” ifadesini

kullanırken, Glücksmann ise, “bir yerde geçici konaklaması sebebiyle bulunan kişilerle orada yaşayan insanlar arasındaki ilişkilerin toplamı” olarak ifade etmiştir(Toskay 1989).

2.2. Turizmin Tarihsel Gelişimi

2.2.1. Dünyada Turizmin Tarihsel Gelişimi

Turizmin tarihsel başlangıcı ve gelişimini incelemek için ilk çağlara kadar inmemiz gerekmektedir. Turizm olayının başlangıcı; yazıyı, parayı ve tekerleği ilk bulan, ticareti başlatan ve ticari ilişkilerde parayı ilk kullanan Sümerlere, M.Ö. 4000 yıllarına kadar geriye götürebilir. Ticaret amacıyla yola çıkan denizciler ile M.Ö. 3000 yıllarında Mısır’ın, ünlü piramitleri ve tapınakları ziyaret eden gezginler ilk turistler olarak kabul edilirler(Emekli 1998).

Ortaçağda hâkim olan dini inançların etkisiyle insanlar, günahlarından arınmak ve dini eserlerin bulunduğu yerleri ziyaret etmek amacıyla dinlerin doğduğu veya etkilerini taşıdığı yerleri ziyaret etmişlerdir. Bu ziyaretler büyük hacı kabileleri şeklinde olabildiği gibi küçük gruplar halinde de olmuştur. Hristiyanlar Efes ve Kudüs’e, İslamiyet’e inananlar, Mekke, Medine, Kudüs ve Kerbela’ya, Brahman dinindekiler ise; Benaras şehirlerine seyahat etmiştir. Bu şehirlerin kutsal şehirler olması, büyük turizm potansiyelini ortaya çıkarmış ve bu şehirler büyük turizm merkezleri haline gelmiştir(Koç 2011).

Yeniçağda turizm faaliyeti zevk ve tatil yapma maksadıyla imtiyazlı kişilere ait olmaya başlamıştır. Diğer faaliyetler, sadece iş maksadıyla tacirler tarafından yapılmaktadır. Sanayi inkılâbının doğuşu sosyal bünyede birtakım değişikliklerin meydana gelmesine sebep olmuş ve turizm faaliyetinin gelişmesindeki canlılığı oluşturmuştur(Güngördü 2003).

Bilim ve sanatın gelişmesiyle, insan haklarının kazanılması sonucu elde edilen birtakım özgürlükler, lokomotifin ve demiryolunun bulunması, ulaştırma sisteminin toplu taşıma araçlarıyla birlikte artması, seyahatleri arttırmış ve turizmin gelişmesini sağlamıştır. Gelişen ulaşım sistemiyle insanlar gitmek istedikleri yerlere çok çabuk gidebilmeye başlamıştır. Böylece insanlar yoldan artan zamanlarını gittiği yerlerde kullanmaya başlamıştır. Bu artan zamanla birlikte kalınan yerlerde daha çok harcamanın olmasıyla yerel ekonomiler canlanmaya başlamıştır. Ekonomik getirinin farkına varan yöre insanları, turizmi ekonomik kaynak yaratan sektör haline getirmek için, konaklama tesislerini modern hale getirmeye başlamıştır(Koç 2011).

2.2.2. Türkiye’de Turizmin Tarihsel Gelişimi

Ülkemizin çok eski tarihlerden beri seyahatlere sahne olmasında coğrafi konumunun etkisi büyük olmuştur. İlk ve Orta çağlarda dinsel merkezleri ve termal kaynakları sayesinde çok sayıda insanın ilgisini çeken ülkemiz, Selçuklular döneminde de önemli ticari yollar üzerinde yer alan han ve kervansaraylar Anadolu’nun yolcu trafiğini canlı tutmuştur(Ertin 1997).

Osmanlı İmparatorluğu’nda, 1863’te “Sergi-i Umumi-i Osman” adlı serginin açılışıyla ilk modern turizm hareketi başlamıştır. Bu hareket örgütlü ve planlı olmuştur. Dolayısıyla, başta Avusturya olmak üzere, çeşitli ülkelerden turizm grupları İstanbul’a gelmiştir(Özgüç 2003).

1900’lü yılların başlarında yaşanan duraklama döneminin ardından Cumhuriyetin ilanı ile birlikte, turizmi geliştirmeye yönelik çabalara kalındığı yerden devam edilmiştir. Konuya ilişkin literatüre bakıldığında, Cumhuriyet dönemi turizmin 1923-1962 arasındaki planlı dönem ve 1962’den günümüze kadarki dönem olarak iki grupta incelendiği görülmektedir(Olalı 1986).

2.3. Turizm Çeşitleri

Günümüzde turizm bütün dünyada hızla gelişen, başlı başına önemli bir endüstri haline gelmiştir. Hükümetler tarafından turizmin ekonomik önemi, her geçen gün artarak kabul görmektedir(Gençer 2008). Bu nedenle gelişmekte olan ülkelerin turizm pazarından aldıkları payı arttırmaları ancak sundukları turizm hizmetlerini ve ürünlerini çeşitlendirmeleri ile mümkün olmaktadır. Turizm hizmet ve ürünlerinin çeşitlendirilmesinden kasıt alternatif turizm faaliyetlerinin geliştirilmesinin sağlanmasıdır. Alternatif turizm faaliyetlerini geliştiren ülkeler rakipleri karşısında güçlü olabilmektedir. Alternatif turizm faaliyetleri şunlardır(Öztürk 2002);

- Kongre Turizmi
- Spor Turizmi
- Macera Turizmi
- Kültür Turizmi
- Termal (Sağlık) Turizmi
- Gençlik Turizmi
- İnanç Turizmi

2.3.1. Kongre Turizmi

Literatür incelendiğinde kongre turizmi sektörünün birçok yönü ile ayrıntılı olarak incelendiği görülmektedir. Bailey, toplantı ve konferansların genellikle yeni bir şeyi ilan etmek, var olan bilgilerin ilgili çevreler arasında alışverişini sağlamak, eğitim ve deneyim kazanmak ve son teknolojik yenilikleri ve gelişmeleri ortaya koymak amacıyla yapıldığını ifade etmektedir(Bailey 1991, Öztürk 2002).

Uluslararası nitelikteki büyük toplantıların yapılması toplantının yapılacağı ülkeler açısından büyük önem arz etmektedir. Zira gelen delegelerin yerel ekonomiye olan katkıları azımsanmayacak niteliktedir. Örnek vermek gerekirse; 1995 yılında

New York, bu sektörden doğrudan ve dolaylı olarak yaklaşık 1.48 milyar dolar elde etmiştir(Fainstein 1998).

2.3.2. Spor Turizmi

Son yıllarda spor turizmine olan ilgi giderek artmaktadır. Bu alanda yapılan akademik çalışmalar 1998 yılından sonra önemli bir boyut kazanmıştır. Spor turizmi kişilerin eğlenmek amacıyla sürekli yaşadıkları yerden ayrılarak spor aktivitelerini seyretmek veya bunlara katılmak için seyahat etmeleridir(Gibson1998). Bu tanımdan da anlaşılacağı üzere spor turizminde üç faktör ön plana çıkmaktadır. Bunlar; oyunlara aktif olarak katılmak, faaliyetlere katılanları desteklemek ve bu aktivitelerin gerçekleştirildiği mekanları ziyaret etmektir. Buna göre; spor turizmine yönelik faaliyetler de üç şekilde gerçekleşmektedir. Birincisi, aktif olarak faaliyetlere katılacak olanlara yönelik turizm faaliyetleri, ikincisi, doğrudan faaliyetlere katılmayıp seyirci olarak katılacak olanlara yönelik turizm faaliyetleri, üçüncüsü ise aktif sporcu olmayıp, sportif faaliyetlerde bulunmak isteyenlere yönelik turizm faaliyetleridir(Öztürk 2002).

Spor turizmi konusuna çalışmamızın ilerleyen bölümlerinde daha geniş şekilde değinilecektir.

2.3.3. Macera Turizmi

Macera turizmi, değişiklik arayan tehlikeden ve yüksek riskten hoşlananların katıldıkları bir turizm türüdür. Bu turizm faaliyetleri insanları içinde buldukları stresli ortamdan uzaklaştırdıkları ve onlara yeni şeyler öğrenme ve görme olanağı sağladıklarından giderek yaygınlaşmaktadırlar(Ewert 2001).

Bu tür turizm faaliyetlerine örnek olarak dağcılık, rafting, vahşi doğa gezileri, mağaracılık ve yamaç paraşütçülüğü örnek verilebilir. Dünyanın bazı bölgelerindeki coğrafi yapılar bu tür turizm faaliyetlerinin gerçekleştirilmesine olanak

sağlamaktadır. Örnek vermek gerekirse; Nepal'deki Himalaya Dağları, Türkiye'de Ağrı Dağı ve Çoruh Nehri gibi(Öztürk 2002).

Bu konuda bazı araştırmacılar yaptıkları çalışmalarda bu tür turizm faaliyetlerinin gerçekleştirildikleri ülkelerde çiftçilerin daha fazla ürün üretmeye başladıklarını ve inşaat sektörünün giderek hızlandığını ortaya koymuşlardır. Bu durum macera turizmi faaliyetlerinin ülke ekonomilerine doğrudan veya dolaylı olarak büyük katkılar sağladığını göstermektedir. Fakat macera turizminin bu olumlu etkilerinin yanısıra, orman alanlarının tahrip edilmesi nedeni ile ekolojik dengenin bozulması ve çöp atıkları gibi bir takım olumsuzlukları da beraberinde getirmektedir(Byers 1987, Garratt 1981 Karan 1985, Mishra 1973, Öztürk 2002).

2.3.4. Kültür Turizmi

Kültür turizmi, dünyanın her bölgesinde bilinen en eski turizm hareketidir. Tarihten bildiğimiz kadarı ile Mekke'deki Kâbe ve Hac turizmi Hz. İbrahim'den bu yana yüz yıllardır devam etmektedir(Durgun 2006).

Kültür turizmini Richards'a göre; bireylerin kültürel ihtiyaçlarını gidermek amacı ile sürekli oturdukları yerlerden, yeni bilgiler ve deneyimler kazanarak kültürel ihtiyaçlarını gidermek amacı ile diğer yerlere seyahat etmeleri olarak tanımlamaktadır(Richards 1996).

Toplumlar için yeni bir imkan olarak karşımıza çıkan kültür turizmi, gelir sağlayıcı etkisinin yanında kültürel değerlerin korunması açısından da üzerinde durulan bir turizm şeklidir(Doggett 1993). Kültür turizmi bölgesel açıdan, turistik konaklama işletmelerinin doluluk oranını arttırdığı gibi yeni istihdam alanlarının oluşmasına sebep olmaktadır(Lindberg 1997).

Öte yandan da, kültürel değerlerin aşırı bir şekilde ticari hayatın bir parçası haline getirilmesi de kültür turizminin uzun dönemde karşılaşılabileceği tehlike olarak karşımıza çıkmaktadır. Çoğu kez turizm planlamaları tarihi ve kültürel değerler

dikkate alınmadan yapılmakta ve bunun sonucunda tarihi ve doğal değerlerin korunmasında problemlerle karşı karşıya gelinmektedir. Bu konuda en güzel örneği, Malta'da bulunan küçük bir balıkçı kasabası olan Marsaxlokk'ta görmemiz mümkündür. Kültür turizminin burada gelişmesi ile beraber çevre kirliliği ile trafik artmış ve uygun olmayan alışveriş merkezlerinin açılması nedeni ile gürültü kirliliği meydana gelmiştir(Markwick 1999). Ayrıca turizm hareketlerinin kültürler arası kaynaşmaya ve dünya barışına katkılar getirdiği ifade edilmesine rağmen, bazı durumlarda turistik hareketlerin kültürler arasında bir anlaşmazlık oluşturduğu da ortaya konmuştur(Robinson 1999).

2.3.5. Termal (Sağlık) Turizmi

Sağlık amaçlı turizm kapsamında değerlendirilen termal turizm; doğal şekilde belirli sıcaklığa sahip olarak yer üstüne çıkan ve faydalı mineralleri içeren şifalı suların ve şifalı çamur ve buharların bulunduğu yörelerde, yöreye özgü iklim şartları içerisinde gerçekleşen turizm türüdür. Günümüzde tıp bilimi çok gelişmiş teknik ve araçlara sahip olmasına rağmen, tıp otoriteleri genelde doğal yöntemleri ve şifalı suları hastalarına önerebilmektedirler(Tutar 1991).

Günümüzde, gerek gelişmiş ve gerekse de gelişme yolunda olan ülkelerde sanayileşme ve büyük kent yaşamının ortaya çıkardığı çevre sorunları, insanların büyük bir bölümünün sağlıksız konutlarda barınmak durumunda olmaları ve günlük yaşamın getirdiği problemler, onlarda günden güne tatillerini doğaya yakın, bol güneşli ve çeşitli eğlence, spor, kültür aktiviteleri içeren bir ortamda geçirme arzusu meydana getirmektedir. Bu durum önemli bir turizm talebi oluşmasına yol açmıştır, belli bir yaş ve gelir düzeyine eriştiklerinde ise sağlıklarının korunması ve rahatsızlıklarının giderilmesi amacıyla, termal turizm talebine önemli bir kaynak oluşturmaktadır(Aslan1993).

2.3.6. Gençlik Turizmi

Gençlik turizmi için yapılan tüm tanımlamalar genel olarak benzer kavramları kapsamaktadır. Toskay gençlik turizmini; “15-24 yaş arasında olan, anne, baba veya kendilerinin meydana getirdiği aile fertleri olmaksızın seyahat edenlerin yarattığı turizm” olarak tanımlamaktadır(Toskay 1989). Oral ise; "15-25 yaş arasında bulunan gençlerin kamu ve özel organizasyonların sağladığı destek ve teşviklerden yararlanarak bireysel veya grup halinde ülke içinde ya da dışında kültür ve dinleme motifleriyle yaptıkları seyahat ve konaklamalardan oluşan ekonomi, sosyal ve kültürel motifli bir olay” olarak tanımlamaktadır(Oral 1992). Buna göre; gençlik turizminde belirleyici unsur yaş olmaktadır.

2.3.7. İnanç Turizmi

Dinlerce kutsal sayılan beldeleri ziyaret etmek, dinsel toplantı ve törenlere katılmak veya bunları izlemek, hac gibi dinsel görevleri yerine getirmek veya ünlü mabetleri görmek amacıyla yapılan ve bazı zamanlarda çok önemli boyutlara ulaşan seyahatlerin ve konaklamaların oluşturduğu turizm türüdür(Karaküçük 1999).

İnsanların devamlı ikamet ettikleri, çalıştıkları ve her zamanki olağan ihtiyaçlarını karşıladıkları yerlerin dışında, dini inançlarını gerçekleştirmek için çekim merkezlerini görmek amacıyla yaptıkları turistik amaçlı gezilerin turizm olgusu içerisinde değerlendirilmesi İnanç turizmi olarak tanımlanabilmektedir(Şebin 2009). İnanç turizmi, kutsal yerlere yönelik turizm etkinlikleri olarak da tanımlanmaktadır. Değişen turist isteklerine bağlı olarak tüm dünyada gelişme gösteren inanç turizmi kapsamında mevcut kültür değerlerinin korunması, turizme kazandırılması ve tanıtılması hedeflenmektedir(Kozak 2001).

2.4. Spor Turizmi Kavramı

Spor, teknolojik kolaylıklar nedeniyle ortaya çıkan monotonluğa bir alternatif, insan bedeninin sınırlarını zorlayan bir faaliyet ve kişinin toplumsal kültürle bütünleşmesini ve içinde yaşadığı toplumla uyum sağlamasını mümkün kılan bir mekanizmadır(Biçer 1987). Sporun evrensel değerlerinde, toplumlarda insanları gruplara ayıran ırk, milliyet, din, mezhep, sosyal konum, eğitim, kültür ve ekonomik farklılıklar, vb. özellikleri göz ardı eden bir yaklaşımla herkese eşit bir tutum ortaya konulmaktadır.

Spor turizmi kavramı için, genel turizm tariflerinden hareketle, “spora ilgi duyan kişilerle, aktif olarak spor yapan kişi, grup ya da takımlar ile bunların idarecileri ve seyircilerinin turizme katılmalarından ortaya çıkan ilişkiler bütünü” şeklinde bir yaklaşımda bulunmak mümkündür(Demirkol 2004). Dünya üzerinde kabul görmüş otoritelerce, çeşitli sporları yapan, spora ilgi duyan ve sporla ilişkisi bulunan kişilerin; sportif karşılaşmalara olimpiyatlara ve benzeri olaylara bizzat katılmak veya bunları izlemek amacıyla oluşturdukları turizm hareketi “spor turizmi” olarak adlandırılmaktadır.

Başka bir tanımda ise sportif aktivitelerle sporcu, yönetici, taraftar ve buna benzer aktivitelerle meşgul olmak veya katılımcı olmak amacıyla yapılan seyahat deneyimlerinin tümü olarak tanımlanmıştır(Stephen 2001).

İnsanların spor yapmak ve/veya sportif etkinlikleri izlemek amacıyla turizm olayına katılmalarından doğan olaylar ve ilişkiler bütününe spor turizmi denir. Bir seyahatin spor turizmi kapsamına girmesi için; seyahatin turizm tanımına ve kapsamına uygun olması, öncelikli olarak sportif amaçlarla yapılması gerekmektedir. Örnek olarak sadece belirli bir daldaki sporları (tırmanma, dağ yürüyüşü, kış sporları gibi etkinliklerden oluşan dağ sporları gibi) yapmak amacıyla, bireysel veya kolektif şekilde seyahat etmeleri veya söz konusu spor etkinliği konusunda düzenlenen paket turlara katılımda bulunmaları verilebilir(Hazar 2007).

Günümüzde turizm ürünleri artık güneş, deniz, kum paketlerinin ötesine gitmiş, farklı bir boyut kazanmış olup geleceğin başarılı turizm ürünlerini yaratmak için iyi bir pazar araştırması yapılması ve pazarın bileşenlerinin iyi bir şekilde etüt edilerek müşterilerin isteklerine göre düzenlenebilen modüler ürünlere geçilmesi zorunlu hale gelmiştir. Bu boyutta gelişen ve değişen turizm eğilimleri arasında "spor turizmi" olarak anılan turizm çeşidi son yıllarda sadece ülkemizde değil, tüm dünyada ön plana çıkmakta ve modern toplumların yaşamının önemli bir parçası haline gelmektedir.

Spor endüstrisi ve turizmi, satılan araç gereçleri, yapılan tesisler ve bunların işletim maliyetleri, organize edilen etkinlikler ve bu etkinliklerin ekonomik girdileri (gişe-büfe gelirleri, katılım-hakem ücretleri, vb.) açısından incelendiğinde, özellikle gelişmiş ülkelerin ekonomisinde önemli bir yer tutmaktadır. Örneğin; spor endüstrisinin ABD'de savunma sanayinden sonra ülke ekonomisinin ikinci büyük gücü olduğu farklı ekonomik otoriteler tarafından ifade edilmektedir.

Dünyanın önde gelen turizm ve spor örgütleri dünya turizm gelirinin yüzde 32'sinin spor turizminden kaynaklandığı görüşünde uzlaşmaktadırlar(Kuntay 2004). Bu rakam ise; spor turizminin dünya turizm endüstrisindeki payının ne kadar büyük olduğunu göstermektedir. Bu bağlamda spor etkinlikleri ekonomik ve kentsel rejenerasyonda oldukça önemli bir görev üstlenmektedir.

Turizm - Spor ilişkisinin ekonomik etkilerinin dışında birçok pozitif yararı vardır. Örneğin, ülkedeki sportif aktivitelerin sayısının her geçen gün artması, ulusal basının bu konuya ilgi göstermesi ve bu ilginin artması sayesinde kendi kültürünü tüm dünya toplumları ile paylaşma şansı, spordaki profesyonellik olgusunun gelişmesi, artması kitle sporunun gelişmesi, mastır oyunları ve ülkenin belli bölgelerindeki sportif üretkenlik ve gelişim sağlanmaktadır(Miçooğulları 2004).

Dünyada spor endüstrisini oluşturan önemli kalemlerden biri olan spor turizmi, ülkemizde maalesef yeteri kadar yatırım yapılmamış atıl duran alanlardan

biri konumundadır. Spor turizmi, dünyada toplam turizm aktivitesinin %32'sini oluştururken, ülkemizde ise bu oran, Devlet İstatistik Enstitüsünün 2001 yılında yaptığı yabancı ziyaretçiler anketine göre; sportif aktiviteler /ilişkiler çerçevesinde ülkemize gelen yabancı turistlerin toplam turistler içindeki oranı yüzde 1.28 olarak görülürken, 2008 yılındaki verilere baktığımızda ise bu oran yüzde 1,5 olarak görülmektedir. Bu durum spor turizmi bakımından yeterli potansiyelimizin olmasına rağmen gerek pazarlamada, gerekse yetişmiş eleman temininde ve spor amaçlı gelen turistlere alt yapıda verilmesi gereken lojistik destek anlamındaki eksikliklerimizi ortaya koymaktadır(Mengütay 2009). Bu durumda dünya geneline göre çok büyük bir tezat oluşturmaktadır. 2008 ve 2009 verilerine göre; Türkiye'ye gelen turistlerin geliş nedenlerinin gezi-eğlence(deniz- kum turisti), kültür-din, alışveriş ve yakınlarını ziyaret amaçlı olduğu görülmektedir.

Uluslararası alanda düzenlenen spor organizasyonlarının sayısı ve bu organizasyonlara iştirak eden sporcu sayısı ve profesyonel sporcuların antrenman ve eğitim faaliyetleri için yaptıkları seyahatler her geçen gün büyük bir hızla artmakta ve globalleşmektedir; bu da olağanüstü fırsatlarla dolu bir pazarı turizm ve seyahat ürünü olarak sektörün önüne getirmektedir.

2.5. Spor Turistleri

Spor olayına aktif veya pasif olarak katılmak amacıyla yer değiştirenler, spor turistlerini oluşturmaktadırlar. Spor turistleri, sporcular (lisanslı, lisanssız), spor kabileleri (takımlar, yöneticiler, görevliler, sağlık mensupları vb.), kamu görevlileri, teknik komiteler, basın mensupları, sponsor marka temsilcileri, gönüllüler ve seyircilerden oluşmaktadır (<http://www.pazarlamadunyasi.com/Desktopdefault.aspx?tabid=205&ItemId=310&Rtabid=168>).

2.5.1. Spor Turistleri Profili

Groningen'deki Hazne Üniversitesi'nden Tom Trobinson'un "Spor Turizminin Geleceği" konulu çalışmasında spor turistini üç şekilde açıklamıştır(Yardımcı 2009);

- Spor yapmak için seyahat edenler,
- Sportif etkinliği izlemek için seyahat edenler,
- Sportif bir programa katılmak için seyahat edenlerdir.

Robinson ve Gammon'a göre spor ve turizm faaliyetlerinin birbirleriyle ilişkisi temelde iki şekilde gerçekleşmektedir. Bunlar spor turizmi ve turizmde spor olarak adlandırılmıştır. Spor turizmi, bireylerin her zamanki çevrelerinin dışında belirli bir yere yolculuk ederek, yarışma veya rekreasyonel amaçlı spora aktif veya pasif katılımı içermektedir. Turizmde spor ise bireylerin her zamanki çevrelerinin dışında bir yere yolculuk ederek, aktif veya pasif bir şekilde, spora ikincil aktivite olarak katılımını içermektedir(Robinson 2004). Dolayısıyla spor turizmi ve turizmde spor kavramları arasında sporun, birincil amaç olması veya olmaması temel farklılığı yaratmaktadır. Spor turizminden bahsedilebilmesi için spora aktif veya pasif katılımın birey için birincil amaç olması gerekmektedir(Gençer 2008).

2.5.1.1. Aktif Katılım

İster amatör ister profesyonel olarak bir spor olayını icra edene aktif katılımcı denilmektedir. Örneğin; ülkemizde müsabaka veya kamp yapan profesyonel futbol kulüpleri, kayak, rafting, rüzgar sörfü, uçurtma sörfü, kano, su kayağı, yelken gibi amatör sporları yapanlar aktif katılım yapan spor turistlerini oluşturmaktadır.

2.5.1.2. Pasif Katılım

Pasif katılımcılar dediğimiz spor turistleri ise genelde, olimpiyatlar, futbol şampiyonları, Formula 1 gibi biletli spor etkinliklerini izlemek için, yaşadıkları yerden ayrılarak uzun veya kısa bir yolculuk sonucunda, birincil amacı bu spor müsabakalarından herhangi birini izlemek olan sporsever spor turistleridir.

Olimpiyat oyunlarına katılma sportif amaçlı seyahatlerin bir başka türünü oluşturmaktadır. Delpy yaptığı çalışmada olimpiyat oyunlarına ilişkin turizm faaliyetlerine katılmada en önemli motivasyon aracının orada bulunma düşüncesi olduğunu ortaya koymuştur(Delpy 1997).

2.6. Su Sporları

2.6.1. Su Sporları Kavramı

Su sporlarını en kısa ve en anlaşılır şekilde; “su üzerinde yapılan bütün aktivitelerin genel adıdır” diyebiliriz ancak bunların hepsinin ayrı ayrı incelenmesi ve değerlendirilmesi gerekmektedir.

