

T.C.
GAZİ ÜNİVERSİTESİ
SAĞLIK BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ
BEDEN EĞİTİMİ VE SPOR ANA BİLİM DALI

**SPOR ALANLARI KALİTE ÖLÇEĞİ (SAKÖ)
TÜRKÇE VERSİYONU GEÇERLİLİK GÜVENİRLİK ÇALIŞMASI**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Alper YORULMAZ

**Tez Danışmanı
Yrd. Doç. Dr. Zafer ÇİMEN**

**ANKARA
Şubat 2009**

T.C.
GAZİ ÜNİVERSİTESİ
Sağlık Bilimleri Enstitüsü

Beden Eğitimi ve Spor Ana Bilim Dalı Yüksek Lisans Programı
çerçevesinde yürütülmüş olan bu çalışmaya aşağıdaki jüri tarafından
Yüksek Lisans Tezi olarak kabul edilmiştir.

Tez Savunma Tarihi 20/02/2009

İmza
Ünvanı Adı ve Soyadı
Gazi Üniversitesi
Jüri Başkanı
Yrd. Doç. Dr. Zeynep GİMEN

İmza
Ünvanı Adı ve Soyadı
Gazi Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Fatih YENEL

İmza
Ünvanı Adı ve Soyadı
Ankara Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Gülten BALCI

İÇİNDEKİLER

Sayfa Numarası

Kabul ve onay	
İÇİNDEKİLER	i
Şekiller	iii
Tablolar	iv
ÖNSÖZ	v
1. GİRİŞ	1
2. GENEL BİLGİLER	3
2.1.YÖNETİM BİLİMİNİN TARİHSEL GELİŞİMİ.....	3
2.2. TOPLAM KALİTE YÖNETİMİ.....	5
2.2.1. Kalite Kavramı.....	5
2.2.2. Toplam Kalite Yönetiminin Tarihi.....	7
2.3.TOPLAM KALİTE YÖNETİMİ KAVRAMI.....	8
2.4.TOPLAM KALİTE YÖNETİMİ FELSEFESİ.....	10
2.5. TOPLAM KALİTE İLKELERİ.....	11
2.5.1. Sürekli Geliştirme.....	11
2.5.2. Sürekli Eğitim.....	11
2.5.3. Müşteri Odaklılık.....	12
2.5.4. Ekip Çalışmaları.....	13
2.5.5. Süreç İyileştirme.....	14
2.5.6. Amaç Birliği.....	14
2.5.7. Çalışanları Sürece Dahil Etme.....	15
2.6. HİZMET SEKTÖRÜNDE TOPLAM KALİTE YÖNETİMİ.....	15
2.6.1. Hizmet Kavramı.....	15
2.6.2. Hizmet Kalitesi.....	16
2.6.3. Hizmet Kalitesinin Özellikleri.....	18
2.6.4. Hizmet Kalitesi Ölçümü.....	19

2.7. SPOR HİZMETLERİNDE TOPLAM KALİTE YÖNETİMİ.....	20
2.7.1. Spor Ürünü	21
2.7.2. Spor Hizmeti.....	23
2.7.2.1. Spor Hizmet Kalitesi	23
2.7.2.2. Spor Hizmet Sektörünün Özellikleri	24
2.7.2.3. Spor Hizmet Sektörünün Sınıflandırılması	26
2.7.2.4. Spor Hizmetlerinde Kalite Boyutları.....	27
2.7.2.5. Müşteri Memnuniyeti	30
2.7.3. Spor Hizmet Kalitesinde Spor Tesislerinin Önemi	30
2.7.3.1. Seyir Spor Hizmetleri Açısından Tesis Kalitesi ve Önemli Faktörler	31
3. GEREÇ VE YÖNTEM	36
4. BULGULAR	38
5. TARTIŞMA	52
6. SONUÇ	55
7. ÖZET	56
8. SUMMARY	57
KAYNAKLAR.....	58
Ekler	66
Ek 1: Ölçek.....	66
10. ÖZGEÇMİŞ.....	71

ŞEKİLLER

Şekil 1: Toplam Kalite Yönetiminin Üç Ayaklı Taburesi.....	9
Şekil 2: Kavramsal Hizmet Kalitesi Modeli.....	17
Şekil 3: Çok Boyutlu Spor Ürünleri Haritası	22

TABLÖLAR

Tablo 1: Deneklerin Cinsiyetlerine Göre Dağılımı	38
Tablo 2: Deneklerin Eğitim Durumlarına Göre Dağılımı	38
Tablo 3: Deneklerin Aylık Gelirlerine Göre Dağılımı	39
Tablo 4: Deneklerin Stadyuma Gelme Sıklıklarına Göre Dağılımı	39
Tablo5: Deneklerin Stadyuma Özel Araçlarıyla Gelme Durumlarına Göre Dağılımı.....	40
Tablo 6: Araştırmaya Katılan Deneklerin kendilerini tuttıkları takımın fanatik seyircisi olup olmadıklarına Göre Dağılımı	40
Tablo7: Seyirci Katılımında Spor Tesisi Kalitesini Etkileyen Faktörlere İlişkin İstatistikler ve Güvenirlik Katsayıları	41
Tablo 8: Stadyum İçinde İstenilen Yere Ulaşım Kolaylığı İle İlgili Maddelerin Güvenirlik Katsayıları	42
Tablo 9: Stadyumun Estetik Yapısı İle İlgili Maddelerin Güvenirlik Katsayıları	43
Tablo 10: Stadyumun Alan Dağılımı ile İlgili Maddelerin Güvenirlik Katsayıları	44
Tablo 11: Stadyumun Koltuk Konforu İle İlgili Maddelerin Güvenirlik Katsayıları	45
Tablo12: Stadyumun Skorbord İle İlgili Maddelerin Güvenirlik Katsayıları	46
Tablo 13: Park Alanı İle İlgili Maddelerin Güvenirlik Katsayıları	47
Tablo14: Stadyumda Kalma İsteği İle İlgili Maddelerin Güvenirlik Katsayıları	48
Tablo 15: Stadyum İçerisindeki Yön Levhaları İle İlgili Maddelerin Güvenirlik Katsayıları	49
Tablo16: Seyirci Katılımında Spor Tesisi Kalitesini Etkileyen Faktörlere Yönelik Dönüştürme Sonrası Matriks.....	50
Tablo 17: Güvenirlik Katsayıları ve Varyans Açıklama Yüzdeleri	55

ÖNSÖZ

Dünya pazarındaki rekabet ortamının günden güne artmasıyla kalite ve müşterilerin memnuniyeti daha da önem kazanmıştır. Bu nedenle Dünya pazarında rekabet etmek zorunda kalan pek çok işletme için “kalite” önemli bir kavram haline gelmiştir. Kalitenin bu kadar önem arz etmesinden dolayı yöneticiler ve akademik kadrolar işletmelerin başarıları için yeni yönetim modelleri arayışı içerisinde girmişlerdir. O dönemler de ortaya çıktığında pek ilgi görmeyen Toplam Kalite Yönetimi kısa bir zaman sonunda oldukça popüler hale gelmiştir.

Toplam Kalite Yönetiminde, modelin farklı basamaklardan oluştuğu ve her basamağın her ne kadar birbirlerinden farklı görünseler de bir bütün olduğu ve her birinin diğer basamaklar kadar önemli olduğudur. Uygulamada başarıya ulaşmak için dikkat edilmesi gereken en önemli nokta ise basamaklardaki işlemlerin tamamlanmasından sonra bir diğer basamağa geçilmesidir.

Futbol Seyircilerine yönelik uygulanan ölçek geliştirme çalışmasında, stadyuma gelen taraftarlar araştırma kapsamına alınmış, taraftarların demografik özellikleri, spor tesislerinin kalitesini nasıl algıladıkları, tesis kalitesini etkileyen faktörler ve kişisel görüşlerinin tespit edilmesi amaçlanmıştır.

Beni bu konuya yönlendiren, tez çalışması döneminde sabır ve hoşgörüsü ile destek veren değerli hocam, Tez Danışmanım Sayın Yrd. Doç. Dr. Zafer ÇİMEN’E, rehberliğinden dolayı Prof. Dr. Suat KARAKÜÇÜK’E, desteğini hiçbir zaman esirgemeyen eşim ve aileme teşekkür ederim.

1.GİRİŞ

Yirminci yüzyılın son çeyreğinde dünya çok hızlı değişmelere sahne olmuştur. Bilim ve teknolojideki gelişmelere bakarak bu değişimin her geçen gün daha da artarak süreceğini söylemek mümkündür. Bilgi, haberleşme ulaşım araçlarının sürekli gelişmesiyle her alanda sınırlar zorlanmakta, pazarlar uluslararası önem kazanmakta ve dünya küçülmektedir. Bu gelişmelerden dolayı, özellikle kalkınmakta olan ülkelerdeki tüm kuruluşların, değişime ve bunun getireceği yeni oluşumlara ayak uydurabilmeleri ve evrensel yarışta kendilerine saygın bir yer bulabilmeleri için, çağdaş yönetim anlayışı ve uygulamalarını yakından takip etmeleri gerekmektedir. Bu değişimlerin meydana geldiği ortamda başarılı olabilen kuruluşlar incelendiğinde, ortak özelliklerinin Toplam Kalite Yönetimi ve onun getirdiği yaklaşımı benimseyen kuruluşlar olduğu görülmektedir.¹

Çünkü, hizmet sektöründen endüstri sektörüne, hatta kamu yönetimine kadar birçok alanda uygulanabilir hale gelen toplam kalite yönetimi, insanı hedef alan, ortak noktanın insan olduğunu kabullenen anlayışı ile sadece hizmetlerden faydalanan müşterileri değil, aynı zamanda iç müşterileri yani çalışanları da önemseyerek topyekun verimlilik ve kalite artışı sağlanmasını hedefleyen bir yönetim anlayışı olması başarıyı sağlamıştır.²

Günümüzde, hızla değişen bir ortamda ayakta kalmak ve rakiplerin önüne geçmek için, örgütlerin kendini yenilemesi, değişim fırsatlarını analiz edip ortaya çıkan potansiyeli değerlendirmesi ve en uygun stratejinin belirlenip uygulanması için yeniden örgütlenme ve yapılanma işinin, sürekli gelişen spor organizasyonları ve spor tesisleri için de uyulması ve uygulanması gerektiği görülmektedir.³

Spor örgütlerinde yürütülen faaliyetlerin temel amacı, insanların birbirinden farklı sportif ihtiyaç ve isteklerinin karşılayacak hizmetlerin sağlanmasıdır. Bu ihtiyaç ve isteklere cevap vermede spor tesisleri, sportif

hizmetlerin hazırlanmasını ve sunulmasını içine alacak bir genişlik göstermektedir.⁴ Bu genişlik içinde spor endüstrisinin önemli bir bölümünü oluşturan seyircilerin spor etkinliklerine katılım kararlarını etkileyen değişkenlerin belirlenmesi spor endüstrisinin gelişimini sürdürebilmesi açısından önemlidir. Çünkü, spor müsabakalarına seyirci olarak katılım, geçmişi antik çağlara kadar uzanan bir gelenek olmanın yanı sıra, günümüzde, özellikle modern toplumlarda serbest zamanları değerlendirmeye yönelik sürdürülen faaliyetler içerisinde yer alan genel bir uğraşıdır. Spor seyirciliği, özellikle futbol seyirciliği, tüm dünyada olduğu gibi ülkemizde de son derece yaygın bir olgudur.¹⁵

Dolayısı ile, spor alanlarının fiziki yapısı, çevresi gibi birçok özellik seyircilerin spor alanlarında kalma ve tekrar gelme isteği üzerinde önemli etkilere sahip olduğu yadsınmayacak bir gerçektir. Çünkü, spor alanlarının bazı özellikleri seyirciler üzerinde pozitif, bazılarında da negatif duygular oluşmasına neden olmaktadır.^{5,28}

Bu noktadan hareketle, eldeki çalışmanın amacı Wakefield ve arkadaşları tarafından geliştirilen 8 boyutlu ve 33 maddeden oluşan Spor Alanlarının Ölçümü Ölçeğinin (Measurement and Evaluation Of Sports Space) Türkçe versiyonunun geçerlilik ve güvenilirlik çalışmasını yapmaktır.

2. GENEL BİLGİLER

2.1. YÖNETİM BİLİMİNİN TARİHSEL GELİŞİMİ

İnsanoğlu tarihin hiçbir döneminde tüm ihtiyaçlarını kendi kendine karşılayamadığı için topluluk halinde yaşamak bir zorunluluk olmuştur. Bu nedenle, yönetim ve yönetim faaliyetlerinin tarihini milattan önceki dönemlere taşıyarak insanlık tarihiyle eşitlemek mümkündür. ²³

Sadece yaşamayı sürdürmek için değil, sosyal bir varlık olarak da başkasının desteğine ihtiyaç duyan insan, fiziksel ihtiyaçlarının yanı sıra kendini “ifade etme”, “kendini gerçekleştirme” ve “ait olma” duygusunu tatmin etmek için, sürekli diğer insanlara ihtiyaç duymuş ve duymaktadır. Bu karmaşık ilişkilerin bir düzen içerisinde yürütülmesi, ancak insan faaliyetlerinin ve diğer kaynakların ortak bir amacı gerçekleştirmek maksadıyla organize biçimde bir araya getirilmesi ve eşgüdümlemesiyle sağlanabilir. ^{23,6}

Bu haliyle, gelişen ve değişen yönetim düşüncesi öncelikle sanat, sonra bilim ağırlıklı olarak gelişmiş ve günümüzde, kaynakların (maddi ve beşeri), belirli bir amacın gerçekleştirilmesi için düzenlenmesi ve kullanılması faaliyeti ya da süreci olarak şekillenmiştir. ^{23,6}

Günümüzde yönetim alanıyla ilgili bildiklerimiz son 120 yılın ürünüdür. Yönetimin bilimsel yöntemle incelenmesinin öncülüğünü yapan H.Fayol, W. Taylor ve Max Weber’in ortaya koyduğu görüş ve düşüncelere birçok kişi katkıda bulunmuş ve bulunmaktadır. Bu katkılar, yönetimin en iyi nasıl gerçekleşeceği konusundaki bilgilerimizi önemli ölçüde ilerletmiştir. Ancak, geçmişte ve günümüzde ortaya atılan kuramların birçoğu, Foyol’un, Taylor’un, Weber’in ve çağdaşlarının geliştirdikleri kavramlar üzerine kurulmuş ya da onlara tepki olarak ortaya çıkmıştır. ^{24,7}

Ortaya atılan yönetim kuramları sınıflandırıldığında genellikle üç yaklaşım üzerinde durulduğu görülmektedir. Bunlar, organizasyon yapısına ağırlık veren klasik veya geleneksel yaklaşımlar, insana ağırlık veren neo-klasik veya davranışsal yaklaşımlar ve modern yönetim yaklaşımlarıdır. ⁴

Klasik yaklaşımın ortaya çıkmasında üretim işletmelerinin kurulması ve kol gücüne dayalı üretim anlayışının yerini, makina gücünün aldığı sanayi ve endüstri devrimleri önemli bir milat olmuştur. Bu gelişmeler işletme verimliliğini ve etkinliğini arttırmak için çeşitli düşüncelerin doğmasına neden olmuştur. Frederick W. Taylor edindiği tecrübeye dayanarak teorik çalışmalarını “İşletmelerin Bilimsel Yönetimi” adlı kitabında toplayarak yönetimi sistemleştirmiştir. Taylor’un kitabının yayımlanmasından 5 yıl sonra Henri Fayol “Sanayi ve Genel Faaliyetlerde Yönetim” adlı kitabı yayınlamış, “yönetim süreci” yaklaşımının kurucusu olmuştur. “Klasik Yönetim” olarak ifade edilen bu dönemin önemli isimlerinden Max Weber’de yönetimde “bürokrasi modelini” geliştirmiştir. ²³

Klasik yönetim anlayışını takip eden Neo-Klasik yönetim düşüncesinin öncüleri Elton Mayo, Kurt Lewin, J.F.Roethlisberger gibi düşünürlerdir. Örgütü sosyal bir yapı olarak ele alan ve bu sosyal yapıda belirginleşen ilişkilerin gerektiği gibi düzenlenmesi halinde başarılı sonuçlar alınacağı varsayımına dayanan yaklaşım, özellikle Hawthorne araştırmaları olarak bilinen deneyler sonucunda ortaya çıkmıştır. ²³

Neo-Klasik Yönetim anlayışını Modern Yönetim düşüncesi takip etmiştir. Bu düşüncenin temelini “Sistem Yaklaşımı” ve “Durumsallık Yaklaşımı” oluşturmuştur. Sistem yaklaşımı II. Dünya Savaşı yıllarından itibaren yönetim düşüncesini etkilemeye başlamıştır. Yaklaşımın özünü “Genel Sistem Teorisi” oluşturmaktadır. Genel Sistem Teorisi, her türlü sisteme uygulanabilecek genel ilke ve prensipleri bulmayı ve geliştirmeyi amaçlayan disiplinler arası bir yaklaşımdır. ⁷

