

**SPOR KULÜBÜ FAALİYETLERİNE KATILAN ÇOCUKLARIN
VELİLERİNİN HİZMET KALİTESİ BEKLENTİLERİNİN ÇEŞİTLİ
DEMOGRAFİK DEĞİŞENLERE GÖRE İNCELENMESİ**

YUSUF ÖZTÜRK

**YÜKSEK LİSANS TEZİ
SPOR YÖNETİCİLİĞİ ANABİLİM DALI**

**DANIŞMAN
DOÇ. DR. ŞİRİN PEPE**

DÜZCE, 2025

T.C.
DÜZCE ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ

**SPOR KULÜBÜ FAALİYETLERİNE KATILAN ÇOCUKLARIN
VELİLERİNİN HİZMET KALİTESİ BEKLENTİLERİNİN ÇEŞİTLİ
DEMOGRAFİK DEĞİŞENLERE GÖRE İNCELENMESİ**

Yusuf ÖZTÜRK tarafından hazırlanan tez çalışması aşağıdaki jüri tarafından Düzce Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Spor Yöneticiliği Anabilim Dalı'nda **YÜKSEK LİSANS TEZİ** olarak kabul edilmiştir.

Tez Danışmanı

Doç. Dr. Şirin PEPE

Düzce Üniversitesi

Jüri Üyeleri

Doç. Dr. Şirin PEPE

Düzce Üniversitesi

Prof. Dr. Hamdi PEPE

Düzce Üniversitesi

Doç. Dr. Mustafa VURAL

Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi

Tez Savunma Tarihi: 3/01/2025

BEYAN

Bu tez çalışmasını tamamen kendi özgün çabalarım ile hazırladığımı, çalışmamın her aşamasında akademik ve etik kurallara tam olarak uyduğumu beyan ederim.

3 Ocak 2025

Yusuf Öztürk



TEŞEKKÜR

Yüksek lisans öğrenimimde ve bu tezin hazırlanmasında gösterdiği her türlü destek ve yardımdan dolayı, çok değerli hocam Prof. Dr. Hamdi PEPE' ye,

Bu çalışmamın konusu ve hazırlanma sürecinin her aşamasında değerli zamanını ve bilgilerini benden esirgemeyerek bana sürekli güven ve destek veren, çalışmam boyunca çalışmamla yakından ilgilenip özenle yönlendiren, yapıcı eleştirileriyle bana rehberlik eden danışmanım Doç. Dr. Şirin PEPE' ye,

Çalışma boyunca beni yalnız bırakmayan her anımda desteklerini hep arkamda hissettiğim annem Hatice ÖZTÜRK, babam Aslan ÖZTÜRK, kardeşim Semih Kerem ÖZTÜRK ve dayım Osman TUNA' ya,

Bu süreçte destekleri ile yanımda olan Mehmet Eser Durak'a,

Tez sunumumda kullanmış olduğum görsellerin fotoğraflanmasında İnegöl spor Sosyal Medya Sorumlusu ve Gazeteci Şaban KILIÇCI' ya,

Çalışmamda yapmış olduğum anketlerdeki süreçte bana desteğini esirgemeyen İnegöl spor Gençlik Geliştirme Sorumlusu Özgür ŞAHİN' e, tüm İnegöl spor Altyapı antrenörlerine, İnegöl spor camiasına ve İnegöl spor velilerine,

Tüm minnetlerimi ve teşekkürlerimi sunarım.

3 Ocak 2025

Yusuf ÖZTÜRK

İÇİNDEKİLER

Sayfa No

| | |
|--|------|
| TABLolar | vi |
| ÖZET | vii |
| ABSTRACT | viii |
| 1. GİRİŞ | 1 |
| 1.1. HİZMETİN TANIMI | 2 |
| 1.2. HİZMETİN TEMEL ÖZELLİKLERİ | 3 |
| 1.3. HİZMET SEKTÖRÜNDE KALİTE | 3 |
| 1.4. HİZMET KALİTESİNİN TANIMI | 4 |
| 1.5. FUTBOL | 6 |
| 1.6. FUTBOL OKULU | 7 |
| 1.7. FUTBOL OKULLARI ETİK KURALLARI | 7 |
| 1.8. FUTBOL OKULLARININ SUNDUĞU KAZANÇLAR | 8 |
| 2. YÖNTEM | 9 |
| 2.1. ARAŞTIRMA MODELİ | 9 |
| 2.2. ARAŞTIRMANIN EVREN VE ÖRNEKLEMİ | 9 |
| 2.3. VERİ TOPLAMA ARAÇ VE/VEYA TEKNİKLERİ | 9 |
| 2.3.1. Kişisel Bilgi Formu | 9 |
| 2.3.2. Hizmet Kalitesi Beklentisi Ölçeği | 10 |
| 2.4. VERİLERİN TOPLANMASI | 10 |
| 2.5. VERİLERİN ANALİZİ | 10 |
| 2.6. VERİ TOPLAMA ARAÇLARININ GÜVENİLİRLİKLERİ | 10 |
| 3. BULGULAR | 12 |
| 4. TARTIŞMA ve sonuç | 20 |
| 4.1. TARTIŞMA | 20 |
| 4.2. SONUÇ | 24 |
| 4.3. ÖNERİ | 25 |
| 5. KAYNAKLAR | 28 |
| 6. EKLER | 35 |
| 6.1. EK 1: DEMOGRAFİK BİLGİLER FORMU | 35 |
| 6.2. EK 2: HİZMET KALİTESİ BEKLENTİSİ ÖLÇEĞİ | 36 |
| 6.3. EK 3: ANKET SAHİBİ ONAY | 37 |
| 6.4. EK 4: ETİK KURULU ONAYI | 38 |
| ÖZGEÇMİŞ | 39 |

TABLO LİSTESİ

| | <u>Sayfa No</u> |
|--|------------------------|
| Tablo 2.1. Ölçme araçları güvenilirlik katsayıları (Cronbach Alfa (α))..... | 11 |
| Tablo 2.2. Araştırma ölçekleri Skewness ve Kurtosis değerleri..... | 11 |
| Tablo 3.1. Katılımcıların demografik özelliklerine ilişkin bulgular..... | 12 |
| Tablo 3.2. Hizmet kalitesi beklentisi ölçeği alt-boyut puanlarının cinsiyetlerine göre T-testi sonuçları..... | 13 |
| Tablo 3.3. Hizmet kalitesi beklentisi ölçeği alt-boyut puanlarının velilerin faaliyette buldukları sektöre göre T-testi sonuçları..... | 14 |
| Tablo 3.4. Hizmet kalitesi beklentisi ölçeği alt-boyut puanlarının velilerin çalışılan kurumun yapısına göre T-testi sonuçları..... | 14 |
| Tablo 3.5. Hizmet kalitesi beklentisi ölçeği alt-boyut puanlarının velilerin spor yapma durumuna göre T-testi sonuçları..... | 15 |
| Tablo 3.6. Hizmet kalitesi beklentisi ölçeği alt-boyut puanlarının velilerin spor okuluna gitme kararını kimin verdiği göre T-testi sonuçları..... | 16 |
| Tablo 3.7. Hizmet kalitesi beklentisi ölçeği alt-boyut puanlarının velilerin spor okulunu tavsiye etme durumuna göre T-testi sonuçları..... | 16 |
| Tablo 3.8. Hizmet kalitesi beklentisi ölçeği alt-boyut puanlarının velilerin medeni duruma göre T-testi sonuçları..... | 17 |
| Tablo 3.9. Hizmet kalitesi beklentisi ölçeği alt-boyut puanlarının yaşa göre ANOVA sonuçları..... | 17 |
| Tablo 3.10. Hizmet kalitesi beklentisi ölçeği alt-boyut puanlarının eğitim durumuna göre ANOVA sonuçları..... | 18 |
| Tablo 3.11. Hizmet kalitesi beklentisi ölçeği alt-boyut puanlarının gelir düzeyine göre ANOVA sonuçları..... | 18 |
| Tablo 3.12. Hizmet kalitesi beklentisi ölçeği alt-boyut puanlarının memnuniyet düzeyine göre ANOVA sonuçları..... | 19 |

ÖZET

SPOR KULÜBÜ FAALİYETLERİNE KATILAN ÇOCUKLARIN VELİLERİNİN HİZMET KALİTESİ BEKLENTİLERİNİN ÇEŞİTLİ DEMOGRAFİK DEĞİŞENLERE GÖRE İNCELENMESİ

Yusuf ÖZTÜRK

Düzce Üniversitesi
Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Spor Yöneticiliği Anabilim Dalı
Yüksek Lisans Tezi
Danışman: Doç. Dr. Şirin PEPE

Ocak 2025, 38 sayfa

Futbol on birer oyuncudan oluşan iki takım arasında kendine özgü bir topla oynanan takım sporudur. 21. Yüzyıl itibarıyla, 200'ün üzerinde ülkede 250 milyonu aşkın oyuncu tarafından oynanmakta olup, dünyadaki en popüler spor dalıdır. Futbol okulları çocukları futbola alıştırmak ve çocukları futbola yetiştirmek amacıyla kurulmuş sportif kuruluşlardır. Bu çalışmada, İnegöl spor kulübünün futbol faaliyetlerine katılan çocukların velilerinin hizmet kalitesi beklentilerinin çeşitli demografik değişkenlere göre incelenmesi amaçlanmıştır. Araştırmada çıkacak olan sonuçlara göre İnegöl spor Kulübü'nün gelecekteki stratejilerine öngörü sağlamayı amaçlamaktadır. Çalışma nicel araştırma yöntemlerinden betimsel tarama modeli kullanılarak yapılmıştır. Araştırmada, amaçsal örnekleme yöntemine göre belirlenen Bursa İl'inin İnegöl İlçesi'nde bulunan İnegöl spor Kulübü'nün Futbol Okuluna giden çocukların velileri çalışma grubu olarak belirlenmiştir. Çalışmada verilerin analizinde SPSS istatistik paket programı kullanılmıştır. Anket tekniği yöntemiyle 203 katılımcıdan veri toplanmıştır. Verilerin analizlere hazır hale getirilmesi için kayıp değerler ve uç değerler incelenmiş, Skewness ve Kurtosis değerlerine bakılarak parametrik testlerin uygulanmasına karar verilmiş olup betimleyici istatistikler yapılmıştır, ikili karşılaştırmalarda t-testi ve çoklu karşılaştırmalarda One-Way Anova/Turkey analizlerine yer verilmiştir. Araştırma ölçeklerinin güvenilirliği Cronbach Alfa iç tutarlılık katsayısı hesaplanarak incelenmiştir. Cronbach Alfa (α) değerleri, $0,60 \leq \alpha < 0,80$ arasında ise oldukça güvenilir, $0,80 \leq \alpha < 1,00$ arasında ise yüksek derecede güvenilir olarak kabul edilmiştir. Çalışmadaki çıkan sonuçta ise 0,93 ile yüksek derecede güvenilir olarak elde edilmiştir.