Su sporları, tüm kasların ahenkle hareket etmesini sağlarken kol ve göğüs kaslarını canlandırır, kan dolaşımını ve akciğer kapasitesini de artırmaktadır. Ayrıca denizde yürüme ve bacakları oynatma gibi suyun içinde yapılan hareketler, kaslara aerobik etki yapmaktadır. Yüzmenin ve su içi hareketlerin bir diğer artısı da suyun kaldırma gücünden kaynaklanmaktadır. Hareketler, aşırı zorlama olmadan kolayca uygulanabilmektedir. Bu alanda yapılan aktiviteler, kişilerin eğlenceli ve hoş vakit geçirmelerini sağlamaktadır(Milli Eğitim Bakanlığı 2007).

2.6.2. Su Sporları Çeşitleri

Su sporları denizde ve havuzda olmak üzere iki grupta incelenebilir. Havuzda yapılan su sporları;

- Su topu
- Su voleybolu
- Su basketbolu
- Kano

Denizde yapılan ve araştırmamıza konu olan işletmelerde, müşterilere sunulan su sporları ise şunlardır;

- Su kayağı
- Rüzgâr sörfü
- Uçurtma sörfü
- Yelken
- Kano

2.6.2.1. Su Kayağı

Ayağa takılı kayaklar yardımıyla, hızla giden bir teknenin arkasına bağlı olan halata tutunarak su üstünde kaymaya dayanan açık hava sporudur. Başlangıçta yalnız yaz mevsiminde yapılan bir spor dalı olan su kayağı, artık tüm dünyada modern koruyucu elbiselerin yaygınlaşmasıyla yıl boyunca yapılabilen bir spor dalı olmuştur. Hatta bazı ülkelerde özürülüler için kurulan özel merkezlerde de su kayağı gerçekleştirilmektedir.

Kullanılan Malzemeler

- Çekme halatları
- Hız motoru
- Koruyucu giysiler
- Kayaklar

2.6.2.2. Rüzgâr Sörfü

Rüzgâr sörfü bir yelken sınıfıdır, diğer yelken sınıflarından farklı olarak dümeni yoktur, bu yüzden dümen işlevi başka bir fonksiyonla yerine getirilmektedir. Aynı zamanda rüzgâr sörfü sürtünmesi çok az, yelken alanı çok geniş ve bundan dolayı diğer sınıflardan çok daha süratli seyir yapabilen ve seri olan bir tekne sınıfıdır.

Günümüze gelindikçe rüzgâr sörfü, artan popülaritesi ile birlikte, kullanılan malzemelerde deniz altı teknolojisinden uçak teknolojisine kadar birçok teknolojiden yararlanmaktadır. Her geçen gün değişen ve gelişen bir sektör haline gelmiştir. Hafifleyen ve hızlanan malzemeler sayesinde çok geniş bir kitle tarafından hem bir iş kolu, hem rekabetçi bir spor dalı, hem de bir serbest zaman faaliyeti olarak benimsenmiştir(Reichenfeld 1991).

Kullanılan Malzemeler

- Sörf tahtası
- Yelken
- Yelken direği ve tutma çatalı
- Yelken çekme ipi
- Kanca takımı
- Ayak kayışı
- Kıyafet
- Ayakkabı ve eldiven

2.6.2.3. Uçurtma Sörfü

Rüzgâr sörfünde olduğu gibi yine bir tahtanın üzerinde ama farklı olarak yelken yerine büyük uçurtmalar (paraşütler) kullanılmaktadır. Uçurtmalar üçgen ya da bir yamaç paraşütü görüntüsündedir. Sporcunun ellerinde uçurtmayı yönlendiren ipler bulunur ve uçurtmaya istediği komutu vererek dönebilmekte, havalanabilmekte ve inebilmektedir. Kullanılan sörf tahtası da daha küçük ve hafiftir. Bu sporu yapmak için de rüzgârlı kıyılar tercih edilmektedir.

Kullanılan Malzemeler

- Sörf tahtası
- Uçurtma (Paraşüt)
- Koruyucu kask
- Can yeleği
- Ayakkabı ve eldiven

2.6.2.4. Yelken

İnsanoğlunun suyun kaldırma kuvvetinden istifade ederek kullandığı teknelere rüzgârın enerjisini de eklemesiyle oluşan ve önceleri bir ulaşım biçimi iken; sonra doğayla mücadelenin ağır bastığı bir faaliyet haline gelen spor dalıdır.

Kullanılan Malzemeler

- Plastik tekne
- Can yeleği
- Rüzgâr göstergesi
- Halatlar

2.6.2.5. Kano

Akarsularda zamanla olduğu gibi güç doğa koşullarıyla da mücadele etmeye dayanan ve küçük bir tekneyi tek kürek yardımıyla hedefe ulaştırma prensibi üzerine kurulu spor dalıdır. Kano bir olimpiyat sporu olarak çok çeşitli teknelerle yapılmaktadır. Kano sporu, ülkemizde yeni gelişmekte olan spor dallarından birisidir. Bu spor 1980’li yılların sonunda ülkemizde bulunan yabancılar tarafından rafting ile birlikte yapılmaya başlanmıştır.

Kullanılan Malzemeler

- Kano tekneleri
- Kürekler
- Can yeleği
- Kask

2.7. Müşteri ve Müşteri Memnuniyeti

2.7.1. Müşteri Kavramı

Müşteri bir firmanın ürettiği mal ve hizmetleri satın alan insandır. Bu tanıma göre insanlar, ancak firmanın mal ve hizmetlerini satın aldıktan sonra müşteri konumuna gelmektedirler. Bu tanıma şöyle düzeltmemiz gerekmektedir: Müşteri, ürettiğimiz mal veya hizmeti satın alan veya satın alma olasılığı olan herkeştir(Erzen 1994).

Müşteri denildiğinde çoğunlukla “bir malı veya hizmeti satın alan kişi” aklı gelmektedir. Ancak özel olarak incelendiğinde müşteri; bir mal veya hizmetten ücret ödeyerek faydalanmanın yanında, ücret ödmeden de o mal veya hizmetten faydalanan kişi anlamına gelebilmektedir. Örneğin, kar amacı güden bir özel organizasyonda ücret karşılığında bir spor hizmetinden faydalanmanın yanında, kar

amacı gütmeyen bir kamu organizasyonundaki bir spor hizmetinden ücretsiz olarak faydalanılabilir(Yıldız2008). Bir başka araştırmacıya göre müşteri, tatmin edilecek ihtiyacı, harcayacak parası ve harcama isteği olan kişi, kurum ve kuruluşlardır(Taşkın2000).

Müşterilere etki eden değişkenler şu şekilde ifade edilebilir;

- **İç Değişkenler (Psikolojik etmenler):** Öğrenme, güdüleme (motivasyon), algılama, kişilik, tutum.
- **Sosyo – Kültürel Değişkenler:** Toplumsal gruplar, aile, sosyal sınıf, kültür, alt kültür, kişisel etkiler.
- **Demografik Değişkenler:** Yaş, gelir, eğitim, coğrafik yerleşim.
- **Pazarlama Çabalarının Etkileri Olarak Tanımlanan Etmenler:** Kendimizin ve rakiplerimizin uyguladıkları stratejilerin toplam etkisi olarak görülmekte ve incelenmektedir. Bu etkiler, pazarlama yöneticilerinin kontrolü altındadır.
- **Durumsal Etkiler:** Satın alma karar sürecinde olduğu ortamın değişikliğini açıklamaya çalışır(Odabaşı 1998).

2.7.2. Müşteri Memnuniyeti Kavramı

Müşteri memnuniyeti oluşturmada müşteri ihtiyaçlarına uygun müşteri değeri yaratmanın önemli rolü vardır. Müşteri değeri, alınan hizmetten elde edilen yararın, hizmetten beklenen zarara oranlanması sonucunda elde edilmektedir. Eğer fayda fazla ise müşteri değeri yüksek olacaktır. Aksi halde müşteriler ürünün değerinin düşük olduğunu düşüneceklerdir(Yılmaz 2007).

Müşteriye beklentilerine uygun özelliklerde bir ürünü çıkartıp vermek, savaşı kazanmak için yeterli değildir. Savaşı kazanmak için kullanılacak araç, “müşteri mutluluğudur”. Satın aldığı ürünün beklentilerine uygunluğu müşteriye mutlu etmek için yeterli değildir. Müşteri mutluluğunun üç kösesi vardır. Bunlar; kalite, fiyat ve süredir(Odabaşı 2005).

Müşteri hizmet beklentilerinin oluşumu üç aşamada gerçekleşmektedir. Bunlar; müşterilerin işletmeye varış öncesi beklentileri, müşterilerin konaklama işletmesine giriş ve konaklama sürecindeki beklentileri ve son olarak işletmeden ayrıldıktan sonraki müşteri beklentileridir(Martin 2003, Emir 2007).

Müşterilerin konaklama işletmesine varış öncesi beklentileri, memnuniyetlerinin temelini oluşturmaktadır. Müşteriler işletmeye varmadan önce sadece işletme ilgili beklentiler içinde değillerdir. Farklı deneyimler yaşamak, etrafı gezmek, alışveriş etmek, yemek yemek ya da planlı olarak geliyor ise işletmenin sunduğu spor hizmetlerinden ve eğitiminden faydalanmak gibi istekleri de vardır(Maviş 1992).

Müşterilerin işletmelerde konaklama nedenleri de beklentilerine şekil veren bir unsurdur. Müşteri eğer eğlenme ve dinlenme için geliyorsa fiyata karşı duyarlılığı az, konaklama süresi ise uzundur. Müşterilerin seyahat ile ilgili her adımları planlıdır. Müşteriyi transfer sırasında karşılayacak personel, müşteriye işletme hakkında düşündüklerini doğrular tarzda muamele etmelidir. Konaklama işletmesinin ismi, logosu veya tesisin tasarımı ilk etapta müşteriyi etkileyebilir(Süklüm 2006).

Ancak müşteri tatmini yaratmak, müşterinin mal ve hizmeti kullanmasıyla mümkündür. Mal ve hizmetin sunumu, müşteriye gösterilen özen, müşteri ilişkileri, müşterinin kendini rahat ve güvende hissetmesi tatmin duygusu oluşumunda belirleyici özelliklerdir. Müşteri check-in sırasında konaklama işletmesi personelinden dostluk, güven, kaliteli servis beklentisi içinde olacağından müşterinin işletmeye girişinden çıkışına kadar tüm işlemler nezaket çerçevesinde oluşmalıdır. Müşterinin işletmeye giriş işlemleri gerçekleştikten sonra işletmenin bölümleri ve aktiviteleri hakkında bilgilendirilmeleri müşterinin beklentilerini şekillendireceğinden önem arz etmektedir. Bunların dışında müşteri sadece konaklama amacıyla gelmediği işletmede güvenlik ve beslenme ihtiyaçlarının da karşılanmasını beklemektedir. Bu nedenle bir turizm işletmesinin müşterinin

dikkatini çekmek için isim, logo vd. araçları, müşteri tatmininin sağlanmasında ise hizmet kültürünü kullanması gerekir(Gökdeniz 2008).

2.7.3. İşletmeler ve Müşteri Memnuniyeti

2.7.3.1. İşletme Kavramı

İşletme, insanların istek ve ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla mal ve/veya hizmet üretiminde bulunan ekonomik ve teknik birimlerdir(Mucuk 1993).

Diğer bir tanıma göre işletme, mal ve hizmet üretmek amacıyla insan gücü, mali ve teknik faktörleri bir araya getirerek fayda oluşturan ünitelerdir(Can 1986).

Belirlenen amaçlara ulaşmak için ekonomik ve verimli üretimde bulunmak üzere üretim faktörlerini belli bir düzen içinde, uyumlu şekilde planlama, teşkilatlandırma, yönetme, kadrolaşma ve kontrol etme fonksiyonlarını yerine getirme faaliyetlerine işletmecilik denir(Ekenci 1990).

İşletmelerin başlıca genel amaçları; kar toplama, hizmet ve işletmenin yaşamını sürekli kılmadır. İşletmeler mal veya hizmet veya her ikisinden oluşan ihtiyaçları karşılayacak değerleri üretirler. Hizmet üreten işletmelerin üretim anında tüketilmesi gerekmektedir ve bu mal veya hizmetler depolanamamakta ve stoklanamamaktadır. İşletmeler sosyal fayda oluşturacak bir şekilde mal ve hizmet üreterek, insan ihtiyaçlarını karşılamak niteliğine sahiptirler(Ekenci 2002).

2.7.3.2. Spor İşletmeleri Kavramı

İnsanları spora alıştırmak, yeteneklerinin geliştirilmesine yardımcı olmak ve sağlıklı kalabilmesi için spor yapmasının gerekli olduğu artık tüm toplum kesimlerince bilinmektedir. Spor tesisleri de, spor ortamının bir ögesi durumundadır.

Sporun gelişmesi ve toplumda yaygınlaşması, tesislerin varlığıyla mümkündür. Spor aracılığıyla insanın yaptığı işten en yüksek seviyede verim alması kolaylaşacaktır. (Ramazanoğlu 2000).

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 ayırmalıdır(Yıldız 2008). 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(Yıldız 2010).

Spor işletmesi, kişi veya kurumların sportif ihtiyaçlarını karşılamak üzere üretim faktörlerini bir araya getirerek hizmet veya mamul üreten, bunları pazarlayan, sonunda maddi veya manevi bir kar elde etmeyi amaçlayan iktisadi, teknik, sosyal ve hukuki birimdir(<http://www.sporyoneticiligi.com/spor-isletmesi-nedir.html?wscr=1280x800>). Dolayısı ile spor işletmesi spor hizmeti vermek veya mamul satmak amacı ile spor malzemeleri veya ihtiyaca yönelik malzemelerle donatılmış yerdir(Devecioğlu 2009).

Her ne kadar spor işletmesi denildiğinde, spora yönelik mamul ve hizmetler akla gelse de, araştırmanın konusu itibarı ile temel olarak spor hizmet işletmeleri ele alınacaktır. Bu işletmelerin önemli hedeflerinden biri; boş zaman uğraşısı olarak kitlelere sağlıklı spor yapma imkânı vermek olduğu söylenebilir. Dolayısı ile spor hizmet işletmesi denildiğinde, her yaşta insanın sağlıklı yaşayabilmesi için kamu ve özel kuruluşlar tarafından her türlü branşa hizmet veren aktivite yerleri akla gelmektedir(Devecioğlu 2009).

Spor İşletmelerinin başlıca amaçları kar elde etme, hizmet ve işletmenin yaşamını sürekli kılmaktır. Spor işletmeleri hizmet ihtiyaçları karşılayacak ürünleri

ortaya çıkarır. Spor üreten işletmelerin bu hizmetlerinin üretim anında tüketilmesi gerekmektedir. Spor hizmetleri depolanamaz. İşletmeler sosyal fayda oluşturacak bir şekilde hizmet üreterek, insan ihtiyaçlarını karşılamak niteliğine sahiptirler(Ramazanoğlu 2004).

Spor tesisleri, müşteri merkezli ve hizmet sunan kurumlar olarak müşteri memnuniyetini sağlamak durumundadırlar. Müşteriler katıldıkları merkezden memnun oldukları takdirde tekrar geleceklerinden; hizmetin, ürünlerin ve faaliyetlerin sunulduğu diğer hizmet işletmelerinde olduğu gibi spor tesisleri için de önemlidir. Müşteri beklentilerini karşılamak için kaliteli hizmet sunma şartı, spor tesisi yöneticilerini devamlı bir iyileşme çabasına itmektir. Müşteriler artan kalite beklentisinde olduklarından kaliteli hizmetin sunulmaması müşteri kaybıyla sonuçlanacaktır. Spor işletmelerine devam eden her müşterinin beklentileri ve katılım sebepleri farklıdır. Kimi müşteri sağlıklı yaşam, kimi müşteri stres atmak, kimileri ise tamamen zayıflamak için programlara katılmaktadır. Hizmetin sınırsızlığının önemli olduğu günümüz toplumunda beklentilerin hiç bitmeyecek olmasına rağmen, bunların en kısa zamanda çözüme kavuşturulması da müşterinin o işletmeyi seçmesinde önemli bir etken olacaktır(Devecioğlu 2009).

2.7.3.2.1. Spor İşletmelerinde Müşteri Memnuniyeti

Spor işletmelerinde kalitenin anlaşılabilmesi için spor hizmetlerinin iyi bilinmesi gereklidir. Bir spor işletmesini diğer bir spor işletmesinden farklı kılan en önemli faktörlerden birisi, rakiplerden daha yüksek kalitede hizmet üretmesi ve sunmasıdır. Pek çok spor işletmesi, farklı ve istenen kalitede hizmet üretme ve sunma stratejisiyle rakiplerinden üstün duruma geçip, karlılıklarını sürekli kılarak, rekabette üstünlük yakalamaktadır. Oysa asıl önemli olan şey, müşterilerin bekledikleri kalitedeki hizmeti onlara sunmaktır. Müşteriler kendilerine sunulan hizmetle bekledikleri hizmeti her zaman karşılaştırmaktadır. Eğer müşteriye verilen hizmet beklentilerin üzerinde gerçekleştirilmişse daha fazla tatmin olurlar ve o hizmeti tekrar almak isterler(Rona 1996).

Hizmet kalitesi ile ilgili olarak belli bir tanımın ve ölçümün yapılması oldukça güç bir iştir. Ürünler için yapılan bir kalite tanımı, hizmetler için düşünmenin doğru bir yaklaşım olmayacağı da bir gerçektir.(Müşteri Memnuniyeti Uzmanlık Grubu 2000). Spor işletmelerinde üretilen hizmetlerin kalitesinin nasıl olduğu, üreticilerden çok o hizmeti alan tüketiciler tarafından belirlenir ve üretilen hizmet, tüketicilerin beklentilerine cevap verdiği ölçüde beğeni kazanmaktadır.

Spor işletmelerinde kalite, müşterilerinin ihtiyaçlarını karşılayacak ürün ve hizmetlerin üretilmesine yönelik bir araçtır. Hizmet kalitesi; müşterinin algıladıkları hizmet kalitesi, beklentilerinde oluşan hizmet ile aldıkları hizmetin uygulamasıyla ortaya çıkmaktadır. Dolayısıyla müşteri kullanım öncesinde hizmetle ilgili işletmenin ne sunması gerektiğine ilişkin beklentiler oluşturmaktadır(Serarslan 2005).

Hizmet kalitesindeki gelişmelerin bir spor işletmesine daha fazla yeni müşteri kazandıracağı, mevcut müşteriyle iş hacmini artıracacağı, işletmeyi fiyat yönlü rekabetlerden sıyrabileceği ve hataların telafi etmek için harcanan emek ve masrafı azaltabileceği kanıtlanmıştır. Dolayısıyla spor işletmelerinin temel amaçlarından biri hizmet kalitesini geliştirmek olmalıdır. Bunu geliştirebilmek içinde müşterinin ihtiyaç ve beklentileri iyi tespit edilmelidir(Ekenci 2002). Müşterinin beklentileri ve ihtiyaçları ne kadar doğru belirlenebilirse hizmet kalitesi de o kadar iyi olacaktır(Aymankuy 2005). Dolayısıyla işletmeden faydalanan müşterilerin memnuniyet düzeyi yüksek olacak ve tekrar aynı işletmeden hizmet alma şansıda artacaktır.

2.7.3.3. Konaklama İşletmeleri Kavramı

Uluslararası Turizm Akademisi tarafından yapılan tanıma göre; “konaklama işletmesi, yolcuların seyahatleri boyunca ücret karşılığında konaklayabildikleri ve beslenme ihtiyaçlarını devamlı olarak karşılayabildikleri işletmelerdir”.

2634 Sayılı Turizm Teşvik Kanunu'nun 37. Maddesine göre; “oteller, asıl fonksiyonları müşterinin geceleme ihtiyaçlarını sağlamak olan, bu hizmetin yanında yeme-içme, eğlenme ihtiyaçları için yardımcı ve tamamlayıcı birimleri bünyesinde bulunduran en az 10 odalı tesislerdir”.

Konaklama işletmeleri direkt olarak turizm aktivitesi için gelen müşteriye yönelik, konaklama, yeme-içme, kiralık kasa, döviz bozma ve yüzme havuzu gibi hizmetler sunarak ekonomik gelir sağlayan işletmelerdir(Koç 2011). Gelir elde etmek amacıyla son yıllarda hizmet kalitesinin artırılmasıyla bu işletmeler; gece kulüpleri, havuz başı organizasyonları, tekne turları ve çevre gezileri dışında çeşitli spor olanaklarıyla turistlere çeşitli alternatifler sunan hizmet sektörü halini almıştır.

Özellikle büyük ve gelişmiş konaklama işletmelerinde bulunan genel özelliklere baktığımız zaman, turistlerin tüm ihtiyaçlarının karşılanmaya çalışıldığı görülmüştür. Açık yüzme havuzu, çocuk havuzu, masaj, ana restoran, disko bar, Türk hamamı, sauna, amfi tiyatro, televizyon odası, canlı müzik, full animasyon, bebek bakıcısı, araba kiralama, kuaför, doktor, bilardo, toplantı odası, mini club, çocuk animasyonu, çocuk büfesi, mini market, tenis kortu, masa tenisi, mini futbol, mini golf, mini basketbol, plaj voleybolu, dart, bilardo, su kayağı, jet-ski, kano, uçurtma sörfü, rüzgâr sörfü, sörf okulu, gibi imkanlar yer almaktadır.

2.7.3.3.1. Konaklama İşletmelerinin Özellikleri

Bir konaklama işletmesinin özelliklerini aşağıdaki gibi sıralamak mümkündür;

* **Konaklama İşletmeleri “Zaman” Satar:** Konaklama işletmesinin bir odasının 24 saat içinde satılması söz konusu olup, satılmayan oda işletme için kayıp olmaktadır. Konaklama hizmetini stoklama imkânı bulunmadığından, üretildiği veya hazırlandığı anda satılması gerekmektedir. Bu nedenle, konaklama aslında ‘satılan zaman’ olmaktadır.

* **Konaklama İşletmeciliği “İnsan Gücüne” Dayanır:** Konaklama işletmelerinde gerek hizmet sunmada, gerekse fonksiyonların yerine getirilmesinde büyük ölçüde insan gücünden faydalanılır. Hizmetlerin yürütülmesinde ve müşterilerin psikolojik tatmininin sağlanmasında insanın rolü ve önemi büyüktür. Otomasyonun girebileceği alanlar sınırlı olup, yine yatakların yapımında, yemeklerin hazırlanması ve servisinde, büyük ölçüde insan gücünden yararlanılır. Bu nedenle emek-yoğun sektör olma özelliğini korumaktadır.

* **Konaklama Hizmetleri İşletme Personeli Arasında Yakın İşbirliği ve Karşılıklı Yardımı Gerektirir:** Konaklama işletmesi, birbirine son derece bağımlı bölümlerden meydana gelmiş, ekonomik ve sosyal bir işletmedir. Bu nedenle işletmenin fonksiyonlarını yerine getiren personel arasında yakın bir işbirliği ve karşılıklı yardımlaşmanın olması zorunludur. Bu özellik, işletmenin başarısını olumlu veya olumsuz etkilemektedir.

* **Konaklama İşletmeleri Günün 24 Saati, Haftanın 7 Günü ve Yılın 365 Günü Sürekli Hizmet Veren İşletmelerdir:** Müşterilerin dinlenmesi ve eğlenmesi için işletme personelinin çalışması gerekmektedir. Müşterilerin kendilerini evlerinden daha rahat hissedebilmeleri için, rahat ve huzurlu ortamın oluşturulmasında yüz yüze temas halinde olan personelin, nitelikli ve insan psikolojisinden anlayan kişiler olması gerekir.

* **Konaklama İşletmeciliği Dinamiktir:** Konaklama işletmesi, hizmet üreten bir fabrika olarak düşünüldüğünde, teknolojisi ve hizmet anlayışı ile devamlı olarak değişiklik gösteren, zevk ve moda bağımlılığı fazla olan bir sektördür.

* **Konaklama İşletmeciliğinde Risk Faktörü Oldukça Yüksektir:** Turizm endüstrisinde talep, önceden kesin şekilde belirlenmesi güç olan ekonomik ve politik koşullara bağlı olduğundan ve konaklama işletmeleri de talep dalgalanmalarından anında etkilendiğinden risk faktörü yüksek olmaktadır(Batman 2003).

2.7.3.3.2. Konaklama İşletmelerinde Müşteri Memnuniyeti

Müşteriyi memnun etmek, sürekli kılmak, müşterinin ihtiyaç ve beklentilerini karşılamak, günümüz işletmelerinin çok daha yoğun çaba harcamasını gerektiren, strateji ve politikalarını müşterilerin beklenti ve ihtiyaçlarına göre saptamayı başarılı olmak isteyen işletmeler için zorunlu kılan bir faaliyet zinciri olarak tanımlanmaktadır(Bulgan 2011). Konaklama işletmelerinin varlığını devam ettirebilmeleri ve ileriye dönük hedeflerini gerçekleştirebilmeleri açısından müşteri ilişkilerinin bulunduğu konum büyük önem taşımaktadır(Demir 2006).

Son yıllarda müşteri odaklı pazarlama anlayışı ve müşteri memnuniyeti emek yoğun olan otelcilik sektöründe üzerinde durulan fonksiyonlar haline gelmiştir. Müşteri ilişkilerinin esası müşteriyi tanımak, müşteri ihtiyaçlarını anlamak ve müşteriye uygun mal ve hizmetler geliştirmekten geçmektedir. Bu yolla öncelikle müşteri kazanma ve müşteri memnuniyetini sağlama hedeflenirken; rekabet, üstünlük, iyi işletme imajı ve ürün konumlandırma gibi faaliyetlerin başarılması için çalışılmaktadır(Kozak 2002).