Örgütü, insanı ve çevreyi bir bütün kabul eden sistem yaklaşımı 1970'lerde yerini yönetimde "kalite"yi ve kalite olarak da iç dış müşteri memnuniyetini esas alan "Toplam Kalite Yönetimine" bırakmıştır. Günümüzde sosyal, kültürel, siyasal, ekonomik ve örgütsel yaşamda "kaliteleşme" akımı başlamış, artık insanlar her alanda "kalite" arar hale gelmiştir. Yöneticiler de yönetimde, üretimde ve hizmette kaliteye önem vermekte ve insanı (çalışanı ve vatandaşları) memnun etmeye çalışmaktadır.⁹

Toplam Kalite Yönetimi, yönetimde bir düşünce devrimidir. Bugün yönetimde bunun bir icat olmadığı, insan yapısındaki gelişme ve kalite bilincinin evrimsel gelişimiyle bu aşamaya ulaşıldığı görülmektedir. İnsanlık var oldukça bilgi artış hızı daha artarak sürecek, bu paralel düşünce düzeyinde de aynı gelişim yaşanacaktır. Çünkü, insan artık Toplam Kalitenin bir değişim ve değişimin kendinden başlayan bir süreç olduğunu anlamıştır.¹³

2.2 TOPLAM KALİTE YÖNETİMİ

2.2.1. Kalite Kavramı

Günlük yaşantımızda tam anlamıyla aynı olmasa da "iyi, güzel, hoş, mükemmel" gibi, yerine birçok kelimeyi kullandığımız kalite kelimesi Latince "nasıl oluştuğu" anlamına gelen Qualistes kesilmesinden gelmektedir.¹¹

Tarihte kalite ile ilgili ilk uygulamalara M.Ö.2150 yılındaki Hamurabi Yasasında yer alan "İnşaat ustasının yaptığı evin kendi yetersizliği ve işini gerektiği gibi yapmaması nedeniyle yıkılarak ev sahibinin ölmesine neden olduğunda, o usta öldürülür" ibaresi ve eski Mısır'daki muayene elemanlarının taş blokların yüzeylerinin dikliğini telden oluşturdukları bir araç ile kontrol etmeleri ilk örnekler olarak verilebilir.¹⁰

Kalite ile ilgili uygulamaların ve standardın öneminin Türkler’de de çok yeni olmadığı bir göstergesi olan 1502 tarihli ve zamanın padişahı II. Bayezid Han tarafından çıkarılan “Kanunname-i İhtisab-ı Bursa” adlı kanunda bugünkü anlamda, boyama, ambalaj, kalite gibi esaslar ile ceza hükümlerine yer verilmiştir.¹¹ Buradan hareketle kalite ile ilgili bilgi ve çalışmaların en ilkel biçimiyle de olsa M.Ö.’ki yıllarda başladığı ve günümüze kadar gelişerek devam ettiği söylenebilir. Ancak, kalite’nin bilimsel bir kavram olarak ortaya çıkması, yönetimin bir bilim olarak ortaya çıktığı 19. yüzyıla rastlamaktadır.¹²

Günümüzün doğrudan rekabete dayalı ekonomik sistemi içerisinde ticaret; mal ve hizmet kalitesini sürekli olarak geliştirmeyi gerekli kılmaktadır. Dolayısı ile, bunu sağlayacak kalite kavramının tanımlanmasına çalışılmış, hatta ülkelerin veya dev firmaların uyguladıkları sanayi ve ticaret politikaları, kalite tanımlarının gelişmesinde ve sayısının artmasında önemli bir etken olmuştur.¹²

Ancak, kalite olgusunun günümüz işletmeleri için son derece büyük önem arz etmesine karşın, kalite kavramının anlam konusunda tek bir tanım üzerinde uzlaşamamıştır. Bu nedenle, kavramı tanımlayan birçok tanım ortaya çıkmıştır. Bunlardan bazıları şunlardır;¹³

- “Kalite mükemmellik derecesidir”
- “Kalite bir ürünün gerekliliklere uygunluk derecesidir”
- “Kalite iyileştirilebilecek her şeydir”
- “Kalite standartlarla belirlenen uygunlukların yüklendiği her şeydir”
- “Kalite müşteri gereksinimlerinin karşılanması ve geliştirilmesidir.”
- “Kalite, ürünün ya da hizmetin tüketiciyi tatmin etmek için sahip olduğu niteliklerdir”

Kalite kavramına yönelik tanımların fazla olmasının temel nedeninin kavramın çok boyutlu bir yapıya sahip olmasından kaynaklı olduğu söylenebilir. Kalitenin çok boyutlu bir kavram olması, onu birçok alt başlıktan oluşan bir bileşim olarak ortaya çıkarırken, mamul veya hizmet hakkında müşteri - kullanıcı değer yargılarının da önemini gösterir.¹⁴

Kalite ile ilgili tanımların sayısını çok daha arttırmak mümkündür. Kalitenin daha kapsamlı ve genel kabul görmüş bir tanımı; “Dinamik bir yapıya sahip olan kalite ürünün, hizmetin, insanların, süreçlerin ve çevrenin müşterilerin beklenti veya ihtiyaçlarını karşılaması veya geçmesidir.”¹⁰ olarak ifade edebiliriz.

2.2.2. Toplam Kalite Yönetiminin Tarihi

TKY'nin başlangıcını, Japon Bilim Adamları ve Mühendisler Birliğinin (JUSE) savaş sonrası Japonya'da verimliliği ve yaşam kalitesini artırmak amacıyla bilim adamları, mühendisler ve hükümet temsilcilerinden oluşan bir komiteyi oluşturdukları 1949 yılına kadar götürmek mümkündür.¹⁹

Bu tarihten sonra yönetim alanında ortaya çıkan yeni görüşler neticesinde Taylaorizm ve Fordizm giderek önemini yitirmeye başlamış ve Japon ve Amerikan bilim adamlarının katkısı ile “Toplam Kalite Yönetimi” adı verilen bir yönetim anlayışı ortaya çıkmıştır.¹⁶

Aslında, düşük kalitenin üreticilere, müşterilere ve dünya pazarına getirdiği yüksek maliyet, dikkatlerin kalite üzerinde yoğunlaşmasına neden olmuştur. Japonya başlatmış olduğu kalite devrimi ile dünyanın takdirini kazanırken, 1980'lerde kalite yükseltme yarışına katılan A.B.D'de de kısa sürede önemli başarılar elde etmiştir. Bu yöndeki çabalara zaman içinde Avrupa ülkeleri de katılmıştır.¹⁸

Kalite kavramının çok eski olmasına rağmen, kalite kavramı üzerinde 1980’li yıllardan sonra yeni bir bakış açısıyla durulmaya başlanmasıyla birlikte TKY’nin önemi, dünya pazarlarında işletmeler arasında giderek yükselen rekabete paralel olarak, hızlı bir artış göstermiştir. Birçok işletme TKY’ni uygulamaya başlamış ve TK yönetimin önemli konularından biri olmuştur.¹⁷

Toplam kalite yönetimi, temelde müşteri talepleri doğrultusunda işletmenin tüm birimlerinin yönlendirilmesi ve müşterinin memnun edilmesi esasına dayanır. Ancak, TKY anlayışında müşteri kavramı daha geniş anlamda kullanılır ve sadece işletme dışındaki nihai tüketicileri değil işletme içerisindeki her bireyi ya da bölümü de kapsar. Daha yalın bir ifade ile, toplam kalite yönetimi sermayedarları, müşterileri, yöneticileri ve çalışanları aynı anda memnun etmeyi hedef alır. Kalite, sermayedarlar için yatırımların dönmesi, çalışanlar için yaptıkları işin karşılığını almak, işlerinde maddi ve manevi tatmin duyma ve müşteriler için satın aldıkları ürün ya da hizmetten memnun olma anlamını taşır. Bu anlayışa göre, organizasyon içinde en tepedeki yöneticiden, en alt kademedeki çalışana, müşterilerden, tedarikçilere kadar herkes, hataları önlemeye ve problemleri azaltmaya çaba gösterir.²²

2.3. TOPLAM KALİTE YÖNETİMİ KAVRAMI

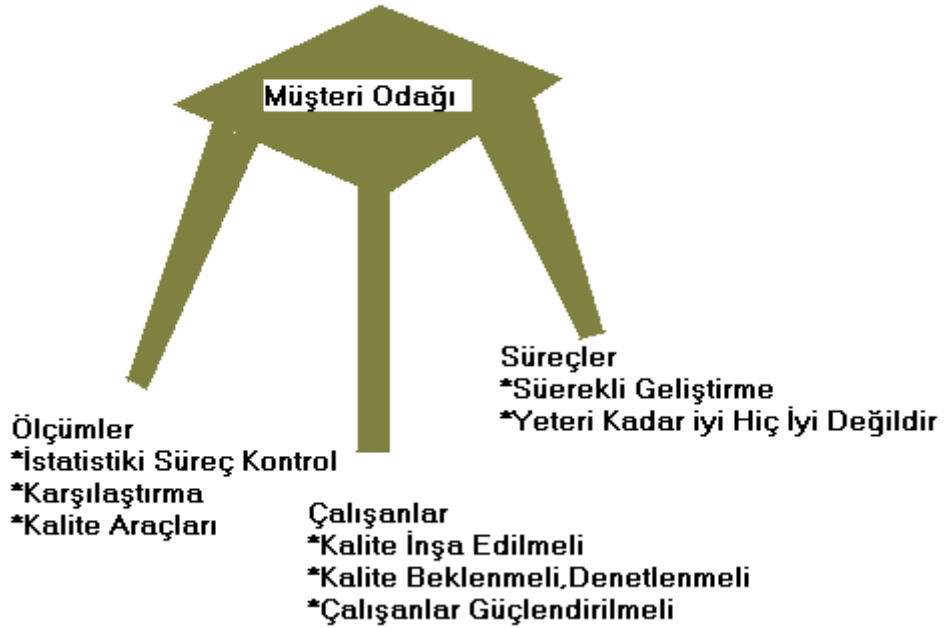
Kalite kavramının tanımlanmasında görülen farklılıklar toplam kalite yönetiminin tanımlanmasında da görülür. TKY ; “Tüm çalışanların katılımına dayanan ve müşteri tatmini yoluyla uzun dönemli başarının hedeflendiği, böylece tüm örgüt çalışanlarına ve topluma fayda sağlayan bir yönetim yaklaşımıdır.”^{20,21}

Daha geniş ve kapsamlı bir ifadeyle TKY’nin tanımı; “sorunların ortaya çıkmasından önce çözümleri oluşturan, mal ve hizmetlerin yapısına tasarım yoluyla üstünlük katan, üretilen mal ve hizmetlerde azami tüketici (müşteri) tatminini amaçlayan, eğitilmiş, işleri yapabilmek için gerekli araç-gereç ile donatılmış ve

talimatlarla desteklenmiş bir personelle ulaşılan, değişen ve gelişen talepleri cevaplayabilmek için değişim yapmaya hazır ve istekli olan, üretimde gerekli faaliyetlerin hızlı ve doğru olarak yapılmasını sağlayan, işleri zamanında yapmayı sağlayacak programları olan ve bunlara uyan, süregelen her türlü gelişmeyi kapsayan, uzun dönemde bir işi ilk defa doğru olarak yapmayı ön gören, dolayısıyla, mal ve hizmet üretiminde kusursuzluk arayışı içinde olan, bir sistem yaklaşımı".¹² şeklinde yapılabilir.

TKY kavramını açıklama ve anlamayı kolaylaştıran Goetsch ve Davis'in "Üç Ayaklı Tabure" si şekil 1'de verilmiştir.¹⁰

Şekil I: Toplam Kalite Yönetiminin Üç Ayaklı Taburesi



Taburenin oturak yeri müşteri odaklılık, TK'de müşterinin sürücü koltuğunda yer aldığını ve kalite ile ilgili kabul edilebilir şeylerin temel belirleyicisi ve son sözü söyleyenin olduğunu anlatır. Toplam Kalite Felsefesini yansıtan diğer üç ayaktan ölçümler ayağı, kalitenin ölçülebileceğini ve ölçülmesi gerektiğini, çalışanlar ayağı kalitenin ürün veya hizmetlerde denetlenemeyeceğini,

sadece insanları işlerini en doğru şekilde yapmalarının sağlanarak kalitenin inşa edilebileceğini ve üçüncü olarak süreç ayağı ise süreçlerin mutlaka sürekli ve sonsuza kadar geliştirilmesi gerektiğini ve bugün mükemmel olarak düşünülenin, yarın belki sıradan olacağını, sonuçta “yeteri kadar iyi, asla iyi olamaz” düşüncesini ortaya koymaktadır.¹⁰

2.4. TOPLAM KALİTE YÖNETİMİ FELSEFESİ

Dünyada yaşanan küreselleşmeyle birlikte artan rekabet, gümrük duvarlarıyla korunan ve dar bir alanda faaliyet gösteren organizasyonları uluslararası rekabetin içine sürüklemiştir. Bu durum, bir taraftan örgütlerin ürünlerinde kaliteyi yükseltirken, bir taraftan da maliyetleri aşağıya çekmeyi sağlayacak değişikliklerin yapılmasını gerekli kılmıştır. Böylece, örgütler kendi şartlarını tekrar gözden geçirerek, yapılarında değişiklik yapma gereğini duymuş ve amaç, maksimum kar elde etmek anlayışından hayatta kalarak, en iyi olmak ve dünya çapında bir organizasyon olma yolunda şekil değiştirmiştir. Ortaya çıkan bu yeni amaca ulaşmak için örgütler, çeşitli felsefeler geliştirmişlerdir. Bunlardan biriside, kaliteyle rekabet edebilmek için, çağdaş yönetim anlayışlarından biri olan toplam kalite yönetimi felsefesini benimsemek olmuştur.²⁰

Üst düzey yönetimin liderliğinde bütün çalışanların katılımıyla yürütülen, uzun zaman içerisinde sistematik değişimi hedef alan bu yönetim anlayışı felsefesinin en temel unsuru müşteri odaklı olmasıdır. Çünkü, TKY felsefesine göre müşteri beklentileri her şeyin üzerindedir.²⁹ Bu nedenle, müşterilerin bugün ve gelecekteki beklenti ve ihtiyaçları tespit edip karşılayarak mutlak müşteri memnuniyetini hedef alması sayesinde diğer örgütlere göre daha hızlı davranma imkânına kavuşur.^{17,27}

TKY felsefesinde kalite herkesin işidir. Bu nedenle örgüt içinde tüm çalışanlar, yaptığı işin kalitesinden sorumlu olmalı ve kendini kontrol etmelidir,³¹

müşteri ön planda olup bu doğrultuda, hızlı, yerinde ve zamanında üretim, yenilik, üründe çeşitlilik sunulması, müşteriye yakınlık ve çalışanların motive edilmesi esas alınmaktadır.³²

2.5. TOPLAM KALİTE YÖNETİMİ İLKELERİ

2.5.1. Sürekli Gelişme

Günümüzde işletmelerin rekabet yetenekleri, "Sürekli Gelişme" ile doğru orantılıdır. Yapılan araştırmalarda müşteri memnuniyetinin sürekli iyileştirme sonunda arttığı görülmektedir.³⁰ E. Deming'in 1950'de Japonya'da verdiği kalite kontrol konferanslarında sürekli gelişme önemle vurguladığı görüşlerden birisi olmuştur.³⁵

Sürekli gelişme kavramının Japonya'da yerleşmesiyle her faaliyet için Kaizen grupları kurulmuştur.³⁰ Japonların performanslarını en iyi açıklayan ilkelerin başında gelen Kaizen, Kai: değişim ve zen: iyi, daha iyi anlamına gelmektedir.³⁴ Bu iki sözcüğün bileşiminden oluşan Kaizen sözcüğü, "gelişme", "iyileşme" ve "sürekli gelişme" anlamlarında kullanılmaktadır.⁴⁴

Kaizen, Japonya'da gelişip sonradan bütün dünyaya yayılan birçok yönetim uygulamasını (üretkenlik artırımı, TTK, kalite kontrol çemberleri ya da işçilerle olan ilişkiler) kapsamaktadır.²

2.5.2. Sürekli Eğitim

TKY'de başarılı kalite performansı için eğitimin önemli bir etken olduğu vurgulanır. Dolayısıyla ile, kaliteye önem veren işletmeler rutin olarak bütün işlevlerinde ve her kademedede yaygın beceri ve kalite eğitimi verir.¹⁸

Toplam kalite yönetiminde gelişme kaynağı, teknoloji olanakları dışında "kalite için çalışan insan"dır. Bu nedenle, kalite için çalışan insan yetiştirmek

önemlidir. Örgüt yönetiminde kalite başarısı, davranışlarda ve olanaklarda gerekli değişimi sağlayacak nitelikli ve sürekli bir eğitim ve özendirmeden geçmektedir. Eğitimler, müşteriye odaklı, kaliteli ve verimli üretmenin teknik ve yöntemlerini öğrenmenin yanı sıra çalışanların ve yöneticilerin kuruluşa ve dış çevreye bakış açılarını amaca uygun olarak değiştirmeyi amaçlamalıdır.^{35,38}

Toplam kalite yönetimi'nin bilgiyi kolayca alabilen, bilgi alma kapasitesi yüksek, toplam kalite yöntemi ve felsefesine hakim, müşteri ilişkilerine son derece duyarlı, sürekli öğrenen insan gücü yapısı gerektirmesi eğitimi, örgütler için kaliteyi sürdürme ve geliştirmede TK'nın temeli haline getirmektedir.¹⁰