Anahtar Sözcükler: Veli, Futbol, Futbol Okulu, İnegöl Spor

ABSTRACT

INVESTIGATION OF SERVICE QUALITY EXPECTATIONS OF PARENTS OF CHILDREN PARTICIPATING IN SPORTS CLUB ACTIVITIES ACCORDING TO VARIOUS DEMOGRAPHIC VARIABLES

Yusuf ÖZTÜRK

Düzce University

Graduate School, Department of Sports Management

Master's Thesis

Supervisor: Assoc. Prof. Dr. Şirin PEPE

January 2025, 38 pages

Football is a team sport played between two teams of eleven players with a distinctive ball. As of the 21st century, it is played by more than 250 million players in over 200 countries and is the most popular sport in the world. Football schools are sportive organizations established to accustom children to football and to train children for football. In this study, it is aimed to examine the service quality expectations of the parents of children participating in the football activities of Inegol Sports Club according to various demographics variables. According to the results of the research, it aims to provide insight into the future strategies of Inegol Sports Club. The study was conducted using descriptive survey model from qualitative research methods. In the study, the parents of the children attending the football school of Inegol Sports Club in Inegol District of Bursa Province, determined according to the purposive sampling method, were determined as the study group. SPSS statistical package program was used to analyze the data in the study. Data was collected from 203 participants with the questionnaire technique. To make the data ready for analysis, missing values were examined, it was decided to apply parametric tests by looking at Skewness and Kurtosis values, descriptive statistics were made, t-test was used in multiple comparisons. The reliability of the research scales was examined by calculating Cronbach's Alpha internal consistency coefficient. Cronbach's Alpha (α) values are considered highly reliable if they are between $0.60 \leq \alpha < 0.80$ and highly reliable if they are between $0.80 \leq \alpha < 1.00$. The result of the study was obtained as highly reliable with 0.93.

Keywords: Parent, Football, Football School, Inegol Spor

1. GİRİŞ

Hizmet, birinin ihtiyaçlarını karşılama veya başkasına fayda sağlayan bir işi gerçekleştirme anlamına gelir [1]. İnsanların hizmet nedir? Hizmet kalitesi nedir? Aldıkları hizmetten memnunlar mı? Sorularının yanıtlarına ulaşmaya çalışılmaktadır. Hizmetin her zaman en önemli yanı hizmeti alan müşterinin bu hizmetten ne derece memnun kalıp kalmadığıdır. Daha sonrasında ise bu hizmetten memnun ise burayı başkalarına tavsiye edip etmemesi ön plana gelmektedir. İnsanlar eğer belirli bir yerden aldıkları hizmetten memnun kalmışlarsa bu hizmet sonrasında çevrelerine veya artık günümüzde sosyal medya üzerinden de insanlara önerilerde vermekte buraları olumlu bir şekilde önermektedirler. Fakat alınan hizmetten müşteriler memnun değilse bunun sonunca o müşteriler çevrelerine olumsuz yönde düşüncelerini beyan etmektedirler, bunu da yine sosyal medya aracılığıyla, dışarıdaki kalabalık ortamlarda dile getirerek de iletebilmektedirler. Bazı firmalar bu tarz geri dönüşlere önem vermektedirler hatta kendi firma bünyelerinde de bunun için anketlere de yer vermektedirler. İş yerinden ne derece memnun kaldıklarını, görüş ve önerilerini, şikâyet ve dileklerinin bildirildikleri bir anket kutularına yer vermektedirler. Hizmet, bir yerden diğerine sunulan bir hareket ya da performans olarak tanımlanabilir. Bazı betimlemelere göre hizmetler soyut niteliktedir ve insanlar ya da makineler aracılığıyla üretilir. Ancak en belirgin tanım, hizmetlerin müşterilerin beklentilerini ve ihtiyaçlarını karşılama düzeyiyle ilgilidir. İşletmelerin temel amacı kâr elde etmektir; bu nedenle sundukları ürün ve hizmetleri çeşitlendirerek daha fazla kâr sağlamaya çalışırlar. Hizmet kalitesi, özellikle hizmet sektöründeki işletmeler açısından büyük önem taşır. Bu işletmeler, Pazar paylarını arttırmayı hedefleyerek hizmet kalitelerini sürekli olarak geliştirmeye çaba göstermektedirler. Bu iyileştirmeler, genellikle müşterilerin talepleri ve tercih ettikleri gibi şekillenir. Ayrıca, hizmet sektörünün doğası gereği sahip olduğu özellikler ve boyutlar, sektörden sektöre değişiklik gösterebilir [2]. Hizmet kalitesi, bir hizmetin istenen hedefe ulaşma başarısını gösterir [3]. Hizmetin kendine has özellikleri ve boyutlarıyla ilgili birçok araştırma mevcuttur. Bu çalışmalar, hizmet kalitesini analiz etmek ve müşteri memnuniyetini arttırmak açısından değerli birçok bilgi sunmaktadır [4],[5]. Bu araştırmalar arasında, kendine özgü özelliklere sahip spor hizmetleri önemli bir yer tutmaktadır. Spor

hizmetleri, “izleyiciye yönelik” ve “katılımcıya yönelik olarak” iki ana grupta değerlendirilmektedir [6]. Son yıllarda, spor yönetimi ve pazarlaması alanında çalışan araştırmacılar, bu hizmetlerin kalitesini tanımlamak ve ölçmek için çalışmalar gerçekleştirmeye başlamışlardır [7].

1.1. HİZMETİN TANIMI

Hizmet, ekonomide fiziksel malın tersine elle tutulması ve saklanması olanaklar dışında olan, insan ihtiyaçlarını karşılamak için üretilen veya düzenlenen etkinliklerdir. Turizm, haberleşme ve danışmanlık gibi alanlar bu tür hizmetlere örnek olarak verilebilir [53].

1750 yılında Fizyokratların “tarımsal üretimin dışındaki tüm faaliyetlerdir” tanımıyla literatüre girmiştir. Sonraki süreçte ise 1753-1790 yılları arasında Adam Smith’in “somut bir ürünle sonuçlanamayan tüm faaliyetlerdir” tanımı yer almıştır. Bu tanımların arasına 1767-1832 yılları arasında kullanılan J.B. Say’ın tanımı olan “ürünlere fayda ekleyen tüm imalat dışı faaliyetlerdir” tanımı eklenmiştir. 1842-1924 yıllarında ise Alfred Marshall’ın “yaratıldığı anda varlık bulan mallar (hizmetler)”, 1925-1960 yılları arasında Batı Ülkelerinin tanımıyla “bir malın biçiminde değişikliğe yol açmayan hizmetler” olarak tanımlanmış olup son olarak da Çağdaş bir tanımla “Bir malın biçiminde değişikliğe yol açmayan faaliyet.” Olarak tanımlanmıştır [13].

Hizmetler soyut niteliklere sahip olup, alındığında somut bir mal edinimini sağlamayan, satış amacıyla sunulan faaliyetler ve faydalardan oluşan bir ürün çeşidi olarak tanımlanabilir [14], [8]. Ayrıca, yer, zaman, biçim ve psikolojik açıdan yarar sağlayan ekonomik faaliyetler olarak da değerlendirilebilir [15]. Goetsch ve Davis, hizmeti “başka birisi için iş icra etmek” olarak tanımlanırken, Collier ise hizmeti “üretildiği yerde tüketilen bir iş veya eylem, bir performans, sosyal olay veya çaba” şeklinde tanımlanmaktadır [16]. Bu bağlamda, hizmet; insanlar ve makineler tarafından, insan çabasıyla üretilen, tüketicilere doğrudan yarar sağlayan somut olmayan ürünlerdir [17],[18]. Soyut nitelikleri sebebiyle tüketiciler bir kazanım veya tatmin olarak algılanan hizmetin en saygın tanımı, bir gruptan diğerine sunulan ve sahiplik ile sonuçlanmayan faaliyet veya faydalardır. Hizmet üretimi, fiziksel bir ürüne dayalı olabileceği gibi olmayabilir [19][20]. Ayrıca, doğrudan satışa sunulan ya da ürünlerin (mal/hizmet) satışıyla elde edilen yararlar ve tatminler olarak da tanımlanabilir [21][22].

1.2. HİZMETİN TEMEL ÖZELLİKLERİ

Bir işletme, hizmet sunumuna yönelik pazarlama stratejisini oluştururken, başlıca dört özelliği dikkate almalıdır. Bu özellikler soyutluk, değişkenlik, ayrılmazlık ve dayanmazlıktır. Sırasıyla İngilizce tanımlarında ise Intangibility, variability, inseparability ve perishability olarak adlandırılmaktadır [14],[43].

Soyutluk (Intangibility): Hizmetler, satın alınmadan önce duyu organlarıyla hissedilemezler [14],[43],[44],[45]. Hizmet, davranışlarla ortaya konulan bir faaliyettir ve somut bir varlığa sahip değildir [23]. Çoğu hizmet, hesaplanması, ölçülmesi, önceden test edilmesi veya üretilmesi mümkün olmayan hizmetlerdir [47].

Değişkenlik (Variability): Hizmetin kalitesi, kimin, ne zaman, nerede ve nasıl üretildiğine bağlı olarak büyük değişkenlik gösterebilir [14]. Hizmetler belirli standartlara sahip değildirler ve aralarında önemli farklılıklar bulunur [23].

Ayrılmazlık (Inseparability): hizmette çoğu zaman üretim ve tüketim eş zamanlı olarak gerçekleşir. Bu sebeple, üretici ile tüketici arasındaki etkileşim yüksektir [54].

Dayanmazlık (Perishability): Hizmetlerin satıştan veya kullanılmadan sonra stoklanması imkansızdır [14].

1.3. HİZMET SEKTÖRÜNDE KALİTE

Hizmet sektörünün ekonomilerde önemli bir maddi değeri vardır ve bu imalat sektöründeki yüksek rekabetle benzerlik gösterir. Bu rekabet, sunulan hizmetlerin tüketici tatminini sağlaması açısından doğru bir şekilde sunulmasını gerektirir. Hizmetlerin soyut olmasından dolayı kalite standartlarını saptamak ve kaliteli bir hizmet sunabilmek amacıyla sistematik bir süreç oluşturmak zor olsa da rekabet avantajı sağlamak için bu son derece önemlidir, kalite işletmelere rekabet avantajı kazandıran stratejik bir yönetim aracıdır. Spor tesisleri müşteri odaklı kurumlar arasında yer alır günümüzde bu tesisler müşteri memnuniyetini sürekli olarak dikkate almak zorundadır müşteriler, aldıkları hizmetten memnun kaldıklarında geri dönme olasılıkları yüksektir. Hizmetlerin, ürünlerin ve faaliyetlerin sunumu, spor tesisleri için hayati bir öneme sahiptir. Kalite, kaliteyle ilgili tüm çabaların ve faaliyetlerin yönetimi olarak tanımlanabilir. Başka bir deyişle, kalite

stratejisinin oluşturulması, planlama, örgütleme, geliştirme ve kontrol gibi işlevleri içerir [24],[25],[46]. Hizmet sektörünün doğası itibarıyla, içerdiği özellikler ve belirgin boyutların her sektörde farklılık gösterebileceği ifade edilmektedir [10], [2].

1.4. HİZMET KALİTESİNİN TANIMI

Hizmet kalitesi, hizmetin hedeflenen amaca ulaşma düzeyidir [46]. Vargo ve Lusch (2004) hizmet kavramını mübadelenin başlıca ögesi olarak tanımlar. Geleneksel bakış açısında mübadele birimi olarak mallara odaklanılmıştır. Mamul merkezli bakış açısının özellikleri şunlardır:

- Ekonomik faaliyetlerin hedefi, satılabilir ürünler üretmek ve dağıtmaktır,
- Satılmak üzere üretilen nesnelere fayda sağlanması ve üretim ve dağıtım aşamalarında değer yaratılması önemlidir.
- İşletme, tüm karar değişkenlerini, ürün satışından çok kârlarını en üst düzeye çıkaracak şekilde değerlendirmelidir.
- Mamul, talep edilene kadar ve ardından tüketiciye kâr getirecek şekilde stoklanmalıdır [26].