3. MATERYAL VE METOT

3.1. Araştırmanın Modeli

Araştırma anket yöntemiyle yapılmıştır. Gerekli bulgulara ulaşabilmek için ilk olarak uluslararası hakemli dergilerdeki makale ve raporlar incelenmiştir. Daha sonra ebscohost, proquest, science direct, emerald, sport discuss veritabanları ve internet kaynakları taranmıştır.

Elde edilen bulgular daha önce bu konu ile ilgili yapılmış çalışmalarla desteklenerek tartışılmıştır.

3.2. Araştırmanın Evren ve Örneklemi

Bu araştırma Muğla iline bağlı ilçe ve beldelerde (Bodrum, Marmaris, Fethiye ve Akyaka) yapılmıştır.

Bu araştırmanın evrenini su sporu hizmeti veren işletmelerdeki müşteriler oluştururken, örneklemini ise Muğla iline bağlı ilçe ve beldelerde (Bodrum, Marmaris, Fethiye ve Akyaka) su sporu hizmeti veren işletmelerdeki müşteriler oluşturmaktadır. Araştırmaya asıl amacı alternatif su sporlarından faydalanmak olan 191 kadın ve 206 erkek olmak üzere toplam 397 kişi gönüllü olarak katılmıştır.

3.3. Ölçüm Araçları

Araştırma kapsamında kullanılan su sporu işletmelerine yönelik müşteri memnuniyeti ölçeği ile birlikte demografik soruların (yaş, cinsiyet, gelir durumu, yapılan spor branşı) yer aldığı bir anket formu kullanılmıştır. Araştırmada kullanılan anket ilk olarak Timuçin Gençler tarafından (2008) “Kayak merkezlerindeki spor turistlerinin hizmet kalitesi algılarını etkileyen değişkenler” isimli çalışmada

kullanılmıştır(Gençer 2008). Su sporu merkezlerine yönelik uyumu araştırmacı tarafından (2012) gerçekleştirilmiş olup güvenirlilik katsayısı 0,96 olarak bulunmuştur.

3.3.1. Sosyo-Demografik zellikler

Araştırmaya katılan deneklerin cinsiyet, yaş, gelir durumu, yapılan spor branşı gibi özelliklerini belirlemeye yönelik 4 sorudan oluşan kısa bir anket formu oluşturulmuştur.

3.3.2. Su Sporunu İşletmelerine Yönelik Müşteri Memnuniyeti lği

Su sporu merkezlerindeki spor turistlerinin memnuniyet düzeylerini etkileyen değişkenleri belirleyebilmek amacıyla, konu ile ilgili geniş kapsamlı bir literatür taramasının yanı sıra, su sporu işletmelerinde birincil amacı su sporu yapmak olan spor turistleri ile karşılıklı görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Literatür taraması ve konu ile ilgili uzmanlarla yapılan görüşmelerin işığında ölçek 18 soru olarak son halini almıştır. Oluşturulan ölçekte “1-hiç katılmıyorum, 2-katılmıyorum, 3-kararsızım, 4-katılıyorum ve 5-kesinlikle katılıyorum” Őıklarından oluşan 5’li Likert tipi ölçek kullanılmıştır.

3.4. Verilerin Toplanması

Ölçekler, araştırmacı tarafından, su sporları işletmelerinde bulunan turistlere; “Bu işletmeye gelmeniz temel nedeni nedir?” sorusuna alınan “su sporu yapmak” cevabına dayandırılarak dağıtılmıştır. Araştırmanın amacı ve ölçek ile ilgili bilgiler, araştırmacı tarafından, spor turisti olarak nitelendirilebilen bireylere açıklanmıştır. Katılımcılar, anketi, su sporu işletmelerinde dinlenme zamanları sırasında doldurarak teslim etmişlerdir.

3.5. Ölçeğin Geçerlilik ve Güvenirlilik Çalışması

Anketin geçerlilik çalışması için içerik geçerliliği ve yapı geçerliliği incelenmiştir. Güvenirlilik çalışması Cronbach Alfa katsayısı hesaplanarak yapılmıştır. Faktör yüklerini ve varyans yüzdeleri belirlemek için Rotated faktör analizi hesaplamaları yapılmıştır. Bu ölçeğin yapı geçerliliğini test etmek için literatürde en sık kullanılan yaklaşımlardan biri olan Temel Bileşenler analizi yapılmıştır.

3.5.1. Ölçeğin Güvenirlilik Çalışması

Tablo 1. Ölçekteki Maddelerin (Cronbach Alfa) Güvenirlilik Katsayıları

MADDELER	Soru Silinirse Bütün Ortalamaların Değişimi
Su sporları eğitmenlerinin dersteki eğitimi iyidir	,957
Su sporları eğitmenleri bilgilidir	,957
Su sporları eğitmenleri iyi eğitimlidir	,958
Su sporları eğitmenleri arkadaş canlısıdır	,959
Su sporları eğitim alanları yeterli büyüklüğe sahiptir	,958
Su sporları eğitim alanlarının sayısı yeterlidir	,958
Su sporları eğitim alanları temiz ve bakımlıdır	,957
Su sporları malzemeleri modernidir	,959
Konaklama işletmesi rahattır	,957
Konaklama işletmesi çalışanları naziktir	,957
Konaklama işletmesi temiz ve bakımlıdır	,957
Konaklama işletmesi çalışanları yardım etmeye isteklidir	,957
Su sporları merkezinin atmosferi keyif vericidir	,957
Su sporları merkezindeki atmosfer mükemmeldir	,957
Su sporları merkezinin çok güzel bir ortamı vardır	,957
Alternatif eğlence yerleri yeterlidir	,958
Çeşitli eğlence alternatifleri bulunmaktadır	,959

Araştırmanın geçerliliği ve güvenilirliği ölçülürken $0.00 < \alpha < 0.40$ (anket güvenilir değil); $0.40 < \alpha < 0.60$ (anket düşük güvenilirlikte); $0.60 < \alpha < 0.80$ (anket oldukça güvenilir); $0.80 < \alpha < 1.00$ (anket yüksek güvenilirlikte) hususları baz alınmıştır. Ölçeğin güvenilirlik çalışması amacı ile iç tutarlılık için Cronbach Alfa katsayısı hesaplanmıştır. Cronbach Alfa tekniği, Likert tipi ölçeklerin güvenilirliğinin sınanmasında sık kullanılır ve ölçme aracı içinde bulunan maddelerin iç tutarlılığının (homojenliğinin) bir ölçüsüdür.

Tablo 2. Ölçeğin Güvenirlilik (Cronbach's Alpha) Katsayısı

Cronbach's Alpha	Soru Syası
,960	18

Ölçek sosyo-demografik sorular hariç 18 sorudan oluşmaktadır. Her madde için 'Aşağıdaki maddelerin her birine ne derecede katılıyorsunuz?' sorusuna karşılık 1-5 arasında puan vermeleri istenmektedir. Puanlandırma, 1-(Kesinlikle katılmıyorum), 2-(Katılmıyorum), 3-(Kararsızım), 4-(Katılıyorum) ve 5-(Kesinlikle katılıyorum) şeklindedir. Anketin Cronbach Alfa katsayısı 0,96 olarak tespit edilmiştir. Yüksek toplam puan sonuçları yüksek güvenilirliği göstermektedir.

3.5.2. Ölçeğin Geçerlilik Analizi

Ölçek formunun içerik geçerliliği için Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokulunda görevli uzman öğretim üyesinin görüşü alınmıştır. Maddelerin ifade şeklini ve uygunluğunu değerlendirmeleri istenmiştir. Değerlendirme için her maddeye 1-10 arasında (1=Hiç uygun değil, 10=Tamamen uygun) bir puan vermeleri istenmiştir. Uzman görüşlerine göre her maddenin kabul edilebilir puan ortalaması '6 ve üzeri' olarak kabul edilmiştir. Uzmanlar tarafından ölçeğin maddelerine en düşük 7, en yüksek 10 puan verilmiştir.

Bu ölçeğin yapı geçerliliğini test etmek için literatürde de en sık kullanılan yaklaşımlardan biri olan Temel Bileşenler analizi yapılmıştır.

Tablo 3. Rotated Component Matrix Faktör Analizi

MADDELER	Eğitmenler	Su sporu tesisi ve Malzemeleri	Konaklama işletmesi	Ortam	Eğlence
Su sporları eğitmenlerinin dersteki eğitimi iyidir	,821				
Su sporları eğitmenleri bilgilidir	,810				
Su sporları eğitmenleri iyi eğitilidir	,821				
Su sporları eğitmenleri arkadaş canlısıdır	,754				
Su sporları eğitim alanları yeterli büyüklüğe sahiptir		,538			
Su sporları eğitim alanlarının sayısı yeterlidir		,564			
Su sporları eğitim alanları temiz ve bakımlıdır		,649			
Su sporları malzemeleri moderndir		,588			
Konaklama işletmesi rahattır			,729		
Konaklama işletmesi çalışanları naziktir			,727		
Konaklama işletmesi temiz ve bakımlıdır			,685		
Konaklama işletmesi çalışanları yardım etmeye isteklidir			,727		
Su sporları merkezinin atmosferi keyif vericidir				,622	
Su sporları merkezindeki atmosfer mükemmeldir				,658	
Su sporları merkezinin çok güzel bir ortamı vardır				,663	
Alternatif eğlence yerleri yeterlidir					,854
Çeşitli eğlence alternatifleri bulunmaktadır					,839
Eğlence tesisleri keyif vericidir					,852

Yapı geçerliliği için yapılan faktör analizine göre ölçekteki maddelerin yine çok yüksek aralıklarda olduğu yukarıdaki tabloda görülmektedir.

3.6. Verilerin Analizi

Elde edilen verilerin SPSS 18 paket programında değerlendirilmiştir. Sosyodemografik verilerin değerlendirilmesi için yüzde ve frekans analizi kullanılmıştır. Ölçeğin güvenilirlik çalışması için Cronbach Alfa katsayısı hesaplanmıştır. Anketin geçerlilik çalışması için içerik geçerliliği ve yapı geçerliliği incelenmiştir. Faktör yüklerini ve varyans yüzdelerini belirlemek için Rotated faktör analizi hesaplamaları yapılmıştır. Bu ölçeğin yapı geçerliliğini test etmek için literatürde de en sık kullanılan yaklaşımlardan biri olan Temel Bileşenler analizi yapılmıştır. Cinsiyetler arasındaki farklılıkları ve yüzdelik değerleri bulmak için Crosstabulation analizi ve k-kare analizi yapılmıştır. Yaş ve gelir durumuna verilerin tanımlanması için Descriptive analizi kullanılmıştır. Yaş ve gelir durumuna göre katılımcıların verdikleri cevaplar arasındaki farklılıkları belirlemek için tek yönlü varyans analizi (Anova) kullanılmıştır. Anova sonucunda çıkan farklılıkların nereden kaynaklandığını tespit etmek amacıyla Tukey HSD testi uygulanmıştır.

4. BULGULAR

Tablo 4. Cinsiyetlere Göre Frekans Analizi Sonuçları

	Frekans	%
Erkek	206	51,9
Kadın	191	48,1
Toplam	397	100,0

Yapılan frekans analizine göre araştırmaya katılan deneklerin %51,9 ile (206 kişi) erkek ve %48,1 ile (191 kişi) kadın olarak tespit edilmiştir.

Tablo 5. Katılımcıların Cinsiyetlere Göre Yaş Dağılımları

		Cinsiyet		Toplam
		Erkek	Kadın	
Yaş	20 yaş ve altı	22	29	51
		5,5%	7,3%	12,8%
	21-30 yaş arası	122	113	235
		30,7%	28,5%	59,2%
	31-40 yaş arası	45	38	83
		11,3%	9,6%	20,9%
41-50 yaş arası	15	10	25	
	3,8%	2,5%	6,3%	
51 yaş ve üzeri	2	1	3	
	,5%	,3%	,8%	
Toplam		206	191	397
		51,9%	48,1%	100,0%

$\chi^2=2,66$ $p>0,05$

Tabloya göre, erkek katılımcıların %5,5'i 20 yaş ve altı, %30,7'si 21-30 yaş arası, %11,3'ü 31-40 yaş arası, %3,8'i 41-50 yaş arası ve %0,5'i 51 yaş ve üzeri olarak, kadın katılımcıların %7,3'ü 20 yaş ve altı, %28,5'i 21-30 yaş arası, %9,6'sı

31-40 yaş arası, %2,5'i 41-50 yaş arası ve %0,3'ü 51 yaş ve üzeri olarak tespit edilmiştir.

Yapılan k-kare analizinde cinsiyetlere göre yaşlar arasından anlamlı bir farklılık gözlemlenmemiştir.

Tablo 6. Katılımcıların Cinsiyete Göre Daha Önce Bir Kampa Katılıp Katılmadıklarına İlişkin Cevaplarının Dağılımı

		Cinsiyet		Toplam
		Erkek	Kadın	
Daha önce bir kampa katıldınız mı?	Evet	102	78	180
		25,7%	19,6%	45,3%
	Hayır	104	112	216
		26,2%	28,2%	54,4%
Toplam	206	191	397	
	51,9%	48,1%	100,0%	

$$x^2=3,93 \quad p>0,05$$

Tabloya göre, erkek katılımcıların %25,7'si evet ve %26,2'si hayır şeklinde cevap verirken, kadın katılımcıların %19,6'sı evet ve %28,2'si hayır şeklinde cevap vermişlerdir.

K-kare analizine göre cinsiyete göre daha önce bir kampa katıldınız mı sorusuna verilen cevaplar arasında anlamlı bir farklılık gözlemlenmemiştir.

Tablo 7. Katılımcıların Cinsiyete Göre Aylık Aile Gelir Durumunuz Sorusuna Verilen Cevapların Yüzdelerle Dağılımları

Aylık aile gelir durumunuz	Cinsiyet		
	Erkek	Kadın	Toplam
1000₺ ve altı	6	3	9
	1,5%	,8%	2,3%
1001-1500₺ arası	9	5	14
	2,3%	1,3%	3,5%
1501-2000₺ arası	24	27	51
	6,0%	6,8%	12,8%
2001-2500₺ arası	54	43	97
	13,6%	10,8%	24,4%
2501₺ ve üzeri	113	113	226
	28,5%	28,5%	56,9%
Toplam	206	191	397
	51,9%	48,1%	100,0%

$$x^2=3,004 \quad p>0,05$$

Tabloya göre, erkek katılımcıların %1,5'u 1000₺ ve altı, %2,3'ü 1001-1500₺ arası, %6,0'sı 1501-2000₺ arası, %13,6'sı 2001-2500₺ arası ve %28,5'i 2501₺ ve üzeri olarak, kadın katılımcıların %0,8'i 1000₺ altı, %1,3'ü 1001-1500₺ arası, %6,8'i 1501-2000₺ arası, %10,8'i 2001-2500₺ arası ve %28,5'i 2501₺ ve üzeri oldukları belirlenmiştir.

K-kare analizine göre, cinsiyetlere göre gelir durumları arasından anlamlı bir farklılık gözlemlenmemiştir.

Tablo 8. Bir Eğitim Merkezinde Geçirdiğiniz Zaman Esnasında Sizde Oluşan Duyguya Karşılık Gelen Ve Cevabınızı En İyi Yansıttığını Düşündüğünüz Sayıyı İşaretleyiniz Sorusuna Verilen Cevapların Dağılımları

	Frekans	%
Çok olumsuz	4	1,0
Olumsuz	10	2,5
Kararsızım	25	6,3
Olumlu	72	18,1
Çok olumlu	150	37,8
Oldukça olumlu	136	34,3
Toplam	397	100,0

Tablo 8'e göre deneklerin %1'i çok olumsuz duyguya sahip olduğunu düşünürken, %72,1'i çok ve oldukça olumlu duyguya sahip olduğunu belirtmiştir.

Tablo 9. Bir Eğitim Merkezine Karşı Duygularınız Aşağıdaki Belirtilen Ölçütlere Göre Değerlendiriniz Sorusuna Verilen Cevapların Analizi

	Frekans	%
Oldukça kötü	1	,3
Çok kötü	3	,8
Kötü	4	1,0
Kararsızım	23	5,8
İyi	53	13,4
Çok iyi	136	34,3
Oldukça iyi	177	44,6
Toplam	397	100,0

Tablo 9'a göre deneklerin büyük bir çoğunluğu eğitim merkezine karşı duygularının oldukça iyi şekilde olduğunu belirtmişlerdir.

Tablo 10. Bir Eğitim Merkezine Karşı Duygularınız Aşağıdaki Belirtilen Ölçütlere Göre Değerlendiriniz Sorusuna Verilen Cevapların Analizi

	Frekans	%
Bana hiç hitap etmeyen	1	,3
Bana biraz hitap etmeyen	4	1,0
Bana hitap etmeyen	9	2,3
Kararsızım	33	8,3
Bana hitap eden	45	11,3
Bana biraz hitap eden	126	31,7
Bana çok hitap eden	179	45,1
Toplam	397	100,0

Tablo 10'a göre deneklerin büyük bir çoğunluğu eğitim merkezinin kendilerine çok hitap ettiğini belirtmişlerdir.

Tablo 11. Bir Eğitim Merkezine Karşı Duygularınız Aşağıdaki Belirtilen Ölçütlere Göre Değerlendiriniz Sorusuna Verilen Cevapların Analizi

	Frekans	%
Hiç hoş değil	1	,3
Çok hoş değil	3	,8
Hoş değil	8	2,0
Kararsızım	30	7,6
Hoş	45	11,3
Çok hoş	119	30,0
Oldukça hoş	191	48,1
Toplam	397	100,0

Tablo 11'e göre deneklerin büyük bir çoğunluğu eğitim merkezinin oldukça hoş olduğunu belirtmişlerdir.

Tablo 12. Bir Eğitim Merkezine Karşı Duygularınız Aşağıdaki Belirtilen Ölçütlere Göre Değerlendiriniz Sorusuna Verilen Cevapların Analizi

	Frekans	%
Çok itici	6	1,5
İtici	9	2,3
Kararsızım	28	7,1
Çekici	44	11,1
Çok çekici	131	33,0
Oldukça çekici	179	45,1
Toplam	397	100,0

Tablo 12'ye göre deneklerin büyük bir çoğunluğu eğitim merkezinin oldukça çekici olduğunu belirtmişlerdir.

Tablo 13. Bir Eğitim Merkezine Karşı Duygularınız Aşağıdaki Belirtilen Ölçütlere Göre Değerlendiriniz Sorusuna Verilen Cevapların Analizi

	Frekans	%
Çok sıkıcı	6	1,5
Sıkıcı	8	2,0
Kararsızım	26	6,5
İlginç	47	11,8
Çok ilginç	126	31,7
Oldukça ilginç	184	46,3
Toplam	397	100,0

Tablo 13'e göre deneklerin büyük bir çoğunluğu eğitim merkezinin çok ve oldukça ilginç olduğunu belirtmişlerdir.

Tablo 14. Bir Eğitim Merkezine Karşı Duygularınız Aşağıdaki Belirtilen Ölçütlere Göre Değerlendiriniz Sorusuna Verilen Cevapların Analizi

	Frekans	%
Oldukça beğenilmeyen	1	,3
Hiç beğenilmeyen	5	1,3
Beğenilmeyen	5	1,3
Kararsızım	26	6,5
Beğenilen	41	10,3
Çok beğenilen	121	30,5
Oldukça beğenilen	198	49,9
Toplam	397	100,0

Tablo 14'e göre deneklerin büyük bir çoğunluğu eğitim merkezinin oldukça beğenildiğini belirtmişlerdir.

Tablo 15. Cinsiyetlere Göre Su Sporları Eğitimcilerinin Dersteki Eğitimi İyidir Sorusunun Analizi

		Cinsiyet		Toplam
		Erkek	Kadın	
Su sporları eğitimcilerinin dersteki eğitimi iyidir.	Kesinlikle katılmıyorum	3	2	5
		,8%	,5%	1,3%
	Katılmıyorum	5	4	9
		1,3%	1,0%	2,3%
	Kararsızım	14	11	25
		3,5%	2,8%	6,3%
Katılıyorum	78	80	158	
	19,6%	20,2%	39,8%	
Kesinlikle katılıyorum	106	94	200	
	26,7%	23,7%	50,4%	
Toplam		206	191	397
		51,9%	48,1%	100,0%

$$x^2=0,851 \quad p>0,05$$

Tablo 15’te cinsiyetlere göre “su sporları eğitmenlerinin dersteki eğitimi iyidir” sorusuna erkek katılımcıların %26,9’u kesinlikle katılıyorum derken, kadın katılımcılarda %23,7 oranında aynı cevabı vermişlerdir.

Yapılan k-kare analizinde cinsiyetlere göre “su sporları eğitmenlerinin dersteki eğitimi iyidir” sorusuna verilen cevaplar arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmemiştir.

Tablo 16. Cinsiyetlere Göre Su Sporları Eğitmenleri Bilgilidir Sorusunun Dağılımları

		Cinsiyet		Toplam
		Erkek	Kadın	
Su sporları eğitmenleri bilgilidir.	Kesinlikle katılmıyorum	1	0	1
		,3%	,0%	,3%
	Katılmıyorum	6	2	8
		1,5%	,5%	2,0%
	Kararsızım	12	15	27
		3,0%	3,8%	6,8%
	Katılıyorum	72	63	135
		18,1%	15,9%	34,0%
	Kesinlikle katılıyorum	115	111	226
		29,0%	28,0%	56,9%
	Toplam	206	191	397
		51,9%	48,1%	100,0%

$$x^2=3,444 \quad p>0,05$$

Tablo 16’da cinsiyetlere göre “su sporları eğitmenleri bilgilidir” sorusuna erkek katılımcılar %29 oranında kesinlikle katılıyorum şeklinde cevap verirken, kadın katılımcılar %28 oranında evet kesinlikle katılıyorum şeklinde cevap vermişlerdir.

Yapılan k-kare analizinde cinsiyetlere göre “su sporları eğitmenleri bilgilidir” sorusuna verilen cevaplar arasında $p<0,05$ düzeyinde anlamlı farklılık tespit edilmemiştir.

Tablo 17. Cinsiyetlere Göre Su Sporu Eğitimcileri İyi Eğitimlidir Sorusunun Dağılımları

		Cinsiyet		Toplam
		Erkek	Kadın	
Su sporları eğitimcileri iyi eğitimlidir.	Kesinlikle katılmıyorum	1	0	1
		,3%	,0%	,3%
	Katılmıyorum	5	3	8
		1,3%	,8%	2,0%
	Kararsızım	16	14	30
		4,0%	3,5%	7,6%
Katılıyorum	71	68	139	
	17,9%	17,1%	35,0%	
Kesinlikle katılıyorum	113	106	219	
	28,5%	26,7%	55,2%	
Toplam		206	191	397
		51,9%	48,1%	100,0%

$$x^2=1,357 \quad p>0,05$$

Tablo 17’de cinsiyetlere göre “su sporları eğitimcileri iyi eğitimlidir” sorusuna erkek katılımcılar %28,5 ile kesinlikle katılıyorum ve kadın katılımcılar %26,7 ile kesinlikle katılıyorum şeklinde cevap vermişlerdir.

Yapılan k-kare analizinde “su sporları eğitimcileri iyi eğitimlidir” sorusunda cinsiyetlere göre $p<0,05$ düzeyinde anlamlı bir farklılığa rastlanmamıştır.

Tablo 18. Cinsiyetlere Göre Su Sporları Eğitmenleri Arkadaş Canlısıdır Sorusunun Dağılımları

		Cinsiyet		Toplam
		Erkek	Kadın	
Su sporları eğitmenleri arkadaş canlısıdır	Kesinlikle katılmıyorum	3	0	3
		,8%	,0%	,8%
	Katılmıyorum	3	3	6
		,8%	,8%	1,5%
	Kararsızım	9	21	30
		2,3%	5,3%	7,6%
Katılıyorum	65	60	125	
	16,4%	15,1%	31,5%	
Kesinlikle katılıyorum	126	107	233	
	31,7%	27,0%	58,7%	
Toplam		206	191	397
		51,9%	48,1%	100,0%

$$x^2=8,995 \quad p<0,05$$

Tablo 18’de cinsiyetlere göre “su sporları eğitmenleri arkadaş canlısıdır” sorusuna erkek katılımcıların %31,4 ile kesinlikle katılıyorum ve kadın katılımcılar %27 ile kesinlikle katılıyorum şeklinde cevap vermişlerdir.

Yapılan k-kare analizinde “su sporları eğitmenleri arkadaş canlısıdır” sorusunda cinsiyetlere göre $p<0,05$ düzeyinde anlamlı farklılıklar bulunmuştur.

Tablo 19. Cinsiyetlere Göre Su Sporları Eğitim Alanları Yeterli Büyüklüğe Sahiptir Sorusunun Dağılımları

		Cinsiyet		Toplam
		Erkek	Kadın	
Su sporları eğitim alanları yeterli büyüklüğe sahiptir	Kesinlikle katılmıyorum	1	0	1
		,3%	,0%	,3%
	Katılmıyorum	6	7	13
		1,5%	1,8%	3,3%
	Kararsızım	13	12	25
		3,3%	3,0%	6,3%
	Katılıyorum	69	75	144
		17,4%	18,9%	36,3%
	Kesinlikle katılıyorum	117	97	214
		29,5%	24,4%	53,9%
	Toplam	206	191	397
		51,9%	48,1%	100,0%

$$x^2=2,673 \quad p>0,05$$

Tablo 19’da “su sporları eğitim alanları yeterli büyüklüğe sahiptir” sorusu cinsiyetlere göre değerlendirildiğinde erkeklerin %29,5’i ve kadınların %24,4’ü kesinlikle katılıyorum şeklinde cevap vermişlerdir.