Eğitimin sürekli kılındığı ve eğitime katılımın sağlandığı işletmelerde sürekli bir verimlilik ve etkililik artışı gerçekleşecektir. Elde edilen başarının tespit edilip, takdir edilmesi çalışanların motivasyonunun artıracak ve yeni gelişmelerin önünü açacaktır.¹¹

2.5.3. Müşteri Odaklılık

Bir sürecin çıktısı olan ürünü kullanan ya da ondan etkilenen kişi olarak tanımlanan müşteri,³⁶ TKY'nin en önemli elemanlarından biri olan müşteri odaklılığın temelini oluşturur. Çünkü, ürün ve hizmet kalitesi bir müşteri için toplam kalitede gerekli ve önemli kritik bir bakış açısidir. Yüksek kalite, müşteriler için bir değer yaratır. Örgüt özenle müşterisinin istek ve ihtiyaçlarını belirlemeli bu yönde hareket etmelidir.¹⁹

Dolayısı ile müşteri tatmini örgütün başarısının anahtarıdır.⁴¹ Müşteri ihtiyaç ve beklentilerinin sürekli farkında olunmasını ve başarının bu ihtiyaç ve beklentileri karşılamaktan geçtiğini anlaşılmasını sağlar. Böylece bu eleman, kimin ihtiyaçlarının karşılanmaya çalışıldığının ve bu ihtiyaçların neler olduğunun

bilinmesine yardımcı olur. Kısaca, TK ortamında müşteri ölçüdür ve bu hem iç hem de dış müşterilere uygulanır.¹⁰

İç müşteri, örgüt içinde çalışan personel, dış müşteri ise, örgüt çalışanları dışındaki müşterilerdir. Çalışanları müşteri gibi gören bu anlayış, üretimi, çalışanların ihtiyaçlarına göre ayarlamakta ve bu ürünlerin kalitesi çok yüksek olmaktadır.²⁰ Dış müşteri alınan ürünün kalitesini ölçerken, iç müşteri ürün ya da hizmetle ilgili çalışanların, süreçlerin ve çevrenin kalitesini belirler. Bundan dolayı, başarılı örgütler, müşterilerinin ihtiyaçlarını rekabet içerisinde buldukları diğer örgütlerden daha iyi karşılamak için bütün enerjilerini ortaya çıkardıkları ürünün daha iyi algılanmasına harcarlar.¹⁰

2.5.4. Ekip Çalışması

Örgütsel katılım, “kişilerin kendilerini örgüt amaçlarına katkıda bulunmaya ve onlar için sorumluluk paylaşmaya yöreklendiren bir grup ortamının içine zihinsel ve duygusal açıdan girmeleri” şeklinde tanımlanabilir.⁴²

Ekip çalışması yönetimin çalışanlara olan güvenini gösteren ve bu yolla onlara karar verme, problemleri düzeltme fırsatını vererek kalitenin iyileşmesi, verimliliğin ve karlılığın artması gibi konularda sorumluluk yükleyen bir çalışma şeklidir. Ekip çalışmalarında Toplam Kalite Yönetimi insanı problemlerin kaynağı değil, çözümünün bir parçası olarak gören ve yönetsel başarıyı sağlayan anlayışının örneğidir. Yönetim ekip çalışmalarıyla, problemlere tepki göstermek yerine, onları önleme yolundaki çabalarını, ısrarını, desteğini açık bir şekilde ifade ederek çözüm odaklı yönetim idaresi oluşmaya başlar.⁷¹

Bu nedenle, TKY'nin uygulanabilmesi çalışanların tam katılımının sağlanmasıyla mümkün olabilir. TKY felsefesi içinde çalışanların tam katılımı, çalışanların hedefleri belirlemede, karar alma ve problem çözmede gönüllü olarak yer aldıkları bir süreç anlamını taşır.⁷²

2.5.5. Süreç İyileştirme

Süreç, girdilerin belirli bir işlemde geçirilerek arzu edilen çıktılara (ürün, hizmet, bilgi) dönüştürülmesi işlemidir. Geleneksel yönetim anlayışının uygulandığı örgütlerde “müşteri şikayeti yoksa süreç iyileştirmeye ve geliştirmeye gerek yok” düşüncesiyle hareket edilirken, TKY felsefesini benimsemiş örgütlerde standart prosedür, daha iyisini yapma ve geliştirmeye devam etme yönündedir.¹⁰

Süreçte yapılacak yeni ayarlamalarla zaman ve para israfı azaltılabileceği gibi çalışma ortamı da daha tatmin edici hale getirilebilir; çünkü, kalite sonu olmayan bir yarıştır. Bu nedenle, TKY'nin temel amacı, sürekli süreç iyileştirerek ürün ve hizmetlerin kalitesini artırmaktır.¹⁰

2.5.6. Amaç Birliği

Tarihsel olarak yönetim ve çalışanlar arasında genelde ters bir ilişki söz konusudur. Bunun sebebi, yönetimle işçilerin uyumsuzluğu ve fikir birliği içinde olamamalarıdır. TK perspektifi, yönetim-çalışanlar arasındaki muhalif düşüncelerin kimin veya neyin kusurundan kaynaklandığı konusıyla ilgilenmek yerine, örgütlerin belirlenmiş amaçlar etrafında birleşmesi ve çaba harcaması üzerine odaklanır.¹⁰

Dolayısı ile, TKY'de diğer yönetim felsefelerine göre, çalışanların daha güçlü ve sürecin içinde olmaları, örgüt yönetimi ile çalışanların aynı amaç doğrultusunda birleşmelerini sağlayan bir araç olduğu söylenebilir. Ancak, bu amaç birliği düşüncesi, yönetim ve çalışanların ücretlerde, diğer maddi kazançlarında ve çalışma koşullarında her zaman aynı düşünmeleri anlamına da gelmemektedir. Toplam Kalitenin amacı örgütlerde çalışanlar arasında birliktelik özelliğini artırmaktır.⁴³

2.5.7. Çalışanları Sürece Dahil Etmek

Çalışanları önemseyen ve örgütün merkezine koyan TK anlayışı Klasik Yönetim anlayışının çok önemseydiği ve üretimi arttırmak için bir araç olarak kullandığı çalışanlar arası rekabet fikrinin tersine, onların birlikte çalışmalarının yaratacağı sinerjinin bir takım ortamı içinde daha kolay gerçekleşebileceğini vurgulamaktadır.⁴⁵

Çalışanların süreçlere dahil edilmesinin “mevcut problemlerin üstesinden gelebilmek için daha fazla akli ortama taşıyarak en etkili gelişmeyi herhangi bir akılla değil, bu sorunlarla birlikte çalışan ve en yakın olan kişinin akıyla çözüme yoluna giderek, en iyi kararı ve palanı yakalama imkanının artırılması ve ortaya konulan çözümleri uygulayacak olan kişinin, o düşünceleri ortaya atan kişiler olması” gibi iki yönü vardır.¹⁰

2.6. HİZMET SEKTÖRÜNDE TOPLAM KALİTE YÖNETİMİ

2.6.1. Hizmet Kavramı

Sistematik biçimde ve teknik boyutuyla ele alınışı 1700’lü yıllara rastlayan hizmet kavramı, insanların birlikte olmalarının doğal bir sonucu olarak, yaşamın her aşamasında değişik biçimlerde karşımıza çıkmaktadır.⁵¹

Bugün geldiği seviye itibarı ile, hizmet sektörünün ülkelerin ekonomileri içindeki konumu ve gelişmişlik düzeyleri arasında doğru orantı olduğunun düşünülmesi ve hizmet endüstrisinin ülkelerin ekonomilerinde önemli bir paya sahip olmaları, hizmet sektörünün ülkelerin gelişmişlik düzeylerinin belirlenmesinde bir ölçüt haline gelmesine neden olmuştur.¹⁰

Ülkeler arasında bu kadar önemli hale gelen hizmetin birkaç değişik tanımı şöyle sıralanabilir. “Hizmet bir tarafın diğerine sunduğu, dokunulmayan ve

herhangi bir şeyin sahipliğine yol açmayan faaliyet ya da fayda”, “İnsan gereksinimlerini karşılayan yarar ve doyum sağlayan, soyut faaliyetler bütünü” veya daha kapsamlı olarak “İnsanların ya da toplumların ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla, belirli bir fiyattan satışa sunulan ve herhangi bir malın mülkiyetini gerektirmeyen, yarar ve doyum oluşturan, soyut faaliyetler bütünü” olarak verebiliriz.^{10,70}

2.6.2. Hizmet Kalitesi

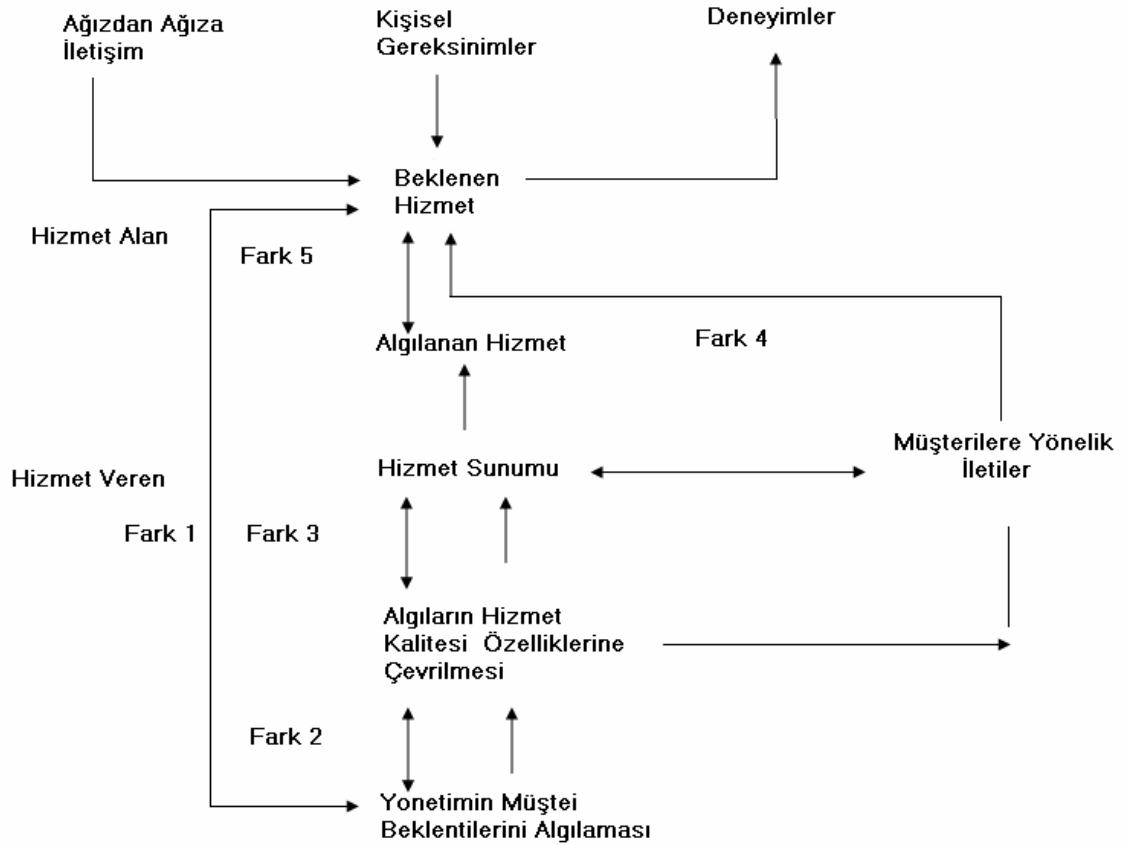
Hizmet sektörüne imalat sektörü kaynaklı olarak aktarılan kalite kavramının her bir hizmet ürününün kendisine has farklı özelliklerinin yanı sıra soyutluk, üretimle tüketimin eş zamanlı olması ve türdeş olmaması gibi özellikleri nedeniyle belirli bir tanım üzerinde uzlaşmamaktadır. Ancak, mamul kalitesine yönelik verilen tanımlar hizmet kalitesine de uyarlanabilmektedir. Bu tanımlardan bazıları aşağıda verilmiştir:¹⁰

- Müşteriyi memnun etmek veya müşterinin beklentisini tatmin etmek ve onu geçmek,
- Hizmet (veya mamul) özelliklerinin ortaya konmuş veya belirtilmiş ihtiyaçları tatmin etmesi
- Açıkça belirtilmiş ihtiyaçlara uygunluk
- Kullanıma uygunluk-ürünün müşteri ihtiyaçlarını karşılaması ve hatalardan uzak olma

İmalat sektörüne yönelik yapılan bu tanımlamalar her ne kadar hizmetlere uygun düşse de hizmetlerin türdeş olmayan ve soyut yapısından dolayı “algılanan hizmet kalitesi” kaliteyi tanımlamada ön plana çıkmıştır.¹⁰

Hizmet kalitesini ölçmede tek kriter müşteriler tarafından tanımlanmasıdır, sadece müşteri hizmet kalitesini tanımlayabilir. Hizmet kalitesi, müşteri beklentileriyle gerçekleşen hizmet performansının karşılaştırılmasıdır.^{48,49}

Önemli olan beklenen hizmetin, müşterinin varsa almış olduğu hizmetle ilgili geçmiş deneyimleri, bireysel ihtiyaçları, hizmet hakkında çeşitli yollarla aktarılan iletilerden etkilenerek şekillenmesi ve hizmetin alınmasıyla algılar arasında oluşan birtakım farklılıkların hizmet kalitesini belirleyici olmasıdır. Bu farklılıklar şekil 2’de gösterilmiştir.¹⁰



Şekil II: Kavramsal Hizmet Kalitesi Modeli

Fark 1: Müşterilerin beklentileri ile yönetimin müşteri beklentileri beklentilerini algılaması arasındaki farkı ifade etmektedir.

Fark 2: Yönetimin müşteri beklentilerini algılaması ile bu algılara özel kalite beklentileri arasında oluşan farktır.

Fark 3: Hizmet kalitesi özellikleriyle, hizmetin sunumu arasında oluşan farktır. Hizmet kalitesinin kişiden kişiye ve değişik zamanlarda hem hizmet alan hem de veren için değişmesi bu farkın oluşmasında en önemli etkidir.

Fark 4: Hizmete yönelik müşterilere verilen mesajlarda, verilen hizmet arasında meydana gelen farktır.

Fark 5: Beklentilerle alınan hizmet sonucunda oluşan algılar arasında oluşan farktır.

2.6.3.Hizmet Kalitesinin Özellikleri

Hizmetlerin üretiminde insan unsurunun bulunması, hataların kaçınılmazlığını gündeme getirmektedir. Bundan dolayı üretilen hizmetlerin, kalite ve standardizasyon açısından farklılık gösterebilmektedir.⁵¹

Hizmetlerin kolay heba olabilirlik özelliği ise, hizmetlerin ileride kullanılması ya da tüketilmesi amacıyla stoklanmasının mümkün olmadığını ortaya koymaktadır. Hizmetlerin bu özelliklerine aşağıdakileri de eklemek mümkündür:^{10,51}

- Hizmetlerin zaman boyutu vardır. Belli bir saatte başlar ve belli bir saatte biter.
- Hizmetlerin yaşam süresi yoktur. Yalnızca hizmetin oluşturulması ve sunulması süresi vardır.
- Hizmetler nesne değil, performanstır. Hizmet kalitesi müşteri beklentileriyle fiili hizmet performansının karşılaştırılmasıyla oluşur.
- Hizmet kalitesi maliyetle ilişkilidir. Müşteri karşılanabilir bir harcama ile kabul edilebilir.

- Hizmet insan davranışları ile yönlendirilen bir dizi etkinlikten oluşur.

2.6.4. Hizmet Kalitesi Ölçümü

Hizmet sektöründeki değişimler rakip işletmelerle olan rekabeti artırmıştır. Bu durum işletmelerin, müşteriye elde tutma hedeflerine ulaşmada, kaliteli hizmeti ortaya koymayı en önemli faktörlerden biri haline getirmiştir.⁵⁰

İmalat sektöründe objektif yollarla performansı ölçmenin başarıyı belirlemedeki anahtar konumu, hizmet kalitesinin ölçülmesinde de yöntemlerin önemli bir kısmının imalat sektörü kaynaklı olmasına neden olmuştur. Bu durum hizmet kalitesini objektif şekilde ölçülmesinde çeşitli zorluklar yaşanmasına neden olsa da bir organizasyonun verdiği hizmetlerin ve müşterilerin bu hizmetlere yönelik beklentilerinin ve algılamalarının belirlenmesi veya ölçülmesi hizmetin kalitesinin belirlenmesi ve geliştirilebilmesinde en önemli yaklaşım olarak kabul edilmektedir.¹⁰

Bu yaklaşım çerçevesinde hizmet kalitesinin ölçülmesinde farklılıklar olsa da hizmetin kalitesini belirlemede üç ölçüt karşımıza çıkmaktadır.

- İşletme İçi Ölçütler: iş gücü devri, hizmetin bulunabilirliği, temizlik, güvenlik, zamanındalık, hizmete hazır olma gibi ölçütlerdir. Öte yandan iş gücü devri kurum içi kalite kültürünün oluşması ve gelişmesi açısından da zorluk yaratacaktır. Hizmetin bulunabilirliği ise yine işletmenin müşterilerin değişen ilgi ve ihtiyaçlarını izleyerek uygun programlar sunmasına bağlı olarak gelişebilir.¹⁰ İşletmelerin hizmet sektöründe uzun dönemli başarı elde edebilmeleri için müşterilerinin hizmet alımı sırasında kendilerini güvende hissetmeleri gerekmektedir.⁵⁹

- İşletme Dışı Ölçütler: Hizmet hakkındaki müşteri görüşlerini almak, müşteri memnuniyetini izlemek ve kazanılan ve kaybedilen müşteri sayısı olarak sıralanabilir. Müşterilerin hizmet hakkındaki görüşleri iletişim araçlarını kullanarak veya hazırlanan basit anketler aracılığı ile alınabilir.