Hizmet faaliyetleri, satışa sunulan ürünle ilişkili olarak sağlanan memnuniyet şeklinde açıklanabilir. Bu açıklamalar, Amerika Pazarlama Birliği Komitesi tarafından geliştirilmiştir. Bu doğrultuda, hizmet dinamik bir yaklaşım olarak ifade edilmektedir. Maalesef ki, hizmet tanımı konusunda tam bir ortak görüş yoktur. Fakat genel olarak hizmet, üretim ve teslimat sürecinde, emek girdisinin bir sonucu olarak kabul edilmektedir. Bu nedenle, hizmet sektörü kendine özgü özelliklere sahip yaygın bir sektör olarak görülmektedir [40]. Hizmet kalitesini evrensel olarak kabul edilmiş yöntemlerle ölçmek için, hizmetin çeşitli boyutlarının tanımlanması gereklidir [9],[60].

Hizmetler, farklı şekillerde sınıflandırılabilir. Sınıflandırmalar üretimi gerçekleştirenlerin mülkiyetine, üretimin amacına ve bedelin tüketiciden alınıp alınmadığına göre yapılabileceği gibi, sürecin yapısına ya da hizmet üretimi sırasında müşterinin fiziksel varlığına da dayanabilir. Üretim mülkiyeti, lokantalar gibi özel olabilirken, okullar gibi kamuya ait de olabilir. Üretimin amacına göre yapılan sınıflandırmalar, doğrudan insanlara yönelik (örneğin, berberlik) ve dolaylı olarak insanlara yönelik (örneğin, temizlik) hizmetler olarak iki gruba ayrılmaktadır [41].

Hizmetler, bedeli tüketiciden alınan ve alınmayanlar olarak sınıflandırılabilir. Seviş elemanlığı, şoförlük gibi hizmetler, doğrudan veya dolaylı olarak tüketicilerden bedel alınan hizmetlerdir. Öte yandan, kamusal sektörlerdeki öğretmenlik gibi hizmetler, bedeli doğrudan tüketicieye bağı olmayan mesleklerdir [27]. Hizmet kavramı, homojenliğı temsil etmektedir bu bağlamda yapılan varyasyonlar, hizmet pazarlama ve sunumuna yönelik olarak şekillendirilmektedir. En geniş anlamda, sunulan hizmetin müşteri için bir açık imaj yönetim gücü vardır. Bu nedenle müşteri çekmek ve olumlu bir imaj oluşturmak için hizmet kalitesinin dikkatlice izlenmesi gerekmektedir. Bu izleme süreci işletmelere önemli fırsatlar sunacaktır. Hizmet kalitesi, işletmenin sunduğı hizmetlerin müşteri üzerindeki değeri olarak tanımlanabilir. Bu nedenle, hizmet kalitesi ile üretilen ürünlere yönelik algılar değışkenlik gösterebilir. Bu algı içinde sunulan hizmet, firma tarafından üretilen ve sunulan ürünlere yönelik talep değışimleri de yaşanabilir. Hizmet kalitesi, tanımlanması ve ölçülmesi zor bir kavramdır [27],[28]. Hizmetlerin bazı özellikleri daha somut bir şekilde ölçülebilirken, diğere özelliklerin değerlendirilmesi daha güç olabilmektedir [42].

Müşteri ve ürün arasındaki farklılaşmayı sağlamak amacıyla, hizmet kalitesi üzerinden pazarda çeşitli seçim seçenekleri sunulmaktadır. Bu seçimlerin büyük bir kısmı, hizmet kalitesini arttırmak amacıyla teknoloji kullanımından doğar bu kapsamda sunulan hizmet kalitesi boyutları şu şekilde sıralanabilir;

- Güvenilirlik
- Empati
- Endüstri
- Hizmet Kalitesi [29], [30]

Hizmet kalitesinin değerlendirilmesi sırasında en önemli unsur insandır. Çünkü bu aşamada hizmetle ilgili algı süreçleri de devreye girmektedir [31]. Hizmet kalitesi tanımı, bireysel hizmet kalitesi özellikleri ile ilgili olarak müşterilerin önemli düşünce tarzını anlamak için bir anlayış sunmaktadır. Hizmet kalitesi ile ilişkilendirilen üç temel kavram şunlardır;

- Tüketicinin Sunulması
- Kaliteli Hizmet
- Tüketici değeri olarak sıralanabilir
- Hizmet Kalitesi [29], [30]

Müşteri memnuniyeti, sunulan hizmete yönelik bilişsel ve duygusal bir tepkidir. Müşteriler için algı ile hizmet kalitesi beklentisi arasındaki farkı değerlendirmek, memnuniyet ya da memnuniyetsizlik durumlarına yol açabilir. Hizmet kalitesi, topluca ölçülen bir değeri temsil eder. Hizmet kalitesinin düşük veya yüksek olması, müşteri algısına göre değişiklik gösterebilir bu durum, kalitenin ölçüm sorununu gündeme getirir [32].

Parasuraman (1985) [15]'a göre hizmet kalitesi, tüketici beklentilerinin fiili hizmet performanslarıyla karşılaştırılması sonucu oluşan algıyı ifade eder. Hizmet kalitesi, tüketiciler için oldukça karmaşık bir kavram olarak algılanmaktadır; bu nedenle farklı sınıflandırmalar aynı hizmet üzerinde ortaya çıkabilir [33].

1.5. FUTBOL

Futbol, on birer kişiden iki takım halinde [50], yuvarlak bir top ile oynanan bir oyundur. Kendine has bir topu, sahası ve oyun kuralları vardır. Futbol, dünya genelinde en popüler spor dalıdır ve 21. Yüzyıl itibarıyla 200'den fazla ülkede milyonlarca insan tarafından oynanmaktadır [48]. Futbol, 7'den 77'ye tüm yaşta insanlara hitap etmektedir. Birçok küçük çocuğun hayali ileride futbolcu olmak istemeleridir. Bu yüzden aileler ufak yaşta itibaren çocuklarını futbol okullarına vermektedirler. Futbol, Uluslararası Futbol Birliği Kurulu (IFAB) tarafından konulan kurallar doğrultusunda oynanır. Her takım on birer oyuncudan oluşur ve sahada iki takım vardır. Bu takımların amacı ise sahadaki topu rakip kale çizgisinden geçirerek gol adı verilen sayı kazanmak amacı ile yapılan hamlelerdir. Mücadele süresi boyunca rakip kaleye en fazla golü atan takım mücadelenin galibi olarak sahadan ayrılır. Oyun esnasında atılan gol sayıları eşit olursa veya hiç gol atılamaması durumunda mücadele beraberlik ile sonuçlanmış olur.

Yıllarında ona benzeyen ve bilimsel kanıtlara dayanan ilk oyunu, M.Ö. 300-200 yıllarında Çin'de askeri eğitim maksadıyla oynanan Cuju olarak tanımlanmaktadır [34], [35]. Bu oyunda kıl ve tüyle doldurulmuş deriden yapılmış bir topun, iki bambu kamışıyla sabitlenen 30-40 cm yüksekliğindeki bir kaleye sokulması hedeflenmektedir. Oyuncuların topa el ve kollar dışında her yerle temas etmesine izin verilmektedir [34]. Birkaç yüzyıl geçtikten sonra Japonya'da, Cuju'dan izler taşıyan ve 644 yılında ilk defa belgelenen Kamari adlı bir oyun ortaya çıktı [36],[37]. Cuju oyununun aksine rekabete dayanmayan Kamari'nin amacı, dairesel bir alanın içerisinde bulunan oyuncuların topa

ayaklarıyla vurarak topu yere düşürmeden birbirlerine göndermesiydi [34]. Avrupa’da futbola benzeyen ilk oyun, antik Yunanistan’da oynanan Episkiros oyunudur [34], [38]. Vücudun her yerinin temasına izin verilen oyunda, oyuncular iki takıma ayrılır ve takımlar, topu paslaşarak veya atarak rakip takımın alanının sonunda çizgiden geçirmeye çalışır. Bu oyunun bir benzeri Roma İmparatorluğu döneminde Harpastum ismiyle oynanmıştır. [34],[38]. Modern futbol, Türkiye’de 19. Yüzyılın sonlarına doğru oynanmaya başladı [49]. Ülkemizde futbol tutkusu çok üst düzeydedir. Ülkemizde önde gelen takımlardan Beşiktaş, Fenerbahçe ve Galatasaray kulüpleri Türk futboluna yön veren öncü kulüplerdendir.

1.6. FUTBOL OKULU

Futbol okulları, ülkemizin her şehrinde birçok özel veya devletin Gençlik Spor bünyesi altında da yapılmaktadır. Futbol okulları, ufak yaşlardaki çocukların futbol eğitiminde rol oynamaktadır. Futbola, çocukları yetiştirmek, onlara futbolun altyapısını, futbolun önemli gereksinimlerini onlara aktarmak için detaylı çalışmalar yaparak çocuklara futbolun doğrularını öğretmektedirler. Türkiye’de futbol altyapı okulları, ufak yaştaki çocukların futbol becerilerini geliştirmeyi amaçlayan organizasyonlardır. Bu futbol okulları, genellikle akademi olarak adlandırılır ve kulüplerin hedefleri doğrultusunda sporcular yetiştirir [51].

Futbol okulları, ülkemizde uzun yıllardır var olan yapılardır. Kent nüfuslarının artması, boş alanların azalması, sokaklarda futbol oynamanın zorlaşması ve velilerin güvenlik kaygıları gibi etkenler, çocukların futbola yönelmesinde futbol okullarını önemli bir başlangıç aşaması haline getirmiştir. Ülke genelinde ücretli veya ücretsiz futbol okulları bulunmaktadır. Bazı okullar yalnızca yaz döneminde tatildeki çocuklara hizmet verirken, diğerleri yıl boyunca faaliyetlerine devam etmektedir. Türkiye Futbol Federasyonu (TFF), hem yıl boyunca hem de yaz döneminde faaliyet gösteren okulları denetlemektedir. Denetleme sonucunda, futbol okulu talimatına uygun olanlar gerekli belgeleri almaya hak kazanır [39].

1.7. FUTBOL OKULLARI ETİK KURALLARI

- Çocukların futbol oynaması için güvenli bir ortam oluşturulmalıdır.

- Sporcuların eğitim aldığı spor tesislerinin belirli standartları karşılması gerekmektedir.
- Futbolda karşılıklı saygı bir ilkedir.
- Futbolda kazanmak her şey değildir; kaybetmek de değerli deneyimler kazandırabilir.
- Futbol eğitimi ve oyun eğitimi birbirine zıt kavramlar değildir; her ikisi aynı anda uygulanabilir.
- Antrenörlerin çocuklara sevgi; şefkat ve hoşgörüyle yaklaşarak eğitim sunmaları en önemli görevlerinden biridir.
- Futbol eğitim programları, öğrencilerin cinsiyet ve yaş gruplarına uygun olarak, gelişim özellikleri ve bireysel ihtiyaçları dikkate alınarak hazırlanmalıdır.
- Küçük oyunların oluşturduğu eğlenceli ve dostane ortam, saha kenarındaki yetişkinler, antrenörler ve ailelerin baskısıyla olumsuz etkilenmemelidir.
- Çocuklara aşırı baskı ya da duygusal şiddet içeren davranışlara kesinlikle müsaade edilmemelidir. Bu tür olumsuz tutumların önlenmesi, yetişkinlerin sorumluluğundadır [39].