Yapılan k-kare analizinde “su sporları eğitim alanları yeterli büyüklüğe sahiptir” değişkeninde cinsiyetlere göre herhangi bir anlamlı farklılık tespit edilmemiştir.

Tablo 20. Cinsiyetlere Göre Su Sporlu Eğitim Alanlarının Sayısı Yeterlidir Sorusunun Dağılımları

		Cinsiyet		Toplam
		Erkek	Kadın	
Su sporları eğitim alanlarının sayısı yeterlidir.	Kesinlikle katılmıyorum	1	0	1
		,3%	,0%	,3%
	Katılmıyorum	8	6	14
		2,0%	1,5%	3,5%
	Kararsızım	8	18	26
		2,0%	4,5%	6,5%
	Katılıyorum	68	75	143
		17,1%	18,9%	36,0%
	Kesinlikle katılıyorum	121	92	213
		30,5%	23,2%	53,7%
	Toplam	206	191	397
		51,9%	48,1%	100,0%

$$x^2=8,869 \quad p<0,05$$

Cinsiyetlere göre “su sporlu eğitim alanlarının sayısı yeterlidir” sorusu erkek katılımcılar %30,5 ve kadın katılımcılar %23,2 ile kesinlikle katıldıklarını belirtmişlerdir.

Yapılan k-kare analizine göre “su sporlu eğitim alanlarının sayısı yeterlidir” sorusunda cinsiyetler açısından $p<0,05$ düzeyinde anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir.

Tablo 21. Cinsiyetlere Göre Su Sporlu Eğitim Alanları Temiz ve Bakımlıdır Sorusunun Dağılımları

		Cinsiyet		Toplam
		Erkek	Kadın	
Su sporları eğitim alanları temiz ve bakımlıdır	Kesinlikle katılmıyorum	2	1	3
		,5%	,3%	,8%
	Katılmıyorum	3	5	8
		,8%	1,3%	2,0%
	Kararsızım	13	12	25
		3,3%	3,0%	6,3%
	Katılıyorum	71	68	139
		17,9%	17,1%	35,0%
	Kesinlikle katılıyorum	117	105	222
		29,5%	26,4%	55,9%
	Toplam	206	191	397
		51,9%	48,1%	100,0%

$$x^2=1,021 \quad p>0,05$$

Cinsiyetlere göre “su sporu eğitim alanları temiz ve bakımlıdır” sorusuna erkek katılımcıların %29,5’i ve kadın katılımcıların %26,4’ü kesinlikle katıldıklarını bildirmişlerdir.

Yapılan k-kare analizine göre “su sporları eğitim alanları temiz ve bakımlıdır” sorusunda cinsiyetler açısından anlamlı bir farklılığa rastlanmamıştır.

Tablo 22. Cinsiyetlere Göre Su Sporü Malzemeleri Moderndir Sorusunun Dağılımları

		Cinsiyet		Toplam
		Erkek	Kadın	
Su sporları malzemeleri moderndir	Kesinlikle katılmıyorum	1	0	1
		,3%	,0%	,3%
	Katılmıyorum	6	5	11
		1,5%	1,3%	2,8%
	Kararsızım	11	17	28
		2,8%	4,3%	7,1%
Katılıyorum	65	69	134	
	16,4%	17,4%	33,8%	
Kesinlikle katılıyorum	123	100	223	
	31,0%	25,2%	56,2%	
Toplam		206	191	397
		51,9%	48,1%	100,0%

$$x^2=4,308 \quad p>0,05$$

Cinsiyetlere göre “su sporü malzemeleri moderndir” sorusuna erkekler %31 ile ve kadınlar %25,2 ile kesinlikle katıldıklarını belirtmişlerdir.

Yapılan k-kare analizine göre “su sporü malzemeleri moderndir” sorusunda cinsiyetler açısından anlamlı bir farklılaşma gözlemlenmemiştir.

Tablo 23. Cinsiyetlere Göre Konaklama İşletmesi Rahattır Sorusunun Dağılımları

		Cinsiyet		Toplam
		Erkek	Kadın	
Konaklama işletmesi rahattır	Kesinlikle katılmıyorum	1	0	1
		,3%	,0%	,3%
	Katılmıyorum	5	4	9
		1,3%	1,0%	2,3%
	Kararsızım	23	21	44
		5,8%	5,3%	11,1%
	Katılıyorum	78	72	150
		19,6%	18,1%	37,8%
	Kesinlikle katılıyorum	99	94	193
		24,9%	23,7%	48,6%
Toplam	206	191	397	
	51,9%	48,1%	100,0%	

$$x^2=1,006 \quad p>0,05$$

Cinsiyetlere göre “konaklama işletmesi rahattır” sorusuna erkek katılımcıların %24,9 ile ve kadın katılımcılar %23,7 ile kesinlikle katılıyorum şeklinde cevap vermişlerdir.

Yapılan k-kare analizine göre “konaklama işletmesi rahattır” sorusunda cinsiyetler açısından herhangi anlamlı bir farklılığa rastlanmamıştır.

Tablo 24. Cinsiyetlere Göre Konaklama İşletmesi Çalışanları Naziktir Sorusunun Dağılımları

		Cinsiyet		Toplam
		Erkek	Kadın	
Konaklama işletmesi çalışanları naziktir	Katılmıyorum	4	2	6
		1,0%	,5%	1,5%
	Kararsızım	13	18	31
		3,3%	4,5%	7,8%
	Katılıyorum	77	76	153
		19,4%	19,1%	38,5%
	Kesinlikle katılıyorum	112	95	207
		28,2%	23,9%	52,1%
	Toplam	206	191	397
		51,9%	48,1%	100,0%

$x^2=2,312$ $p>0,05$

Cinsiyetlere göre yapılan Crostab analizine göre, “konaklama işletmesi çalışanları naziktir” sorusuna erkek katılımcıların %28,2’si ve kadın katılımcıların %23,9’u kesinlikle katılıyorum şeklinde cevap bildirmişlerdir.

Yapılan k-kare analizine göre “konaklama işletmesi çalışanları naziktir” sorusunda cinsiyetler açısından anlamlı bir farklılık bulunmamıştır.

Tablo 25. Cinsiyetlere Göre Konaklama İşletmesi Temiz ve Bakımlıdır Sorusunun Dağılımları

		Cinsiyet		Toplam	
		Erkek	Kadın		
Konaklama işletmesi temiz ve bakımlıdır	Kesinlikle katılmıyorum	1	0	1	
		,3%	,0%	,3%	
	Katılmıyorum	4	4	8	
		1,0%	1,0%	2,0%	
	Kararsızım	13	15	28	
		3,3%	3,8%	7,1%	
	Katılıyorum	81	76	157	
		20,4%	19,1%	39,5%	
	Kesinlikle katılıyorum	107	96	203	
		27,0%	24,2%	51,1%	
	Toplam		206	191	397
			51,9%	48,1%	100,0%

$$x^2=1,333 \quad p>0,05$$

Cinsiyetlere göre “konaklama işletmesi temiz ve bakımlıdır” sorusu incelendiğinde, erkek katılımcıların %27’si ve kadın katılımcıların %24,2’si kesinlikle katılıyorum şeklinde cevap vermişlerdir.

Yapılan k-kare analizine göre “konaklama işletmesi temiz ve bakımlıdır” sorusunda cinsiyetler bakımından herhangi anlamlı bir farklılığa rastlanmamıştır.

Tablo 26. Cinsiyetlere Göre Konaklama İşletmesi Çalışanları Yardım Etmeye İsteklidir Sorusunun Dağılımları

		Cinsiyet		Toplam	
		Erkek	Kadın		
Konaklama işletmesi çalışanları yardım etmeye isteklidir	Katılmıyorum	7	6	13	
		1,8%	1,5%	3,3%	
	Kararsızım	19	15	34	
		4,8%	3,8%	8,6%	
	Katılıyorum	79	77	156	
		19,9%	19,4%	39,3%	
	Kesinlikle katılıyorum	101	93	194	
		25,4%	23,4%	48,9%	
	Toplam		206	191	397
			51,9%	48,1%	100,0%

$$x^2=0,337 \quad p>0,05$$

Cinsiyetlere göre “konaklama işletmesi çalışanları yardım etmeye isteklidir” sorusunda erkek katılımcılar %25,4 ile ve kadın katılımcılar %23,4 ile kesinlikle katılıyorum şeklinde cevap vermişlerdir.

Yapılan k-kare analizine göre “konaklama işletmesi çalışanları yardım etmeye isteklidir” sorusunda cinsiyetler açısından herhangi bir anlamlı farklılığa rastlanmamıştır.

Tablo 27. Cinsiyetlere Göre Su Sporları Merkezinin Atmosferi Keyif Vericidir Sorusunun Dağılımları

		Cinsiyet		Toplam
		Erkek	Kadın	
Su sporları merkezinin atmosferi keyif vericidir	Katılmıyorum	7	6	13
		1,8%	1,5%	3,3%
	Kararsızım	14	16	30
		3,5%	4,0%	7,6%
	Katılıyorum	70	70	140
		17,6%	17,6%	35,3%
Kesinlikle katılıyorum	115	99	214	
	29,0%	24,9%	53,9%	
Toplam		206	191	397
		51,9%	48,1%	100,0%

$$x^2=0,841 \quad p>0,05$$

Cinsiyetlere göre “su sporları merkezinin atmosferi keyif vericidir” sorusunu erkek katılımcıların %29’u ve kadın katılımcıların %24,9’u kesinlikle katılıyorum şeklinde cevaplamışlardır.

Yapılan k-kare analizinde “su sporları merkezinin atmosferi keyif vericidir” sorusuna göre cinsiyetler açısından herhangi bir anlamlı farklılık gözlemlenmemiştir.

Tablo 28. Cinsiyetlere Göre Su Sporları Merkezinin Atmosferi Mükemmeldir Sorusunun Dağılımları

		Cinsiyet		Toplam
		Erkek	Kadın	
Su sporları merkezindeki atmosfer mükemmeldir	Kesinlikle katılmıyorum	0	1	1
		,0%	,3%	,3%
	Katılmıyorum	7	3	10
		1,8%	,8%	2,5%
	Kararsızım	17	18	35
		4,3%	4,5%	8,8%
	Katılıyorum	66	73	139
		16,6%	18,4%	35,0%
	Kesinlikle katılıyorum	116	96	212
		29,2%	24,2%	53,4%
	Toplam	206	191	397
		51,9%	48,1%	100,0%

$$x^2=4,307 \quad p>0,05$$

Cinsiyetlere göre “su sporları merkezinin atmosferi mükemmeldir” sorusuna erkek katılımcıların %29,2’si ve kadın katılımcıların %24,2’si kesinlikle katıldıklarını belirtmişlerdir.

Yapılan k-kare analizine göre, “su sporları merkezinin atmosferi mükemmeldir” sorusunda cinsiyetler açısından $p<0,05$ düzeyinde herhangi bir anlamlı farklılığa rastlanmamıştır.

Tablo 29. Cinsiyetlere Göre Su Sporları Merkezinin Çok Güzel Bir Ortamı Vardır Sorusunun Dağılımları

		Cinsiyet		Toplam	
		Erkek	Kadın		
Su sporları merkezinin çok güzel bir ortamı vardır	Katılmıyorum	6	5	11	
		1,5%	1,3%	2,8%	
	Kararsızım	18	22	40	
		4,5%	5,5%	10,1%	
	Katılıyorum	67	64	131	
		16,9%	16,1%	33,0%	
	Kesinlikle katılıyorum	115	100	215	
		29,0%	25,2%	54,2%	
	Toplam		206	191	397
			51,9%	48,1%	100,0%

$$x^2=1,041 \quad p>0,05$$

Cinsiyetlere göre “su sporları merkezinin çok güzel bir ortamı vardır” sorusu incelendiğinde erkek katılımcıların %29’u ve kadın katılımcıların %25,2’si kesinlikle katıldıkları görülmektedir.

Yapılan k-kare analizine göre “su sporları merkezinin çok güzel bir ortamı vardır” sorusunda cinsiyetler açısından herhangi bir anlamlı farklılığın olmadığı tespit edilmiştir.

Tablo 30. Cinsiyetlere Göre Alternatif Eğlence Yerleri Yeterlidir Sorusunun Dağılımları

		Cinsiyet		Toplam	
		Erkek	Kadın		
Alternatif eğlence yerleri yeterlidir	Kesinlikle katılmıyorum	3	2	5	
		,8%	,5%	1,3%	
	Katılmıyorum	3	6	9	
		,8%	1,5%	2,3%	
	Kararsızım	18	22	40	
		4,5%	5,5%	10,1%	
	Katılıyorum	81	75	156	
		20,4%	18,9%	39,3%	
	Kesinlikle katılıyorum	101	85	186	
		25,4%	21,4%	46,9%	
	Toplam		206	191	397
			51,9%	48,1%	100,0%

$$x^2=3,646 \quad p>0,05$$

Cinsiyetlere göre “alternatif eğlence yerleri yeterlidir” sorusuna bakıldığında erkek katılımcıların %25,4’ü ve kadın katılımcıların %21,4’ü kesinlikle katıldıklarını belirtmişlerdir.

Yapılan k-kare analizine göre “alternatif eğlence yerleri yeterlidir” sorusunda cinsiyetler açısından anlamlı bir farklılığa rastlanmamıştır.

Tablo 31. Cinsiyetlere Göre Çeşitli Eğlence Alternatifleri Bulunmaktadır Sorusunun Dağılımları

		Cinsiyet		Toplam	
		Erkek	Kadın		
Çeşitli eğlence alternatifleri bulunmaktadır	Kesinlikle katılmıyorum	5	3	8	
		1,3%	,8%	2,0%	
	Katılmıyorum	3	4	7	
		,8%	1,0%	1,8%	
	Kararsızım	19	23	42	
		4,8%	5,8%	10,6%	
	Katılıyorum	74	74	148	
		18,6%	18,6%	37,3%	
	Kesinlikle katılıyorum	105	86	191	
		26,4%	21,7%	48,1%	
	Toplam		206	191	397
			51,9%	48,1%	100,0%

$$x^2=3,352 \quad p>0,05$$

Cinsiyetlere göre “çeşitli eğlence alternatifleri bulunmaktadır” sorusu incelendiğinde erkek katılımcıların %26,4’ü ve kadın katılımcıların %21,7’si kesinlikle katılıyorum şeklinde cevap verdikleri tabloda görülmektedir.

Yapılan k-kare analizine göre, “çeşitli eğlence alternatifleri bulunmaktadır” sorusunda cinsiyetler açısından herhangi bir anlamlı farklılığa rastlanmamıştır.

Tablo 32. Cinsiyetlere Göre Eğlence Tesisleri Keyif Vericidir Sorusunun Dağılımları

		Cinsiyet		Toplam
		Erkek	Kadın	
Eğlence tesisleri keyif vericidir.	Kesinlikle katılmıyorum	3	3	6
		,8%	,8%	1,5%
	Katılmıyorum	3	4	7
		,8%	1,0%	1,8%
	Kararsızım	16	13	29
		4,0%	3,3%	7,3%
Katılıyorum	73	76	149	
	18,4%	19,1%	37,5%	
Kesinlikle katılıyorum	111	93	204	
	28,0%	23,4%	51,4%	
Toplam		206	191	397
		51,9%	48,1%	100,0%

$\chi^2=3,540$ $p>0,05$

Cinsiyetlere göre “eğlence tesisleri keyif vericidir” sorusuna erkek katılımcıların %28’i ve kadın katılımcıların %23,4’ü kesinlikle katılıyorum şeklinde cevap vermişlerdir.

Yapılan k-kare analizine göre “eğlence tesisleri keyif vericidir” sorusunda cinsiyetler açısından herhangi anlamlı bir farklılık tespit edilmemiştir.

Kadın katılımcıların Anova ve Tukey Analizi sonuçları

Tablo 33. Eğitimlerle İlgili Soruların Anova Testi Sonuçları

		N	Aritmetik ortalama	Standart Sapma	F	p
Su sporları eğitmenlerinin dersteki eğitimi iyidir	20 yaş ve altı	28	4,7143	,65868	3,924	<0,05
	21-30 yaş arası	112	4,3839	,72591		
	31-40 yaş arası	37	4,1081	,73725		
	41-50 yaş arası	9	4,4444	,72648		
	51 yaş ve üzeri	5	3,6000	1,67332		
Su sporları eğitmenleri bilgilidir	20 yaş ve altı	28	4,7143	,53452	1,731	>0,05
	21-30 yaş arası	112	4,5000	,68445		
	31-40 yaş arası	37	4,2973	,74030		
	41-50 yaş arası	9	4,4444	,72648		
	51 yaş ve üzeri	5	4,2000	,83666		
Su sporları eğitmenleri iyi eğitilidir	20 yaş ve altı	28	4,6786	,54796	2,90	<0,05
	21-30 yaş arası	112	4,5089	,64369		
	31-40 yaş arası	37	4,2432	,68335		
	41-50 yaş arası	9	4,1111	1,16667		
	51 yaş ve üzeri	5	4,0000	1,22474		
Su sporları eğitmenleri arkadaş canlısıdır	20 yaş ve altı	28	4,6429	,55872	3,308	<0,05
	21-30 yaş arası	112	4,4821	,67092		
	31-40 yaş arası	37	4,2162	,85424		
	41-50 yaş arası	9	4,2222	,97183		
	51 yaş ve üzeri	5	3,6000	1,34164		

Tablo 33'te eğitimlerle ilgili soruların yaş değişkenine göre farklılıkları incelendiğinde, “su sporları eğitmenlerinin dersteki eğitimi iyidir”, “su sporları eğitmenleri iyi eğitilidir” ve “su sporları eğitmenleri arkadaş canlısıdır” sorularında $p < 0,05$ düzeyinde anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir.

Tablo 34. Eğitimlemlerle İlgili Soruların Yaşla Göre Tukey HSD Testi Sonuçları

	20 yaş ve altı- 21- 30 yaş arası	20 yaş ve altı- 31- 40 yaş arası	20 yaş ve altı- 41- 50 yaş arası	20 yaş ve altı- 50 yaş ve üzeri	21-30 yaş arası- 31-40 yaş arası	21-30 yaş arası- 41-50 yaş arası	21- 30 yaş arası- 51 yaş ve üzeri	31-40 yaş arası- 41-50 yaş arası	31- 40 yaş arası- 51 yaş ve üzeri	41- 50 yaş arası- 51 yaş ve üzeri
Su sporları eğitimlemlerinin dersteki eğitimi iyidir	-	*	-	*	-	-	-	-	-	-
Su sporları eğitimlemleri bilgilidir	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Su sporları eğitimlemleri iyi eğitilidir	-	-	-	*	-	-	-	-	-	-
Su sporları eğitimlemleri arkadaş canlısıdır	-	-	-	*	-	-	-	-	-	-

Tablo 33'te yapılan Anova testine göre oluşan farklılıkların hangi yaş gruplarından kaynaklandığını tespit etmek için yapılan Tukey HSD testine göre, "su sporları eğitimlemlerinin dersteki eğitimi iyidir" değişkenindeki farklılıklar 20 yaş ve altı - 31-40 yaş arası, 20 yaş ve altı-50 yaş ve üzeri gruplarından kaynaklanmaktadır. "Su sporları eğitimlemleri iyi eğitilidir" ve "su sporları eğitimlemleri arkadaş canlısıdır" değişkenlerindeki farklılıklar 20 yaş ve altı-50 yaş ve üzeri arası gruplarından kaynaklanmaktadır.

Tablo 35. Su Sporü Tesisleri ve Malzemeleri ile İlgili Soruların Yaşá Göre Anova Testi Sonuçları

		N	Aritmetik ortalama	Standart Sapma	F	p
Su sporları eğitim alanları yeterli büyüklüğe sahiptir	20 yaş ve altı	28	4,5714	,74180	4,052	<0,05
	21-30 yaş arası	112	4,4643	,64275		
	31-40 yaş arası	37	4,1622	,72700		
	41-50 yaş arası	9	3,6667	1,32288		
	51 yaş ve üzeri	5	4,0000	1,41421		
Su sporları eğitim alanlarının sayısı yeterlidir	20 yaş ve altı	28	4,6071	,62889	3,652	<0,05
	21-30 yaş arası	112	4,3839	,71339		
	31-40 yaş arası	37	4,1351	,67339		
	41-50 yaş arası	9	3,8889	1,36423		
	51 yaş ve üzeri	5	3,6000	1,34164		
Su sporları eğitim alanları temiz ve bakımlıdır	20 yaş ve altı	28	4,6786	,61183	3,060	<0,05
	21-30 yaş arası	112	4,4286	,75593		
	31-40 yaş arası	37	4,2432	,76031		
	41-50 yaş arası	9	4,6667	,50000		
	51 yaş ve üzeri	5	3,6000	1,51658		
Su sporları malzemeleri moderndir	20 yaş ve altı	28	4,6429	,73102	2,404	<0,05
	21-30 yaş arası	112	4,4196	,71834		
	31-40 yaş arası	37	4,1892	,73929		
	41-50 yaş arası	9	4,2222	,83333		
	51 yaş ve üzeri	5	3,8000	1,30384		

Tablo 35'te su sporları tesisleri ve malzemeleri ile ilgili sorulara verilen cevaplar yaş değişkenine göre karşılaştırıldığında "su sporları eğitim alanları yeterli büyüklüğe sahiptir", "su sporları eğitim alanlarının sayısı yeterlidir", "su sporları eğitim alanları temiz ve bakımlıdır" ve "su sporları malzemeleri moderndir" seçeneklerinde $p < 0,05$ düzeyinde anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir.

Tablo 36. Su Sporları Tesisleri ve Malzemeleri ile İlgili Soruların Yaşa Göre Tukey HSD Testi Sonuçları

	20 yaş ve altı-21-30 yaş arası	20 yaş ve altı-31-40 yaş arası	20 yaş ve altı-41-50 yaş arası	20 yaş ve altı-50 yaş ve üzeri	21-30 yaş arası-31-40 yaş arası	21-30 yaş arası-41-50 yaş arası	21-30 yaş arası-51 yaş ve üzeri	31-40 yaş arası-41-50 yaş arası	31-40 yaş arası-51 yaş ve üzeri	41-50 yaş arası-51 yaş ve üzeri
Su sporları eğitim alanları yeterli büyüklüğe sahiptir	-	-	*	-	-	*	-	-	-	-
Su sporları eğitim alanlarının sayısı yeterlidir	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Su sporları eğitim alanları temiz ve bakımlıdır	-	-	-	*	-	-	-	-	-	-
Su sporları malzemeleri modernidir	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

Tablo 35’te yapılan Anova testine göre oluşan farklılıkların hangi yaş gruplarından kaynaklandığını tespit etmek için yapılan Tukey HSD testine göre, “su sporları eğitim alanları yeterli büyüklüğe sahiptir” değişkenindeki farklılık 20 yaş ve altı ve 41-50 yaş arası gruplarından, 21-30 ve 41-50 yaş arası gruplarından kaynaklandığı görülmektedir. “Su sporları eğitim alanlarının sayısı yeterlidir” değişkenlerinde bir farklılık yoktur. “Su sporları eğitim alanları temiz ve bakımlıdır” değişkenindeki farklılıklar 20 yaş ve altı-50 yaş ve üzeri gruplarından kaynaklanmaktadır. “Su sporları malzemeleri modernidir” değişkeninde farklılık gözlemlenmemiştir.

Tablo 37. Konaklama Tesisi ile İlgili Soruların Yaşa Göre Anova Testi Sonuçları

		N	Aritmetik ortalama	Standart Sapma	F	P
Konaklama işletmesi rahattır	20 yaş ve altı	28	4,6786	,66964	4,682	<0,05
	21-30 yaş arası	112	4,4018	,67730		
	31-40 yaş arası	37	3,9459	,81466		
	41-50 yaş arası	9	4,3333	1,00000		
	51 yaş ve üzeri	5	4,0000	1,00000		
Konaklama işletmesi çalışanları naziktir	20 yaş ve altı	28	4,6429	,67847	2,324	<0,05
	21-30 yaş arası	112	4,3929	,68913		
	31-40 yaş arası	37	4,1351	,71345		
	41-50 yaş arası	9	4,3333	,70711		
	51 yaş ve üzeri	5	4,6000	,54772		
Konaklama işletmesi temiz ve bakımlıdır	20 yaş ve altı	28	4,6786	,54796	4,120	<0,05
	21-30 yaş arası	112	4,4375	,65459		
	31-40 yaş arası	37	4,1892	,65988		
	41-50 yaş arası	9	3,8889	1,26930		
	51 yaş ve üzeri	5	3,8000	1,30384		
Konaklama işletmesi çalışanları yardım etmeye isteklidir	20 yaş ve altı	28	4,6786	,54796	3,143	<0,05
	21-30 yaş arası	112	4,3750	,74887		
	31-40 yaş arası	37	4,1081	,77401		
	41-50 yaş arası	9	4,2222	,66667		
	51 yaş ve üzeri	5	3,8000	1,30384		

Tablo 37’de konaklama işletmesi ile ilgili sorulara verilen cevaplar yaş değişkenine göre karşılaştırıldığında, “konaklama işletmesi rahattır”, “konaklama işletmesi çalışanları naziktir”, “konaklama işletmesi temiz ve bakımlıdır” ve “konaklama işletmesi çalışanları yardım etmeye isteklidir” sorularında $p < 0,05$ düzeyinde anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir.