- Standartlar: Kalitenin ölçülmesinde en önemli kısım belirli standartlar oluşturulmaktan geçmektedir. Hizmetlerde standartların belirlenmesi ve bunların hizmetin her sürecinde uygulanabilir olması pek mümkün değildir. Kalite konusunda öncü olmak isteyen şirketler ayrıntılı ve hizmete özel bazı standartlarla ölçüm yaptıkları ve bunu uyguladıkları bilinmektedir.¹⁰

2.7. SPOR HİZMETLERİNDE TOPLAM KALİTE YÖNETİMİ

Günümüzde endüstri ve teknolojiye gelişmeler ve ülkelerin kalkınma yönündeki çalışmalarının yoğunluğu bireylerin serbest zamana ilgisinin artmasına neden olmuştur.⁴⁰

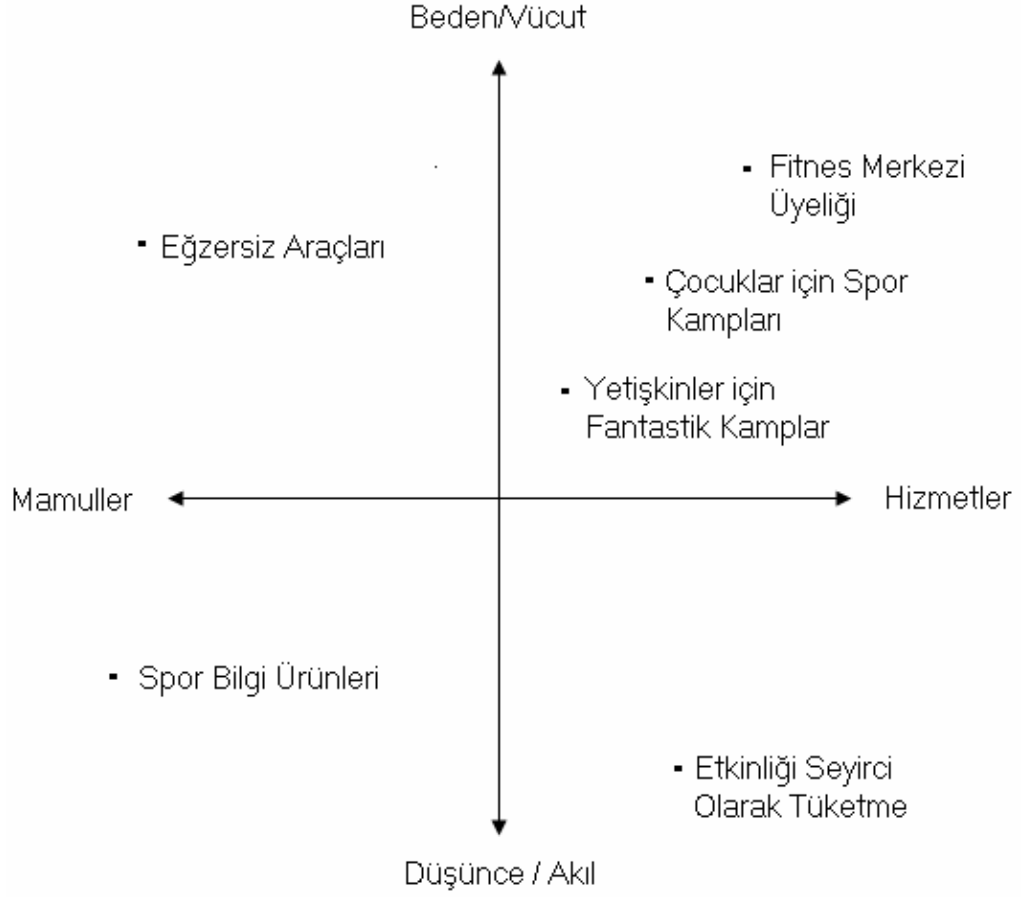
Bu gelişmeler, spor hizmetlerine olan talebin artışını da beraberinde getirmiştir. İnsanların değişen ve farklılaşan ihtiyaçları ve artan kalite beklentileri küçük ölçekli merkezlerin yerine günümüzde birçok spor branşının ve diğer hizmetlerin bir çatı altında sunulmaya başlanmasına neden olmuştur. Spor hizmet endüstrisi içindeki işlerin karmaşıklığı, alan bilgisinin yanı sıra değişimlere yaratıcı tepkide bulunmak ve değişimi fırsatlara dönüştürmek için sürekli iyileşmeyi ve gelişmeyi hedefleyen Toplam Kalite Yönetiminin örgütlerde uygulanması diğer endüstrilerde olduğu gibi spor endüstrisinde yer alan tüm kurumlara rekabet avantajı sağlayacaktır.^{10,46}

2.7.1. Spor Ürünü

Spor, insanın gelişim özelliklerine doğrudan etki yaptığı gibi, barış, sevgi, kardeşlik, hoşgörü, saygı, dürüstlük, özveri gibi özellikleri de beraberinde getirmektedir. Ayrıca spor, sürekli barışın sağlanması ve ülkeler arasındaki ilişkinin daha iyi sürdürülmesi ile toplumsal sağlığın korunması gibi hususlarda da günümüzde önemli bir araçtır.⁵²

Spor da ürün ise bu alanda birden fazla anlama gelen bir kelime haline gelmiştir. Birçok pazarlamacı ürün kelimesini sporla ilgili sağlanan mamul, program ve hizmetler için ortak kullanmakta ve spor hizmetleri de spor ürünlerinin bir parçası olarak kabul edilmektedir.¹⁰

Bu nedenle, çok boyutlu bir yaklaşımla spor ürünleri sınıflandırılarak, içine düşünce/akıl ve beden/vücut çizgisi eklenerek çok boyutlu bir spor ürünleri haritası meydana getirilmiştir (Şekil 3). Böylece, spor ürünleri memul ve hizmetler çizgisinin yanında müşterilerin düşünce/aklına ve beden/vücutlarına hitap edenler şeklinde bir ayrıma gidilerek çok boyutlu hale getirilmiştir.¹⁰



Şekil III: Çok Boyutlu Spor Ürünleri Haritası

Bu harita içerisinde yer alan egzersiz araçları birer mamuldür ve daha çok müşterilerin beden/vücut faaliyetleri için üretilir. Diğer uçta yer alan spor etkinliklerine seyirci olarak katılım, hizmet olarak kabul edilir ve müşterilerin düşünce/akıl yönüne hitap eder.¹⁰

Spor ürünleri böyle bir ayrımla ifade edilmişse de spor endüstrisi genel anlamda ürünlerden çok hizmetlere bağlı bir yapıya sahiptir. Profesyonel ve amatör takımlar, spor merkezleri, stadyumlar, spor salonları gibi yerler daha çok spor hizmetlerine yönelik ürünler sunarlar.⁵³

2.7.2. Spor Hizmeti

Günlük yaşamımızda her gün, sağlık, spor, eğitim, finans, bankacılık, sigortacılık, yönetim, danışmanlık, tamir, bakım, iletişim, taşımacılık (kara, deniz, hava, demiryolu) restoran, ve benzeri birçok alanda hizmet almaktayız. Bunların bir kısmı hizmet, bir kısmı ürün olarak ve bir kısmı da bu ikisinin karması olarak bize sunulmaktadır.⁵⁴

Sosyal yaşantımızda aldığımız bu genel hizmetleri, belirli bir fiyattan satışa sunulan ve herhangi bir malın mülkiyetini gerektirmeyen, yarar ve doyum oluşturan, soyut faaliyetler bütünü olarak tanımlamak mümkündür. Ancak, bu tanımın genel hizmetlerle alakalı olmasından dolayı bireylerin spordan beklentilerini ve spor hizmetlerinin özelliklerini pek yansıtmamaktadır. Daha kapsamlı olarak spor hizmeti, insanların spora ilişkin gereksinimlerini giderek eğlenme, stresten uzaklaşma, sağlıklı olma, iyi görünme, sosyalleşme ve mücadele etme gibi faydalar sağlayan soyut ve birbirine benzemeyen faaliyetler bütünü şeklinde ifade edilebilir.¹⁰

2.7.2.1. Spor Hizmet Kalitesi

Bireyler yaşamın her alanında aldıkları mamul veya hizmetleri kalite kavramıyla değerlendirir. Bu değerlendirmeleri sonucunda ortaya çıkan beklentiler/kriterler alışveriş esnasında uygulamaya sokulur. Ürün veya hizmetin beklentileri karşılama düzeyi arttıkça/azaldıkça alınacak ürün veya hizmetin kalite algılaması da artar/azalır. Bu nedenle, spor sektöründe kalite büyük önem arz etmektedir. Özellikle günümüzde büyük değer taşıyan spor sektöründe hizmet ve programların tüketicilerce kabul görmesinin tek ve geçerli yolu, hedef pazarın beklenti ve arzularına uygun kaliteli hizmet üretmektir.^{4,10,55}

Spor hizmetlerinde kalitenin tanımını ise “Müşterilerin spora ilişkin beklentilerini karşılayabilme ya da geçme yeteneğidir” diye ifade edilebiliriz.¹⁰

2.7.2.2. Spor Hizmet Sektörünün Özellikleri

Hizmet sektörünün her alanında olduğu gibi, spor alanında da ürünlerin oluşturulması, sunumu ve müşteride oluşturduğu tatmin düzeyinin belirlenmesinde teknik ve kavramlar hizmet sektörüyle paralellik gösterir. Bunun en temel nedeni, hizmet sektörünün spor hizmetlerinin mallardan farklılaşan bir takım özelliklere sahip olmasıdır. Özellikle aktif katılıma dayalı spor hizmetlerinde bu farklılıklar kendini daha da çok hissettirmektedir. Bu özellikler sırasıyla şöyledir.^{10, 55,56,57,58}

1. Spor hizmetleri soyuttur, fiziki bir varlığa bağlı değildir: Elle tutulamaz sahip olunamaz. Hizmetten sağlanan yarar deneyime dayanır. Müşteri, spor hizmetin değerini ve niteliğini, ancak satın aldıktan sonra ya da spor hizmetinin tüketilmesi veya satın alınması süresince değerlendirilebilir.
2. Spor hizmetleri dayanıksızdır ve depolanamaz: Spor hizmetlerin pek çoğunun yararı kısa sürelidir. Önceden çok sayıda üretilemez ve saklanamaz, yani dayanıksızdırlar. Bu sebeple bazı spor işletmeleri arz ve talebin uyumlaştırılmasında zorluk yaşar. Örneğin, badminton çalışmasına zamanında gelmeyen bir tüketici için badminton antrenörünün o çalışma için ayırdığı saat stoklanamaz. Bu durum spor işletmesi müşterisi için kendine ayrılan saatin boş kalması nedeniyle sonradan telafi edilmeyecek ekonomik bir kayıptır.
3. Spor hizmetleri heterojendir: Sunulduğu ortama, sunan kişiye, sunan kişinin değişik zamanlardaki fiziksel ve psikolojik performansına, müşterinin durumuna göre farklılık arz eder. Bir spor hizmetinin kalitesi içeriği, hizmeti veren kişiden kişiye, müşteriden müşteriye ve hatta günden güne değişebilir. Bu da spor hizmeti üreten spor

işletmelerinde kalite kontrol uygulamalarında zorlaştırıcı bir etken olarak ortaya çıkmaktadır.

4. Üretim aşamasından müşteriler izole edilemez ve hizmetlerin sunumunda önemli rol oynarlar.
5. Hizmeti bizzat sunanlar verdikleri hizmetin bir ürün olduğunu algılayamazlar: Hizmet sektörünün diğer alanlarında olduğu gibi spor hizmetlerinde çalışanlar genellikle çabalarının sonunda ortaya bir ürün koyduklarını algılayamazlar.
6. Hizmeti bizzat sunanların yeterliliği: Spor hizmetlerinde hizmeti sunanların yeterliliği önemlidir. Çünkü, üretimin verilen hizmetin dolayısıyla ortaya çıkan ürünün birinci derece sorumlusu bizzat hizmeti veren kişidir.
7. Hizmetin sunulduğu mekâna ulaşımın kolaylığı: Hizmet verilen yerin ulaşılabilir olması da müşteri memnuniyeti açısından son derece önemlidir. Verdiğiniz hizmet ne kadar kaliteli olursa olsun eğer müşteri hizmete ulaşımda sorun yaşıyorsa, bu müşterinin memnuniyetini etkileyecektir.
8. Hizmetin sunulduğu tesisin fiziki görünümü: Hizmet verilen mekanın gerek dış gerekse iç fiziki görünümü müşteri açısından önemlidir. Hizmet sunulan yerin temiz, bakımlı olması hizmeti sunan işletmeci-kuruluşun da kalitesinin bir göstergesi olacaktır. Fiziki anlamda yeterli olmayan bir tesis çekici olmayacaktır.
9. Spor hizmetlerinin bileşik ürün olma özelliği: Spor hizmetlerinin başka bazı hizmetlerle takviye edilmesi anlamına gelmektedir.

2.7.2.3. Spor Hizmet Sektörünün Sınıflandırılması

Spor hizmetlerinin sınıflandırılması, hizmetlerin sunum şekli, hizmet mekânlarının özellikleri, kalite boyutları, spor hizmetinin türü vb. unsurlara göre farklılık göstermektedir. Chelladurai ve Chang'ın spor hizmetlerine katılım şekline göre yaptıkları temel sınıflandırma şöyledir; ¹⁰

1. Seyre dayalı spor hizmetleri: Bir organizasyonu ya da müsabakayı takip şeklinde gerçekleşir.

2. Katılıma dayalı spor hizmetleri: İnsanların bizzat katılımıyla gerçekleşir. Katılıma dayalı spor hizmetleri Chelladurai ve Chang tarafından daha çok insanların spor etkinliklerine katılım motivasyonlarını çağrıştıran bir sınıflamaya tabi tutulmuştur. Buna göre;

- Eğlenceye yönelik spor hizmetleri
- Sağlık ve Fiziksel uygunluk/zindelik kazanmaya yönelik spor hizmetleri
- Beceri geliştirmeye yönelik spor hizmetleri
- Mükemmellik/seçkinliğe yönelik spor hizmetleri
- Tedaviye yönelik spor hizmetleri olarak ayrılmaktadır.

Katılma dayalı spor hizmetleri de kendi içinde katılım sürelerine göre sınıflandırılabilir; ¹⁰

1. Uzun süreli spor hizmetleri: Ulusal ligler bu sınıfa örnek olarak gösterilebilir.

2. Kısa süreli spor hizmetleri: Daha çok turizmde çok kısa süreleri kapsayan eğlence amaçlı spor hizmetleridir; rafting/kano, su altı dalışları gibi.

Aktif katılıma yönelik spor hizmetleri hizmet alma şekline göre başka bir sınıflandırmaya tabi tutulabilir.¹⁰

1. Self servis spor hizmetleri: spor merkezlerinde kişilerin yardım almadan bireysel olarak yaptıkları spor hizmetleridir. Örneğin; bireyin tenis kortunu kullanması.
2. Profesyonel destekli spor hizmetler: kişiye uzman personelin yardımıyla verilen spor hizmetidir. Örneğin; Yüzme bilmeyen bir müşterinin birebir veya gurupla aldığı yüzme kursu gibi.¹⁰

2.7.2.4. Spor Hizmetlerinde Kalite Boyutları

Hizmetler kendi içinde bazı özelliklerinden dolayı birbirinden farklıdır. Bu farklılıklarla birlikte sınıflandırılmaları, hizmetin pazarlanması ve yönetim stratejilerinin de birbirinden ayrılmasına neden olmuştur.⁶⁰

Spor hizmetlerinde kaliteyi etkileyen faktörler, müşterinin kişisel özellikleri, beklentileri, spor hizmeti veren personeli özellikleri ve hizmeti veren işletmenin örgüt ve yönetim yapısı spor hizmetlerinde kaliteyi doğrudan etkileyen önemli faktörlerdir. Spor hizmet kalitesini doğrudan etkileyen bu faktörler;⁵⁵

Spor Hizmeti Tüketicisinin Kişilik Özellikleri; kişilik değişkeni, her türlü bireysel ve örgütsel ilişkilerin analizinde veya düzenlenmesinde önemli bir etkidir. Çünkü, her birey kişilik yapısı nedeniyle çevreden etkilenir. Spor hizmet üretimi ve tüketiminin aynı anda olması ve bu süreçlerin müşteri katılımı olmaksızın gerçekleşmemesi, müşteriye spor hizmet üretimi sisteminin ve hizmet kalitesinin temel elemanı durumuna getirmiştir. Müşterinin alıcı ve tüketici olarak spor hizmeti veren personelden gelen hizmeti, spor hizmetlerinin kalitesini

algılamasında ve değerlendirmesinde onun kişilik özellikleri, spor hizmeti ilişkisinin niteliği ve sonucunu değiştirebilecek önemli bir etkidir.