1.8. FUTBOL OKULLARININ SUNDUĞU KAZANÇLAR

Futbol okulu, takımsal düşünme, dikkatli olma, liderlik, çaba gösterme, başarı elde etme disiplin ve evrensel değerler kazandırma gibi birçok önemli beceriyi öğretmektedir. Bu nedenlerle, futbol okulu pek çok uzman tarafından tercih edilmesi gereken bir kurum olarak kabul edilmektedir [52].

2. YÖNTEM

2.1. ARAŞTIRMA MODELİ

Bu çalışma nicel araştırma yöntemlerinden biri olan betimsel tarama modeli kullanılarak yapılmıştır. Tarama yöntemi mevcut bir durumu tanımlamayı hedefleyen bir araştırma yaklaşımıdır [55]. Nicel araştırmalarda amaç, bireylerin toplumsal ve sosyal davranışlarını anket gibi benzer araçlar yoluyla nesnel bir biçimde ölçerek sayısal verilerle dönüştürmek [56] ve ilişkisel tarama modelinde, değişkenlerin sayısal değerlerindeki değişim olup olmadığı ve eğer varsa, bu değişimin derecesi tespit edilmeye çalışılmaktadır [57].

2.2. ARAŞTIRMANIN EVREN VE ÖRNEKLEMİ

Bu çalışma amaçsal örnekleme yöntemine göre yapılmıştır. Bursa İl'inin İnegöl İlçesi'nde bulunan İnegöl spor Kulübünün Futbol Okulu bünyesinde yer alan 2023-2024 öğretim yılında futbol okulunda eğitim alan çocukların velileri çalışma grubu olarak belirlenmiştir. Her aileden bir ebeveynin katılımı ile gerçekleştirilmiştir.

2.3. VERİ TOPLAMA ARAÇ VE/VEYA TEKNİKLERİ

Veri toplama araçları Google Forms'dan anket formu oluşturularak online bir şekilde futbol okulundaki velilere uygulanmıştır. Çalışmaya katılmak gönüllük esasına dayandırılarak yapılmıştır.

2.3.1. Kişisel Bilgi Formu

Araştırmanın çalışma grubunda yer alan katılımcıların demografik değişkenlerini belirlemek amacı ile araştırma ile ilişkili olduğu düşünülen kişisel bilgilerin yer aldığı form oluşturulmuştur. Kişisel bilgi formu katılımcıların yaş, cinsiyet, medeni durum, aylık gelir, faaliyette bulunduğu sektör, çalıştığı kurum, spor yapma durumu, öğrenci cinsiyeti, öğrenci yaşı, spor okuluna gitme kararını kim verdi ve memnun olma durumu gibi soruları içermektedir.

2.3.2. Hizmet Kalitesi Beklentisi Ölçeği

Katılımcıların spor okullarından aldığı hizmetin kalite beklentisi düzeyini belirlemek amacı ile Gevezeoğlu (2017) tarafından oluşturulan hizmet kalitesi beklentisi ölçeği kullanılmıştır. Ölçek 5'li likert tipinde hazırlanan 14 maddeden oluşmaktadır ve iki faktöre ayrılmıştır. Alt boyutlar performans ve ulaşılabilirlik alt boyutlarıdır. Ölçeğin iç tutarlılık değeri .91 olduğu bildirilmiştir. Bu çalışma kapsamında ölçeğin Cronbach Alfa değeri .93 olarak bulunmuştur.

2.4. VERİLERİN TOPLANMASI

Veriler 10.08.2023 tarihinde Google Forms üzerinden toplanmaya başlanmıştır. 31.10.2023 tarihinde verilerin toplanması sona ermiştir. Futbol okulunda eğitim gören sporcu sayısı 498 kişi olup, toplamda 203 sporcunun velisinin katılımcıya ulaşılmıştır.

2.5. VERİLERİN ANALİZİ

Çalışmada verilerin analizinde istatistik paket programları kullanılmıştır. Anket tekniği yöntemiyle 203 katılımcıdan veri toplanmıştır. Verilerin analizlere hazır hale getirilmesi için kayıp değerler ve uç değerler incelenmiştir. Skewness ve Kurtosis değerlerine bakılarak parametrik testlerin uygulanması kararlaştırılmıştır. Parametrik testlerden, İkili karşılaştırmalarda T-Testi, çoklu karşılaştırmalarda One-Way Anova/Turkey analizlerine yer verilmiştir. Araştırma ölçeklerinin güvenilirliği Cronbach Alfa iç tutarlılık katsayısı hesaplanarak incelenmiştir (tablo 2.1).

2.6. VERİ TOPLAMA ARAÇLARININ GÜVENİLİRLİKLERİ

Araştırmada veri toplamak için kullanılan araçların güvenilirlik katsayılarının hesaplanmasında Cronbach Alfa (α) değerleri dikkate alınmıştır. Bu değerler $0,60 \leq \alpha < 0,80$ arasında ise oldukça güvenilir olduğunu ve $0,80 \leq \alpha < 1,00$ arasında ise ölçme aracının yüksek derecede güvenilir olduğu söylenebilir [59].

Tablo 2.1. Ölçme Araçları Güvenilirlik Katsayıları (Cronbach Alfa (α))

| Ölçme Araçları | Güvenilirlik (α) |
|----------------------------|---------------------------|
| Hizmet kalitesi beklentisi | .93 |

Araştırmada kullanılan Ölçme Araçlarının güvenilirlikleri test edilmiş ve bulgularan değerler yukarıdaki tabloda gösterilmiştir. Araştırmada kullanılan ölçme araçlarının güvenilir olduğu görülmüştür.

Tablo 2.2. Hizmet Kalitesi Beklentisi Ölçeğinin Skewness ve Kurtosis Değerleri

| Ölçekler | N | Skewness | Kurtosis |
|----------------------------|-----|----------|----------|
| Hizmet Kalitesi Beklentisi | 203 | -.480 | -.852 |

Tabachnick ve Fidell (2015) çarpıklık ve basıklık değerlerinin -1,5 ve +1,5 değerleri arasında bulunduğu durumlarda dağılımın normal dağılım olarak gerçekleştiğini ifade etmişlerdir (Sevin ve Küçük 2016). Tabloda da görüleceğe iki boyuta ait değerler +1 ile -1 aralığındadır. Bu durum normal dağılım varsayımının doğrulandığını göstermektedir.

3. BULGULAR

Bu bölümde; çalışmanın veri toplama araçları yoluyla katılımcılardan toplanan verilerin analizi sonucunda ulaşılan bulgular ve bulgulara ilişkin yorumlar yer almaktadır.

Tablo 3.1. Katılımcıların Demografik Özelliklerine İlişkin Bulgular

| | N | % |
|------------------------------------|-----|-------|
| Cinsiyet | | |
| Kadın | 80 | 39.4 |
| Erkek | 123 | 60.6 |
| Yaş grubu | | |
| 18-25 | 13 | 6.4 |
| 26-33 | 37 | 18.2 |
| 34-41 | 83 | 40.9 |
| 42-49 | 57 | 28.1 |
| 50 ve üzeri | 13 | 6.4 |
| Eğitim durumu | | |
| İlköğretim | 65 | 32.0 |
| Meslek Yüksek Okulu | 57 | 28.1 |
| Fakülte/Yüksek Okul | 59 | 29.1 |
| Lisansüstü | 15 | 7.4 |
| Doktora | 7 | 3.4 |
| Aylık gelir durumu | | |
| 0-11.450 TL | 20 | 9.9 |
| 11.451-14.00 | 45 | 22.2 |
| 14.001-17.000 | 32 | 15.8 |
| 17.000-20.000 | 32 | 15.8 |
| 20.000 ve üzeri | 74 | 36.5 |
| Medeni durum | | |
| Evli | 174 | 85.7 |
| Bekar | 20 | 9.9 |
| Diğer | 9 | 4.4 |
| Faaliyette bulunulan sektör | | |
| İmalat Sektörü | 81 | 39.9 |
| Hizmet Sektörü | 122 | 60.1 |
| Çalışılan kurumun yapısı | | |
| Kamu İşletmesi | 61 | 30.0 |
| Özel İşletme | 142 | 70.0 |
| Spor yapma durumu | | |
| Evet | 94 | 46.3 |
| Hayır | 109 | 53.7 |
| Toplam | 203 | % 100 |

Katılımcıların demografik özelliklerine ilişkin bulgular yukarıdaki tabloda sunulmuştur. Araştırmaya 80 kadın (% 39.4), 123 erkek (% 60.6) olmak üzere toplamda 203 birey katılmıştır. Yaş kategorileri 18-25 arası yaş grubunda 13 kişi (% 6.4), 26-33 yaş grubunda 37 kişi (% 18.2), 34-41 yaş grubunda 83 kişi (% 40.9), 42-49 yaş grubunda 57 kişi (% 28.1) ve 50 ve üzeri yaş kategorisinde 13 kişi (% 6.4) yer almaktadır. Eğitim durumu kategorileri İlköğretim seviyesinde 65 kişi (% 32), Meslek Yüksek Okulu seviyesinde 57 kişi (% 28.1), Fakülte/Yüksek Okul seviyesinde 59 kişi (% 29.1), Lisansüstü seviyesinde 15 kişi (% 7.4) ve Doktora seviyesinde 7 kişi (% 3.4) bulunmaktadır. Aylık gelir durumu kategorileri 0 – 11.450 TL gelir seviyesinde 20 kişi (% 9.9), 11.451 – 14.000 TL gelir seviyesinde 45 kişi (% 22.2), 14.001 – 17.000 TL gelir seviyesinde 32 kişi (% 15.8), 17.000 – 20.000 TL gelir seviyesinde 32 kişi (% 15.8), 20.000 TL ve üzeri gelir seviyesinde 74 kişi (% 36.5) bulunmaktadır. Medeni durum kategorisine bakıldığında evli bireylerin sayısı 174 kişi (% 85.7), bekar bireylerin sayısı 20 kişi (% 9.9), diğer grubunda ise 9 kişi (% 4.4) olduğu görülmektedir. Faaliyette bulunulan sektör kategorisine bakıldığında İmalat Sektöründeki bireylerin sayısı 81 kişi (% 39.9), Hizmet Sektöründeki bireylerin sayısı 122 kişi (% 60.1) olarak tespit edilmiştir. Çalışılan kurumun yapısı kategorisine bakıldığında Kamu İşletmesindeki bireylerin sayısı 61 kişi (% 30), Özel İşletmedeki bireylerin sayısı 142 kişi (% 70) olarak hesaplanmıştır. Spor yapma durumlarında ise evet cevabı verenlerin sayısı 94 kişi (% 46.3), hayır cevabı verenlerin sayısı 109 kişi (% 53.7) olarak tespit edilmiştir.