Tablo 38. Konaklama Tesisi ile İlgili Soruların Yaşa Göre Tukey HSD Testi Sonuçları

	20 yaş ve altı-21-30 yaş arası	20 yaş ve altı-31-40 yaş arası	20 yaş ve altı-41-50 yaş arası	20 yaş ve altı-50 yaş ve üzeri	21-30 yaş arası-31-40 yaş arası	21-30 yaş arası-41-50 yaş arası	21-30 yaş arası-51 yaş ve üzeri	31-40 yaş arası-41-50 yaş arası	31-40 yaş arası-51 yaş ve üzeri	41-50 yaş arası-51 yaş ve üzeri
Konaklama işletmesi rahattır	-	*	-	-	*	-	-	-	-	-
Konaklama işletmesi çalışanları naziktir	-	*	-	-	-	-	-	-	-	-
Konaklama işletmesi temiz ve bakımlıdır	-	*	*	-	-	-	-	-	-	-
Konaklama işletmesi çalışanları yardım etmeye isteklidir	-	*	-	-	-	-	-	-	-	-

Tablo 37’de yapılan Anova testine göre oluşan farklılıkların hangi yaş gruplarından kaynaklandığını tespit etmek için yapılan Tukey HSD testine göre, “konaklama işletmesi rahattır” değişkenindeki farklılıklar 20 yaş ve altı-31-40 yaş arası, 21-30 yaş arası-31-40 yaş arası gruplardan kaynaklanmaktadır. “Konaklama işletmesi çalışanları naziktir” değişkeninde 20 yaş ve altı-31-40 yaş arası gruplarından kaynaklanmaktadır. “konaklama işletmesi temiz ve bakımlıdır” değişkenindeki farklılıklar 20 yaş ve altı-31-40 yaş arası, 20 yaş altı-41-50 yaş arası gruplardan kaynaklanmaktadır. “Konaklama işletmesi çalışanları yardım etmeye isteklidir” değişkenindeki farklılıklar 20 yaş ve altı- 31-40 yaş arası gruplardan kaynaklanmaktadır.

Tablo 39. Ortam ile İlgili Soruların Yaşa Göre Anova Testi Sonuçları

		N	Aritmetik ortalama	Standart Sapma	F	P
Su sporları merkezinin atmosferi keyif vericidir	20 yaş ve altı	28	4,5714	,74180	1,229	>0,05
	21-30 yaş arası	112	4,3839	,76223		
	31-40 yaş arası	37	4,2162	,75038		
	41-50 yaş arası	9	4,1111	1,05409		
	51 yaş ve üzeri	5	4,6000	,54772		
Su sporları merkezindeki atmosfer mükemmeldi	20 yaş ve altı	28	4,5000	,63828	,648	>0,05
	21-30 yaş arası	112	4,3839	,75032		
	31-40 yaş arası	37	4,2162	,82108		
	41-50 yaş arası	9	4,3333	,70711		
	51 yaş ve üzeri	5	4,2000	1,30384		
Su sporları merkezinin çok güzel bir ortamı vardır	20 yaş ve altı	28	4,5000	,69389	,601	>0,05
	21-30 yaş arası	112	4,3661	,82741		
	31-40 yaş arası	37	4,2703	,73214		
	41-50 yaş arası	9	4,3333	,70711		
	51 yaş ve üzeri	5	4,0000	1,00000		

Tablo 39’da ortam ile ilgili sorulara verilen cevaplar yaş değişkenine göre karşılaştırıldığında, “su sporları merkezinin atmosferi keyif vericidir” ve “su sporları merkezinin çok güzel bir ortamı vardır” ve “su sporları merkezindeki atmosfer mükemmeldir” değişkenlerinde herhangi bir farklılığa rastlanmamıştır.

Tablo 40. Ortam ile İlgili Soruların Yaşa Göre Tukey HSD Testi Sonuçları

	20 yaş ve altı- 21- 30 yaş arası	20 yaş ve altı- 31- 40 yaş arası	20 yaş ve altı- 41- 50 yaş arası	20 yaş ve altı- 50 yaş ve üzeri	21-30 yaş arası- 31-40 yaş arası	21-30 yaş arası- 41-50 yaş arası	21- 30 yaş arası- 51 yaş ve üzeri	31-40 yaş arası- 41-50 yaş arası	31- 40 yaş arası- 51 yaş ve üzeri	41- 50 yaş arası- 51 yaş ve üzeri
Su sporları merkezinin atmosferi keyif vericidir	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Su sporları merkezindeki atmosfer mükemmeldir-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Su sporları merkezinin çok güzel bir ortamı vardır	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

Tablo 39’da yapılan Anova testine göre oluşan farklılıkların hangi yaş gruplarından kaynaklandığını tespit etmek için yapılan Tukey HSD testine göre, “su sporları merkezinin atmosferi keyif vericidir”, “su sporları merkezinin çok güzel bir ortamı vardır” ve “su sporları merkezindeki atmosfer mükemmeldir” değişkenlerinde yaş grupları arasında herhangi bir farklılığa rastlanmamıştır.

Tablo 41. Eğlence ile İlgili Soruların Yaşa Göre Anova Testi Sonuçları

		N	Aritmetik ortalama	Standart Sapma	F	P
Alternatif eğlence yerleri yeterlidir	20 yaş ve altı	28	4,2857	1,04906	,986	>0,05
	21-30 yaş arası	112	4,3214	,79655		
	31-40 yaş arası	37	4,0000	,84984		
	41-50 yaş arası	9	4,2222	,83333		
	51 yaş ve üzeri	5	4,2000	1,30384		
Çeşitli eğlence alternatifleri bulunmaktadır	20 yaş ve altı	28	4,3929	1,03062	2,083	>0,05
	21-30 yaş arası	112	4,3393	,81156		
	31-40 yaş arası	37	4,0541	,70498		
	41-50 yaş arası	9	3,8889	,92796		
	51 yaş ve üzeri	5	3,6000	1,67332		
Eğlence tesisleri keyif vericidir	20 yaş ve altı	28	4,3571	1,28277	1,046	>0,05
	21-30 yaş arası	112	4,4375	,76854		
	31-40 yaş arası	37	4,1081	,69856		
	41-50 yaş arası	9	4,3333	,86603		
	51 yaş ve üzeri	5	4,4000	,54772		

Tablo 41’de eğlence ile ilgili sorulara verilen cevaplar yaş değişkenine göre karşılaştırıldığında, “alternatif eğlence yerleri yeterlidir”, “çeşitli eğlence alternatifleri bulunmaktadır” ve “eğlence tesisleri keyif vericidir” değişkenlerinde anlamlı farklılık tespit edilmemiştir.

Tablo 42. Eğlence ile İlgili Soruların Yaşa Göre Tukey HSD Testi Sonuçları

	20 yaş ve altı- 21- 30 yaş arası	20 yaş ve altı- 31- 40 yaş arası	20 yaş ve altı- 41- 50 yaş arası	20 yaş ve altı- 50 yaş ve üzeri	21-30 yaş arası- 31-40 yaş arası	21-30 yaş arası- 41-50 yaş arası	21- 30 yaş arası- 51 yaş ve üzeri	31-40 yaş arası- 41-50 yaş arası	31- 40 yaş arası- 51 yaş ve üzeri	41- 50 yaş arası- 51 yaş ve üzeri
Alternatif eğlence yerleri yeterlidir	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Çeşitli eğlence alternatifleri bulunmaktadır	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Eğlence tesisleri keyif vericidir.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

Tablo 41’de yapılan Anova testine göre oluşan farklılıkların hangi yaş gruplarından kaynaklandığını tespit etmek için yapılan Tukey HSD testine göre, “alternatif eğlence yerleri yeterlidir”, “çeşitli eğlence alternatifleri bulunmaktadır” ve “eğlence tesisleri keyif vericidir” değişkenlerinde yaşlara göre herhangi bir farklılığa rastlanmamıştır.

Tablo 43. Eğitimciler ile İlgili Soruların Gelir Durumuna Göre Anova Testi Sonuçları

		N	Aritmetik ortalama	Standart Sapma	F	P
Su sporları eğitimcilerinin dersteki eğitimi iyidir	1000 ₺ ve altı	3	4,33	1,15470	2,135	>0,05
	1001-1500 ₺ arası	5	4,40	,89443		
	1501-2000 ₺ arası	27	4,07	,67516		
	2001-2500 ₺ arası	43	4,20	,70906		
	2501- ₺ ve üzeri	113	4,48	,79187		
Su sporları eğitimcileri bilgilidir	1000 ₺ ve altı	3	4,66	,57735	,873	>0,05
	1001-1500 ₺ arası	5	4,60	,89443		
	1501-2000 ₺ arası	27	4,29	,77533		
	2001-2500 ₺ arası	43	4,4186	,66306		
	2501- ₺ ve üzeri	113	4,5398	,66863		
Su sporları eğitimcileri iyi eğitilidir	1000 ₺ ve altı	3	4,3333	,57735	,375	>0,05
	1001-1500 ₺ arası	5	4,6000	,54772		
	1501-2000 ₺ arası	27	4,4444	,64051		
	2001-2500 ₺ arası	43	4,3488	,61271		
	2501- ₺ ve üzeri	113	4,4867	,75729		
Su sporları eğitimcileri arkadaş canlısıdır	1000 ₺ ve altı	3	4,3333	,57735	,864	>0,05
	1001-1500 ₺ arası	5	4,4000	1,34164		
	1501-2000 ₺ arası	27	4,2222	,75107		
	2001-2500 ₺ arası	43	4,3488	,71991		
	2501- ₺ ve üzeri	113	4,4956	,73343		

Tablo 43'te eğitimciler ile ilgili sorulara verilen cevaplar gelir durumu değişkenine göre karşılaştırıldığında, “su sporları eğitimcilerinin dersteki eğitimi iyidir”, “su sporları eğitimcileri bilgilidir”, “su sporları eğitimcileri iyi eğitilidir” ve “su sporları eğitimcileri arkadaş canlısıdır” değişkenlerinde herhangi bir farklılığa rastlanmamıştır.

Tablo 44. Eğitmenler ile İlgili Soruların Gelir Durumuna Göre Tukey HSD Testi Sonuçları

	1000 ₺ ve altı-1001-1500 ₺ arası	1000 ₺ ve altı-1501-2000 ₺ arası	1000 ₺ ve altı-2001-2500 ₺ arası	1000 ₺ ve altı-2501 ₺ ve üzeri	1001-1500 ₺ arası-1501-2000 ₺ arası	1001-1500 ₺ arası-2001-2500 ₺ arası	1001-1500 ₺ arası-2501 ₺ ve üzeri	1501-2000 ₺ arası-2001-2500 ₺ arası	1501-2000 ₺ arası-2501 ₺ ve üzeri	2001-2500 ₺ arası-2501 ₺ ve üzeri
Su sporları eğitmenlerinin dersteki eğitimi iyidir	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Su sporları eğitmenleri bilgilidir	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Su sporları eğitmenleri iyi eğitilidir	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Su sporları eğitmenleri arkadaş canlısıdır	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

Tablo 43'te yapılan Anova testine göre oluşan farklılıkların hangi gelir seviyesi gruplarından kaynaklandığını tespit etmek için yapılan Tukey HSD testine göre, “su sporları eğitmenlerinin dersteki eğitimi iyidir”, “su sporları eğitmenleri bilgilidir”, “su sporları eğitmenleri iyi eğitilidir” ve “su sporları eğitmenleri arkadaş canlısıdır” sorularında anlamlı farklılığa rastlanmamıştır.

Tablo 45. Su Sporları Tesisleri ve Malzemeleri ile İlgili Soruların Gelir Durumuna Göre Anova Testi Sonuçları

		N	Aritmetik ortalama	Standart Sapma	F	P
Su sporları eğitim alanları yeterli büyüklüğe sahiptir	1000 ₺ ve alt	3	4,0000	1,00000	2,327	<0,05
	1001-1500 ₺ arası	5	4,2000	1,30384		
	1501-2000 ₺ arası	27	4,0000	,83205		
	2001-2500 ₺ arası	43	4,4186	,54478		
	2501- ₺ ve üzeri	113	4,4602	,76806		
Su sporları eğitim alanlarının sayısı yeterlidir.	1000 ₺ ve alt	3	4,0000	1,00000	3,772	<0,05
	1001-1500 ₺ arası	5	4,0000	1,22474		
	1501-2000 ₺ arası	27	3,8519	,76980		
	2001-2500 ₺ arası	43	4,3721	,65550		
	2501- ₺ ve üzeri	113	4,4425	,75520		
Su sporları eğitim alanları temiz ve bakımlıdır	1000 ₺ ve alt	3	4,3333	,57735	,482	>0,05
	1001-1500 ₺ arası	5	4,2000	1,30384		
	1501-2000 ₺ arası	27	4,2963	,60858		
	2001-2500 ₺ arası	43	4,3721	,81717		
	2501- ₺ ve üzeri	113	4,4779	,76878		
Su sporları malzemeleri moderndir	1000 ₺ ve alt	3	3,6667	1,52753	1,996	>0,05
	1001-1500 ₺ arası	5	4,0000	1,22474		
	1501-2000 ₺ arası	27	4,1481	,66238		
	2001-2500 ₺ arası	43	4,4186	,66306		
	2501- ₺ ve üzeri	113	4,4602	,75635		

Tablo 45’te su sporu tesisleri ve malzemeleri ile ilgili sorulara verilen cevaplar gelir durumu değişkenine göre karşılaştırıldığında, “su sporları eğitim alanları yeterli büyüklüğe sahiptir”, “su sporları eğitim alanlarının sayısı yeterlidir”, “su sporları eğitim alanları temiz ve bakımlıdır” ve “su sporları malzemeleri moderndir” değişkenlerinde $p < 0,05$ düzeyinde anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir.

Tablo 46. Su Sporları Tesisleri ve Malzemeleri İlgili Soruların Gelir Durumuna Göre Tukey HSD Testi Sonuçları

	1000 ₺ ve altı- 1001- 1500 ₺ arası	1000 ₺ ve altı- 1501- 2000 ₺ arası	1000 ₺ ve altı- 2001- 2500 ₺ arası	1000 ₺ ve altı- 2501 ₺ ve üzeri	1001- 1500 ₺ arası- 1501- 2000 ₺ arası	1001- 1500 ₺ arası- 2001- 2500 ₺ arası	1001- 1500 ₺ arası- 2501 ₺ ve üzeri	1501- 2000 ₺ arası- 2001- 2500 ₺ arası	1501- 2000 ₺ arası- 2501 ₺ ve üzeri	2001- 2500 ₺ arası- 2501 ₺ üzeri
Su sporları eğitim alanları yeterli büyüklüğe sahiptir	-	-	-	-	-	-	-	-	*	-
Su sporları eğitim alanlarının sayısı yeterlidir	-	-	-	-	-	-	-	*	*	-
Su sporları eğitim alanları temiz ve bakımlıdır	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Su sporları malzemeleri moderndir	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

Tablo 45’te yapılan Anova testine göre oluşan farklılıkların hangi gelir seviyesi gruplarından kaynaklandığını tespit etmek için yapılan Tukey HSD testine göre, “su sporları eğitim alanları yeterli büyüklüğe sahiptir” değişkenindeki farklılıklar 1501-2000₺ arası-2501₺ ve üzeri gruplardan kaynaklanmaktadır. “Su sporları eğitim alanlarının sayısı yeterlidir” değişkenindeki farklılıklar 1501-2000₺ arası-2001-2500₺ arası ve 1501-2000₺ arası-2501₺ ve üzeri gruplardan kaynaklanmaktadır. “Su sporları eğitim alanları temiz ve bakımlıdır”, “su sporları malzemeleri moderndir” değişkenlerinde bir farklılık görülmemektedir.

Tablo 47. Konaklama İşletmesi ile İlgili Soruların Gelir Durumuna Göre Anova Testi Sonuçları

		N	Aritmetik ortalama	Standart Sapma	F	P
Konaklama işletmesi rahattır	1000 ₺ ve alt	3	4,3333	,57735	1,706	>0,05
	1001-1500 ₺ arası	5	4,4000	,89443		
	1501-2000 ₺ arası	27	4,1111	,80064		
	2001-2500 ₺ arası	43	4,1860	,62700		
	2501- ₺ ve üzeri	113	4,4513	,77909		
Konaklama işletmesi çalışanları naziktir	1000 ₺ ve alt	3	4,3333	1,15470	2,362	<0,05
	1001-1500 ₺ arası	5	4,6000	,54772		
	1501-2000 ₺ arası	27	4,0741	,72991		
	2001-2500 ₺ arası	43	4,2791	,66639		
	2501- ₺ ve üzeri	113	4,4867	,68289		
Konaklama işletmesi temiz ve bakımlıdır	1000 ₺ ve alt	3	4,3333	,57735	2,455	<0,05
	1001-1500 ₺ arası	5	4,6000	,89443		
	1501-2000 ₺ arası	27	4,0370	,75862		
	2001-2500 ₺ arası	43	4,3023	,55784		
	2501- ₺ ve üzeri	113	4,4867	,74540		
Konaklama işletmesi çalışanları yardım etmeye isteklidir	1000 ₺ ve alt	3	4,6667	,57735	2,240	>0,05
	1001-1500 ₺ arası	5	4,2000	1,30384		
	1501-2000 ₺ arası	27	4,0370	,85402		
	2001-2500 ₺ arası	43	4,2326	,61090		
	2501- ₺ ve üzeri	113	4,4602	,74445		

Tablo 47’de konaklama işletmesi ile ilgili sorulara verilen cevaplar gelir durumu değişkenine göre karşılaştırıldığında, “konaklama işletmesi çalışanları naziktir” ve “konaklama işletmesi temiz ve bakımlıdır” değişkenlerinde $p < 0,05$ düzeyinde anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir. “Konaklama işletmesi rahattır” ve “konaklama işletmesi çalışanları yardım etmeye isteklidir” değişkenlerinde anlamlı farklılığa rastlanmamıştır.

Tablo 48. Konaklama İşletmesi ile İlgili Soruların Gelir Durumuna Göre Tukey HSD Testi Sonuçları

	1000 ₺ ve altı-1001-1500 ₺ arası	1000 ₺ ve altı-1501-2000 ₺ arası	1000 ₺ ve altı-2001-2500 ₺ arası	1000 ₺ ve altı-2501 ₺ ve üzeri	1001-1500 ₺ arası-1501-2000 ₺ arası	1001-1500 ₺ arası-2001-2500 ₺ arası	1001-1500 ₺ arası-2501 ₺ ve üzeri	1501-2000 ₺ arası-2001-2500 ₺ arası	1501-2000 ₺ arası-2501 ₺ ve üzeri	2001-2500 ₺ arası-2501 ₺ ve üzeri
Konaklama işletmesi rahattır	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Konaklama işletmesi çalışanları naziktir	-	-	-	-	-	-	-	-	*	-
Konaklama işletmesi temiz ve bakımlıdır	-	-	-	-	-	-	-	-	*	-
Konaklama işletmesi çalışanları yardım etmeye isteklidir	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

Tablo 47’de yapılan Anova testine göre oluşan farklılıkların hangi gelir seviyesi gruplarından kaynaklandığını tespit etmek için yapılan Tukey HSD testine göre, “konaklama işletmesi rahattır” ve “konaklama işletmesi çalışanları yardım etmeye isteklidir” değişkenlerinde bir farklılık görülmemektedir. “Konaklama işletmesi çalışanları naziktir” ve “konaklama işletmesi temiz ve bakımlıdır” değişkenlerindeki farklılıklar 1501-2000₺ arası-2501₺ ve üzeri gruplarından kaynaklanmaktadır.

Tablo 49. Ortam ile İlgili Soruların Gelir Durumuna Göre Anova Testi Sonuçları

		N	Aritmetik ortalama	Standart Sapma	F	P
Su sporları merkezinin atmosferi keyif vericidir	1000 ₺ ve alt	3	4,3333	,57735	2,685	<0,05
	1001-1500 ₺ arası	5	4,4000	,54772		
	1501-2000 ₺ arası	27	4,0741	,87380		
	2001-2500 ₺ arası	43	4,1860	,66389		
	2501- ₺ ve üzeri	113	4,5133	,76899		
Su sporları merkezindeki atmosfer mükemmeldir	1000 ₺ ve alt	3	3,6667	,57735	4,200	<0,05
	1001-1500 ₺ arası	5	4,8000	,44721		
	1501-2000 ₺ arası	27	3,9259	,72991		
	2001-2500 ₺ arası	43	4,3256	,64442		
	2501- ₺ ve üzeri	113	4,4779	,78031		
Su sporları merkezinin çok güzel bir ortamı vardır	1000 ₺ ve alt	3	4,3333	1,15470	1,382	>0,05
	1001-1500 ₺ arası	5	4,2000	1,09545		
	1501-2000 ₺ arası	27	4,1111	,80064		
	2001-2500 ₺ arası	43	4,2558	,72680		
	2501- ₺ ve üzeri	113	4,4602	,77960		

Tablo 49’da ortam ile ilgili sorulara verilen cevaplar gelir durumu değişkenine göre karşılaştırıldığında, “su sporları merkezinin atmosferi keyif vericidir” ve “su sporları merkezindeki atmosfer mükemmeldir” değişkenlerinde $p < 0,05$ düzeyinde anlamlı farklılık görülürken, “su sporları merkezinin çok güzel bir ortamı vardır” değişkeninde herhangi bir farklılığa rastlanmamıştır.

Tablo 50. Ortam ile İlgili Soruların Gelir Durumuna Göre Tukey HSD Testi Sonuçları

	1000 ₺ ve altı- 1500 ₺ arası	1000 ₺ ve altı- 2000 ₺ arası	1000 ₺ ve altı- 2500 ₺ arası	1000 ₺ ve altı- 2501 ₺ ve üzeri	1001- 1500 ₺ arası- 1501- 2000 ₺ arası	1001- 1500 ₺ arası- 2001- 2500 ₺ arası	1001- 1500 ₺ arası- 2501 ₺ ve üzeri	1501- 2000 ₺ arası- 2001- 2500 ₺ arası	1501- 2000 ₺ arası- 2501 ₺ ve üzeri	2001- 2500 ₺ arası- 2501 ₺ üzeri
Su sporları merkezinin atmosferi keyif vericidir	-	-	-	-	-	-	-	-	*	-
Su sporları merkezindeki atmosfer mükemmeldir-	-	-	-	-	-	-	-	-	*	-
Su sporları merkezinin çok güzel bir ortamı vardır	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

Tablo 49’da yapılan Anova testine göre oluşan farklılıkların hangi gelir seviyesi gruplarından kaynaklandığını tespit etmek için yapılan Tukey HSD testine göre, “su sporları merkezinin atmosferi keyif vericidir” ve “su sporları merkezindeki atmosfer mükemmeldir” değişkenlerindeki farklılıklar 1501-2000₺ arası-2501₺ ve üzeri gruplardan kaynaklanmaktadır. “Su sporları merkezinin çok güzel bir ortamı vardır” değişkenindeki herhangi bir farklılık görülmemektedir.

Tablo 51. Eğlence ile İlgili Soruların Gelir Durumuna Göre Anova Testi Sonuçları

		N	Aritmetik ortalama	Standart Sapma	F	P
Alternatif eğlence yerleri yeterlidir	1000 ₺ ve alt	3	3,0000	1,73205	4,737	<0,05
	1001-1500 ₺ arası	5	3,4000	1,81659		
	1501-2000 ₺ arası	27	3,9630	,75862		
	2001-2500 ₺ arası	43	4,2093	,74188		
	2501- ₺ ve üzeri	113	4,3982	,79664		
Çeşitli eğlence alternatifleri bulunmaktadır	1000 ₺ ve alt	3	3,6667	2,30940	2,329	>0,05
	1001-1500 ₺ arası	5	3,8000	1,78885		
	1501-2000 ₺ arası	27	3,9259	,95780		
	2001-2500 ₺ arası	43	4,2093	,63838		
	2501- ₺ ve üzeri	113	4,3805	,80532		
Eğlence tesisleri keyif vericidir.	1000 ₺ ve alt	3	3,3333	2,08167	2,212	>0,05
	1001-1500 ₺ arası	5	4,0000	1,73205		
	1501-2000 ₺ arası	27	4,1852	,87868		
	2001-2500 ₺ arası	43	4,2791	,62965		
	2501- ₺ ve üzeri	113	4,4690	,81362		

Tablo 51’de eğlence ile ilgili sorulara verilen cevaplar gelir durumu değişkenine göre karşılaştırıldığında, “alternatif eğlence yerleri yeterlidir” değişkeninde $p < 0,05$ düzeyinde anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir. “Çeşitli eğlence alternatifleri bulunmaktadır” ve “eğlence tesisleri keyif vericidir” değişkenlerinde bir farklılık gözlemlenmemiştir.