Spor Hizmeti Tüketicisinin Beklentileri; Beklentiler müşterilerin spor hizmetine ilişkin isteklerini veya arzularını içermektedir. Müşterilerin beklentileri, spor hizmeti ilişkisine girmelerinin asıl sebebidir. Spor hizmetinin algılanan niteliği ve müşterilerin kişilik özellikleri onun beklentilerini oluşturan önemli etkenlerdir. Beklentiler bu iki değişkenin etkileşimi sonucunda belirlenmektedir. Bu değişkenler spor hizmeti karşılaşmasında, müşterinin davranışlarını yönlendirmektedir. Beklentiler aynı zamanda spor hizmetinin kaliteli olup olmadığının da bir ölçütüdür.

Program Kalitesi: Müşterilerin programın mükemmelliğine ilişkin algıları olarak tanımlanabilir. Bu boyutun kalite algılaması müşterinin spor hizmetindeki deneyimine dayandırılır.

a- Program Çeşitliliği: Katılımcılara verilen kurs veya programların çok çeşitli olması ve çekiciliği anlamına gelmektedir.

b- Zamanındalık: Program takviminin müşterinin müşterinin takvimine uygun olmasını ve zamanında yapılmasını ifade eder.

c- Bilgilendirme: Programlar ve hizmetler hakkında güncel bilgilere ulaşabilmenin mümkün olmasını ifade eder.

Çıktı Kalitesi: Müşterinin katılım nedenlerini karşılasa da müşterinin hizmetten ne elde ettiği algılamasına dayanır.

a- Fiziksel değişim: Genel olarak müşteriler fiziksel uygunluk, beceri gelişimi, hoşlanma, sosyal etkileşim ve heyecan gibi faydaların olmasını beklemektedir.

b- Değer: Müşterinin kullanımından sonra hizmetin çıktısına yönelik geliştirdiği kabul edilebilir veya kabul edilemez değerlendirmesi veya bu deneyimin uygun olma ya da olmama düşüncesinin müşterinin iç dünyasında tartışmasıdır.

c- Sosyalleşme: Aynı tür aktivitelerden hoşlanan kişilerle birlikte olmanın verdiği sosyal hazların bir sonucu oluşan pozitif sosyal deneyimler anlamına gelmektedir.

Fiziksel Çevre Kalitesi: Hizmet sunumunun gerçekleştiği mekan ve mekan içindeki fiziki materyalleri kapsar.

a- Ambiyans: Hizmet alanının ısı, ışık, gürültü, koku ve müzik gibi yönlerini içerir.

b- Dizayn: Hizmet tesisinin çevresi ve içindeki bölümlerin mimari düzenlemesidir.

c- Malzeme: Spor deneyimini yükseltmek için kullanılan malzemeler.

Spor işletmeleri yönetimin etkin olma ve olmama durumuna mal üreten işletmelerden daha duyarlıdır. Bu nedenle spor işletmelerinde, güdülenme ve özgürlük son derece önemlidir. Bunun içinde spor işletmesi örgütünün değerleri, kültür ve iklimi önemlidir. Spor işletmeleri personelinin moralini, katılımını ve işe karşı isteklerini arttıracak stratejiler bulunmalıdır.^{10,58}

2.7.2.5. Müşteri Memnuniyeti

Dünyada ve Türkiye’de sporun gelişimi, son yüzyılda artan bir ivme ile yaşanan bir gerçekliktir. Bu yüzyıl içinde spor; ekonomik gelişme ile artan gelir düzeyi, aktif yaşantı ile sağlıklı yaşam arasındaki ilişkinin daha net bir şekilde ortaya çıkması ve katılımcıların sayılarındaki büyük artış sonucu vaz geçilmez bir endüstri haline gelmiştir. Bu gelişmelerle birlikte, sporda müşteri memnuniyetinin önemi de artmaktadır.⁶⁶

Spor hizmeti sonucunda ortaya çıkan ürün, müşteri beklenti ve ihtiyaçlarına uygun olmalıdır. Müşteri ihtiyaç ve beklentilerini karşılamayan hizmetler kaynak ve zaman israfına da yol açacaktır. Bu sebeple müşteri beklentileri mutlak suretle dikkate alınmalıdır.⁵⁸

Bir İşletme başarıyı, ancak açık ve gizli müşteri beklentilerini anlayabildiği ve üretimi bu beklentiler doğrultusunda yönlendirebildiği ölçüde sağlayabilir. Öyleyse, müşteri memnuniyeti en önemli husustur. Burada müşterinin ihtiyaç ve beklentilerini, görüşlerini ortaya koyacak “Müşteri Düşüncesi Anketi”, “Şikâyet sistemleri” gibi tekniklerden yararlanılmalıdır. Böylece spor kuruluşları sundukları hizmetin kalitesi konusunda, kalitenin müşteri tarafından algılanan şeklini ve hizmetin müşterileri tatmin etme düzeyinin öğrenecek, bu bilgiler ve deneyimlerin ışığında performans göstermek suretiyle de başarılı olacaklardır.⁵⁶

2.7.3. Spor Hizmet Kalitesinde Spor Tesislerinin Önemi

Her millet üzerinde önemle durduğu spor konusunu propaganda, eğitim, kültür ve sağlık aracı olarak ele almakta ve bu yönde farklı yöntemler geliştirmektedir. Bu gerçeğin önemini kavrayan ülkeler, kitlelerin spor yapabilecekleri tesisleri en üst düzeye getirme çabasıdadır.⁶⁰

Bugün toplumlar sporun insan yaşamındaki önemini iyi kavradıkları için sporu zevkle uygular hale gelmiştir. Zamanla geniş kitlelere mal olan spor, çağdaş ülkelerde sosyal hayatın içinde yer alan olumlu bir ihtiyaç haline gelmiştir. Spor yaşantısı spor tesislerinin varlığıyla sürdürülür. Spor faaliyetlerinin yapılmasına müsait olmayan yapılacak bedeni faaliyetlerden elde edilecek fayda tatminkâr değildir.⁶¹

Spor tesisi, her yaşta insanın sağlıklı yaşayabilmesi için kamu ve özel kuruluşlar tarafından her türlü branşa hizmet veren aktivite yerleridir. Spor merkezlerinin birçoğu, ağırlık salonlarından saunalara kadar farklı bölümlerle tüketicilere hizmet sunmaktadırlar. Günümüzde spor merkezleri, müşteri merkezli ve hizmet sunan kurumlar olarak müşteri memnuniyetini sağlamak zorundadırlar. Müşteriler katıldıkları merkezden memnun oldukları takdirde tekrar geleceklerinden; hizmetin, ürünlerin ve faaliyetlerin sunulduğu diğer hizmet işletmelerinde olduğu gibi spor tesisleri için de önemlidir. Hizmetin sınırsızlığının önemli olduğu günümüz toplumunda beklentilerin hiç bitmeyecek olmasına rağmen, bunların en kısa sürede çözüme kavuşturulması da müşterinin o tesisi seçmesinde önemli bir etken olacaktır.⁶²

2.7.3.1. Seyir Spor Hizmetleri Açısından Tesis Kalitesi ve Önemli Faktörler

Spor tesislerinin diğer tüm işletmeler gibi yatırım maliyetleri oldukça yüksektir. Kapalı bir alan ihtiyacıyla başlayan maliyetlerin, beden eğitimi, rekreasyon ve spor programlarına gerekli tesisleri temin etmek üzere alternatif yöntemler kullanılmaktadır. Spor tesislerinin yapımında maliyetlerin düşürülebilmesi için okul, yerel çevre ve kamu sektörü/özel sektör gibi çıkar guruplarının ortak girişimleri ve ortaklıkları gittikçe yaygınlaşmasına rağmen bireyler, aktif spor yapmaktan çok seyir sporlarına ilgi duymaktadır.^{64,62} İlgi duyulan seyir sporlarının başında futbol branşı gelmektedir.

Dünyada büyük bir izleyici kitlesi olan futbol sadece heyecan verici bir sportif karşılaşma olmaktan çok günlük yaşantımıza yön veren, bağlılık ve tutkunluk yaratan görünüm sergilemektedir. Bu görünüm içerisinde, futbolun popülerliği; kulüplerin ekonomik anlamda gelişme ve büyümeleri açısından çok önemlidir.⁶³

Toplum bilimi açısından dünyada, olağanüstü boyutlara ulaşan ticari bir etkinlik durumunda olan futbolun, aktif yapılan bir spor dalı olmasının yanında, büyük kitleler tarafından seyredilen bir oyun olarak da önemi ortadadır.⁶⁷

Dünyadaki birçok ülkede olduğu gibi futbol seyircisinin hem televizyon ekranlarından veya stadyumları doldurarak takip ettikleri hem de her platformda konuşulan popüler bir spor dalı olma özelliği taşımaktadır. Bu denli büyük insan gruplarını arkasından sürükleyen ve zaman zaman ülkede gündem belirleme gibi bir özelliğe sahip olan futbol, özellikle profesyonel manada bu işle ilgilenen takımları seyirci potansiyelini artırma ve mevcut potansiyeli memnun etme gibi arayışlar içine sokmaktadır.⁵

Çünkü, profesyonel futbol takımlarına maddi anlamda gelir getiren seyirci sayılarının yükselmesine paralel olarak sponsorluk, reklam, tv geliri, lisans ve ticari eşya satışının yanı sıra seyirci hasılatlarının artmasıdır. Bu nedenle, profesyonel takım sahip veya yöneticileri kulüplerin gelir kalemleri içinde önemli bir yere sahip seyirci hasılatlarını yüksek düzeyde tutabilmek için seyircilerin müsabakalardan maksimum düzeyde tatmin olabilmeleri maksadıyla uygun tesislere sahip olunması gerekliliğinin farkına varmışlardır.^{5,73}

1998 yılından bu yana özellikle büyük stadyumlar olmak üzere intifa haklarının kulüplere devredilmesiyle birlikte tesislerde seyirci kapasitesini artırma ve değişim projelerine başlanmıştır. Belki de önümüzdeki yıllarda ülkemizdeki profesyonel branşı olan spor kulüpleri de Amerika'da olduğu gibi

hem seyircileri memnun etme hem de seyirci hasılatını artırmak için milyonlarca doları yeni stadyumların inşası için göze alacaklardır.^{5,73}

Bu durum, bize her zaman yeni veya modern tesislere ihtiyaç duyulduğunu göstermesine karşın, bazı durumlarda tesis yönetimi ne tür düzenleme ve geliştirmelere ihtiyaç duyulduğunu, seyircilerin spor tesisini nasıl algıladıkları hakkında bilgi sahibi olarak gerçekleştirmeyi gerekli kılmaktadır. Çünkü, tesis yönetimi kendi tesisinin negatif özelliklerine karşı geliştirmiş olabilecekleri alışkanlıklar sorunları görememelerine ve tesisin kalitesi hakkında objektif bir değerlendirme yapamamalarına neden olabilirler.^{5,70}

Tesislerin en iyi şekilde yönetilebilmesi için yönetim ilkelerinin mükemmel bir işletme yönetimi pratiğinin, kaliteli, iyi eğitim almış ve kendini bu işe adanmış personel tarafından uygulanması gerekir.⁶⁴

Stadyum yöneticileri seyircilerin tesisi nasıl algıladıkları konusunda bir değerlendirme yöntemine ihtiyaç duymaktadırlar. Bu yöntemle tesis yöneticileri 1. Seyircilerin genel olarak memnun olup olmadıkları, 2. Tesisin hangi özelliklerinin seyirci memnuniyet ve memnuniyetsizliklerini etkilediği, 3. Bu algıların seyircinin stadyuma gelmesini ne derecede etkilediğini tespit edilmelidir. Bu bilgilere sağlıklı olarak ulaşan karar alma mercii tesisin tadil edilmesi, eklemeler yapılması veya yeniden inşası gibi seçeneklerden en doğru olanını seçme imkanına sahip olabilecektir.^{5,70}

Stadyum işletmesi tarafından ölçülmesi ve değerlendirilmesi gereken her bir faktörün anahtar elemanı şu şekilde sıralayabiliriz;⁵

Stadyum Erişimi: İzleyicilerin spor alanına olan görüşlerinden ilki stadyum erişimidir. Stadyum parkına olan ulaşım kolaylığı, yakınlık ve parka giriş izleyicinin spor alanına olan memnuniyetini artırabilir. Birçok izleyici park yeri aramakla ve park ettiği yerden stadyuma yürümekle vakit kaybetmek istemez. En büyük endişelerden bir tanesi de maçtan sonra parktan nasıl çıkılacağıdır.

İzleyicilerin park sorunu yüzünden memnuniyetsiz olmalarının en olumsuz yönü izleyicilerin oyunun sonu görmek ve trafik yoğunluğundan kaçmak arasında seçim yapmak zorunda kalmaktır. Bu nedenden dolayı, stadyuma gelen izleyiciler üzerinde ulaşılabilirlik pozitif ve ya negatif etkiye sahip olacağı düşünülmektedir.

Tesis Estetiği: Tesis estetiği iç dizayn ve dekorun yanı sıra spor alanının çekiciliğine katkıda bulunan mimari tasarımın bir fonksiyonudur. Taraftarlar sahanın estetik kalitesine olan olumlu ya da olumsuz etkiyi artırabilecek iç dizaynı bilinçli ya da bilinçsiz olarak seyrederek zaman harcarlar. İşaret levhaları ve çeşitli pankartlar stadyumun estetik cazibesini artırarak izleyicilerin spor alanından memnun kalmalarına neden olur.⁵

Skorboard Kalitesi: Stadyum skorboardlarının dizaynı ve fonksiyonu iç dizaynın özel bileşenlerinden biri olarak yerini alır. Skorboardda neler olduğu oyunun merkezinde yer alır çünkü, izleyicilerin sürekli gözlemi altındadır.

Koltuk Konforu: Yapılan araştırmalara göre uygun ve rahat oturmak çalışanların daha etkili olmasını sağlamakta ve iş tatminini artırmaktadır. Stadyum izleyicileri açısından bakıldığında koltukların rahatlığı uzun süre orada oturacak olan seyirciyi etkileyeceği bir gerçektir.

Yapısal Ulaşılabilirlik: Etkili bir yapı tasarımı müşterilerin istenilen yere (oturaklar, büfeler, dinlenme odaları vb.) rahatça ulaşmasını sağlar. İzleyicilerin istedikleri alanlara kolayca ulaşmalarını sağlayan stadyumlar izleyicilerin spor alınıyla ilgili memnuniyetlerini artırarak kalabalık olgusu hissini de düşürecektir.

Yön Levhaları: İç tasarımın etkili olması, izleyicilere oturacakları yerleri bulmada kolaylık sağlayacak yön levhalarının bir fonksiyonudur. Seyircilerin büfelere, tuvaletlere, dinlenme odalarına vb. yerlere ulaşmalarını

kolaylaştıran oyun sonunda stadyumun boşaltılmasını da kolaylaştıran yön levhaları seyirci üzerinde pozitif bir etkiye sahiptir.

3- GEREÇ-YÖNTEM

Araştırma tarama modeli şekillendirilmiş, hizmet kalitesi ve spor alanları kalitesini etkileyen faktörlere yönelik literatür bilgileri aktarılmıştır.

Evren Örnekleme:

Araştırmanın evrenini Fenerbahçe Şükrü Saraçoğlu Stadyumuna gelen seyirciler, örneklemini Fenerbahçe Şükrü Saraçoğlu Stadyumunda Fenerbahçe SK – Chelsea FC 2007-2008 Şampiyonlar Ligi müsabakasına seyirci olarak katılan ve tesadüfi yolla seçilen 500 seyirci oluşturmuştur.

Veri Toplama Aracı:

Araştırmada Stadyuma gelen seyircilerin kişisel bilgilerine ulaşmayı amaçlayan 6 maddeden oluşan birinci bölüm ve Wakefield ve arkadaşları tarafından geliştirilen 8 alt boyut ve 33 maddeden oluşan “Measurement and Evaluation Of Sports Space “ ölçeği veri toplama aracı olarak kullanılmıştır. Ölçeğin Türkçe’ye çevrilmesinde çeviri – tekrar çeviri yöntemi uygulanmıştır. Ölçek öncelikle İngilizce düzeyi iyi derecede olan üç kişi tarafından Türkçe’ye çevrilmiş, daha sonra bu üç çeviri tekrar İngilizceye çevrilmiştir. Bu çeviriler içinde en tutarlı olan cümleler konu uzmanları görüşleri çerçevesinde ölçekte yer almıştır.

Daha sonra, hazırlanan ölçek konu ile ilgili olan 5 uzmanla değerlendirilmiş ve Spor Alan Kalitesi Ölçeği uygulamaya hazır hale getirilmiştir.

Verilerin Analizi:

Araştırmaya gönüllü olarak katılan 500 seyirciden elde edilen verilerden 43 tanesi hatalı veya eksik doldurulma nedeniyle değerlendirilmemiş, diğer 457 adet veri bilgisayar ortamına aktarılmıştır. Verileri bilgisayar ortamına

aktarıldıktan sonra frekans dağılımları ve çapraz tablolar yardımıyla hatalı veri girişlerinin olup olmadığı kontrol edilmiştir.

Araştırmaya katılan bireylerin genel yapısını tanımlamak için stadyuma gelen seyircilere ait tanımlayıcı istatistiklere (descriptive statistics) yer verilmiştir. Bu istatistikler yüzde ve frekanslar olarak ilgili tablolarda verilmiştir.