Tablo 3.2. Hizmet kalitesi beklentisi ölçeği alt-boyut puanlarının velilerin cinsiyetlerine göre T-testi sonuçları

| Alt boyut | Cinsiyet | N | X | S | sd | t | p |
|------------------------|----------|-----|-------|------|-----|-------|------|
| Performans | Kadın | 80 | 23,07 | 2,46 | 202 | 1,603 | ,111 |
| | Erkek | 124 | 22,37 | 3,33 | | | |
| Ulaşılabilirlik | Kadın | 80 | 39,23 | 6,29 | 202 | ,939 | ,349 |
| | Erkek | 124 | 38,42 | 5,82 | | | |

Araştırmaya velilerin hizmet kalitesi beklentisi ölçeği alt boyut değerlerinin cinsiyet değişkenine göre herhangi bir farklılık olup olmadığının tespiti amacıyla yapılan T testi sonucu Tablo 1’de görülmektedir. Tablo detaylı olarak incelendiğinde velilerin hizmet kalitesi beklentisi ile alt boyut değerlerinde istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık

olmadığı görülmektedir ($p > .05$). Buna göre, velilerin cinsiyetlerine göre hizmet beklentisi ölçeği alt boyutları olan performans ve ulaşılabilirlik puanları arasında anlamlı bir fark olmadığını göstermektedir. Bu bağlamda performans hem de ulaşılabilirlik alt boyutlarında kadın ve erkek veliler arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olmaması, eğitim veya hizmet alanında cinsiyet temelli farklılıkların etkisinin sınırlı olduğunu göstermektedir ($P > .05$).

Tablo 3.3. Hizmet kalitesi beklentisi ölçeği alt-boyut puanlarının velilerin faaliyette buldukları sektöre göre T-testi sonuçları

| Alt boyut | Faaliyette Buldukları Sektör | N | X | S | sd | t | p |
|-----------------|------------------------------|-----|-------|------|-----|--------|------|
| Performans | İmalat Sektörü | 82 | 22,48 | 3,33 | 202 | ,631 | ,529 |
| | Hizmet Sektörü | 122 | 22,76 | 2,83 | | | |
| Ulaşılabilirlik | İmalat Sektörü | 82 | 37,89 | 6,78 | 202 | -1,672 | ,096 |
| | Hizmet Sektörü | 122 | 39,31 | 5,38 | | | |

Araştırmaya velilerin hizmet kalitesi beklentisi ölçeği alt boyut değerlerinin faaliyette buldukları hizmet sektörü değişkenine göre herhangi bir farklılık olup olmadığının tespiti amacıyla yapılan T testi sonucu Tablo 3.3’de görülmektedir. Tablo detaylı olarak incelendiğinde velilerin hizmet kalitesi beklentisi ile alt boyut değerlerinde istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olmadığı görülmektedir ($p > .05$). Buna göre, velilerin hizmet beklentileri (performans ve ulaşılabilirlik) çalıştıkları sektöre göre anlamlı bir farklılık göstermemektedir. Bu sonuca göre, hizmet beklentilerinin daha çok kişisel ihtiyaçlara ve deneyimlere dayandığını, sektör bazlı bir farklılık yaratmadığını gösterir.

Tablo 3.4. Hizmet kalitesi beklentisi ölçeği alt-boyut puanlarının velilerin Çalışılan Kurumun Yapısına göre T-testi sonuçları

| Alt boyut | Çalışılan Kurumun Yapısı | N | X | S | sd | t | p |
|------------|--------------------------|-----|-------|------|-----|------|------|
| Performans | Kamu İşletmesi | 61 | 22,95 | 2,33 | 202 | ,917 | ,360 |
| | Özel İşletme | 143 | 22,52 | 3,29 | | | |

Tablo 3.4 (devamı). Hizmet kalitesi beklentisi ölçeği alt-boyut puanlarının velilerin Çalışılan Kurumun Yapısına göre T-testi sonuçları

| Ulaşılabilirlik | Kamu İşletmesi | 61 | 39,86 | 5,34 | 202 | 1,753 | ,081 |
|-----------------|----------------|--------------|-------|-------|------|-------|------|
| | | Özel İşletme | 143 | 38,26 | 6,22 | | |

Araştırmaya velilerin hizmet kalitesi beklentisi ölçeği alt boyut değerlerinin cinsiyet değişkenine göre herhangi bir farklılık olup olmadığının tespiti amacıyla yapılan T testi sonucu Tablo 3.2’de görülmektedir. Tablo detaylı olarak incelendiğinde velilerin hizmet kalitesi beklentisi ile alt boyut değerlerinde istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olmadığı görülmektedir ($p > ,05$). Buna göre hizmet kalitesi beklentisi açısından hem performans hem de ulaşılabilirlik alt boyutlarında kamu ve özel işletmeler arasında anlamlı bir fark bulunmamaktadır. Bu bulgu, velilerin hizmet beklentilerinin çalıştıkları kurumun yapısından bağımsız olarak benzer düzeyde olduğunu göstermektedir. Ulaşılabilirlik ile ilgili bulgular, kamu işletmelerinin biraz daha iyi bir hizmet sunabileceğini düşündürse de bu fark istatistiksel olarak anlamlı değildir.

Tablo 3.5. Hizmet kalitesi beklentisi ölçeği alt-boyut puanlarının velilerin spor yapma durumuna göre T-testi sonuçları

| Alt boyut | Spor yapma durumu | N | X | S | sd | t | p |
|-----------------|-------------------|-----|-------|------|-----|------|------|
| Performans | Evet | 94 | 22,69 | 2,54 | 202 | ,171 | ,864 |
| | Hayır | 110 | 22,61 | 3,41 | | | |
| Ulaşılabilirlik | Evet | 94 | 39,07 | 5,66 | 202 | ,723 | ,471 |
| | Hayır | 110 | 38,46 | 6,30 | | | |

Analiz sonuçlarına göre, hizmet kalitesi beklentisi açısından hem performans hem de ulaşılabilirlik alt boyutlarında spor yapma durumu (spor yapanlar ve yapmayanlar) arasında anlamlı bir fark bulunmamaktadır. Bu sonuçlar, velilerin spor yapma durumunun, hizmet kalitesi beklentileri üzerinde belirgin bir etkisinin olmadığını ortaya koymaktadır. Dolayısıyla, hizmet kalitesi beklentileri spor yapma durumu gibi bireysel özelliklerden bağımsız olarak benzer düzeyde kalmaktadır ($p > 0,05$).

Tablo 3.6. Hizmet kalitesi beklentisi ölçeği alt-boyut puanlarının velilerin spor okuluna gitme kararını kimin verdiğiine göre T-testi sonuçları

| Alt boyut | Spor yapma durumu | N | X | S | sd | t | p |
|-----------------|-------------------|-----|-------|------|-----|-------|------|
| Performans | Velisi | 66 | 22,86 | 2,97 | 201 | ,645 | ,520 |
| | Oyuncunun Kendisi | 137 | 22,56 | 3,08 | | | |
| Ulaşılabilirlik | Velisi | 66 | 39,57 | 6,52 | 201 | 1,394 | ,165 |
| | Oyuncunun Kendisi | 137 | 38,32 | 5,74 | | | |

Analiz sonuçlarına göre, hizmet kalitesi beklentisi açısından hem performans hem de ulaşılabilirlik alt boyutlarında spor okuluna gitme kararını kimin verdiğiine bağlı olarak anlamlı bir fark bulunmamaktadır. Bu sonuca göre, velilerin ve oyuncuların karar verme süreçlerinin, hizmet kalitesi beklentileri üzerinde belirgin bir etkisi olmadığını ortaya koymaktadır ($p > .05$).

Tablo 3.7. Hizmet kalitesi beklentisi ölçeği alt-boyut puanlarının velilerin spor okulunu tavsiye etme durumuna göre T-testi sonuçları

| Alt boyut | Spor okulunu tavsiye etme durumu | N | X | S | sd | t | p |
|-----------------|----------------------------------|-----|-------|------|-----|--------|-------|
| Performans | Evet | 195 | 22,55 | 3,07 | 202 | -2,165 | ,032* |
| | Hayır | 9 | 24,77 | 0,66 | | | |
| Ulaşılabilirlik | Evet | 195 | 38,61 | 6,07 | 202 | -1,496 | ,136 |
| | Hayır | 9 | 41,66 | 3,39 | | | |

Analiz sonuçlarına göre, spor okulunu tavsiye eden ve etmeyen veliler arasında performans alt boyutunda istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmaktadır. Spor okulunu tavsiye etmeyen veliler, performans alt boyutunda daha yüksek puanlar vermiştir. Ancak, ulaşılabilirlik alt boyutunda iki grup arasında anlamlı bir fark bulunmamaktadır ($p < .05$). Bu bağlamda, velilerin spor okulunu tavsiye etme eğilimlerini etkileyen faktörlerin daha çok performans gibi subjektif algılara dayanan unsurlar

olduğunu, daha somut ve genel bir hizmet kalitesi boyutu olan ulaşılabilirlikte ise bu tür farklılıkların daha az olduğu görülmektedir.

Tablo 3.8. Hizmet kalitesi beklentisi ölçeği alt-boyut puanlarının velilerin medeni duruma göre T-testi sonuçları

| Alt boyut | Medeni durumu | N | X | S | sd | t | p |
|------------------------|---------------|-----|-------|------|-----|--------|------|
| Performans | Evli | 175 | 22,57 | 3,15 | 202 | -,863 | ,389 |
| | Bekar | 29 | 23,10 | 2,24 | | | |
| Ulaşılabilirlik | Evli | 175 | 38,45 | 6,18 | 202 | -1,722 | ,087 |
| | Bekar | 29 | 40,51 | 4,50 | | | |

Analiz sonuçlarına göre, velilerin medeni durumlarına (evli ve bekar) göre hizmet kalitesi beklentisi ölçeği alt boyutlarına ilişkin istatistiksel olarak anlamlı fark olmadığı görülmektedir. Bu bağlamda, $p > 0,05$ olduğundan, evli ve bekar velilerin performans algıları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark yoktur. Her iki grup da okulun performansını benzer şekilde değerlendirmektedir. Performans algısında medeni durumun bir etkisinin olmadığı söylenebilir.

Tablo 3.9. Hizmet kalitesi beklentisi ölçeği alt-boyut puanlarının yaşa göre ANOVA sonuçları

| | Varyansın Kaynağı | Kareler toplamı | sd | Kareler ortalaması | F | p | Anlamlı fark |
|------------------------|-------------------|-----------------|-----|--------------------|-------|------|--------------|
| Performans | Gruplar arası | 16,123 | 4 | 4,031 | ,431 | ,786 | - |
| | Gruplar içi | 1860,167 | 199 | 9,348 | | | |
| | Toplam | 1876,289 | 203 | | | | |
| Ulaşılabilirlik | Gruplar arası | 326,574 | 4 | 81,644 | 2,318 | ,058 | - |
| | Gruplar içi | 7010,171 | 199 | 35,227 | | | |
| | Toplam | 7336,745 | 203 | | | | |

Analiz sonuçlarına göre, hem performans alt boyutunda ($p > .05$) hem de ulaşılabilirlik alt boyutunda ($p > .05$) yaş grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamaktadır. Bu durumda, velilerin yaşına göre hizmet kalitesi beklentileri benzer düzeyde olduğu görülmektedir.