Tablo 52. Eğlence ile İlgili Soruların Gelir Durumuna Göre Tukey HSD Testi Sonuçları

	1000 ₺ ve altı-1500 ₺ arası	1000 ₺ ve altı-2000 ₺ arası	1000 ₺ ve altı-2500 ₺ arası	1000 ₺ ve altı-2501 ₺ ve üzeri	1001-1500 ₺ arası-1501-2000 ₺ arası	1001-1500 ₺ arası-2001-2500 ₺ arası	1001-1500 ₺ arası-2501 ₺ ve üzeri	1501-2000 ₺ arası-2001-2500 ₺ arası	1501-2000 ₺ arası-2501 ₺ ve üzeri	2001-2500 ₺ arası-2501 ₺ ve üzeri
Alternatif eğlence yerleri yeterlidir	-	-	-	*	-	-	-	-	-	-
Çeşitli eğlence alternatifleri bulunmaktadır	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Eğlence tesisleri keyif vericidir	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

Tablo 51’de yapılan Anova testine göre oluşan farklılıkların hangi gelir seviyesi gruplarından kaynaklandığını tespit etmek için yapılan Tukey HSD testine göre, “alternatif eğlence yerleri yeterlidir” değişkenindeki farklılıklar 1000₺ ve altı-1501-2000₺ arası gruplarından kaynaklanmaktadır. “Çeşitli eğlence alternatifleri bulunmaktadır” ve “eğlence tesisleri keyif vericidir” değişkenlerinde herhangi bir farklılık gözlemlenmemiştir.

Erkek Katılımcıların Anova ve Tukey Analizi Sonuçları

Tablo 53. Eğitimle ilgili Soruların Yaşa Göre Anova Testi Sonuçları

		N	Aritmetik ortalama	Standart Sapma	F	p
Su sporları eğitmenlerinin dersteki eğitimi iyidir	20 yaş ve altı	22	4,5909	,95912	3,482	<0,05
	21-30 yaş arası	122	4,3770	,78549		
	31-40 yaş arası	45	4,2222	,79455		
	41-50 yaş arası	15	4,4667	,63994		
	51 yaş ve üzeri	2	2,5000	2,12132		
Su sporları eğitmenleri bilgilidir	20 yaş ve altı	22	4,5455	,67098	1,937	>0,05
	21-30 yaş arası	122	4,4426	,72783		
	31-40 yaş arası	45	4,3778	,91176		
	41-50 yaş arası	15	4,4667	,63994		
	51 yaş ve üzeri	2	3,0000	1,41421		
Su sporları eğitmenleri iyi eğitilidir	20 yaş ve altı	22	4,4545	,80043	2,893	<0,05
	21-30 yaş arası	122	4,4918	,60638		
	31-40 yaş arası	45	4,3556	,82999		
	41-50 yaş arası	15	4,4000	,63246		
	51 yaş ve üzeri	2	3,5000	2,12132		
Su sporları eğitmenleri arkadaş canlısıdır	20 yaş ve altı	22	4,8182	,39477	1,758	>0,05
	21-30 yaş arası	122	4,4836	,72992		
	31-40 yaş arası	45	4,3778	,91176		
	41-50 yaş arası	15	4,4667	1,06010		
	51 yaş ve üzeri	2	4,5000	,70711		

Tablo 53'te eğitimle ilgili soruların yaş değişkenine göre farklılıkları incelendiğinde, “su sporları eğitmenlerinin dersteki eğitimi iyidir” ve “su sporları eğitmenleri iyi eğitilidir” sorularında $p < 0,05$ düzeyinde anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir. “su sporları eğitmenleri bilgilidir” ve “su sporları eğitmenleri arkadaş canlısıdır” değişkenlerinde bir farklılık gözlemlenmemiştir.

Tablo 54. Eğitimcilerle İlgili Soruların Yaşa Göre Tukey HSD Testi Sonuçları

	20 yaş ve altı- 21- 30 yaş arası	20 yaş ve altı- 31- 40 yaş arası	20 yaş ve altı- 41- 50 yaş arası	20 yaş ve altı- 50 yaş ve üzeri	21-30 yaş arası- 31-40 yaş arası	21-30 yaş arası- 41-50 yaş arası	21- 30 yaş arası- 51 yaş ve üzeri	31-40 yaş arası- 41-50 yaş arası	31- 40 yaş arası- 51 yaş ve üzeri	41- 50 yaş arası- 51 yaş ve üzeri
Su sporları eğitmenlerinin dersteki eğitimi iyidir	-	-	-	*	-	-	*	-	*	*
Su sporları eğitmenleri bilgilidir	-	-	-	*	-	-	-	-	-	-
Su sporları eğitmenleri iyi eğitlidir	-	-	-	-	-	-	-	-	*	-
Su sporları eğitmenleri arkadaş canlıdır	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

Tablo 53'te yapılan Anova testine göre oluşan farklılıkların hangi yaş gruplarından kaynaklandığını tespit etmek için yapılan Tukey HSD testine göre; "su sporları eğitimcilerinin dersteki eğitimi iyidir" değişkenindeki farklılıklar 20 yaş ve altı-50 yaş ve üzeri, 21-30 yaş arası-51 yaş ve üzeri, 31-40 yaş arası-51 yaş ve üzeri ve 41-50 yaş arası-51 yaş ve üzeri gruplarından kaynaklanmaktadır. "Su sporları eğitimcileri bilgilidir" değişkenindeki farklılıklar 20 yaş ve altı-50 yaş ve üzeri gruplarından kaynaklanmaktadır. "Su sporları eğitimcileri iyi eğitlidir" sorusundaki farklılıklar 31-40 yaş arası-51 yaş ve üzeri gruplarından kaynaklanmaktadır. " Su sporları eğitimcileri arkadaş canlıdır" değişkeninde bir farklılık gözlemlenmemiştir.

Tablo 55. Su Sporları Tesisleri ve Malzemeleri ile İlgili Soruların Yaşa Göre Anova Testi Sonuçları

		N	Aritmetik Ortalama	Standart Sapma	F	p
Su sporları eğitim alanları yeterli büyüklüğe sahiptir	20 yaş ve altı	22	4,3636	1,00216	1,227	>0,05
	21-30 yaş arası	122	4,4754	,70668		
	31-40 yaş arası	45	4,3778	,77720		
	41-50 yaş arası	15	4,3333	1,04654		
	51 yaş ve üzeri	2	4,5000	,70711		
Su sporları eğitim alanlarının sayısı yeterlidir.	20 yaş ve altı	22	4,4091	1,00755	,252	>0,05
	21-30 yaş arası	122	4,4754	,72969		
	31-40 yaş arası	45	4,4444	,75545		
	41-50 yaş arası	15	4,4000	1,05560		
	51 yaş ve üzeri	2	4,5000	,70711		
Su sporları eğitim alanları temiz ve bakımlıdır	20 yaş ve altı	22	4,5455	,73855	,060	>0,05
	21-30 yaş arası	122	4,4508	,65685		
	31-40 yaş arası	45	4,4889	,86923		
	41-50 yaş arası	15	4,2000	1,14642		
	51 yaş ve üzeri	2	4,0000	1,41421		
Su sporları malzemeleri moderndir	20 yaş ve altı	22	4,5000	,74001	,689	>0,05
	21-30 yaş arası	122	4,4836	,65849		
	31-40 yaş arası	45	4,5111	,86923		
	41-50 yaş arası	15	4,3333	1,11270		
	51 yaş ve üzeri	2	3,5000	2,12132		

Tablo 55’te su sporları tesisleri ve malzemeleri ile ilgili sorulara verilen cevaplar yaş değişkenine göre karşılaştırıldığında “su sporları eğitim alanları yeterli büyüklüğe sahiptir”, “su sporları eğitim alanları temiz ve bakımlıdır”, “su sporları eğitim alanlarının sayısı yeterlidir” ve “su sporları malzemeleri moderndir” değişkenlerinde herhangi bir farklılığa rastlanmamıştır.

Tablo 56. Su Sporları Tesisleri ve Malzemeleri ile İlgili Soruların Yaşa Göre Tukey HSD Testi Sonuçları

	20 yaş ve altı-21-30 yaş arası	20 yaş ve altı-31-40 yaş arası	20 yaş ve altı-41-50 yaş arası	20 yaş ve altı-50 yaş ve üzeri	21-30 yaş arası-31-40 yaş arası	21-30 yaş arası-41-50 yaş arası	21-30 yaş arası-51 yaş ve üzeri	31-40 yaş arası-41-50 yaş arası	31-40 yaş arası-51 yaş ve üzeri	41-50 yaş arası-51 yaş ve üzeri
Su sporları eğitim alanları yeterli büyüklüğe sahiptir	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Su sporları eğitim alanlarının sayısı yeterlidir	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Su sporları eğitim alanları temiz ve bakımlıdır	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Su sporları malzemeleri moderndir	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

Tablo 55’te yapılan Anova testine göre oluşan farklılıkların hangi yaş gruplarından kaynaklandığını tespit etmek için yapılan Tukey HSD testine göre, “su sporları eğitim alanları yeterli büyüklüğe sahiptir”, “su sporları eğitim alanlarının sayısı yeterlidir”, “su sporları malzemeleri moderndir” ve “su sporları eğitim alanları temiz ve bakımlıdır” değişkenlerinde bir farklılık görülmemektedir.

Tablo 57. Konaklama İşletmesi ile İlgili Soruların Yaşa Göre Anova Testi Sonuçları

		N	Aritmetik Ortalama	Standart Sapma	F	p
Konaklama işletmesi rahattır	20 yaş ve altı	22	4,2273	1,02036	2,893	<0,05
	21-30 yaş arası	122	4,3361	,72283		
	31-40 yaş arası	45	4,3778	,68387		
	41-50 yaş arası	15	4,2000	1,01419		
	51 yaş ve üzeri	2	2,5000	2,12132		
Konaklama işletmesi çalışanları naziktir	20 yaş ve altı	22	4,4545	,80043	0,775	>0,05
	21-30 yaş arası	122	4,4918	,60638		
	31-40 yaş arası	45	4,3556	,82999		
	41-50 yaş arası	15	4,4000	,63246		
	51 yaş ve üzeri	2	3,5000	2,12132		
Konaklama işletmesi temiz ve bakımlıdır	20 yaş ve altı	22	4,2727	,93513	3,144	<0,05
	21-30 yaş arası	122	4,5082	,64598		
	31-40 yaş arası	45	4,2667	,80904		
	41-50 yaş arası	15	4,3333	,61721		
	51 yaş ve üzeri	2	3,0000	1,41421		
Konaklama işletmesi çalışanları yardım etmeye isteklidir	20 yaş ve altı	22	4,3182	,94548	,872	>0,05
	21-30 yaş arası	122	4,3852	,68571		
	31-40 yaş arası	45	4,2444	,85694		
	41-50 yaş arası	15	4,2667	,88372		
	51 yaş ve üzeri	2	3,5000	2,12132		

Tablo 57’de konaklama işletmesi ile ilgili sorulara verilen cevaplar yaş değişkenine göre karşılaştırıldığında, “konaklama işletmesi rahattır” ve “konaklama işletmesi temiz ve bakımlıdır” sorularında $p < 0,05$ düzeyinde anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir. “Konaklama işletmesi çalışanları naziktir” ve “konaklama işletmesi çalışanları yardım etmeye isteklidir” sorularında bir farklılığa rastlanmamıştır.

Tablo 58. Konaklama İşletmesi ile İlgili Soruların Yaşa Göre Tukey HSD Testi Sonuçları

	20 yaş ve altı-21-30 yaş arası	20 yaş ve altı-31-40 yaş arası	20 yaş ve altı-41-50 yaş arası	20 yaş ve altı-50 yaş ve üzeri	21-30 yaş arası-31-40 yaş arası	21-30 yaş arası-41-50 yaş arası	21-30 yaş arası-51 yaş ve üzeri	31-40 yaş arası-41-50 yaş arası	31-40 yaş arası-51 yaş ve üzeri	41-50 yaş arası-51 yaş ve üzeri
Konaklama işletmesi rahattır	-	-	-	-	-	-	*	-	*	*
Konaklama işletmesi çalışanları naziktir	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Konaklama işletmesi temiz ve bakımlıdır	-	-	-	-	-	-	*	-	-	-
Konaklama işletmesi çalışanları yardım etmeye isteklidir	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

Tablo 57’de yapılan Anova testine göre oluşan farklılıkların hangi yaş gruplarından kaynaklandığını tespit etmek için yapılan Tukey HSD testine göre, “konaklama işletmesi rahattır” değişkenindeki farklılıklar 21-30 yaş arası-51 yaş ve üzeri, 31-40 yaş arası-51 yaş ve üzeri ve 41-50 yaş arası-51 yaş ve üzeri gruplarından kaynaklanmaktadır. “Konaklama işletmesi temiz ve bakımlıdır” değişkenindeki farklılıklar 21-30 yaş arası-51 yaş ve üzeri gruplardan kaynaklanmaktadır. “Konaklama işletmesi çalışanları naziktir” ve “konaklama işletmesi çalışanları yardım etmeye isteklidir” değişkenlerinde yaşlara göre herhangi bir farklılık görülmemektedir.

Tablo 59. Ortam ile İlgili Soruların Yaşa Göre Anova Testi Sonuçları

		N	Aritmetik Ortalama	Standart Sapma	F	p
Su sporları merkezinin atmosferi keyif vericidir	20 yaş ve altı	22	4,4545	,96250	2,332	<0,05
	21-30 yaş arası	122	4,4918	,68328		
	31-40 yaş arası	45	4,3111	,79264		
	41-50 yaş arası	15	4,3333	,81650		
	51 yaş ve üzeri	2	3,0000	1,41421		
Su sporları merkezindeki atmosfer mükemmeldir	20 yaş ve altı	22	4,5000	,85912	,701	>0,05
	21-30 yaş arası	122	4,4590	,74020		
	31-40 yaş arası	45	4,3333	,79772		
	41-50 yaş arası	15	4,2000	,94112		
	51 yaş ve üzeri	2	4,0000	1,41421		
Su sporları merkezinin çok güzel bir ortamı vardır	20 yaş ve altı	22	4,4545	,91168	2,511	<0,05
	21-30 yaş arası	122	4,4918	,73006		
	31-40 yaş arası	45	4,2889	,75745		
	41-50 yaş arası	15	4,2667	,79881		
	51 yaş ve üzeri	2	3,0000	,00000		

Tablo 59’da ortam ile ilgili sorulara verilen cevaplar yaş değişkenine göre karşılaştırıldığında, “su sporları merkezinin atmosferi keyif vericidir” ve “su sporları merkezinin çok güzel bir ortamı vardır” seçeneklerinde $p < 0,05$ düzeyinde anlamlı farklılık bulunurken, “su sporları merkezindeki atmosfer mükemmeldir” değişkeninde herhangi bir farklılığa rastlanmamıştır.

Tablo 60. Ortam ile İlgili Soruların Yaşa Göre Tukey HSD Testi Sonuçları

	20 yaş ve altı-21-30 yaş arası	20 yaş ve altı-31-40 yaş arası	20 yaş ve altı-41-50 yaş arası	20 yaş ve altı-50 yaş ve üzeri	21-30 yaş arası-31-40 yaş arası	21-30 yaş arası-41-50 yaş arası	21-30 yaş arası-51 yaş ve üzeri	31-40 yaş arası-41-50 yaş arası	31-40 yaş arası-51 yaş ve üzeri	41-50 yaş arası-51 yaş ve üzeri
Su sporları merkezinin atmosferi keyif vericidir	-	-	-	-	-	-	*	-	-	-
Su sporları merkezindeki atmosfer mükemmeldir	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Su sporları merkezinin çok güzel bir ortamı vardır	-	-	-	-	-	-	*	-	-	-

Tablo 59’da yapılan Anova testine göre oluşan farklılıkların hangi yaş gruplarından kaynaklandığını tespit etmek için yapılan Tukey HSD testine göre, “su sporları merkezindeki atmosfer mükemmeldir” değişkeninde yaş grupları arasında herhangi bir farklılığa rastlanmamıştır. “Su sporları merkezinin atmosferi keyif vericidir” ve “su sporları merkezinin çok güzel bir ortamı vardır” değişkenindeki farklılıklar 21-30 yaş arası-51 yaş ve üzeri gruplarından kaynaklandığı Tablo 60’ta görülmektedir.

Tablo 61. Eğlence ile İlgili Soruların Yaşa Göre Anova Testi Sonuçları

		N	Aritmetik Ortalama	Standart Sapma	F	p
Alternatif eğlence yerleri yeterlidir	20 yaş ve altı	22	4,2273	1,02036	1,674	>0,05
	21-30 yaş arası	122	4,4344	,73841		
	31-40 yaş arası	45	4,1556	,87790		
	41-50 yaş arası	15	4,2667	,79881		
	51 yaş ve üzeri	2	3,5000	,70711		
Çeşitli eğlence alternatifleri bulunmaktadır	20 yaş ve altı	22	4,4091	,95912	,569	>0,05
	21-30 yaş arası	122	4,3607	,87259		
	31-40 yaş arası	45	4,1556	,95240		
	41-50 yaş arası	15	4,3333	,61721		
	51 yaş ve üzeri	2	4,0000	1,41421		
Eğlence tesisleri keyif vericidir	20 yaş ve altı	22	4,3636	1,00216	,158	>0,05
	21-30 yaş arası	122	4,4098	,81061		
	31-40 yaş arası	45	4,3556	,80214		
	41-50 yaş arası	15	4,4000	,63246		
	51 yaş ve üzeri	2	4,0000	,00000		

Tablo 61’de eğlence ile ilgili sorulara verilen cevaplar yaş değişkenine göre karşılaştırıldığında, “alternatif eğlence yerleri yeterlidir”, “çeşitli eğlence alternatifleri bulunmaktadır” ve “eğlence tesisleri keyif vericidir” değişkenlerinde $p < 0,05$ düzeyinde anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir.

Tablo 62. Eğlence ile İlgili Soruların Yaşa Göre Tukey HSD Testi Sonuçları

	20 yaş ve altı- 21- 30 yaş arası	20 yaş ve altı- 31- 40 yaş arası	20 yaş ve altı- 41- 50 yaş arası	20 yaş ve altı- 50 yaş ve üzeri	21-30 yaş arası- 31-40 yaş arası	21-30 yaş arası- 41-50 yaş arası	21- 30 yaş arası- 51 yaş ve üzeri	31-40 yaş arası- 41-50 yaş arası	31- 40 yaş arası- 51 yaş ve üzeri	41- 50 yaş arası- 51 yaş ve üzeri
Alternatif eğlence yerleri yeterlidir	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Çeşitli eğlence alternatifleri bulunmaktadır	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Eğlence tesisleri keyif vericidir	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

Tablo 61’de yapılan Anova testine göre oluşan farklılıkların hangi yaş gruplarından kaynaklandığını tespit etmek için yapılan Tukey HSD testine göre, “alternatif eğlence yerleri yeterlidir”, “çeşitli eğlence alternatifleri bulunmaktadır” ve “eğlence tesisleri keyif vericidir” değişkenlerinde yaşlara göre herhangi bir farklılığa rastlanmamıştır.

Tablo 63. Öğretmenler ile İlgili Soruların Gelir Durumuna Göre Anova Testi Sonuçları

		N	Aritmetik Ortalama	Standart Sapma	F	p
Su sporları öğretmenlerinin dersteki eğitimi iyidir	1000 ₺ ve alt	6	4,5000	1,22474	5,199	<0,05
	1001-1500 ₺ arası	9	4,0000	1,22474		
	1501-2000 ₺ arası	24	3,7917	1,14129		
	2001-2500 ₺ arası	54	4,2593	,82839		
	2501- ₺ ve üzeri	113	4,5398	,61289		
Su sporları öğretmenleri bilgilidir	1000 ₺ ve alt	6	3,8333	,40825	4,174	<0,05
	1001-1500 ₺ arası	9	3,8889	1,26930		
	1501-2000 ₺ arası	24	4,0833	,77553		
	2001-2500 ₺ arası	54	4,4815	,84095		
	2501- ₺ ve üzeri	113	4,5487	,65453		
Su sporları öğretmenleri iyi eğitilidir	1000 ₺ ve alt	6	4,0000	1,09545	3,325	<0,05
	1001-1500 ₺ arası	9	3,8889	1,26930		
	1501-2000 ₺ arası	24	4,0833	,88055		
	2001-2500 ₺ arası	54	4,4259	,71643		
	2501- ₺ ve üzeri	113	4,5310	,68231		
Su sporları öğretmenleri arkadaş canlısıdır	1000 ₺ ve alt	6	4,5000	,54772	1,533	>0,05
	1001-1500 ₺ arası	9	4,1111	1,36423		
	1501-2000 ₺ arası	24	4,3333	,76139		
	2001-2500 ₺ arası	54	4,4074	,92182		
	2501- ₺ ve üzeri	113	4,6018	,63443		

Tablo 63'te öğretmenler ile ilgili sorulara verilen cevaplar gelir durumu değişkenine göre karşılaştırıldığında, “su sporları öğretmenlerinin dersteki eğitimi iyidir”, “su sporları öğretmenleri bilgilidir” değişkenlerinde $p < 0,05$ düzeyinde anlamlı farklılıklar bulunurken, “su sporları öğretmenleri iyi eğitilidir” ve “su sporları öğretmenleri arkadaş canlısıdır” değişkenlerinde herhangi bir farklılığa rastlanmamıştır.

Tablo 64. Eğitmenler ile İlgili Soruların Gelir Durumuna Göre Tukey HSD Testi Sonuçları

	1000 ₺ ve altı-1001-1500 ₺ arası	1000 ₺ ve altı-1501-2000₺ arası	1000 ₺ ve altı-2001-2500₺ arası	1000 ₺ ve altı-2501 ₺ ve üzeri	1001-1500 ₺ arası-1501-2000 ₺ arası	1001-1500 ₺ arası-2001-2500 ₺ arası	1001-1500 ₺ arası-2501 ₺ ve üzeri	1501-2000 ₺ arası-2001-2500 ₺ arası	1501-2000 ₺ arası-2501 ₺ ve üzeri	2001-2500 ₺ arası-2501 ₺ üzeri
Su sporları eğitmenlerinin dersteki eğitimi iyidir	-	-	-	-	-	-	-	-	*	-
Su sporları eğitmenleri bilgilidir	-	-	-	-	-	-	-	-	*	-
Su sporları eğitmenleri iyi eğitilidir	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Su sporları eğitmenleri arkadaş canlısıdır	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

Tablo 63'te yapılan Anova testine göre oluşan farklılıkların hangi gelir seviyesi gruplarından kaynaklandığını tespit etmek için yapılan Tukey HSD testine göre, “su sporları eğitmenlerinin dersteki eğitimi iyidir” ve “su sporları eğitmenleri bilgilidir” değişkenindeki farklılıklar 1501-2000₺ arası-2501₺ üzeri gruplarından kaynaklanmaktadır.

Tablo 65. Su Sporları Tesisleri ve Malzemeleri ile İlgili Soruların Gelir Durumuna Göre Anova Testi Sonuçları

		N	Aritmetik Ortalama	Standart Sapma	F	p
Su sporları eğitim alanları yeterli büyüklüğe sahiptir	1000 ₺ ve alt	6	3,6667	1,50555	3,079	<0,05
	1001-1500 ₺ arası	9	4,4444	1,01379		
	1501-2000 ₺ arası	24	4,1667	,76139		
	2001-2500 ₺ arası	54	4,3704	,78419		
	2501- ₺ ve üzeri	113	4,5575	,68057		
Su sporları eğitim alanlarının sayısı yeterlidir	1000 ₺ ve alt	6	3,1667	1,32916	6,886	<0,05
	1001-1500 ₺ arası	9	4,2222	,97183		
	1501-2000 ₺ arası	24	4,1250	,85019		
	2001-2500 ₺ arası	54	4,5000	,77093		
	2501- ₺ ve üzeri	113	4,5929	,64969		
Su sporları eğitim alanları temiz ve bakımlıdır	1000 ₺ ve alt	6	3,8333	,40825	2,692	<0,05
	1001-1500 ₺ arası	9	4,3333	1,00000		
	1501-2000 ₺ arası	24	4,1250	,85019		
	2001-2500 ₺ arası	54	4,4630	,74512		
	2501- ₺ ve üzeri	113	4,5487	,71951		
Su sporları malzemeleri moderndir	1000 ₺ ve alt	6	4,0000	,63246	2,956	<0,05
	1001-1500 ₺ arası	9	4,5556	1,01379		
	1501-2000 ₺ arası	24	4,0417	,85867		
	2001-2500 ₺ arası	54	4,5556	,71814		
	2501- ₺ ve üzeri	113	4,5398	,73236		

Tablo 65’te su sporu tesisleri ve malzemeleri ile ilgili sorulara verilen cevaplar gelir durumu değişkenine göre karşılaştırıldığında, “su sporları eğitim alanları yeterli büyüklüğe sahiptir”, “su sporları eğitim alanlarının sayısı yeterlidir”, “su sporları eğitim alanları temiz ve bakımlıdır” ve “ su sporları malzemeleri moderndir” değişkenlerinde $p < 0,05$ düzeyinde anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir.