Araştırmada kullanılan ölçeğe faktör analizi uygulamak için madde sayılarının yeterli olup olmadığını görmek amacıyla KMO (Aitn Ayer Olkin) testine ait değerlere bakılmış, değer 0.828 olduğu ve yeterli denek sayısına ulaşıldığı görülmüştür. Ölçeğin II. bölümü için varimax dönüştürmesi ile temel bileşenler yöntemi kullanılarak faktör analizi yapılmış ve analiz sonunda 0.40'ın altında kalan 3 madde ölçekten çıkarılmış ve maddelerin faktör alt boyutlarına göre ayrıştırılması yapılmıştır. Alt boyutları ortaya çıkarılan ölçeğin geçerlilik ve güvenilirliği için Cronbach Alpha değerleri elde edilmiştir.

4. BULGULAR

Bu bölümde araştırmada elde edilen verilerin değerlendirilmesi sonucu ortaya çıkan bulgular tablolar halinde verilmiştir.

Araştırmaya katılan deneklerin cinsiyetlerine ilişkin demografik bilgiler tablo 1’de verilmiştir.

Tablo 1. Deneklerin Cinsiyetlerine Göre Dağılımı

Değişkenler	Alt Değişkenler	f	%
Cinsiyet	Erkek	391	85.6
	Bayan	66	14.4
	Toplam	457	100,0

Tablo 1’e bakıldığında deneklerin %85.6’sının “erkek” ve %14.4’ünün de bayan olduğu görülmektedir.

Araştırmaya katılan deneklerin eğitim durumlarına ilişkin demografik bilgiler tablo 2’de verilmiştir.

Tablo 2. Deneklerin Eğitim Durumlarına Göre Dağılımı

Değişken	Alt Değişkenler	f	%
Eğitim Durumu	İlkokul	18	3.9
	Ortaokul	28	6.1
	Lise	150	32.8
	Üniversite	228	49.9
	Lisans Üstü	33	7.2
	Toplam	457	100.0

Tablo 2’de deneklerin eğitim durumlarına bakıldığında %3.9’unun ilkokul, %6.1’inin ortaokul, %32.8’inin lise, %49.9’unun üniversite ve %7.2’sinin ise Lisans Üstü eğitime sahip oldukları görülmektedir.

Araştırmaya katılan deneklerin aylık gelirlerine ilişkin demografik bilgiler tablo 3'te verilmiştir.

Tablo 3. Deneklerin Aylık Gelirlerine Göre Dağılımı

Değişkenler	Alt Değişkenler	f	%
Gelir Durumu	0-500 TL	63	13.8
	501-1000 TL	128	28.0
	1001-1500 TL	149	32.6
	1501 TL	117	25.6
	Toplam	457	100.0

Tablo 3'te deneklerin %13.8'inin 0 – 500 TL arasında, %28'inin 501 TL – 1000 TL arasında, %32.6'sının 1001 YTL -1500 TL arasında ve %25.6'sının ise 1501 TL ve üzeri aylık gelire sahip oldukları görülmektedir.

Araştırmaya katılan deneklerin stadyuma gelme sıklıklarına ilişkin demografik bilgiler tablo 4'te verilmiştir.

Tablo 4. Deneklerin Stadyuma Gelme Sıklıklarına Göre Dağılımı

Değişkenler	Alt Değişkenler	f	%
Bir Yıl Süresince Stadyuma Gelme Sıklığı	1-5	269	58.9
	6-10	85	18.6
	11 ve Daha Fazla	102	22.3
	Toplam	457	100.0

Tablo 4'te deneklerin stadyuma gelme sıklıklarının sırasıyla 1-5 kez %58, 11 ve daha fazla %22,3 ve 6-10 kez %18,6 oranında değiştiği görülmektedir.

Araştırmaya katılan deneklerin stadyuma özel araçlarıyla gelme isteklerine ilişkin demografik bilgiler tablo 5’de verilmiştir.

Tablo 5. Deneklerin Stadyuma Özel Araçlarıyla Gelme Durumlarına Göre Dağılımı

Değişkenler	Alt Değişkenler	f	%
Özel Araçlarıyla Gelme İsteği	Evet	239	52.3
	Hayır	163	35.7
	Arasıra	55	12.0
	Toplam	457	100.0

Tablo 5’te seyircilerin stadyuma özel araçlarıyla gelme isteklerine bakıldığında, %52.3’ünün stadyuma özel aracıyla geldiği, %35.7’sinin stadyuma gelirken özel aracını kullanmadığı, %12’sinin arasıra özel araçlarıyla stadyuma geldikleri görülmektedir.

Araştırmaya katılan deneklerin tuttukları takımın fanatik seyircisi olup olmadıklarına ilişkin demografik bilgiler tablo 6’da verilmiştir.

Tablo 6. Deneklerin Tuttukları Takımın Fanatik Seyircisi Olup Olmadıklarına Göre Dağılımı

Değişkenler	Alt Değişkenler	f	%
Fanatiklik Seyirci Olup Olmadıkları	Evet	353	77.2
	Hayır	15	3.3
	Kısmen	89	19.5
	Toplam	457	100.0

Tablo 6’da deneklerin tuttukları takımın fanatik bir seyircisi olarak görüp görmediklerine bakıldığında %77.2’sinin kendilerini tuttukları takımın fanatik bir seyircisi olarak gördüğü, %3.3’ünün kendilerini tuttukları takımın fanatik bir seyircisi olarak görmediği, %19.5’inin ise kısmen kendilerini tuttukları takımın fanatik bir seyircisi olarak hissettiği görülmektedir.

Seyirci Katılımda Spor Tesisi Kalitesini Etkileyen Faktörlere İlişkin İstatistikî Bulgular

Seyirci Katılımda Spor Tesisi Kalitesini Etkileyen Faktörlere yönelik maddelerin alt boyutlara ait istatistikleri ve güvenilirlik katsayılarına etkisi tablo 7’de verilmiştir.

Tablo 7: Spor Tesisi Kalitesini Etkileyen Faktörlere İlişkin İstatistikler ve Güvenirlik Katsayıları

Amaçlar	Ortalama	Varyans	Cronbach alpha
Stadyum İçinde Ulaşım Kolaylığı	1.45	.0047	.82
Estetik Yapı	1.19	.0029	.75
Alan Dağılımı	1.60	.0058	.76
Koltuk Konforu	1.79	.0154	.72
Skorbord	1.62	.0004	.72
Park Alanı	1.74	.0365	.69
Kalma İsteği	1.45	.0023	.58
Yön Levhaları	1.29	.0006	.81

Tablo 7’ye bakıldığında faktörler için belirtilen güvenilirlik katsayıları sırasıyla; stadyum içerisinde istenilen yere ulaşım kolaylığını içeren faktör için 0.82, stadyumun estetik yapısını içeren faktör için 0.75, stadyumun alan dağılımını içeren faktör için 0.76, stadyumun koltuk konforunu içeren faktör için 0.72, skorbordu içeren faktör için 0.72, stadyumun park alanını içeren faktör için 0.69, stadyumda kalma isteğini içeren faktör için 0.58 ve stadyumun yön levhalarını içeren faktör için 0.81 olduğu görülmektedir. Bu güvenilirlik katsayılarının yeterli olduğu saptanmıştır.

1. Faktör Stadyum İçinde İstenilen Yere Ulaşım Kolaylığı

Deneklerin stadyum içinde istenilen yere ulaşım kolaylığı ile ilgili görüşlerine ait istatistikleri ve güvenilirlik katsayılarına etkisi tablo 8’de verilmiştir.

Tablo 8. Stadyum İçinde İstenilen Yere Ulaşım Kolaylığı İle İlgili Maddelerin Güvenirlik Katsayıları

1.Faktör	Madde silindikten sonraki ortalama	Madde silindikten sonraki varyans	Düzeltilmiş madde toplam korelasyonu	Çoklu korelasyon karesi	Madde silindikten sonraki Alfa
S.25	4.4311	4.1975	.5664	.3291	.8095
S.26	4.3895	3.9269	.6344	.4054	.7803
S.27	4.3151	3.6724	.6844	.5012	.7566
S.28	4.2801	3.5179	.6982	.5092	.7499

Tablo 8’e bakıldığında “Stadyum İçinde İstenilen Yere Ulaşım Kolaylığı” ile ilgili maddelerin tutarlı olduğu görülmektedir. Çünkü, hiçbir madde faktörler için bulunan güvenilirlik katsayısını (0.82) olumsuz yönde etkilememektedir. Bu durum tablonun son sütununda yer alan içsel tutarlılık katsayılarıyla da açıkça görülmektedir.

2. Faktör Estetik Yapı

Deneklerin stadyumun estetik yapısı ile ilgili görüşlerine ait istatistikleri ve güvenilirlik katsayılarına etkisi tablo 9’da verilmiştir.

Tablo 9. Stadyumun Estetik Yapısı İle İlgili Maddelerin Güvenirlik Katsayıları

2.Faktör	Madde silindikten sonraki ortalama	Madde silindikten sonraki varyans	Düzeltilmiş madde toplam korelasyonu	Çoklu korelasyon karesi	Madde silindikten sonraki Alfa
S.11	4.4311	4.1975	.5664	.3291	.8095
S.12	4.3895	3.9269	.6344	.4054	.7803
S.13	4.3151	3.6724	.6844	.5012	.7566
S.14	4.2801	3.5179	.6982	.5092	.7499

Tablo 9’da yer alan “Stadyumun Estetik Yapısı” ile ilgili maddelere bakıldığında tutarlı olduğu görülmektedir. Çünkü, hiçbir madde faktörler için bulunan güvenilirlik katsayısını (0.75) olumsuz yönde etkilememektedir. Bu durum, yukarıdaki tablonun son sütununda yer alan içsel tutarlılık katsayılarıyla açıkça görülmektedir.

3. Faktör Alan Dağılımı

Deneklerin stadyum içerisindeki alan dağılımı ile ilgili görüşlerine ait istatistikleri ve güvenilirlik katsayılarına etkisi tablo 10’da verilmiştir

Tablo 10. Stadyumun Alan Dağılımı ile İlgili Maddelerin Güvenirlik Katsayıları

3.Faktör	Madde silindikten sonraki ortalama	Madde silindikten sonraki varyans	Düzeltilmiş madde toplam korelasyonu	Çoklu korelasyon karesi	Madde silindikten sonraki Alfa
S.31	4.7834	3.9595	.5001	.2538	.7335
S.32	4.7002	3.6972	.5834	.3443	.6882
S.33	4.8228	3.7953	.5790	.3495	.6911
S.34	4.8818	3.8413	.5670	.3266	.6976

Tablo 10’da yer alan “Stadyumun Alan Dağılımı” ile ilgili maddelere bakıldığında tutarlı olduğu görülmektedir. Çünkü, hiçbir madde faktörler için bulunan güvenilirlik katsayısını (0.76) olumsuz yönde etkilememektedir. Bu durum, yukarıdaki tablonun son sütununda yer alan içsel tutarlılık katsayılarıyla açıkça görülmektedir.

4. Faktör Koltuk Konforu

Deneklerin stadyum içerisindeki koltukların konforu ile ilgili görüşlerine ait istatistikleri ve güvenilirlik katsayılarına etkisi tablo 11’de verilmiştir

Tablo 11. Stadyumun Koltuk Konforu İle İlgili Maddelerin Güvenirlik Katsayıları

4.Faktör	Madde silindikten sonraki ortalama	Madde silindikten sonraki varyans	Düzeltilmiş madde toplam korelasyonu	Çoklu korelasyon karesi	Madde silindikten sonraki Alfa
S.20	5.4442	3.4185	.5393	.3217	.6306
S.21	5.3195	3.4284	.5870	.3598	.6032
S.22	5.4880	3.8162	.4215	.1814	.7001
S.23	5.2144	3.5767	.4692	.2233	.6741

Tablo 11’ye bakıldığında “Stadyumun Koltuk Konforu” ile ilgili maddelerin tutarlı olduğu görülmektedir. Çünkü, hiçbir madde faktörler için bulunan güvenilirlik katsayısını (0.72) olumsuz yönde etkilememektedir. Bu durum, yukarıdaki tablonun son sütununda yer alan içsel tutarlılık katsayılarıyla açıkça görülmektedir.

5. Faktör Skorbord

Deneklerin stadyumun skorbord'u ile ilgili görüşlerine ait istatistikleri ve güvenilirlik katsayılarına etkisi tablo 12'de verilmiştir

Tablo 12. Stadyumun Skorbord İle İlgili Maddelerin Güvenirlik Katsayıları

5.Faktör	Madde silindikten sonraki ortalama	Madde silindikten sonraki varyans	Düzeltilmiş madde toplam korelasyonu	Çoklu korelasyon karesi	Madde silindikten sonraki Alfa
S.16	4.8315	3.9957	.4930	.2463	.6769
S.17	4.8731	4.1374	.4797	.2589	.6832
S.18	4.8403	4.1784	.5844	.3632	.6240
S.19	4.8600	4.3707	.5059	.2962	.6672

Tablo 12'ye bakıldığında "Stadyumun Skorbordu" ile ilgili maddelerin tutarlı olduğu görülmektedir. Çünkü, hiçbir madde faktörler için bulunan güvenilirlik katsayısını (0.72) olumsuz yönde etkilememektedir. Bu durum yukarıdaki tablonun son sütununda yer alan içsel tutarlılık katsayılarıyla açıkça görülmektedir.

6. Faktör Park Alanı

Deneklerin park alanları ile ilgili görüşlerine ait istatistikleri ve güvenilirlik katsayılarına etkisi tablo 13’de verilmiştir.

Tablo 13. Park Alanı İle İlgili Maddelerin Güvenirlik Katsayıları

6.Faktör	Madde silindikten sonraki ortalama	Madde silindikten sonraki varyans	Düzeltilmiş madde toplam korelasyonu	Çoklu korelasyon karesi	Madde silindikten sonraki Alfa
S.7	5.4945	3.9830	.2738	.0782	.7440
S.8	5.1335	3.1598	.5554	.3295	.5739
S.9	5.0635	3.3315	.5509	.3284	.5814
S.10	5.1707	3.1068	.5425	.3426	.5817

Tablo 13’de yer alan “Stadyumun Park Alanı” ile ilgili maddelere bakıldığında tutarlı olduğu görülmektedir. Çünkü, hiçbir madde faktörler için bulunan güvenilirlik katsayısını (0.69) olumsuz yönde etkilememektedir. Bu durum tablonun son sütununda yer alan içsel tutarlılık katsayılarıyla açıkça görülmektedir.

7. Faktör Kalma İsteği

Deneklerin stadyumda kalma isteği ile ilgili görüşlerine ait istatistikleri ve güvenilirlik katsayılarına etkisi tablo 14’de verilmiştir

Tablo 14. Deneklerin Stadyumda Kalma İsteği İle İlgili Maddelerin Güvenirlik Katsayıları

5.Faktör	Madde silindikten sonraki ortalama	Madde silindikten sonraki varyans	Düzeltilmiş madde toplam korelasyonu	Çoklu korelasyon karesi	Madde silindikten sonraki Alfa
S.35	2.8950	1.6688	.2511	.0634	.6834
S.37	2.6827	1.4627	.4571	.2783	.3701
S.38	2.6149	1.4435	.4725	.2842	.3461

Tablo 14’e bakıldığında deneklerin “Stadyumda Kalma İsteği” ile ilgili maddelerin tutarlı olduğu görülmektedir. Çünkü, hiçbir madde faktörler için bulunan güvenilirlik katsayısını (0.58) olumsuz yönde etkilememektedir. Bu durum yukarıdaki tablonun son sütununda yer alan içsel tutarlılık katsayılarıyla açıkça görülmektedir.

8. Faktör Yön Levhaları

Deneklerin stadyum içerisindeki yön levhaları ile ilgili görüşlerine ait istatistikleri ve güvenilirlik katsayılarına etkisi tablo 15’de verilmiştir.

Tablo 15. Stadyum İçerisindeki Yön Levhaları İle İlgili Maddelerin Güvenirlik Katsayıları

8.Faktör	Madde silindikten sonraki ortalama	Madde silindikten sonraki varyans	Düzeltilmiş madde toplam korelasyonu	Çoklu korelasyon karesi
S.29	1.3085	.4770	.6822	.4655
S.30	1.2735	.4272	.6822	.4655

Tablo 15’de yer alan “Yön Levhaları” ile ilgili maddelere bakıldığında tutarlı olduğu görülmektedir. Çünkü, hiçbir madde faktörler için bulunan güvenilirlik katsayısını (0.81) olumsuz yönde etkilememektedir. Bu durum yukarıdaki tabloda yer alan tutarlılık katsayılarıyla açıkça görülmektedir.

Spor tesis kalitesini etkileyen faktörlere yönelik dönüştürme sonrası istatistiki bulgular tablo 16’da verilmiştir.