Tablo 3.10. Hizmet kalitesi beklentisi ölçeği alt-boyut puanlarının eğitim durumuna göre ANOVA sonuçları

| | Varyansın Kaynağı | Kareler toplamı | sd | Kareler ortalaması | F | p | Anlamlı fark |
|------------------------|-------------------|-----------------|-----|--------------------|------|------|--------------|
| Performans | Gruplar arası | 12,445 | 4 | 3,111 | ,332 | ,856 | - |
| | Gruplar içi | 1863,844 | 199 | 9,366 | | | |
| | Toplam | 1876,289 | 203 | | | | |
| Ulaşılabilirlik | Gruplar arası | 105,030 | 4 | 26,257 | ,723 | ,577 | - |
| | Gruplar içi | 7231,716 | 199 | 36,340 | | | |
| | Toplam | 7336,745 | 203 | | | | |

Analiz sonuçlarına göre her iki alt boyut (performans ve ulaşılabilirlik) için de eğitim durumu grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark yoktur. Bu durum, velilerin eğitim seviyelerinin hizmet kalitesi beklentilerini belirlemede etkili bir faktör olmadığını göstermektedir ($p > .05$).

Tablo 3.11. Hizmet kalitesi beklentisi ölçeği alt-boyut puanlarının gelir düzeyine göre ANOVA sonuçları

| | Varyansın Kaynağı | Kareler toplamı | sd | Kareler ortalaması | F | p | Anlamlı fark |
|------------------------|-------------------|-----------------|-----|--------------------|------|------|--------------|
| Performans | Gruplar arası | 20,677 | 4 | 5,169 | ,554 | ,696 | - |
| | Gruplar içi | 1855,612 | 199 | 9,325 | | | |
| | Toplam | 1876,289 | 203 | | | | |
| Ulaşılabilirlik | Gruplar arası | 56,768 | 4 | 14,192 | ,388 | ,817 | - |
| | Gruplar içi | 7279,977 | 199 | 36,583 | | | |
| | Toplam | 7336,745 | 203 | | | | |

Analiz sonuçlarına göre hem performans hem de ulaşılabilirlik boyutlarında, gelir düzeyine göre gruplar arasında anlamlı bir fark bulunmamaktadır. Bu, velilerin gelir seviyeleri ne olursa olsun, spor okulunun sunduğu hizmetlerin performans ve ulaşılabilirlik algısının benzer olduğu görülmektedir ($p > .05$). Bu bağlamda, gelir düzeyi, hizmet kalitesi beklentisi açısından belirleyici bir faktör değildir ve velilerin her iki

boyutta da benzer algılara sahip olduğu söylenebilir. Bu sonuçlar, spor okullarının hizmet kalitesi değerlendirmelerinde gelir düzeyini göz önünde bulundurmanın gerekli olmadığını ortaya koymaktadır.

Tablo 3.12. Hizmet beklentisi ölçeği alt-boyut puanlarının memnuniyet düzeyine göre ANOVA sonuçları

| | Varyansın Kaynağı | Kareler toplamı | sd | Kareler ortalaması | F | p | Anlamlı fark |
|------------------------|-------------------|-----------------|-----|--------------------|-------|------|--------------|
| Performans | Gruplar arası | 217,313 | 4 | 54,328 | 6,517 | ,000 | A-B |
| | Gruplar içi | 1658,976 | 199 | 8,337 | | | |
| | Toplam | 1876,289 | 203 | | | | |
| Ulaşılabilirlik | Gruplar arası | 403,315 | 4 | 100,829 | 2,894 | ,023 | A-B,A-E |
| | Gruplar içi | 6933,430 | 199 | 34,841 | | | B-E,C-E |
| | Toplam | 7336,745 | 203 | | | | |

A=Kesinlikle Memnunum, B= Memnunum, C=Kararsızım, D= Memnun Değilim, E= Kesinlikle Memnun Değilim

Analiz sonuçları, katılımcıların hizmet beklentileri ile memnuniyet durumları arasında anlamlı bir fark olduğunu göstermektedir, $F(4, 199)=6,517$, $p < .05$. Başka bir deyişle, katılımcıların memnuniyet durumları hizmet beklentilerinin ulaşılabilirlik ve performans alt boyutlarına göre anlamlı bir şekilde değişmektedir. Bireyler arası farkın hangi gruplar arasında olduğunu bulmak amacıyla yapılan Scheffe testinin sonuçlarına göre performans alt boyutunda, memnun olanlar ($X=37,73$) ile kesinlikle memnun ($X=39,85$) olanlar arasında kesinlikle memnunum diyenlerin lehine anlamlı fark olduğu görülmektedir, ulaşılabilirlik alt boyutunda ise; kesinlikle memnunum ($X=39,85$) diyenlerin memnunum ($X=37,73$) ve kesinlikle memnun değilim ($X=30,66$) diyenlere göre ulaşılabilirlik puanlarının daha yüksek olduğu ve kesinlikle memnun değilim diyenlerin ($X=30,66$) memnunum ($X=39,85$) ve kararsızım ($X=39,13$) diyenlere göre puanlarının daha düşük olduğu gözlemlenmektedir.

4. TARTIŞMA VE SONUÇ

4.1. TARTIŞMA

Araştırmada, cinsiyet değişkenine göre yapılan t-testi sonucunda, erkek ve kadın veliler arasında performans ve ulaşılabilirlik alt boyutlarında anlamlı bir fark bulunmamıştır ($p > 0,05$). Bu bulgu, hizmet kalitesine ilişkin olarak beklentilerin cinsiyet temelli farklılıklar göstermediğini ortaya çıkartmaktadır. Literatürde, cinsiyetin hizmet kalitesi algısı üzerindeki etkisi üzerine çeşitli çalışmalar bulunmaktadır. Örneğin bazı araştırmalar kadınların genel olarak empati ve duygusal destek talep ettiklerini öne sürebilmektedir [62]. Çiftçi, S. ve Çakmak, G. (2018) tarafından yapılan bir çalışmada ise beklenen hizmet kalitesinin cinsiyet faktörüne bağlı olarak farklılık gösterdiği sonucuna varılmıştır. Bu farklılık, Çiftçi ve Çakmak'ın çalışmalarının fitness merkezleri üzerine olması sebebiyle kadın ve erkeklerin bireysel olarak spora dahil olmasıyla ilişkilendirilebilir [69], diğer araştırmalarda ise cinsiyetin hizmet beklentileri üzerinde belirgin bir etki oluşturmadığını belirtmiştir [61]. Bu sonuçlara benzerlik gösteren bir başka çalışma, Gevezeoğlu (2017)'nin çalışmasında da farklılıkların istatistiksel açıdan anlamlı bulunmaması ile ortaya çıkmıştır [64]. Ayrıca, Yapraklı, Ş. ve Sağlık, E. (2010) tarafından yapılan bir çalışmada da cinsiyet ile hizmet kalitesi, ilişki kalitesi ve tatmin düzeyi arasındaki farklılık istatistiksel açıdan anlamlı bulunmamış olup, burada da çalışmamızı destekler nitelikte bir sonuca varılmıştır [65], [66], [67], [68]. Bu araştırma, cinsiyet temelli farklılıkların hizmet kalitesi beklentilerini şekillendirmede daha az belirleyici bir faktör olduğunu göstermektedir, bu da bazı çalışmalarla örtüşmektedir.

Araştırmada, hizmet sektörü verileri ele alınarak yapılan t-testi sonucunda, performans ve ulaşılabilirlik alt boyutlarında sektör farkı gözetmeksizin anlamlı bir farklılık bulunmamıştır ($p > 0,05$). Bu, hizmet beklentilerinin daha çok bireysel ihtiyaçlara ve deneyimlere dayandığını ve sektöre göre farklılaşmadığını göstermektedir. Sektör bazında fark olmaması, hizmet sektörünün kalitesine dair daha genel geçer beklentilerin olabileceği düşünülmektedir. Grönroos (1990), hizmet kalitesini hem işlevsel hem de ilişki boyutlarıyla ele alırken, hizmet sektörüne göre değişen beklentilerin yalnızca sınırlı durumlarda ortaya çıktığını savunmuştur. Bu görüş araştırmamızı destekler

niteliktedir [63].

Araştırmada, velilerin spor yapma durumu ve hizmet kalitesi beklentileri arasındaki ilişkilendirmeye bakıldığında, spor yapanlar ve yapmayanlar arasında performans ve ulaşılabilirlik boyutlarında anlamlı bir fark bulunmamıştır ($p > 0,05$). Bu sonuç, spor yapan velilerin spor okullarından farklı beklentilere sahip olmadığını gösteriyor. Gordon vs. (2020) çalışmasında da benzer bir şekilde, tüketicilerin hizmet sağlayıcılara yönelik beklentilerinin demografik faktörlerden bağımsız olduğu ve genellikle bireysel ihtiyaçlar ve deneyimlerle şekillendiği belirtilmiştir [58]. Ancak bu bulgu, literatürde bulunan bazı çalışmalardan farklıdır. Örneğin, Marshall ve al. (2003), spor yapan bireylerin daha yüksek hizmet kalitesi beklentilerine sahip olduğunu belirtmişlerdir [70]. Fakat yapılan bu araştırma, spor yapma durumunun hizmet beklentileri üzerinde belirgin bir etkisi olmadığını ortaya koyarak, belki de sporun bireylerin eğitim veya hizmet deneyimlerinden daha az etkilendiğini öne sürmektedir.

Araştırmada, evli ve bekar veliler arasında yapılan analizde, performans algılarında herhangi bir anlamlı fark bulunmamıştır ($p > 0,05$). Bu, medeni durumun, velilerin hizmet kalitesi beklentileri üzerinde etkili bir faktör olmadığını göstermektedir. Benzer bir diğer çalışmada, Gevezeoğlu G. (2017)'nin çalışmasında da yine aynı sonuçlara ulaşılarak istatistiksel açıdan anlamlı bulunmamıştır ve iki çalışma bu açıdan benzerlik göstermiştir. Medeni durum ile hizmet kalitesi beklentileri arasındaki ilişkiyi ele alan çalışmalarda, bazı çalışmaların ise farklı bulgular bulduğu gözlemlenmiştir. Örneğin, bazı araştırmalar, evli olan bireylerin daha fazla çocuk odaklı hizmet beklentilerine sahip olduğunu savunmuşlardır [71]. Fakat yapılan bu araştırmada, medeni durumun hizmet kalitesi beklentileri üzerine belirgin bir etki oluşturmadığını ortaya koyarak hem evli hem de bekar ebeveynlerin, çocuklarının eğitim gördükleri kurumların performansını değerlendirmede benzer kriterleri ve beklentileri olduğuna işaret etmektedir.

Araştırmada, velilerin yaş grupları arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir fark bulunmamaktadır. Bu bulgu, velilerin yaş gruplarına göre hizmet kalitesi beklentilerinin benzer düzeyde olduğunu göstermektedir. Bu sonuçlar, hizmet kalitesi beklentilerinin bireylerin yaşından bağımsız olarak benzer olduğunu ortaya koymaktadır. Gordon vd. (2020) tarafından yapılan araştırmada tüketicilerin hizmet sağlayıcılara ilişkin algılarının ve beklentilerinin demografik faktörlerden bağımsız olarak benzer kalıpları izlediği belirtilmiştir. Benzer şekilde, bu çalışmada da velilerin yaş gruplarına göre hizmet kalitesi

beklentilerinde anlamlı bir farklılık olmadığını ve hizmet kalitesi algısının yaş gibi demografik değişkenlere bağlı olmadığını göstermektedir [58].