Tablo 66. Su Sporları Tesisleri ve Malzemeleri ile İlgili Soruların Gelir Durumuna Göre Tukey HSD Testi Sonuçları

	1000 ₺ ve altı-1001-1500 ₺ arası	1000 ₺ ve altı-1501-2000 ₺ arası	1000 ₺ ve altı-2001-2500 ₺ arası	1000 ₺ ve altı-2501 ₺ ve üzeri	1001-1500 ₺ arası-1501-2000 ₺ arası	1001-1500 ₺ arası-2001-2500 ₺ arası	1001-1500 ₺ arası-2501 ₺ ve üzeri	1501-2000 ₺ arası-2001-2500 ₺ arası	1501-2000 ₺ arası-2501 ₺ ve üzeri	2001-2500 ₺ arası-2501 ₺ üzeri
Su sporları eğitim alanları yeterli büyüklüğe sahiptir	-	-	-	*	-	-	-	-	-	-
Su sporları eğitim alanlarının sayısı yeterlidir	-	*	*	*	-	-	-	-	*	-
Su sporları eğitim alanları temiz ve bakımlıdır	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Su sporları malzemeleri modernidir	-	-	-	-	-	-	-	*	*	-

Tablo 65’te yapılan Anova testine göre oluşan farklılıkların hangi gelir seviyesi gruplarından kaynaklandığını tespit etmek için yapılan Tukey HSD testine göre, “su sporları eğitim alanları yeterli büyüklüğe sahiptir” değişkenindeki farklılıklar 1000₺ ve altı-2501₺ ve üzeri gruplarından kaynaklanmaktadır. “Su sporları eğitim alanlarının sayısı yeterlidir” değişkenindeki farklılıklar 1000₺ ve altı-2001-2500₺ arası, 1000₺ ve altı-2501₺ ve üzeri, 1501-2000₺ arası-2001-2500₺ arası ve 1501-2000₺ arası-2501₺ ve üzeri gruplarından kaynaklanmaktadır. “Su sporları eğitim alanları temiz ve bakımlıdır” değişkeninde farklılık görülmemektedir. “Su sporları malzemeleri modernidir” değişkenindeki farklılıklar 1501-2000₺ arası-2001-2500₺ arası ve 2001-2500₺ arası-2501₺ üzeri gruplardan kaynaklandığı Tablo 66’da görülmektedir.

Tablo 67. Konaklama İşletmesi ile İlgili Soruların Gelir Durumuna Göre Anova Testi Sonuçları

		N	Aritmetik Ortalama	Standart Sapma	F	p
Konaklama işletmesi rahattır	1000 ₺ ve alt	6	3,6667	,81650	4,295	<0,05
	1001-1500 ₺ arası	9	4,1111	,92796		
	1501-2000 ₺ arası	24	3,8750	1,03472		
	2001-2500 ₺ arası	54	4,2593	,73164		
	2501- ₺ ve üzeri	113	4,4690	,72050		
Konaklama işletmesi çalışanları naziktir	1000 ₺ ve alt	6	3,6667	,81650	3,388	<0,05
	1001-1500 ₺ arası	9	4,1111	,92796		
	1501-2000 ₺ arası	24	4,2500	,89685		
	2001-2500 ₺ arası	54	4,5185	,54047		
	2501- ₺ ve üzeri	113	4,5133	,66969		
Konaklama işletmesi temiz ve bakımlıdır	1000 ₺ ve alt	6	4,1667	,98319	,875	>0,05
	1001-1500 ₺ arası	9	4,2222	,97183		
	1501-2000 ₺ arası	24	4,2083	,88363		
	2001-2500 ₺ arası	54	4,4630	,63582		
	2501- ₺ ve üzeri	113	4,4425	,71885		
Konaklama işletmesi çalışanları yardım etmeye isteklidir	1000 ₺ ve alt	6	4,1667	,98319	3,647	<0,05
	1001-1500 ₺ arası	9	3,8889	,92796		
	1501-2000 ₺ arası	24	3,8750	,89988		
	2001-2500 ₺ arası	54	4,3889	,73758		
	2501- ₺ ve üzeri	113	4,4425	,71885		

Tablo 67’de konaklama işletmesi ile ilgili sorulara verilen cevaplar gelir durumu değişkenine göre karşılaştırıldığında, “konaklama işletmesi rahattır”, “konaklama işletmesi çalışanları naziktir” ve “konaklama işletmesi çalışanları yardım etmeye isteklidir” değişkenlerinde $p < 0,05$ düzeyinde anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir. “Konaklama işletmesi temiz ve bakımlıdır” sorusunda bir farklılık gözlemlenmemiştir.

Tablo 68. Konaklama İşletmesi ile İlgili Soruların Gelir Durumuna Göre Tukey HSD Testi Sonuçları

	1000 ₺ ve altı-1001-1500 ₺ arası	1000 ₺ ve altı-1501-2000₺ arası	1000 ₺ ve altı-2001-2500₺ arası	1000 ₺ ve altı-2501 ₺ ve üzeri	1001-1500 ₺ arası-1501-2000 ₺ arası	1001-1500 ₺ arası-2001-2500 ₺ arası	1001-1500 ₺ arası-2501 ₺ ve üzeri	1501-2000 ₺ arası-2001-2500 ₺ arası	1501-2000 ₺ arası-2501 ₺ ve üzeri	2001-2500 ₺ arası-2501 ₺ üzeri
Konaklama işletmesi rahattır	-	-	-	-	-	-	-	-	*	-
Konaklama işletmesi çalışanları naziktir	-	-	*	*	-	-	-	-	-	-
Konaklama işletmesi temiz ve bakımlıdır	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Konaklama işletmesi çalışanları yardım etmeye isteklidir	-	-	-	-	-	-	-	*	*	-

Tablo 67’de yapılan Anova testine göre oluşan farklılıkların hangi gelir seviyesi gruplarından kaynaklandığını tespit etmek için yapılan Tukey HSD testine göre, “konaklama işletmesi rahattır” değişkenindeki farklılıklar 1501-2000₺ arası-2501₺ ve üzeri gruplarından kaynaklanmaktadır. “Konaklama işletmesi çalışanları naziktir” değişkenindeki farklılıklar 1000₺ ve altı-2001-2500₺ arası ve 1000₺ altı-2501₺ ve üzeri gruplarından kaynaklanmaktadır. “Konaklama işletmesi temiz ve bakımlıdır” değişkeninde bir farklılık görülmemektedir. “Konaklama işletmesi çalışanları yardım etmeye isteklidir” değişkenindeki farklılıklar 1501-2000₺ arası-2001-2500₺ arası ve 1501-2000₺ arası-2501₺ ve üzeri gruplardan kaynaklandığı Tablo 68’de görülmektedir.

Tablo 69. Ortam ile İlgili Soruların Gelir Durumuna Göre Anova Testi Sonuçları

		N	Aritmetik Ortalama	Standart Sapma	F	p
Su sporları merkezinin atmosferi keyif vericidir	1000 ₺ ve alt	6	4,6667	,51640	1,943	>0,05
	1001-1500 ₺ arası	9	4,5556	1,01379		
	1501-2000 ₺ arası	24	4,0417	,95458		
	2001-2500 ₺ arası	54	4,4074	,71424		
	2501- ₺ ve üzeri	113	4,4867	,72105		
Su sporları merkezindeki atmosfer mükemmeldir	1000 ₺ ve alt	6	4,8333	,40825	2,238	>0,05
	1001-1500 ₺ arası	9	4,5556	1,01379		
	1501-2000 ₺ arası	24	4,0417	,99909		
	2001-2500 ₺ arası	54	4,3519	,80464		
	2501- ₺ ve üzeri	113	4,4867	,69584		
Su sporları merkezinin çok güzel bir ortamı vardır	1000 ₺ ve alt	6	4,6667	,51640	2,134	>0,05
	1001-1500 ₺ arası	9	4,5556	1,01379		
	1501-2000 ₺ arası	24	4,0000	1,02151		
	2001-2500 ₺ arası	54	4,4444	,71814		
	2501- ₺ ve üzeri	113	4,4602	,70755		

Tablo 69’da ortam ile ilgili sorulara verilen cevaplar gelir durumu değişkenine göre karşılaştırıldığında, “su sporları merkezinin atmosferi keyif vericidir”, “su sporları merkezindeki atmosfer mükemmeldir” ve “su sporları merkezinin çok güzel bir ortamı vardır” seçeneklerinde herhangi bir farklılığa rastlanmamıştır.

Tablo 70. Ortam ile İlgili Soruların Gelir Durumuna Göre Tukey HSD Testi Sonuçları

	1000 ₺ ve altı- 1001- 1500 ₺ arası	1000 ₺ ve altı- 1501- 2000₺ arası	1000 ₺ ve altı- 2001- 2500₺ arası	1000 ₺ ve altı- 2501 ₺ ve üzeri	1001- 1500₺ arası- 1501- 2000₺ arası	1001- 1500₺ arası- 2001- 2500₺ arası	1001- 1500₺ arası- 2501₺ ve üzeri	1501- 2000₺ arası- 2001- 2500₺ arası	1501- 2000₺ arası- 2501₺ ve üzeri	2001- 2500₺ arası- 2501₺ üzeri
Su sporları merkezinin atmosferi keyif vericidir	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Su sporları merkezindeki atmosfer mükemmeldir-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Su sporları merkezinin çok güzel bir ortamı vardır	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

Tablo 69’da yapılan Anova testine göre oluşan farklılıkların hangi gelir seviyesi gruplarından kaynaklandığını tespit etmek için yapılan Tukey HSD testine göre, “su sporları merkezinin atmosferi keyif vericidir”, “su sporları merkezindeki atmosfer mükemmeldir” ve “su sporları merkezinin çok güzel bir ortamı vardır” değişkenlerinde herhangi bir farklılık görülmemektedir.

Tablo 71. Eğlence ile İlgili Soruların Gelir Durumuna Göre Anova Testi Sonuçları

		N	Aritmetik Ortalama	Standart Sapma	F	p
Alternatif eğlence yerleri yeterlidir	1000 ₺ ve alt	6	4,1667	,40825	2,464	<0,05
	1001-1500 ₺ arası	9	4,2222	,97183		
	1501-2000 ₺ arası	24	3,8750	,99181		
	2001-2500 ₺ arası	54	4,3704	,73449		
	2501- ₺ ve üzeri	113	4,4248	,78837		
Çeşitli eğlence alternatifleri bulunmaktadır	1000 ₺ ve alt	6	4,5000	,54772	2,999	<0,05
	1001-1500 ₺ arası	9	4,3333	1,00000		
	1501-2000 ₺ arası	24	3,7500	1,15156		
	2001-2500 ₺ arası	54	4,3333	,82416		
	2501- ₺ ve üzeri	113	4,4159	,82078		
Eğlence tesisleri keyif vericidir	1000 ₺ ve alt	6	4,3333	,51640	1,275	>0,05
	1001-1500 ₺ arası	9	4,4444	1,13039		
	1501-2000 ₺ arası	24	4,0417	,99909		
	2001-2500 ₺ arası	54	4,4259	,68960		
	2501- ₺ ve üzeri	113	4,4425	,80109		

Tablo 71’de eğlence ile ilgili sorulara verilen cevaplar gelir durumu değişkenine göre karşılaştırıldığında, “alternatif eğlence yerleri yeterlidir” ve “çeşitli eğlence alternatifleri bulunmaktadır” değişkenlerinde $p < 0,05$ düzeyinde anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir. “Eğlence tesisleri keyif vericidir” değişkeninde farklılık görülmemektedir.

Tablo 72. Eğlence ile İlgili Soruların Gelir Durumuna Göre Tukey HSD Testi Sonuçları

	1000 ₺ ve altı-1500 ₺ arası	1000 ₺ ve altı-1501-2000 ₺ arası	1000 ₺ ve altı-2001-2500 ₺ arası	1000 ₺ ve altı-2501 ₺ ve üzeri	1001-1500 ₺ arası-1501-2000 ₺ arası	1001-1500 ₺ arası-2001-2500 ₺ arası	1001-1500 ₺ arası-2501 ₺ ve üzeri	1501-2000 ₺ arası-2001-2500 ₺ arası	1501-2000 ₺ arası-2501 ₺ ve üzeri	2001-2500 ₺ arası-2501 ₺ üzeri
Alternatif eğlence yerleri yeterlidir	-	-	-	-	-	-	-	-	*	-
Çeşitli eğlence alternatifleri bulunmaktadır	-	-	-	-	-	-	-	*	*	-
Eğlence tesisleri keyif vericidir	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

Tablo 71’de yapılan Anova testine göre oluşan farklılıkların hangi gelir seviyesi gruplarından kaynaklandığını tespit etmek için yapılan Tukey HSD testine göre, “alternatif eğlence yerleri yeterlidir” değişkenindeki farklılıklar 1501-2000 ₺ arası-2501 ₺ ve üzeri gruplarından kaynaklanmaktadır. “Çeşitli eğlence alternatifleri bulunmaktadır” değişkenindeki farklılıklar 1501-2000 ₺ arası-2501 ₺ ve üzeri gruplardan kaynaklanmaktadır. “Eğlence tesisleri keyif vericidir” değişkeninde herhangi bir farklılık görülmemektedir.

5. TARTIŞMA VE SONUÇ

Su sporları sektöründe hizmet veren spor işletmeleri ve konaklama işletmelerinin yüksek ve düşük sezon ayrımı gözetmeksizin müşteri memnuniyetlerini belirli bir standartta tutmaları gerekmektedir. Ancak bu işletmelerin mevsimsel yoğunluk farklılıklarından kaynaklanan müşteri sayılarındaki artış ve azalışa bağlı olarak hizmet standartlarına yansıttıkları düşüşler, yoğunluğun az olduğu düşük sezonda ülkemizdeki bu işletmelerden hizmet alan müşterilerin beklentilerinin karşılanmamasına neden olmaktadır.

Elde edilen veriler doğrultusunda araştırmaya katılan bireylerin, cinsiyetleri incelendiğinde 206'sının (%51,9) erkek ve 191'inin (%48,1) kadın olduğu, yaş dağılımları incelendiğinde %12,8'inin 20 yaş ve altında, %59,2'sinin 21-30 yaş arasında, %20,9'unun 31-40 yaş arasında, %6,3'ünün 41-50 yaş arasında ve %0,8'inin 51 yaş ve üzerinde olduğu, daha önce bir kampa katıldınız mı sorusuna 180 kişinin (%45,3) evet ve 217 kişinin (%54,7) hayır şeklinde ve aile gelir durumlarının %2,3'ünün aylık 1000₺ ve altı gelir düzeyinde, %3,5'inin 1001-1500₺ arası gelir düzeyinde, %12,8'inin 1501-2000₺ arası gelir düzeyinde, %24,4'ünün 2001-2500₺ arası gelir düzeyinde ve %56,9'unun 2501₺ ve üzeri gelir düzeyinde olduğu belirlenmiştir.

Ergin'in (2011) yapmış olduğu çalışmada araştırmaya katılan deneklerin %62,6'sının erkek ve %37,4'ünün kadın olduğunu belirtmiştir. %33,62' sının 36-45, % 30, 1' inin 26-35 yaş aralığında olduğu görülmektedir(Ergin 2011).

Sportif amaçlı katılımın temel alındığı turizm aktivitelerinde, turistlerin kararlarını etkileyen belirleyici faktörlerin bulunduğu söylenebilir. Bu faktörlere ilişkin hizmet kalitesi algıları, bireylerin tatillerini geçirecekleri yerin seçimine ilişkin karar alma süreçlerinde etkin rol oynamaktadır(Gençer 2008).

Demir'in (2010) yapmış olduğu çalışmada katılımcılarının 131'i kadın (%43,1), 173'ü erkeklerden (% 56.9) oluşmaktadır. Aylık ortalama gelir durumlarını; 57'si (% 18,8) 1000₺ ve altı, 99'nun (% 32,6) 1001- 2000₺, 88'nin (% 28,9) 2001-3000₺, 32'sinin (% 10,5) 3001-4000₺, 13'nün (% 4,3) 4001-5000₺, 15'nin (% 4,9) 5001₺ ve üzeri olduğunu belirtmiştir(Demir 2010).

Müşteriler kendilerine sunulan hizmetten memnun olduğu sürece, aynı işletmeyle çalışmaya devam etmektedirler. Günümüzde müşteri memnuniyetinin oluşması yeterli olmamakta, müşteri sadakatinin de sağlanması gerekmektedir. Müşteri memnuniyetinin sağlanması müşterinin sadakatini her zaman sağlamamaktadır. Müşteri memnuniyetinin sadakate dönüşmesi için müşterilerle sürekli iletişim kurulması, ihtiyaç ve beklentilerinin karşılanması ve yüksek kaliteli hizmetin sunulmasıyla gerçekleşebilir. Müşteri bağımlılığının oluşması firmanın karlılığına olumlu katkıları olacaktır(Coşar 2006).

Elde edilen veriler doğrultusunda cinsiyetler açısından Crostabulation analizine göre ölçek soruları değerlendirilmiştir. Bu değerlendirmelerde “su sporları eğitmenlerinin dersteki eğitimi iyidir” sorusuna erkek katılımcıların %26,9'u ve kadın katılımcıların %23,7'si kesinlikle katılıyorum şeklinde cevap vermişlerdir(Tablo 15). “Su sporları eğitmenleri bilgilidir” sorusunda erkekler %29 ve kadınlar %28 ile kesinlikle katılıyorum cevabını vermişlerdir(Tablo 16). “Su sporları eğitmenleri iyi eğitimlidir” sorusuna erkek katılımcılar %28,5 ve kadın katılımcılar %26,7 ile kesinlikle katılıyorum cevabını vermişlerdir(Tablo 17). “Su sporları eğitmenleri arkadaş canlısıdır” sorusuna erkekler %31,4 ve kadınlar %27 ile kesinlikle katılıyorum şeklinde cevap vermişlerdir(Tablo 18). “Su sporları eğitim alanları yeterli büyüklüğe sahiptir” sorusuna erkeklerin %29,5'i ve kadınların %24,4'ü kesinlikle katılıyorum şeklinde(Tablo 19), “su sporu eğitim alanlarının sayısı yeterlidir” sorusuna erkek katılımcılar %30,5 ve kadın katılımcılar %23,2 ile kesinlikle katıldıklarını(Tablo 20), “su sporu eğitim alanları temiz ve bakımlıdır” sorusuna erkek katılımcıların %29,5'i ve kadın katılımcıların %26,4'ü kesinlikle katıldıklarını bildirmişlerdir(Tablo 21). “Su sporu malzemeleri moderndir” sorusuna

erkekler %31 ve kadınlar %25,2 ile kesinlikle katıldıklarını belirtmişlerdir(Tablo 22). “Konaklama işletmeleri rahattır” sorusuna erkek katılımcılar %24,9 ve kadın katılımcılar %23,7 ile kesinlikle katılıyorum şeklinde cevap vermişlerdir(Tablo 23). “Konaklama işletmeleri çalışanları naziktir” sorusuna erkek katılımcıların %28,2’si ve kadın katılımcıların %23,9’u kesinlikle katılıyorum şeklinde(Tablo 24), “konaklama işletmeleri temiz ve bakımlıdır” sorusu incelendiğinde, erkek katılımcıların %27’si ve kadın katılımcıların %24,2’si kesinlikle katılıyorum şeklinde(Tablo 25), “konaklama işletmeleri çalışanları yardım etmeye isteklidir” sorusunda erkek katılımcılar %25,4 ile ve kadın katılımcılar %23,4 ile kesinlikle katılıyorum şeklinde(Tablo 26), “su sporları merkezinin atmosferi keyif vericidir” sorusunu erkek katılımcıların %29’u ve kadın katılımcıların %24,9’u kesinlikle katılıyorum (Tablo 27), “su sporları merkezinin atmosferi mükemmeldir” sorusuna erkek katılımcıların %29,2’si ve kadın katılımcıların %24,2’si kesinlikle katıldıklarını (Tablo 28), “su sporları merkezinin çok güzel bir ortamı vardır” sorusu incelendiğinde erkek katılımcıların %29’u ve kadın katılımcıların %25,2’si kesinlikle katıldıkları(Tablo 29), “alternatif eğlence yerleri yeterlidir” sorusuna bakıldığında erkek katılımcıların %25,4’ü ve kadın katılımcıların %21,4’ü kesinlikle katıldıklarını(Tablo 30), “çeşitli eğlence alternatifleri bulunmaktadır” sorusu incelendiğinde erkek katılımcıların %26,4’ü ve kadın katılımcıların %21,7’si kesinlikle katılıyorum(Tablo 31) ve “eğlence tesisleri keyif vericidir” sorusuna erkek katılımcıların %28’i ve kadın katılımcıların %23,4’ü kesinlikle katılıyorum şeklinde cevap verdikleri belirlenmiştir.

Yapılan k-kare analizine göre “su sporu eğitmenleri eğitimidir” ve “su sporu eğitim alanlarının sayısı yeterlidir” sorularında cinsiyetler açısından $p<0,05$ düzeyinde anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir.

Modern pazarlamada müşteri memnuniyetinin sağlanması önemlidir. Müşterilerin istek ve gereksinimlerine uygun mal ve hizmetlerin pazara sunulması ile müşteri doyumu sağlanabilir. Müşterilerin istek ve gereksinimlerinin belirlenmesi ile gizlenmiş istek ve gereksinimlerinin ortaya çıkarılması amacı ile davranış bilimleri yardımı ile tüketici davranışları analiz edilmeye çalışılmaktadır. Bu durumda

müşterilerin giderek bilinçlenmesi nedeni ile modern pazarlamada asıl amaç müşteri memnuniyeti haline gelmiştir(Midilli 2011).

Yaş değişkenine göre eğitmenler ile ilgili cevaplar incelendiğinde, “su sporları eğitmenlerinin dersteki eğitimi iyidir”, “su sporları eğitmenleri bilgilidir”, “su sporları eğitmenleri iyi eğitilidir” ve “su sporları eğitmenleri arkadaş canlısıdır” sorularında $p<0,05$ düzeyinde anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir. Bu farklılıkların 20 yaş altı-31-40 yaş arası, 20 yaş ve altı-50 yaş ve üzeri, 21-30 yaş arası-51 yaş ve üzeri ve 41-50 yaş arası-51 yaş ve üzeri gruplardan kaynaklandığı belirlenmiştir.

Gençer’in (2008) yapmış olduğu çalışmada kayak eğitmenlerine ilişkin algılar cinsiyete göre anlamlı farklılıklar göstermezken, 33 yaş ve üstündeki spor turistlerinin, 32 yaş ve daha genç spor turistlerine göre kayak eğitmenlerine yönelik algıları anlamlı düzeyde olumlu çıkmıştır(Gençer 2008).

Yaş değişkenine göre su sporu tesisi ve malzemeleri ile ilgili cevaplar incelendiğinde, “su sporları eğitim alanları yeterli büyüklüğe sahiptir” ve “su sporları malzemeleri moderndir” sorularında $p<0,05$ düzeyinde anlamlı farklılıklar bulunmuştur. Bu farklılıkların 20 yaş ve altı-50 yaş ve üzeri, 21-30 yaş arası-51 yaş ve üzeri, 31-40 yaş arası-51 yaş ve üzeri ve 41-50 yaş arası-51 yaş ve üzeri gruplardan kaynaklandığı tespit edilmiştir.

Müşteri memnuniyetine etki eden faktörlerin belirlenmesi müşteri memnuniyetinde sürekliliği sağlayacaktır. Yeni müşteri kazanmanın mevcut müşterileri kazanmaktan çok daha maliyetli olması nedeniyle mevcut müşterilerin memnuniyetinin sağlanmasına çalışılmalıdır(Coşar 2006).

Günümüzde müşterilerin işletmelerin en önemli varlıkları haline gelmiş olması nedeni ile işletmelerin en önemli amacı müşterilerin memnuniyeti olmuştur. Yoğun rekabet koşulları altında işletmelerin uygulamaları ve teknolojik gelişmeler

kolaylıkla taklit edilebilmektedir. Ancak, müşteri ilişkileri taklit edilmesi göreceli olarak zor olduğundan rakiplere karşı üstünlük sağlayıcı bir faktör olarak ortaya çıkmaktadır. Bu nedenle işletmeler için müşteri ihtiyaç ve beklentilerine yoğunlaşarak, o doğrultuda mal ve hizmet üretmek, müşteri memnuniyeti ve sadakati oluşturmak açısından oldukça önemlidir(Midilli 2011).

Yaş değişkenine göre konaklama işletmesi ile ilgili cevaplar incelendiğinde, “konaklama işletmesi rahattır”, “konaklama işletmesi çalışanları naziktir”, “konaklama işletmesi temiz ve bakımlıdır” ve “konaklama işletmesi çalışanları yardım etmeye isteklidir” sorularında $p<0,05$ düzeyinde anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir. Bu farklılıkların 20 yaş ve altı-50 yaş ve üzeri, 21-30 yaş arası-51 yaş ve üzeri, 31-40 yaş arası-51 yaş ve üzeri ve 41-50 yaş arası-51 yaş ve üzeri gruplardan kaynaklandığı belirlenmiştir.

Gençer’in (2008) yapmış olduğu çalışmada konaklama işletmeleri çalışanlarına yönelik müşteri memnuniyeti algıları, 32 yaş ve altı spor turistleri, 33 yaş ve üstüne göre daha olumlu düzeyde bulmuştur(Gençer 2008).

Yaş değişkenine göre ortam ile ilgili cevaplar incelendiğinde, “su sporları merkezinin atmosferi keyif vericidir” ve “su sporları merkezinin çok güzel bir ortamı vardır” sorularında $p<0,05$ düzeyinde anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir. Bu farklılıkların 20 yaş ve altı-50 yaş ve üzeri, 21-30 yaş arası-51 yaş ve üzeri ve 31-40 yaş arası-51 yaş ve üzeri gruplarından kaynaklandığı belirlenmiştir.