Tablo 16. Spor Alan Kalitesinin Seyirci Katılımını Etkileyen Faktörlere Yönelik Dönüştürme Sonrası Matris

	Faktörler							
	1 Ulaşım Kolaylığı	2 Estetik Yapı	3 Alan Dağılımı	4 Koltuk Konforu	5 Skorbor	6 Park Alanı	7 Kalma İsteği	8 Yön Levhaları
17-Maçtan sonra stadyum parkından çıkmak kolaydır.						.756		
26-Bu stadyum geniş bir park alanına sahiptir.						.771		
9-Bu stadyumun parkı uygun ve kullanışlı bir yere kurulmuştur.						.769		
21-Bu stadyuma şehir içi yollardan ulaşım kolaydır. (otobüs, metro, tren vb.)						.462		
23-Bu stadyumun estetik yapısı (boyası, mimarisi vb.) memnun edicidir		.718						
15-Stadyum çekici / hoş renklere boyanmıştır.		.639						
27-Stadyumun mimarisi ona çekici bir hava vermektedir		.712						
11-Bu stadyum çekici / hoş bir stadyumdur.		.615						
19-Bu stadyum çekici bir şekilde dekore edilmiştir.		.780						
28-Bu stadyum yüksek kalite de bir skorborda sahiptir.					.697			
22-Bu stadyumun skorbordunu seyretmek eğlencelidir.					.706			
7-Bu stadyumun skorbordu ilginç haber ve sonuçlar verir.					.759			
4-Bu stadyumun skorbordu oyuna heyecan katar. (İlginç anların tekrarı)					.699			
16-Bu stadyumun koltukları rahat ve konforludur.				.692				
29-Bu stadyumun koltuk düzeni yeterli boş alan bırakacak şekilde dizayn edilmiştir.				.550				
1-Bu stadyumun koltukları dizleri rahat ettirecek şekilde yerleştirilmiştir.				.782				
12-Bu stadyumun koltukları kolları rahat ettirecek şekilde yerleştirilmiştir.				.776				
25-Bu stadyumun boşlukları tuvaletlere ulaşmamızı kolaylaştırır.	.754							
3-Bu stadyumun boşlukları istediğimiz yerlere (çıkış kapıları, yiyecek, içecek standı vb.) rahat ulaşmamızı sağlar.	.728							
13-Genel olarak, stadyum boşları gitmek istediğimiz yere ulaşmamızı kolaylaştırır.	.743							
10-Bu stadyumun tasarımı koltuklarımıza rahat ulaşmamızı sağlar.	.761							
2-Bu stadyumdaki işaret levhaları yer göstermede açık şekilde yönlendirme yapar.								.861
30-Bu stadyumdaki işaret levhaları gideceğim yeri kolaylaştırır.								.868
24-Bu stadyum kalabalıkları idare edecek kadar yeterli alana sahiptir.			.631					
14-Bu stadyumun yiyecek-içecek büfeleri kalabalıkları kaldıracak kadar geniş ve yeterlidir.			.726					
6-Bu stadyumun yürüyüş yolları kalabalığı idare edecek kadar yeterlidir.			.620					
20-Bu stadyumun tuvaletleri kalabalıklara yetecek kadar büyüktür.			.784					
18-Bu stadyumda olabildiğince uzun kalmayı isterim							.768	
8-Bu stadyumda gereğinden fazla kalmaktan hoşlanırım							.778	
5-Bu stadyumda zaman geçirmekten hoşlanırım.							.513	

Tablo 16’da Spor Tesis Kalitesini Etkileyen Faktörlere Yönelik dönüştürme sonrası istatistiklerin sonucu ölçekte yer alan maddelerin hangi boyuta ait olduğunu gösteren katsayıları vermiştir.

5. TARTIŞMA

Bu bölümde stadyuma gelen seyircilere ait kişisel bilgiler ve seyirci katılımında Spor Tesis Kalitesini Etkileyen Faktörlere ilişkin geçerlilik, güvenilirlik ve faktör analizi bulgularının değerlendirilmesine yer verilmektedir;

Stadyumlarda yapılan çirkin tezahüratın erkek seyirciler tarafından yapıldığı, bayanların yanında bu tür davranışlardan kaçındıkları görülmüştür. Yapılan çirkin tezahürat sonucunda 2006-2007 Türkcell Süper Liginde toplam 23 müsabaka seyircisiz oynanmış⁶⁵ ve tribünlerde yaşanan küfürleri önlemek için bayan taraftarların stadyumlara çekilmesi gerektiği düşüncesi ifade edilmiştir.⁶⁸ Stadyuma gelen seyircilerin cinsiyetlerine bakıldığında %85.6'sının erkek olması bu düşüncüyü destekler niteliktedir.

Bu sonuçlara göre stadyuma seyirci olarak gelen bireyler içerisinde erkeklerin daha fazla olduğu, stadyumlardaki kötü tezahüratların ve şiddet olaylarının azaltılması veya ortadan kaldırılabilmesi için stadyumlara izleyici olarak gelen bayan taraftarların sayısını artıracak formüller geliştirilmesi gerektiği söylenebilir.

Araştırma sonuçlarına göre stadyuma gelen izleyicilerin eğitim durumlarına bakıldığında %42.8'inin ilköğretim ve %57.1'inin lisans ve lisans üstü eğitime sahip olduğu belirlenmiştir. Bu bulgu, stadyuma gelen izleyicilerin önemli bir kesiminin eğitim durumunun yüksek olduğunu göstermektedir. TFF'nin 2005 yılında yapmış olduğu "Türkiye Futbol Algısı" araştırmasında da futbolu yakinen takip eden bilinçli ve eğitilmiş kitlenin çoğunlukta olduğu⁶⁸ sonucuyla elde edilen araştırma bulguları paralellik göstermektedir.

Stadyuma gelen izleyicilerin aylık gelirlerine bakıldığında %41.8 gibi önemli bir oranın 1000 TL'nin altında gelir sahibi olduğu görülmüştür. Ülkemizdeki askeri geçim oranı düşünüldüğünde deneklerin önemli bir kısmının

düşük seviyede olması seyircilerin sezon boyunca maçları stadyumda izleme oranını düşürdüğü⁶⁹ gerçeğini ortaya koyarken, bu durumun ülkemizde kulüplerin kombine bilet satışlarının sınırlı kalmasının bir sebebi olduğu söylenebilir. Bunun yanında gelir seviyesi düşük kişilerin önemli ölçüde maçlara gelmesi kamu oyunda sıklıkla tartışılan “kulüpler ücretsiz bilet dağıtıyor” ifadesini de kuvvetlendirdiği söylenebilir.

Profesyonel futbol kulüplerinin önemli gelir kaynaklarından biri maç günü taraftarların bıraktığı gelirlerdir.⁶⁹ Dolayısı ile futbol kulüpleri seyirciyi stadyuma çekmek için çaba harcamalıdır. Ancak, araştırma bulguları değerlendirildiğinde taraftarların büyük bir kısmının sezon boyunca stadyuma gelme sıklıklarının 1-5 (%58.9) oranında olması ülkemizin en önemli futbol takımlarından birinin dahi bunu yeterince başaramadığı söylenebilir.

Spor alanlarının park yerleri ve ulaşım kolaylığı seyircilerin bu hizmeti almaya gelmelerinde kolaylaştırıcı etki yapmaktadır. Araştırmaya katılan deneklerin önemli bir çoğunluğunun (%52.3) stadyuma kendi araçlarıyla geldiği dikkate alındığında, çalışmanın yapıldığı F.B stadyumuna ulaşımın önemli ölçüde kolay olduğunu düşündürmektedir.

Spor kulüplerini çeşitli araçlarda takip eden ve müsabakaları izleyenlerin genellikle bu kulüplere gönül veren kişiler (fanatik) olduğu yadsınmayacak bir gerçektir. Araştırmada izleyicilerin büyük çoğunluğunun (%77.2) kendini fanatik olarak nitelendirmesi de bu gerçeği doğrular niteliktedir.

Seyirci Katılımında Spor Tesis Kalitesini Etkileyen Faktörlere Yönelik Ölçek Geliştirme Üzerine Değerlendirmeler;

Araştırmada Kirk L. Wakefield, Jeffrey G. Blodgett and Hug J. Sloan'ın⁵ 1996 yılında yapmış oldukları “Measurement and Management of the Sports Space” çalışması temel alınmış ve yine Kirk L. Wakefield and Hug J.

Sloan'ın⁷⁰ gerçekleştirdikleri “The Effects of Team Loyalty and Selected Stadium Factors on Spectator Attendance” araştırması destekleyici bir araştırma olarak ele alınmıştır. Bu çalışmada yer alan park alanı, estetik yapı, skorbord, koltuk konforu, stadyum içerisinde istenilen yere ulaşma kolaylığı, yön levhaları, alan dağılımı ve kalma isteğini kapsayan 8 faktör çalışmayı konu alan ölçeğin alt boyutlarını oluşturmuştur.

Bu ölçekte yer alan “Park Alanı” faktörü dört madde, “Stadyumun Estetik Yapısı” beş madde, “Stadyumun Skorbordu” dört madde, “Stadyumun Koltuk Konforu” beş madde, “Stadyum İçerisinde Ulaşım Kolaylığı” dört madde, “Yön Levhaları” iki madde, “Alan Dağılımı” dört madde ve “Stadyumda Kalma İsteği” beş madde ile ölçülmektedir.

Araştırmanın sonunda orijinal ölçekte yer alan alt boyutlar ölçeğin Türkçe versiyonunda da aynen yer almıştır. Ancak, ölçeğin alt boyutlarında koltuk konforu boyutuna yönelik 24. madde ve kalma isteğine alt boyutuna ait 36. ve 39. maddeler güvenirlik katsayıları .40 altında kalması nedeniyle ölçekten çıkarılmıştır.

Bu bulgular değerlendirildiğinde Park Alanı (4 madde), Estetik Yapı (5 madde), Skorbord (4 madde), Koltuk Konforu (4 madde), Ulaşım Kolaylığı (4 madde), Yön Levhaları (2madde), Alan Dağılımı (4 madde), Kalma İsteği (3 madde) Olmak Üzere 8 alt boyut ve 30 maddeden oluşan geçerlilik ve güvenirlik çalışması yapılan “Spor Alan Kalitesi” ölçeğinin Türkçe versiyonunun ülkemizde yapılacak bu tip çalışmalarda geçerli ve güvenli bir ölçüm yapacağı söylenebilir.

6. SONUÇ

“Spor Alanları Kalite Ölçeği” konulu ölçek geliştirme çalışmasında, ölçekte 8 faktör yer almıştır. Bu 8 faktör stadyum içerisinde istenilen yere ulaşım kolaylığı, stadyumun estetik yapısı, alan dağılımı, koltuk konforu, skorbord, park alanı, kalma isteği ve stadyumun yön levhaları şeklinde alt boyutlara ayrılmıştır.

Ölçekte yer alan maddelerin içsel tutarlılıkları incelenmiş ve her bir ölçekte faktörlere ait güvenilirlik katsayıları elde edilmiştir. Ölçekte yer alan faktörlere ait güvenilirlik katsayıları 0.82 – 0.58 arasında değişmektedir. Ölçekte yer alan faktörlere ilişkin güvenilirlik katsayıları ve varyans açıklama yüzdeleri Tablo 17’de verilmiştir.

Tablo 17 Güvenirlik Katsayıları ve Varyans Açıklama Yüzdeleri

Faktörler	Güvenirlik	Varyansın açıklanması
Stadyum İçinde Ulaşım Kolaylığı	.82	.0047
Estetik Yapı	.75	.0029
Alan Dağılımı	.76	.0058
Koltuk Konforu	.72	.0154
Skorbord	.72	.0004
Park Alanı	.69	.0365
Kalma İsteği	.58	.0023
Yön Levhaları	.81	.0006

Geçerlilik ve güvenilirlik çalışması yapılan “Spor Alanları Kalite Ölçeği” bu alanda araştırma yapan araştırmacılar tarafından kullanılabilmesi gibi, değişik spor alanlarında ve deneklerle yapılan araştırmalarda da yeniden geçerlilik ve güvenilirlik çalışması yapılarak kullanılabilir niteliktedir.

7. ÖZET

Bu çalışmanın amacı: Seyircilerin spor alanlarını kullanırken tesis kalitesini etkileyen faktörlere yönelik bir ölçek geliştirmektir.

Bu amaçla; ilgili literatür incelenerek araştırmaya ilişkin bilgilere yer verilerek Wakefield ve arkadaşları tarafından geliştirilen 8 alt boyut ve 33 maddeden oluşan “Measurement and Manegement of the Sportscape” ölçeğinin Türkçe versiyonunun geçerlilik güvenirlik çalışması yapılmıştır.

Araştırmanın evrenini futbol stadyumuna gelen seyirciler, örneklemini Fenerbahçe Şükrü Saraçoğlu Stadyumunda Fenerbahçe SK – Chelsea FC 2007-2008 Şampiyonlar Ligi müsabakasına seyirci olarak katılan ve tesadüfi yolla seçilen 500 seyirci oluşturmuştur.

Verilerin işlenmesi bilgisayar vasıtasıyla gerçekleştirilmiş ve çözümlenmesinde frekans ve yüzde dağılımları ile KMO değerleri ve Cronbach Alpha değerleri bulunmuştur. Ölçekteki verilerin değerlendirilmesinde SPSS 10.0 istatistik programı kullanılmıştır.

Araştırma sonunda; geçerlilik ve güvenirlik çalışması yapılan “Spor Alanları Kalite Ölçeği” bu alanda araştırma yapan araştırmacılar tarafından kullanılabilceği gibi, değişik spor alanlarında ve deneklerle yapılan araştırmalarda da yeniden geçerlilik ve güvenirlik çalışması yapılarak kullanılabilir nitelikte olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Toplam Kalite Yönetimi, Spor Tesisi, Futbol Stadyumu

SUMMARY

The objective of the foregoing study is to develop a scale concerning the factors which affect the facility quality while the viewers utilize the sports areas.

With the aforementioned objective, the validity and reliability of the “Measurement and Management of the Sportscape” scale which is composed of 8 sub dimensions and 33 Articles developed by Wakefield and et al has been examined, the related literature has been assessed and information on the study has been provided.

The universe of the study is composed of the football viewers who come to the stadium while the samples of the study are the randomly selected 500 viewers of Fenerbahçe Sports Club – Chelsea FC 2007-2008 Championship League Match played on Fenerbahçe Şükrü Saraçoğlu Stadium.

The data processing has been conducted through computers and, frequency and percentage distributions, KMO values and Cronbach Alpha values have been determined during the analysis.

In conclusion, it has been determined that the “Sports Area Quality Scale” which has been examined in terms of validity and reliability can be used by other researcher who study the same subject and in other sports areas and studies conducted using subjects after another validity and reliability study.

Keywords: Total Quality Management, Sports Facility, Football Stadium

KAYNAKLAR

- 1- İmamoğlu AF. Toplam Kalite Yönetimi Anlayışı Açısından Spor Hizmetleri. Gazi Beden Eğitimi Spor Bilimleri. Dergisi. Cilt III. Sayı 2. S. 51- 62. 1998
- 2- Şimşek M. Toplam Kalite Yönetimi. Alfa Yayıncılık. 4.Basım. İstanbul. Şubat 2004
- 3- Çolakoğlu T. Spor Federasyonlarının Özerkleşmeleri ve Hukuksal Boyutuna Spor Hukuku Gereksinimleri. 2007. (12.04.2008 okundu) URL. <http://www.turkhukuksitesi.com/makale>
- 4- İmamoğlu AF. Ekenci G. Spor İşletmeciliği. Nobel Yayın Dağıtım. 1.Basım. Ankara. 2002
- 5- Wakefield K. L. Blodgett J. G. & Sloan H.J. 1996. The effect of team loyalty and selected stadium factors on spectator attendance. Journal of Sport Management. 10. 15-31.
- 6- Eryılmaz B. Kamu Yönetimi. Erkam Matbaa. İstanbul. 2002
- 7- Öztekin A. Yönetim Bilimi. Siyasal Kitabevi. Ankara. 2002
- 8- Ergin T. Polatoğlu A. Kamu Yönetimine Giriş. Türkiye ve Ortadoğu Amme İdaresi Enstitüsü Yayınları. Ankara. 1988
- 9- Aytürk N. Yönetim Sanatı. Yargı Yayınevi. 4.Baskı. Ankara. 2003
- 10- Çimen Z. Gürbüz B. Spor Hizmetlerinde Toplam Kalite Yönetimi. 1.Baskı. Ankara. Alp Yayınevi. 2007

- 11-** Onay İ. Koroğlu A. Toplam Kalite ve Müşteriler İçin Üstün Değerler Yönetimi. 1.Baskı. Ankara. MPM Yayınları. 1995
- 12-** Erkman. İ. Yeni Kalite Anlayışı. Bilim ve Teknik Dergisi. S.57. Kasım 1995
- 13-** Sarıkaya N. Toplam Kalite Yönetimi. Sakarya Kitabevi Adapazarı 2003
- 14-** Tekin M. Toplam Kalite Yönetimi. Selçuk Üniversitesi İktisadi İdari bilimler fakültesi. Kitap Satış birosu. 3.Baskı. Ankara. 2004
- 15-** Gençer R.T. Aycan A. Seyircilerin profesyonel Futbol Müsabakalarına Katılım Kararını Etkileyen Değişkenler Üzerine Bir İnceleme. Ege Akademik Bakış. 8 (2). S. 771-783. 2008
- 16-** Aktan CC. Toplam kalite Yönetiminin Temelleri ve Kamu Yönetiminde Uygulaması. 2005.
(Erişim Tarihi:15.06.2008) URL.<http://www.canaktan.org>. Politika/Kamuda-kalite/aktan-kal.pdf
- 17-** Akçakaya M. Toplam Kalite Yönetiminin Kamu Sektörü Örgütlerinde Uygulanabilirliği ve Posta İşletmeleri Örneği. Yüksek Lisans Tezi. Ankara. Gazi Üniversitesi. 2001.
- 18-** Önder M. Toplam Kalite Yönetiminin Kamu Sektörü Örgütlerinde Uygulanabilirliği ve Ankara Büyükşehir Belediyesinde Ampirik Bir Çalışma. Yüksek Lisans Tezi. Ankara. Gazi Üniversitesi. 1997
- 19-** Cevher E. Toplam Kalite Yaklaşımının Uygulanabilirliği ve Örgüt Etkinliği (Gülbirlik Örneği). Yüksek Lisans Tezi. Ankara. Gazi Üniversitesi. 2006