Çalışmada, velilerin eğitim seviyelerinin hizmet kalitesi beklentilerini belirlemede etkili bir faktör olmadığını göstermektedir. Benzer bir diğer çalışma olan Gevezeoğlu (2017)'nin çalışmasında olduğu gibi Anova testi ile analiz edilmiş ve analiz neticesinde anlamlı değişimler bulgulamamıştır [11]. İki çalışma da bu açıdan benzerlik göstermektedir. Gordon vd. (2020) sağlık hizmeti tüketicilerinin davranışlarının incelendiği çalışmasında tüketicilerin hizmet sağlayıcılara yönelik algılarının demografik faktörlerden bağımsız olarak benzer kalıplar izlediği belirtilmiştir. Benzer şekilde, yapılan bu çalışmada da velilerin eğitim seviyelerine göre hizmet kalitesi beklentilerinde anlamlı bir farklılık bulunmadığı gözlemlenmiştir [58]. Bu durum, hizmet kalitesi algısının eğitim düzeyi gibi demografik değişkenlerden ziyade bireysel deneyim ve ihtiyaçlarla şekillendiğini ortaya koymaktadır.

Araştırmada, tablo 3.11'in analiz sonuçlarına göre, velilerin gelir seviyeleri ne olursa olsun, spor okulunun sunmuş olduğu hizmetlerin performans ve ulaşılabilirlik algısının benzer olduğunu göstermektedir. Dolayısıyla, gelir düzeyi, hizmet kalitesi beklentisi açısından belirleyici bir faktör değildir ve velilerin her iki boyutta da benzer algılara sahip olduğu söylenebilir. Gordon vd. (2020) tarafından yapılan çalışmada, hizmet sağlayıcılara yönelik tüketici algılarının gelir düzeyine göre farklılık göstermediği ve bu algıların genellikle bireysel ihtiyaçlar ve deneyimler doğrultusunda şekillendiği belirtilmiştir [58]. Benzer şekilde bu çalışmada da spor okullarının hizmet kalitesi değerlendirmelerinde gelir düzeyinin göz önünde bulundurmanın gerekli olmadığını ortaya koymaktadır.

Çalışmadaki analiz sonuçlarına göre, hizmet kalitesi beklentisi açısından hem performans hem de ulaşılabilirlik alt boyutlarında spor okuluna gitme kararını kimin verdiğine bağlı olarak istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamaktadır. Bu sonuç, velilerin ve oyuncuların karar verme süreçlerinin hizmet kalitesi beklentileri üzerinde belirgin bir etkisi olmadığını ortaya koymaktadır. Gordon, vd. (2020) yaptığı çalışma da hizmet sağlayıcılara yönelik tüketici beklentilerinin demografik faktörlerden bağımsız olarak şekillendiğini ve genellikle bireysel ihtiyaçlar ve deneyimlerle belirlendiğini vurgulamaktadır. Benzer şekilde, bu çalışmada da hizmet kalitesi beklentisinin karar verme süreçlerinden bağımsız olarak benzer düzeyde kaldığı bulunmuştur [58].

Araştırmada, spor okulunu tavsiye etmeyen veliler, performans alt boyutunda daha yüksek puanlar verilmiştir ($p < 0,05$) Spor okulunu tavsiye etmeyen velilerin, performans ile ilgili olarak daha yüksek puanlar vermesi, bu grubun çocuklarının spor okulundan elde ettikleri deneyimlerin, daha yüksek bir algı düzeyine sahip olduğunu düşündürmektedir. Bu durum, performansın, velilerin spor okuluna dair görüşlerini etkileyen subjektif bir algı unsuru olduğunu ortaya koymaktadır. Başka bir deyişle, velilerin spor okulunun sağladığı başarı ve gelişim olanaklarını daha olumlu değerlendirmeleri, tavsiye etme eğilimlerini de etkilemektedir [54]. Ancak ulaşılabilirlik boyutunda anlamlı bir fark bulunmamaktadır. Bu, spor okulunu tavsiye etmeyenlerin, spor okulunun performansı hakkındaki beklentilerini daha yüksek değerlendirdiklerini gösteriyor. Spor okulunun genel erişebilirliğinin, tüm veliler tarafından benzer şekilde algılandığını göstermektedir. Ulaşılabilirlik, hizmet kalitesinin önemli bir boyutu olup, genellikle müşteri memnuniyetinde belirleyici bir faktördür [59]. Ancak araştırmada bu alanda bir farklılık gözlemlenmemesi, spor okulunun sunduğu hizmetlerin tüm velilere eşit düzeyde erişilebilir olduğunu ortaya koymaktadır. Sonuç olarak, velilerin spor okulunu tavsiye etme eğilimlerinin daha çok performans gibi subjektif algılara dayandığı; ulaşılabilirlikte ise daha az farklılıkların olduğu görülmektedir. Bu bulgular, spor okullarının velilere iletişim stratejilerinde performansa yönelik güçlü yönlerini vurgulamaları gerektiğini önermektedir. Benzer şekilde, tüketici memnuniyeti ve hizmet kalitesi algıları üzerine yapılan çalışmalarda [72], müşteri memnuniyetinin genellikle duygusal ve algısal faktörlere dayandığı ve bu nedenle tavsiye etme eğilimlerinin performans gibi unsurlarla daha çok ilişkilendirilebileceği öne sürülmüştür.

Araştırmada, velilerin hizmet kalitesi beklentilerinin çoğu demografik faktörden bağımsız olarak benzer düzeyde olduğunu göstermektedir. Cinsiyet, medeni durum, yaş, gelir gibi demografik özelliklerin hizmet kalitesi beklentileri üzerinde herhangi bir etkisi olmadığı, beklentilerin daha çok kişisel deneyimlere dayandığı söylenebilir. Elde edilen bu bulgulara göre, literatürdeki bazı genel eğilimlerle örtüşmekle birlikte, bazı spesifik gruplar arasında belirli farklılıkların da olabileceğini göstermektedir. Sonuç olarak, hizmet sağlayıcıları için cinsiyet ve demografik değişkenleri dikkate alırken, bireysel ihtiyaçların ve kişisel algıların daha ön planda tutulması gerektiği söylenebilir.

4.2. SONUÇ

Araştırmada, futbol kulübü faaliyetlerine katılan öğrencilerin velilerinin hizmet kalitesi beklentilerinin çeşitli demografik değişkenlere göre nasıl farklılık gösterdiği incelenmiştir. Bu alanda kısıtlı sayıda araştırmaya rastlandığından dolayı araştırmanın son derece önemli olduğu ortaya çıkmıştır. Araştırma Bursa ilinin İnegöl İlçesi'nde bulunan İnegöl spor Kulübü'nde yapılmıştır.

Yapılan araştırmanın sonucunda, katılımcıların hizmet kalitesi beklentilerinin çoğunun yüksek olduğu görülmüştür.

Araştırmanın sonuçlarına bakıldığında çalışmaya katılım gösteren ebeveynlerin demografik özelliklerinin; cinsiyet, yaş, medeni durum, eğitim düzeyi, gelir durumu gibi faktörler, çocuklarını spor okullarına gönderme konusunda herhangi bir etkiye bulunmadığının sonucuna varılmıştır.

Spor okuluna katılım sürecinde, velilerin ve çocuklarının karar verme süreçlerinin hizmet kalitesi beklentisi üzerinde herhangi bir belirleyici etkisinin olmadığı sonucuna varılmıştır.

Ebeveynler spor okulunu yüksek oranda memnuniyetlerini belirttikten sonra bu spor okulunu çevresindeki kişilere önerme, tavsiye etme açısından da yine aynı düzeydeki yükseklikle bu kurumun faaliyetlerini önermektedirler. Ebeveynlerin %95,6'sı, spor okulunu diğer ebeveynlere tavsiye edeceklerini ve aldıkları hizmet kalitesinden memnun olduklarını ifade etmişlerdir. Katılımcılar çok yüksek derecede kurum faaliyetlerini tavsiye etmektedirler. Bu durum futbol okulunun veliler tarafından beğenildiğini ve desteklendiğini göstermektedir. Buradaki sonuçlara bakıldığı zaman ebeveynlerin bu kurumdan çok yüksek derecede memnun olduklarını burada verilen hizmetten ve buradaki hizmetin kalitesinden de memnun oldukları kanısına varılmıştır.

Daha önceden de bahsettiğimiz üzere İnegöl spor futbol kulübü faaliyetlerine katılan sporcuların velilerinin tavsiye etme faktörü, memnuniyet düzeyinin ölçülmesinde önemli bir gösterge olarak kabul edilmektedir. Futbol okulu velileri yüksek yüzde ile diğer ebeveynlere bu spor okulunu tercih edeceklerini belirtmiştir. Bu da velilerin genel olarak İnegöl spor Kulübü yaz spor okulundan memnun olduklarını göstermektedir.

Bu sonuçlar dahilinde, tezin değerlendirilmesi yapıldığında, futbol kulübü faaliyetlerine

katılan öğrencilerin velilerinin hizmet kalitesi beklentilerinin incelenmesindeki İnegöl spor Kulübü örneğinde, İnegöl spor Kulübü'nün yaz spor okulları için olumlu, pozitif yönde gelişmeye, ilerlemeye açık bir araştırma olduğu görülmektedir

4.3. ÖNERİ

Futbol faaliyetlerine katılan çocukların bazılarının hayalleri, kendi istekleri doğrultusunda bazı çocukların ebeveynlerinin yönlendirmesi ile olmaktadır. İlk olarak kendi isteklerinin ön plana çıkan çocuklar için buralarda altyapı eğitimlerini alarak, futbolun temel prensiplerini öğrenerek gelişmeye devam etmekte ve geleceğe önemli bir adım atmaktadır. İkinci seçenekte ise ebeveynlerin genel düşünceleri şu şekilde olabilmektedir; çocuklarının hareket eğitimi alıp evlerde monoton bir hayattan uzaklaşp hareketlenmesini, egzersiz yapmalarını istemektedirler. Bunun yanı sıra çocukların dışarıdaki olumsuz ortamlardan uzaklaşp buradaki pozitif ortam içerisine girip sağlıklı bir yaşam, iyi arkadaş ilişkilerinin oluşmasını istediklerinden dolayı insanlar bu tarz yerleri tercih etmektedirler. Bu sebepten dolayı da yaz spor okulunun her anlamda veliye, öğrenciye detaylı bir şekilde önem gösterip kendi bünyesine bağlaması gerekmektedir.

Bir spor okulunda, bu tarz faaliyetler gösteren yerlerde en önemli etkenlerden biri velilerle iletişim halinde olup geri dönütler almaktır. Her veli orada antrenörlerin, yönetimin kendisi ile ilgilenmesini ister. Olumlu veya olumsuz düşüncelerini paylaşp görüşlerinin alınmasını istemektedir. Bu yüzden iletişim konusuna dikkat edilmelidir.

Bir futbol okulunda fiziki şartların iyi, gelişmiş ve modern olması o futbol okulunun popülaritesini ve tercih edilme oranını yükseltmektedir. Kullanılan malzemelerin kalitesi, malzemelerin modernliği, çocukların yaşlarına uygun malzemelerin olması, soyunma odalarının olanakları, en önemli konulardan biri de bu alana ulaşımın kolay olmasıdır. Çevreden insanların çocuklarını getirebilmek için ulaşımın her yönden kolay olması gerekmektedir. İnsanlar bazen çocuklarını kendileri tek başlarına gönderebilmektedir bunun için de çevrenin güvenilir olmasından yanadır.