Yaş değişkenine göre eğlence ile ilgili cevaplar incelendiğinde, “alternatif eğlence yerleri yeterlidir” ve “çeşitli eğlence alternatifleri bulunmaktadır” sorusunda $p<0,05$ düzeyinde anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir. Bu farklılıkların 21-30 yaş arası-31-40 yaş arası ve 21-30 yaş arası-51 yaş ve üzeri gruplardan kaynaklandığı tespit edilmiştir.

Aylık aile gelir durumuna göre eğitimciler ile ilgili cevaplar incelendiğinde, “su sporları eğitimcilerinin dersteki eğitimi iyidir”, “su sporları eğitimcileri bilgilidir”, ve “su sporları eğitimcileri arkadaş canlısıdır” sorularında $p<0,05$ düzeyinde anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir. Bu farklılıklar 1501-2000₺ arası-2501₺ ve üzeri ve 2001-2500₺ arası-2501₺ üzeri gruplardan kaynaklandığı belirlenmiştir.

Gelir durumuna göre su sporu tesisi ve malzemeleri “su sporları eğitim alanları yeterli büyüklüğe sahiptir”, “su sporları eğitim alanlarının sayısı yeterlidir”, “su sporları eğitim alanları temiz ve bakımlıdır” ve “su sporları malzemeleri modernidir” sorularında $p<0,05$ düzeyinde anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir. Bu farklılıklar 1000₺ ve altı-2001-2500₺ arası, 1000₺ ve altı-2501₺ ve üzeri, 1501-2000₺ arası-2001-2500₺ arası ve 1501-2000₺ arası-2501₺ ve üzeri gruplardan kaynaklandığı belirlenmiştir.

Aylık gelir durumuna göre konaklama işletmesi ile ilgili cevaplar incelendiğinde, “konaklama işletmesi rahattır”, “konaklama işletmesi çalışanları naziktir”, “konaklama işletmesi temiz ve bakımlıdır” ve “konaklama işletmesi çalışanları yardım etmeye isteklidir” sorularında $p<0,05$ düzeyinde anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir. Bu farklılıklar 1501-2000₺ arası-2001-2500₺ arası ve 1501-2000₺ arası-2501₺ ve üzeri gruplardan kaynaklandığı belirlenmiştir.

Gelir durumuna göre ortam ile ilgili cevaplar incelendiğinde, “su sporları merkezinin atmosferi keyif vericidir”, “su sporları merkezindeki atmosfer mükemmeldir” ve “su sporları merkezinin çok güzel bir ortamı vardır” sorularında $p<0,05$ düzeyinde anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir. Bu farklılıklar 1001-1500₺ arası-1501-2000₺ arası, 1501-2000₺ arası-2001-2500₺ arası ve 1501-2000₺ arası-2501₺ ve üzeri gruplardan kaynaklandığı tespit edilmiştir.

Aylık aile gelir durumuna göre eğlence ile ilgili cevaplar incelendiğinde, “alternatif eğlence yerleri yeterlidir” ve “çeşitli eğlence alternatifleri bulunmaktadır” sorularında $p < 0,05$ düzeyinde anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir. Bu farklılıklar 1501-2000₺ arası-2001-2500₺ arası ve 1501-2000₺ arası-2501₺ ve üzeri gruplardan kaynaklandığı belirlenmiştir.

Bu sonuçlar, su sporları işletmelerinden faydalanan müşterilerin memnuniyet algılarında değerlendirdikleri hizmet önceliklerinin belirlenmesi ve en öncelikli hizmet boyutundan başlayarak gerekli iyileştirmelerin yapılması gerektiğini göstermesi açısından önem arz etmektedir.

“Su sporu tesisleri ve malzemeleri” bileşeni müşteri memnuniyetine ilişkin boyutlar arasında su sporu turistlerinin müşteri memnuniyeti algıları üzerinde önemli etkiye sahip bir bileşendir. Bu faktöre ait 4 ifade yer almıştır. Gençer’in (2008) yapmış olduğu çalışmada cinsiyete ve yaşa göre anlamlı farklılıkların olduğunu belirtmiştir. Ayrıca müşterilerin hizmeti değerlendirme sürecinde, gözle görülebilir fiziksel varlıkların önemli yer tuttuğunu belirtmiştir(Gençer 2008).

Dünyadaki toplam turizm gelirleri pastası her geçen gün alternatif turizm ürünlerinin arzı ile daha fazla kızılsan bir rekabete konu oluyorken bölgeleri bakımından ayrı ve değerli turistik ürünlere sahip ülkemizdeki turizmin önemi ve gerek turizm politikalarını şekillendirenler gerekse toplum katında turizm bilincinin yeteri kadar yerleşmediğini söylememiz mümkündür(Durgun 2006).

Spor turistlerinin su sporu işletmelerine yönelik müşteri memnuniyeti algılarını şekillendiren faktörlerin belirlenmesi ve bu faktörlerin, spor turistlerinin beklentilerinin ötesinde iyileştirilmesi, spor turistlerinin su sporu hizmeti veren işletmelerin seçimine yönelik karar alma sürecinde olumlu yönde belirleyici rol oynayacaktır.

Sonuç olarak müşteriler kendilerine sunulan hizmetten memnun olduğu sürece, aynı işletmeyle çalışmaya devam etmektedirler. Günümüzde müşteri memnuniyetinin oluşması yeterli olmamaktadır, müşteri sadakatinin de sağlanması gerekmektedir. Müşteri memnuniyetinin oluşması müşterinin sadakatini her zaman sağlamaktadır. Müşteri memnuniyetinin sadakate dönüşmesi için müşterilerle sürekli iletişim kurulması, ihtiyaç ve beklentilerinin karşılanması ve kaliteli hizmetin sunulmasıyla gerçekleştirilebilir. Müşteri bağımlılığının oluşması işletmenin karlılığına olumlu katkıları olacaktır.

Müşterilerden bu bilgileri alabilmenin en iyi yolu müşteri memnuniyetinin ölçülmesidir. Müşteri memnuniyeti, müşterinin ürün ya da hizmeti her alışında değişebilecek soyut bir kavramdır. Bu nedenle düzenli aralıklarla ölçülmelidir. İşletmeler yapılan bu ölçümlerle, müşteri beklenti ve ihtiyaçlarını belirleyebilmekte ve hizmetlerini bunlara cevap verecek şekilde düzenlemektedirler (Coşar 2006).

Müşteri memnuniyetini ölçme yolları arasında, müşteri memnuniyeti anketleri, müşteri şikâyetleri gibi yöntemler kullanılmaktadır. Bunlardan en çok kullanılan ve en iyi sonuçların elde edildiği yöntem müşteri memnuniyeti anketleridir.

Yapılan araştırma sonucunda su sporları hizmeti sunan işletmelerden hizmet satın alan müşterilerin memnuniyetlerinin yüksek olduğu görülmüştür. Ancak çalışmada alan araştırması için uygulanan anketler sadece turizm bakımından yüksek sezonda uygulandığından, turizm açısından düşük sezonlarında içine dâhil edilmesiyle daha kesin yargılar oluşturacak sonuçlar vereceğinden hiç kuşku duyulmamaktadır.

Ayrıca, aynı belde veya ilçede yer alan su sporları işletmeleri ile konaklama tesisi işletmelerinin iletişim halinde olmaları ve olası ortak bir çalışma içinde yer almaları sayesinde konaklama ücreti, su sporları eğitim ücreti, araç-gereç ve malzeme ücretleri gibi çeşitli giderlerde toplu ve daha uygun fiyatlar belirlenerek

konu olan bölgelerdeki spor turistlerinin sayısının artırılması ve memnuniyet düzeylerinin geliştirilmesinin mümkün olduğu düşünülmektedir.

6. KAYNAKÇA

- 1.Aslan, Z. (1993). *Türkiye’de Termal Turizmi Arz ve Talebi*. Turizm Yıllığı 1993. Türkiye Kalkınma Bankası Yayını. Ankara. s: 38-50.
- 2.Aymankuy, Ş.Y. (2005). *Konaklama İşletmelerinde Sendikaların Hizmet Kalitesine Etkileri*. Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi. Balıkesir. 8(14): 1-22.
- 3.Bailey, M. (1991). Of Mice and Money: Asia’s Conference-Related Industry is Young, but Growing Fast. *Asian Business*. May: 64-66.
- 4.Batman, O. (2003). *Otel İşletmelerinin Yönetimi*. Değişim Yayınları. 2. Baskı. İstanbul.
- 5.Biçer, T. (1987). *Spor ve Turizm*. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul.
- 6.Bulgan, G., Soybalı, H.H. (2011). *Antalya Belek Bölgesindeki Beş Yıldızlı Otel İşletmelerinde Düşük Sezonda Konaklayan Alman Müşterilerin Hizmet Beklentilerinin ve Memnuniyet Düzeyinin Değerlendirilmesi*. Journal of Yasar University. İzmir. 21(6) P:3572-3597.
- 7.Byers, A. (1987). *An Assessment of Landscape Change in The Khumbu Region of Nepal Using Repeat Photography*. Mountain Research and Development. 7(1): 77-80
- 8.Can, H., Ayhan, D. Y., Tuncer, D. (1986). *Genel İşletmecilik Bilgisi*. Adım Yayıncılık. Ankara. s:4-5.

- 9.Coşar, F. (2006). *Hizmet Sektöründe Müşteri Memnuniyetinin Ölçülmesi ve Bir Leasing Şirketinde Uygulama*. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi. İstanbul.
- 10.Delpy, L. (1997). *A Profile of The 1996 Summer Olympic Games Spesator*. Paper Presented at North American Society fot Sport Management Conference. San Antonio. Texas. May: 28-31.
- 11.Demir, E.K. (2010). *Rekreasyonel Spor Hizmeti Veren İşletmelerde Kalite Ölçeği; Geçerlilik Güvenirlik Çalışması (Türkçe Uyarlaması)*. Gazi Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi. Ankara.
- 12.Demirkol, Ş. (2004). *Turizm Politikalarına Alternatif Yaklaşımlar*. Sakarya Kitapevi. İstanbul.
- 13.Demir, M. (2006). *Otel İşletmelerinde Müşteri Memnuniyetinin Değerlendirilmesi Üzerine Bir Alan Araştırması: Bartın İli Örneği*. Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi. Sakarya.
- 14.Devecioğlu, S., Gündoğdu, C. (2009). *Human Resources Planning In Sports Enterprises*. e-Journal of New World Sciences Academy. 1: 10-20.
- 15.Doggett, L. (1993). *Multi-Cultural Tourism Development Offers A New Dimension in Travel*. Business America. 114(18):8-11.
- 16.Durgun, A. (2006). *Bölgesel Kalkınmada Turizmin Rolü: Isparta Örneği*. Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi. Isparta.

- 17.Ekenci, G., İmamoğlu, F. (2002). *Spor İşletmeciliği*. 1. Baskı. Nobel Yayın Dağıtım. Ankara.
- 18.Ekenci, G. (1990). *Spor Tesislerinin İşletilmesinde Kamu Kuruluşlarının Etkinliği*. Spor Bilimleri I.Ulusal Sempozyum Bildirileri. Ankara.
- 19.Emekli, G. (1998). *Bergama'da Turizm ve Sosyo-Ekonomik Etkileri*. İzmir. s:24
- 20.Emir, O. (2007). *Otel İşletmelerinde Müşterilerin Hizmet Beklentileri ve Memnuniyet Düzeylerinin Değerlendirilmesi: Antalya'da Bir Araştırma*. Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmış Doktora Tezi. Afyonkarahisar.
- 21.Ergin, B.M., İmamoğlu, A.F., Tunç, T., Akpınar, S., Con, M. (2011). *Üniversite Spor Merkezlerindeki Hizmet Kalitesi Boyutlarının Algı ve Önem Düzeylerinin İncelenmesi*. Spor ve Performans Araştırılması Dergisi. Samsun. Cilt:2. Sayı:1.
- 22.Ertin, G. (1997). *Türkiye'de Turizm*. Anadolu Üniversitesi Yayınları. Eskişehir. No:419.
- 23.Erzen, A. Ü. (1994). *Gelecek Müşteridir*. Hayat Yayıncılık. İstanbul.
- 24.Evliyaoğlu, S. (1989). *Genel Turizm Bilgileri*. Ankara.
- 25.Ewert, A., Galloway, S., Estes, C.A. (2001). *Adventure Recreation: What's New For Resource Managers, Public Policy Analysts, and Recreation Providers*. Parks & Recreation. 36(2):26-34.

- 26.Fainstein, S.S., Stokes, R.J. (1998). *Spaces for Play: The Impacts of Entertainment Development on New York City*. Economic Development Quarterly. 12(2):150-166.
- 27.Garratt, K. (1981). *Sagarmatha National Park Management Plan*. Department of Lands and Survey. Wellington.
- 28.Gençer, T., Demir, C., Aycan, A. (2008). *Kayak Merkezlerindeki Spor Turistlerinin Hizmet Kalitesi Algılarını Etkileyen Değişkenler*. Ege Akademik Bakış. İzmir.
- 29.Gibson, H. (1998). *Sport Tourism: A Critical Analysis of Research*. Sport Management Review. 1: 45-76.
- 30.Gökdeniz, A., Aşık, N. (2008). *Küresel Rekabet Ortamında Turizm İşletmelerinde Soyut İmaj Oluşturma*. Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi. Balıkesir. 11(20): 134-149.
- 31.Güngördü, E. (2003). *Türkiye'nin Turizm Coğrafyası (Doğal ve Tarihi Coğrafya Açısından)*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- 32.Hazar, A. (2007). *Spor ve Turizm*. Detay Yayıncılık. Ankara. s.80-81.
- 33.Karaküçük, S. (1999). *Rekreasyon Boş Zamanları Değerlendirme*. Gazi Kitabevi. Ankara. s:194-196.
- 34.Karan, P., Mather, C. (1985). *Tourism and Environment in The Mount Everest Region*. Geographical Review. 75: 93-95.

- 35.Koç, F. (2011). *Turgutreis’de Turizm*. Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi. Uşak.
- 36.Kozak, N., Kozak, A.M., Kozak, M. (2001). *Genel Turizm İlkeler – Kavramlar*. Detay Yayıncılık. Ankara.
- 37.Kozak, N. (2002). *Otel İşletmeciliği*. Detay Yayıncılık. Ankara.
- 38.Kuntay, O. (2004). *Sürdürülebilir Turizm Planlaması*. Alp Yayınevi. İstanbul.
- 39.Lindberg, K., Johnson, R.L. (1997). *Modeling Resident Attitudes Toward Tourism*. Annals of Tourism Research. 24/2 : 402–424.
- 40.Markwick, M. (1999). *Malta’s Tourism Industry Since 1985: Diversification, Cultural Tourism and Sustainability*. Scottish Geographical Journal. 115(3): 227-248.
- 41.Martin, W. B. (2003). *Providing Quality Service: What Every Hospitality Service Provider Needs to Know*. New Jersey: Prentice Hall.
- 42.Maviş, F. (1992). *Otel İşletmeciliği*. Birlik Matbaası. Eskişehir.
- 43.Mengütay, S. (2009). *Uluslararası Turizm Sektöründe Sporun Önemi*. Uluslararası Herkes İçin Spor ve Spor Turizmi Kongresi. 5-8 Kasım. Antalya.
- 44.Miçooğulları, O.B. (2004). *Türkiye Turizm Stratejisinin Belirlenmesi ve Geliştirilmesi*. Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi. Muğla. s:11.

- 45.Midilli, Ö. (2011). *Hizmet Sektöründe Müşteri Memnuniyetinin Pazarlamaya Etkisi*. Kadir Has Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi. İstanbul.
- 46.Milli Eğitimi Bakanlığı. (2007). *Eğlence Hizmetleri: Su Sporları*. Megep. Ankara.
- 47.Mishra, H.R. (1973). *Conservation in Khumbu: The Proposed Mt. Everest National Park: A Preliminary Report*. Department of National Parks and Wildlife Conservation. Kathmandu.
- 48.Mucuk. İ. (1993). *Modern İşletmecilik*. Türkmen Yayınevi. 12. Baskı. İstanbul.
- 49.Müşteri Memnuniyeti Uzmanlık Grubu. (2000). *Müşteri Memnuniyeti Yönetimi*. KalDer Yayınları. No:31. İstanbul.
- 50.Odabaşı, Y. (1998). *Tüketici Davranışı ve Pazarlama Stratejisi*. Anadolu Üniversitesi Yayınları. Eskişehir.
- 52.Odabaşı, Y. (2005). *Satışta ve Pazarlamada Müşteri İlişkileri Yönetimi*. Sistem Kitabevi. İstanbul.
- 53.Olalı, H., Timur, A. (1986). *Turizmin Türk Ekonomisindeki Yeri*. İzmir: Ofis Ticaret Matbaası.
- 54.Oral, S. (1992). *Türkiye’de Gençlik Turizmi ve Geliştirilmesi*. Turizm Bakanlığı Gençlik Turizmi Konferans-Workshop. Ankara. s: 125-134.
- 55.Özgüç, N. (2003). *Turizm Coğrafyası: Özellikler ve Bölgeler*. İstanbul: Çantay Kitabevi.

- 56.Öztürk, Y., Yazıcıoğlu, İ. (2002). *Gelişmekte Olan Ülkeler İçin Alternatif Turizm Faaliyetleri Üzerine Teorik Bir Çalışma*. Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi. Ankara. 2: 183-195.
- 57.Ramazanoğlu, F., Ramazanoğlu, N. (2000). *Spor Tesislerinin Planlandırılması ve İşletmesi*. Spor Araştırmaları Dergisi. Cilt: 4. Sayı: 3. İstanbul.
- 58.Ramazanoğlu, F. (2004). *Sporda Sosyal Alanlar*. Bıçaklar Kitabevi. Ankara.
- 59.Reichenfeld, R. (1991). *Windsurfing, Step by Step to Succes*. Witsire. SS 7.
- 60.Richards, G. (1996). *Cultural Tourism in Europe*. Wallingford. Oxford.
- 61.Robinson, M. (1999). *Is Cultural Tourism on The Right Track*. Unesco Courier. 52(7): 22-24.
- 62.Robinson, T., Gammon, S. (2004). *A Question of Primary and Secondary Motives: Revisiting and Applying The Sport Tourism Framework*. Journal of Sport Tourism. 9(3): 221-233.
- 63.Rona, L.A. (1996). *Mükemmel Müşteri Memnuniyeti Kavramı*. Done Yayınları. İstanbul.
- 64.Serarslan, M.Z., Kepoğlu, A. (2005). *Spor Örgütlerinde Toplam Kalite Yönetimi*. Morpa Kültür Yayınları. İstanbul.
- 65.Stephen, D.R. (2001). *Developing Sports Tourism*. National Laboratory for and Commerce. Austria.

- 66.Süklüm, N. (2006). *Türkiye’de Hizmet Sektöründeki Turizm İşletmelerinde Uygulanan Herşey Dâhil Sistemin Müşteri Memnuniyeti Üzerindeki Etkisinin Ölçülmesi ve Bir Alan Araştırması*. Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi. Aydın.
- 67.Şebin, K. (2009). *Erzurum Kış Sporları Turizmi İle İlgili Yöre Halkının Tutum ve Beklentileri*. Marmara Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü Doktora Tezi. İstanbul.
- 68.Taşkın, E. (2000). *Müşteri İlişkileri Eğitimi*. Papatya Yayıncılık. İstanbul.
- 69.Toskay, T. (1989). *Turizm Olayına Genel Yaklaşım*. İstanbul Dergi Yayınları. İstanbul.
- 70.Tutar, E. (1991). *Afyonkarahisar’da Termal Turizm Potansiyeli*. Turizm Yıllığı 1991, Türkiye Kalkınma Bankası Yayını. Ankara. s: 222-234.
- 71.Yardımcı, N. (2009). *Turizmde İyi Bir Alternatif Spor Turizmi*. Ar-Ge Bülten. İzmir Ticaret Odası. İzmir.
- 72.Yıldız, S.M. (2008). *Spor hizmetleri kalitesini değerlendirmede kullanılacak hizmet kalitesi modelleri ve ölçüm araçları*. Gazi Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi. Ankara. 8(3), 38-48.
- 73.Yıldız, S.M. (2010). *Spor ve Fiziksel Etkinlik Hizmetleri Pazarlaması*. Detay Yayıncılık. 1. Baskı. Ankara.
- 74.Yılmaz, V., Çelik, H. E., Depren, N. B. (2007). *Devlet ve Özel Sektör Bankalarındaki Hizmet Kalitesinin Karşılaştırılması: Eskişehir Örneği*. Doğu Üniversitesi Dergisi. İstanbul. 8 (12), 234-248.

75.http://www.gezikolik.com/tr/Macera_Spor/Genel_Bilgiler/Spor_turizmi/e_8864.aspx

76.<http://www.pazarlamadunyasi.com/Desktopdefault.aspx?tabid=205&ItemId=310&Rtabid=168>

77.<http://www.sporyoneticiligi.com/spor-isletmesi-nedir.html?wscr=1280x800>

-EKLER-

Aldığınız eğitim hizmetlerinden, memnun kalma durumunuzu gösteren yargıya katılım derecesini yandaki kutucuklardan birisine "X" işareti koyarak belirtiniz.	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum			
1. Su sporları eğitmenlerinin dersteki eğitimi iyidir.	1	2	3	4	5			
2. Su sporları eğitmenleri bilgilidir.	1	2	3	4	5			
3. Su sporları eğitmenleri iyi eğitimlidir.	1	2	3	4	5			
4. Su sporları eğitmenleri arkadaş canlısıdır.	1	2	3	4	5			
5. Su sporları eğitim alanları yeterli büyüklüğe sahiptir.	1	2	3	4	5			
6. Su sporları eğitim alanlarının sayısı yeterlidir.	1	2	3	4	5			
7. Su sporları eğitim alanları temiz ve bakımlıdır.	1	2	3	4	5			
8. Su sporları malzemeleri moderndir.	1	2	3	4	5			
9. Konaklama işletmesi (otel, apart, pansiyon vb.) rahattır.	1	2	3	4	5			
10. Konaklama işletmesi (otel, apart, pansiyon vb.) çalışanları naziktir.	1	2	3	4	5			
11. Konaklama işletmesi temiz ve bakımlıdır.	1	2	3	4	5			
12. Konaklama işletmesi çalışanları yardım etmeye isteklidir.	1	2	3	4	5			
13. Su sporları merkezinin atmosferi keyif vericidir.	1	2	3	4	5			
14. Su sporları merkezindeki atmosfer mükemmeldir.	1	2	3	4	5			
15. Su sporları merkezinin çok güzel bir ortamı vardır.	1	2	3	4	5			
16. Alternatif eğlence yerleri yeterlidir.	1	2	3	4	5			
17. Çeşitli eğlence alternatifleri bulunmaktadır.	1	2	3	4	5			
18. Eğlence tesisleri keyif vericidir.	1	2	3	4	5			
Bu eğitim merkezine karşı <u>duygularınızı</u> aşağıda belirtilen ölçütlere göre değerlendiriniz. Cevabınızı en iyi yansıttığınızı düşündüğünüz sayıyı işaretleyiniz.								
Kararsızım								
<input type="radio"/> Oldukça Kötü	1	2	3	4	5	6	7	Oldukça İyi ☺
<input type="radio"/> Banahiç hitap etmeyen	1	2	3	4	5	6	7	Bana çok hitap eden
<input type="radio"/> Hiç Hoş değil	1	2	3	4	5	6	7	Oldukça Hoş ☺
<input type="radio"/> Oldukça İtici	1	2	3	4	5	6	7	Oldukça Çekici ☺
<input type="radio"/> Oldukça Sıkıcı	1	2	3	4	5	6	7	Oldukça İlginç ☺
<input type="radio"/> Oldukça Beğenilmeyen	1	2	3	4	5	6	7	Oldukça Beğenilen ☺
<input type="radio"/> Oldukça Olumsuz	1	2	3	4	5	6	7	Oldukça Olumlu ☺

Demografik Özellikler

Cinsiyetiniz	:	<input type="radio"/> Erkek	<input type="radio"/> Kadın	Aylık Aile Gelir Durumunuz:
Yaşınız	:		<input type="radio"/> 1000 ₺ ve altı
				<input type="radio"/> 1001 ₺-1500 ₺ arası
				<input type="radio"/> 1501 ₺-2000 ₺ arası
				<input type="radio"/> 2001 ₺-2500 ₺ arası
				<input type="radio"/> 2501 ₺ ve üzeri
Daha önce benzer bir kampa katıldınız mı?				
<input type="radio"/> Evet	<input type="radio"/> Hayır			

-ÖZGEÇMİŞ-**KİŞİSEL BİLGİLER****Adı Soyadı : Ali Gürel GÖKSEL****Doğum Yeri : Köyceğiz / MUĞLA****Doğum Yılı : 1983****Medeni Hali : Bekâr****EĞİTİM VE AKADEMİK BİLGİLER****Lise 1998-2002 : Muğla Turgut Reis Lisesi (Y.D.A.)****Lisans 2002-2006 : Muğla Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi
İktisat Bölümü****Lisans 2006-2009 : Muğla Üniversitesi Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokulu
Spor Yöneticiliği Bölümü****Y.Lisans 2009- : Muğla Sıtkı Koçman Üni. Sosyal Bilimler Enstitüsü
Beden Eğitimi ve Spor Anabilim Dalı****Yabancı Dil : İngilizce****MESLEKİ BİLGİLER****2010-2011 : Körfez Hotel Akyaka (İşletme Yöneticisi)****2011-..... : Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi BESYO (Araş. Gör.)**