- 20-** Yüksel F. Belediyelerde Toplam Kalite Yönetiminin Uygulanabilirliğine İlişkin Bir Tartışma. 2007. (Erişim Tarihi:15.6.2008)
URL.<http://www.ceterisparibus.net/İsletme/yönetim.htm-49k>
- 21-** Yapıcı M. Toplam Kalite Yönetimi. Bil.Eğt. ve Düş.Der. 2004 Mart (4)1:10
- 22-** Toplam Kalite Yönetiminin Tarihi. (Erişim Tarihi:05.02.2008).
URL.<http://www.humanresourcesfocus.com>
- 23-** Genç N. Yönetim ve Organizasyon. 2.Baskı. Seçkin Yayıncılık. Ankara. 2005
- 24-** Öz-Alp Ş. Yönetim Seçme Yazılar. Eskişehir İktisadi ve Ticari İlimler Akademisi Yayını. 1.Baskı. Eskişehir. 1977
- 25-** Simon H. Smithburg D. Thompson V. Kamu Yönetimi. Ankara Üniversitesi Siyasal Bil.Fak. Yayınları Çeviri Mihçioğlu C. Ankara. 1985
- 26-** Eren E. Yönetim ve Organizasyon. Beta Basım. İstanbul. 2003
- 27-**Deniz Kuvvetlerinde TKY. Zaman Gazetesi. İnsan Kaynakları Eki. (21 Aralık 1998).
- 28-** Funk D.C. Mahony D.F. Ridinger L.L. Characterizing Consumer Motivation as Individual Difference Factors: Augmenting The Sport Interest Inventory to Explain Level of Spectator Sport. Sport Marketing Quarterly. 11 (1). S. 33-43. 2002
- 29-** Hesenov M. Toplam Kalite Yönetimi ve Kamu Kuruluşlarında Uygulanması (TCDD İle İlgili Bir Alan Araştırması). Gazi Üniversitesi. Yüksek Lisans Tezi. Ankara. 2001

- 30-**Toplam Kalite Yönetimi Tarihi (Erişim Tarihi:05.02.2008).
URL.<http://www.insankaynakları.com>
- 31-** Demir İ. Spor Federasyonlarında Toplam Kalite Yönetiminin Uygulanabilirliği. Gazi Üniversitesi. Yüksek Lisans Tezi. Ankara. 2008
- 32-** Çalışkan G. Altı Sigma ve Toplam Kalite Yönetimi. Elekt Sos.Bil.Der. (Düzenli Eletronik Dergi)2006. URL.<http://www.e-sosder.com>
- 33-** Özçelikel H. Japon Yönetim Sistemleri. S.99. MESS Eğitim Vakfı. Yayın no:177. Haziran 1994
- 34-** Peker Ö. Toplam Kalite Yönetimi ve Kamu Hizmetlerinde Kalite. Çağdaş yerel Yönetimler Dergisi. S. 50. Cilt 5. Sayı 6. Kasım 1996
- 35-** Aguayo R. Dr.Deming Japon Mucizesinin Mimarı. Çev.Tunçbilek K. Form Yayınları. İstanbul. 1994
- 36-** Peker Ö. Toplam Kalite Yönetimi. Amme İdaresi Dergisi. Cilt:26. Sayı 1. S.203. Mart 1993
- 37-** Gencel U. Yüksek Öğrenim Hizmetlerinde Toplam Kalite Yönetimi ve Akreditasyon. Dokuz Eylül Ün. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi. Cilt 3. Sayı 3. İzmir. 2001
- 38-** Çetin K. Toplam Kalite Yönetimi Felsefesi ve Temel Unsurları. Milli Eğt.Der. Sayı 155-156. S.33-38. 2002
- 39-** Peşkirçioğlu N. Kalite Yönetiminde ISO 9000 Uygulamaları. MPM Yayınları. Ankara. 1997

- 40- Karaküçük S. Rekreasyon. Bağırhan Yayınmevi. Ankara. 1999
- 41- Aktan Ç. Değişim ve Yeni Global Yönetim. MESS Yayın. Ekim 1997
- 42- Efil İ. Toplam Kalite Yönetimi ve Toplam Kaliteye Ulaşmada Önemli Bir Araç ISO 9000 Kalite Güvencesi Sistemi. 3.Baskı. Vipaş A.Ş. Yayın. Bursa. 1998
- 43- Goetsch D.L. Davis S.B. Quality Management. Introduction to Total Quality Management for Production. International Fourth Edition. Prentice Hall Publication. 2003
- 44- Geçikli F. Sürekli İyileştirme (Kaizen) ve Sürekli İyileştirme İçinde Yönetimin Yeri. Celal Bayar Üniv. İ.İ.B.F. Der.1999:5:225-239.
- 45- Şimşek H. Toplam Kalite Yönetimi. Seçkin Yayıncılık. Ankara. 2007
- 46- Çerez H. Ardahan F. Spor Kulüplerinin Etkin Yönetimi İçin Toplam Kalite Yönetimi. Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Yüksek Okulu. www.İnsankaynakları.com. (Erişim Tarihi: 05.02.2008)
- 47- Takan M. Bankalarda Toplam Kalite Yönetimi. Nobel Yayın Dağıtım. 2.Baskı. Ankara. 2001
- 48- Chelladurai P. Targets and Standards of Quality in Sport Services. Sport Management Review. Vol 3. pp.1-22. 2000
- 49- Canbolat C. Hizmet Sektöründe Kalite ve Hizmet Kalitesi Ölçümüne Yönelik Bir Araştırma. Gazi Üniversitesi. Yüksek Lisans Tezi. Ankara. 2002.
- 50- Lisa J. Morrison C. Easuring Service Quality. A Review and Critique of Research Using SERVEQUAL. International Journal of market Research. Vol 46. Quarter 4. pp.479-497. 2004

- 51-** Zengin E. Erdal A. Hizmet Sektöründe Toplam Kalite Yönetimi. Qafqaz ün.&Sakarya Ün. Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayını. 2003
- 52-** Sunay H. Spor Yöneticilerinin Nitelikleri ve Eğitimi. Gazi Üniversitesi Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi. Cilt 3. Sayı 1. S.59-68. 1998
- 53-** Stotlar D.K. Developing Successfull Sport Marketing. Second Edition. Fitness Information Technology. Morgantown. 2005
- 54-** Aydın K. Hizmet İşletmelerinde Servqual Yöntemi ile Hizmet Kalitesinin Ölçümü ve Kocaeli'ndeki Seyahat İşletmelerinden Efe Tur Uygulaması. 2008. (Erişim Tarihi:15.04.2008) URL.<http://iibf.kou.edu.tr/ceko/ssk/kitap50/45.pdf>
- 55-** Seraslan M. Spor Yönetimi ve Örnek Olay Analizi. 1.Baskı, İstanbul. Morpa Kültür Yayınları. 2005.
- 56-** İmamoğlu AF. Toplam Kalite Yönetimi Anlayışı Açısından Spor Hizmetleri. Gazi Bed. Eğt. Spor Bil.Der.III. 1998 2:51-62
- 57-** Çimen Z. Sunay H. Spor İşletmelerinde Toplam Kalite Yönetimi. Büyük Ölçekli Spor İşletmeleri Örneği. Beden Eğitimi ve Sporda Sosyal Alanlar Kongresi Bildirile Kitabı. 1.Baskı. Ankara Sim Matbaacılık 2003. S. 238-244
- 58-** Seraslan M. Kepoğlu A. Spor Örgütlerinde Toplam Kalite Yönetimi. 1.Baskı İstanbul. Morpa Kültür Yayınları. 2005.
- 59-**Toplam Kalite Yönetimi. (Erişim Tarihi:05.02.2008). URL.<http://www.skgk.beykent.edu.tr/ky.htm>.

- 60-** Chang K. Chelladurai P. System-Based Quality Dimensions in Fitness Services. Development of the Scale of Quality. The Services Industries Journal. Vol 23. No 5. pp.65-83. 2003
- 61-** Tunçtan B. Sporun Kitlelere Ulaştırılması ve Çankırı Tesis Politikaları. Gazi Üniversitesi. Yüksek Lisan Tezi. Ankara. 1995
- 62-** Girginer N. Şahin B. Spor Tesislerinde Kuyruk Problemine Yönelik Bir Benzetim Uygulaması. Hacettepe Üniversitesi. Spor Bilimleri Dergisi. Cilt 1. Sayı 18. S. 13-30. 2007.
- 63-** Cengiz R. Özkara A. Çolakoğlu T. A Research On the Problems That Trainers had with club Administrators. Vith World Congress on Science and Football. Jounuary 15-20. Antalya. 2007
- 64-** Krotee M.L. Bucher C.A. Management of Physical Education and Sport. Spor Bilimleri Derneği Yayınları 2. Eren Ofset. 1.Basım. İstanbul. Ekim 2007
- 65-**Taraftar Profili. (Erişim Tarihi:05.02.2008).
URL.<http://www.samanyolu/haber.com>
- 66-** Doğru Z. Yalçın H.B. Spor Tüketici Profilleri ve Sporda Pazarlama Bileşenleri. Gazi Üniversitesi.&Ankara Üniversitesi. Beden Eğitimi ve Spor Yüksek okulu Spor Yönetimi ve Ekonomisi Sempozyumu. Ankara. 5- 6 Aralık. 2003
- 67-** Devocioğlu S. Çoban B. Türkiye’de Profesyonel Futbolun Finansı. Gazi Üniversitesi& Ankara Üniversitesi Beden Eğitimi ve Spor Yüksek okulu Spor Yönetimi ve Ekonomisi Sempozyumu. Poster Bildiriler. Ankara. 5- 6 Aralık. 2003
- 68-** Stadyumlarda Şiddet. Fanatik Gazetesi. 16 Kasım 2008. Pazar

69- Zaman Gazetesi. Spor Eki. 11 Nisan 2008.

70- Wakefield K.L. & Blodgett J.G. (1999). Customer response to intangible and tangible service factors. *Psychology and Marketing*. 16. 51–68.

71- Gündoğan G. Türkiye’de Toplam Kalite Yönetimi Uygulamaları. Yüksek Lisans Tezi. Gazi Üniversitesi. Ankara.1999

72- Akdoğan A. Toplam Kalite Yönetimi. 2007. (Erişim Tarihi:08.03.2008).
URL.http://www.canaktan.org/yonetim/toplam_kalite/toplam-kalite-felsefesi/akdogan-toplam-kalite.htm

73- Rein I. Kotler P. Shields. İşte Taraftar İşte Marketing Spor Endüstrisinde Pazarlama ve Taraftarlara Ulaşmanın Yolları. Mediacat Kitapları. Yayıncılık Matbaacılık. Çeviri: Kaplan E. İstanbul. 2007

Ekler

Ek 1: Araştırmada Kullanılan Ölçek

ANKET FORMU

Değerli futbol dostu, yapılan bu alışma Türkiye'deki stadyum kalitesini belirlemeye yöneliktir. Çalışmada elde edilecek veriler sadece bilimsel amaçlar için kullanılacaktır. İlginiz ve samimi cevaplarınız için teşekkür ederim.

Alper YORULMAZ

Gazi Üniversitesi

Sağlık Bilimleri Enstitüsü Bed. Eğt. ve Spor Anabilimdalı

I. BÖLÜM: KIŐİLER BİLGİLER

1- Cinsiyetiniz ? Erkek Bayan

2- Eğitim Durumunuz ? İlkokul Ortaokul Lise niversite Lisans st

3- Aylık Geliriniz :

4- Bir yıl süresince bu stadyuma gelme sıklığınız ?

1-5 6-10 11 ve daha fazla

5- Arabanız varsa bu stadyuma araba ile gelirmisiniz ?

Evet Hayır Ara Sıra

6- Kendinizi tuttuğunuz takımın fanatik bir seyircisi olarak gryormusunuz ?

Evet Hayır Kısmen

II. BÖLÜM:

Değerli futbol dostu, aşağıda stadyumların sahip olduğu ve seyircilerin stadyuma tekrar gelme, stadyumdan erken ayrılma, stadyumda zaman harcama, stadyumdan memnun olma, stadyumu kalabalık hissetme gibi davranışlarını etkilediğine inanılan birtakım özellikler verilmektedir. Sizden verilen bu özelliklerin şu anda bulunduğunuz stadyumun sahip olup olmadığını belirterek, bu özelliklerin stadyuma tekrar gelme veya stadyumda zaman harcama gibi isteklerinizi ne yönde etkilediğini belirtmeniz istenmektedir.

1- Bu stadyumun koltukları dizleri rahat ettirecek şekilde yerleştirilmiştir.

Evet Hayır Kısmen

2- Bu stadyumdaki işaret levhaları yer göstermede açık şekilde yönlendirme yapar.

Evet Hayır Kısmen

3- Bu stadyumun boşlukları istediğimiz yerlere (çıkış kapıları, yiyecek, içecek standı vb.) rahat ulaşmamızı sağlar.

Evet Hayır Kısmen

4- Bu stadyumun skorbordu oyuna heyecan katar. (İlginç anların tekrarı)

Evet Hayır Kısmen

5- Bu stadyumda zaman geçirmekten hoşlanırım.

Evet Hayır Kısmen

6- Bu stadyumun yürüyüş yolları kalabalığı idare edecek kadar yeterlidir.

Evet Hayır Kısmen

7- Bu stadyumun skorbordu ilginç haber ve sonuçlar verir.

Evet Hayır Kısmen

8- Bu stadyumda gerğinden fazla kalmaktan hoşlanırım

Evet Hayır Kısmen

9- Bu stadyumun parkı uygun ve kullanışlı bir yere kurulmuştur.

Evet Hayır Kısmen

10- Bu stadyumun tasarımı koltuklarımıza rahat ulaşmamızı sağlar.

Evet Hayır Kısmen

11- Bu çekici / hoş bir stadyumdur.

Evet Hayır Kısmen

12- Bu stadyumun koltukları kolları rahat ettirecek şekilde yerleştirilmiştir.

Evet Hayır Kısmen

13- Genel olarak, stadyum boşları gitmek istediğimiz yere ulaşmamızı kolaylaştırır.

Evet Hayır Kısmen

14- Bu stadyumun yiyecek-içecek bñfeleri kalabalıkları kaldıracak kadar geniş ve yeterlidir.

Evet Hayır Kısmen

15- Stadyum çekici / hoş renklere boyanmıştır.

Evet Hayır Kısmen

16- Bu stadyumun koltukları rahat ve konforludur.

Evet Hayır Kısmen

17- Maçtan sonra stadyum parkından çıkmak kolaydır.

Evet Hayır Kısmen

18- Bu stadyumda olabildiğince uzun kalmayı isterim

Evet Hayır Kısmen

19- Bu stadyum çekici bir şekilde dekore edilmiştir.

Evet Hayır Kısmen

20- Bu stadyumun tuvaletleri kalabalıklara yetecek kadar büyüktür.

Evet Hayır Kısmen

21- Bu stadyuma şehir içi yollardan ulaşım kolaydır. (otobüs, metro, tren vb.)

Evet Hayır Kısmen

22- Bu stadyumun skorbordunu seyretmek eğlencelidir.

Evet Hayır Kısmen

23- Bu stadyumun estetik yapısı (boyası, mimarisi vb.) memnun edicidir

Evet Hayır Kısmen

24- Bu stadyum kalabalıkları idare edecek kadar yeterli alana sahiptir.

Evet Hayır Kısmen

25- Bu stadyumun boşlukları tuvalatlara ulaşmamızı kolaylaştırır.

Evet Hayır Kısmen

26- Bu stadyum geniş bir park alanına sahiptir.

Evet Hayır Kısmen

27- Stadyumun mimarisi ona çekici bir hava vermektedir

Evet Hayır Kısmen

28- Bu stadyum yüksek kalite de bir skorborda sahiptir.

Evet Hayır Kısmen

29- Bu stadyumun koltuk düzeni yeterli boş alan bırakacak şekilde dizayn edilmiştir.

Evet Hayır Kısmen

30- Bu stadyumdaki işaret levhaları gideceğim yeri bulmamı kolaylaştırır.

Evet Hayır Kısmen

8. ÖZGEÇMİŞ

04.01.1979 tarihinde Kırıkkale/Karakeçilide doğdu. İlkokul, ortaokul ve liseyi Ankara'da tamamladı.

2001 yılında Gazi Üniversitesi Beden Eğitimi ve Spor Yüksek Okulu'nun Spor Yöneticiliği Bölümünü bölüm birincisi olarak kazandı ve lisans eğitimine başladı. Bu bölümden 2005 yılında mezun oldu.

2005 yılında Gazi Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü Beden Eğitim ve Spor Anabilim Dalı Yüksek Lisans Programı sınavını kazandı ve Yüksek Lisans eğitimine başladı.