Futbol kulübündeki antrenörlerin akademik kariyerlerinin üniversitesi seviyesinde olması, futbol federasyonunun belirli belgeli antrenörlerinin olması ve yapılan antrenmanların bilimsel çalışmalar altında olması en önemli detaylardan biridir. Antrenörler, çocukların hem yetenek hem de fiziksel gelişimlerini düzenli olarak takip

edebilecekleri planlar yapıp onları takip etmelidir. Belirli bir antrenman planlaması yapıp o plan dahilinde ilerleyip belirli bir düzenle gitmelidir. Anlaşılması gerekmektedir ki futbol okullarında çalıştırılan antrenörlerin seviyelerine dikkat edilmesi ve önemle seçilmesi gerekmektedir.

Bu çalışmada elde edilen sonuçlar doğrultusunda, İnegöl Spor Kulübü yöneticilerine yaz spor okullarının hizmet kalitesinin artırılması ve daha başarılı hale gelmesi için önerilerimiz şunlardır;

Eşit hizmet sağlama politikaları kapsamında, cinsiyet temelli farklılıkların etkisini sınırlı tutarak tüm müşterilere eşit hizmet sunulması hedeflenmelidir. Performans ve ulaşılabilirlik boyutlarında genel iyileştirmeler yapılmalı ve bu iyileştirmeler tüm cinsiyetler için erişilebilir olmalıdır. Hizmet kalitesini arttırmak için süreçler gözden geçirilerek gerekli düzenlemeler yapılmalıdır.

Hizmetleri sağlayan çalışan antrenörler düzenli olarak eğitilmeli ve velilerin bireysel ihtiyaçlarını daha iyi anlayabilmeleri için profesyonel becerilerini geliştirmeye odaklanmalıdır.

Müşteri memnuniyeti ve hizmet kalitesi beklentilerini ölçen düzenli anketler yapılarak, geri bildirimlerin hizmet süreçlerinde iyileştirmeler yapılmasına katkı sağlaması sağlanmalıdır. Hizmetlerin kişiselleştirilmesi ve müşteri beklentilerine uygun hale getirilmesi önemlidir.

Yapılan bu öneriler dışında ek olarak bu yorumlar yapılabilir;

Velilere yönelik düzenli olarak toplantılar yapılmalı ve kulüp bünyesinde turnuvalar ile farklı kulüpler arasında turnuva organizasyonları düzenlenmelidir. Şehirdeki özel yerlere geziler planlanabilir, velilerin katılım sağlayabileceği sportif etkinlikler ve veli- çocuk katılımı sağlayacak sosyal aktiviteler gerçekleştirilmelidir. sosyal medya hesapları daha aktif bir şekilde kullanılmalı ve sporculara psikolojik, akademik, ahlaki ve beslenme konularında teorik eğitimler verilmelidir. Velilere özel seminerler düzenlenerek, spor yapmayan velilerin spora yönlendirilmesi sağlanmalıdır. Yapılan çalışmalar sosyal medya ve resmi sitede paylaşılmalı, futbolun ve sporun olumlu etkileri sosyal medyada vurgulanarak etkileşim arttırılmalıdır. Sporcuların kitap okuma alışkanlıklarını geliştirmek için etkinlikler planlanabilir. Tesislerin çevre düzenlemesi ile ilgili görseller

kullanılmalıdır bu da etkileşim açısından pozitif yönde artı olabilir. Kulübün bir kupa müzesi varsa, sporculara gezdirilmeli ve belirli hedeflere odaklanmaları teşvik edilmelidir.

Antrenmanlarda olası sakatlık durumları için sağlık görevlisi ve ilk yardımlarda acil müdahale yapılabilmesi için gerekli ekipmanların bulunması gerekmektedir.

Spor okuluna katılım sağlayan öğrencileri ve velileri A takım maçlarına davet edilmeli ve imkanlar dahilindeyse sahaya çıkışta seremoni kısmında kullanılmalıdır. Yaz spor okulu açılış ve kapanış törenlerinde görsel şölene de önem verilerek çocukların eğlenebileceği oyun alanları oluşturulabilir ve A takımında bulunan profesyonel futbolcuların da katılımı ile kısa süreli bir futbol müsabakası da yapılabilir.

Bu görüş ve öneriler İnegöl spor Kulübünün yaz spor okulu etkinliklerinde olumlu yönde etkide bulunabilecektir

5. KAYNAKLAR

- [1] Anonim, (2024). [Online]. Erişim: <https://www.ntv.com.tr/ne-demek/hizmet-ne-demek-34448>
- [2] Babakus, E., & Boller, G. W., “An empirical assessment of the SERVQUAL scale,” *Journal of Business Research*, c. 24(3), ss. 253–268, 1992.
- [3] Babakus, E., & Boller, G. W., “An empirical assessment of the SERVQUAL scale,” *Journal of Business Research*, c. 24(3), ss. 253-268, 1992
- [4] Anonim, (2024). [Online]. Erişim: https://tr.wikipedia.org/wiki/Hizmet_Kalitesi
- [5] Williams, C., “Is SERVQUAL model an appropriate management tool for measuring service delivery quality in the UK leisure industry?,” *Managing Leisure*, c.3, ss. 98-110, 1988.
- [6] Lam, L., & Suen, C. Y., “Application of majority voting to pattern recognition: An analysis of its behavior and performance,” *IEEE Transactions on Pattern Analysis and Machine Intelligence*, c. 19(7), ss. 753-771, 1997.
- [7] Chelladurai, P., “A classification of sport and physical activity services: Implications for sport management,” *Journal of Sport Management*, c. 6, ss. 38-51, 1992.
- [8] Tsitskari, E., Tsiotras, D., & Tsiotras, G., “Measuring service quality in sport services,” *Total Quality Management*, c. 17(5), ss. 623-631, 2006.
- [9] Yıldız, S. M, “Katılımcı spor hizmetlerinde hizmet kalitesi modelleri,” *Ege Akademik Dergisi*, c. 9(4), ss. 1213-1224, 2009.
- [10] Gencer, R. T., Demir, C., & Aycan, A., “Variables affecting sport tourists’ service quality perceptions in ski resorts,” *Ege Academic Review*, c. 8(2), ss. 437-450, 2008.
- [11] Yıldız, S (2009). [Online]. Erişim: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/558158>
- [12] Gevezeoğlu, G., “Velilerin demografik özelliklerine göre yaz spor okulları hizmet

- kalitesi ve memnuniyetlerinin incelenmesi: İstanbul Beylikdüzü yaz spor okulları örneği (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi).” Ulusal Tez Merkezi, İstanbul, Türkiye, 2017.
- [13] Ceylan, M., “Eğitimde toplam kalite yönetimi ve müşteri memnuniyeti,” *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi Dergisi*, c. 3(1), ss. 23-30, 1997.
- [14] Kıraç, A. “Hizmet kalitesinin SERVQUAL modeli ile ölçülmesi: İstanbul ili bir aile sağlığı merkezi örneği (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi).” Ulusal Tez Merkezi, İstanbul, Türkiye, 2010.
- [15] Kotler, P., & Armstrong, G., “Principles of marketing,” Prentice Hall, c. 9, 2001.
- [16] Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L., “A conceptual model of service quality and its implications for future research,” *Journal of Marketing*, c. 49(4), ss. 41-50, 1985.
- [17] Uygunç, N., “Hizmet sektöründe kalite yönetimi: Stratejik bir yaklaşım, *Dokuz Eylül Yayınları*, 1988.
- [18] Karahan, K., “Hizmet pazarlaması,” *Beta Yayınları Dağıtım A.Ş.*, 2000.
- [19] Sayım, F., & Aydın, V., “Hizmet sektörü özellikleri ve sistematik olmayan risklerin sektör menkul kıymetleri ile etkileşimine dair teorik bir çalışma,” *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, c. 31, 1-14, 2011.
- [20] Rust, R. T., Zahorik, A. J., & Keiningham, T. L., “Service Marketing,” *Harper College Publishers*, 1996.
- [21] Bumin, B., & Erkutlu, H., “Toplam kalite yönetimi ve kıyaslama ilişkileri,” *G.Ü.İ.İ.B.F. Dergisi*, c.1, ss. 83–100, 2002.
- [22] Tenekecioğlu, B., “Makro pazarlama,” *Met Yayıncılık*, 1992.
- [23] Altan, Ş., Altan, M. (2004). [Online]. Erişim: <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/287680>
- [24] Ardıç, K., “İç müşteri tatmini ile hizmet kalitesi ilişkisinin ölçülmesi: Bir mağaza zincirinde uygulama (Yayımlanmamış doktora tezi).” Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya, Türkiye, 1988.

- [25] Aksu, M., & Memiş, H., “Yiyecek ve içecek işletmelerinde hizmet kalitesinin DINESERV modeli ile ölçümü: Çanakkale ili örneği,” *Journal of Life Economics*, c. 4(4), ss. 191-206, 2017.
- [26] Baş, M., Çelik, A., & Solak, N., “Spor işletmelerinde algılanan hizmet kalitesi üzerine bir araştırma,” *Gaziantep Üniversitesi Spor Bilimleri Dergisi*, c. 2(1), ss. 1-12, 2017.
- [27] Vargo, S. L., & Lusch, R. F., “Evolving to a new dominant logic for marketing,” *Journal of Marketing*, c. 68(1), ss. 1–17, 2004.
- [28] Sevimli, S., “Hizmet sektöründe kalite ve hizmet kalitesi ölçümü üzerine bir uygulama (Yayımlanmamış doktora tezi),” Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimleri Enstitüsü, İzmir, Türkiye, 2006.
- [29] Demireli, C., & Bayraktar, U., “Hizmet kalitesi ve hizmet değerinin müşteri memnuniyetine etkisi: Demiryolu taşımacılığında bir uygulama,” *Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, c. 13(4), ss. 919–937, 2014
- [30] Aydın, K., “Hizmet işlemlerinde SERVQUAL yöntemi ile hizmet kalitesinin ölçümü ve Kocaeli’ndeki seyahat işletmelerinden Efe Tur uygulaması,” *Sosyal Siyaset Konferansları Dergisi*, c. 50, ss. 121–134, 2005.
- [31] Yücenur, G. N., Ceylan, C., & Demirel, T., “Hizmet değerlerinin müşterilerin davranışsal niyetleri üzerindeki etkisinin yapısal eşitlik modeli ile ölçülmesi,” *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, c. 16(3), ss. 123–145, 2011.
- [32] Gülan, A., “Kamu hizmeti kavramı,” *İdare Hukuku ve İlimleri Dergisi*, c. 9(1-3), ss. 147–159, 1988.
- [33] Filiz, Z., “SERVQUAL yöntemiyle yurt işletmesinde hizmet kalitesinin ölçülmesi,” *International Journal of Research and Development*, c. 3(1), ss. 38–49, 2011.
- [34] Karadeniz, M., & Çuhadaroğlu, Ö., “Lojistik yönetiminde e-ticaret mobil uygulamalarında sunulan hizmet kalitesinin müşteri memnuniyetine etkisi ve bir araştırma,” *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, c. 30(1), ss. 45–60, 2016.
- [35] FIFA. (2014, October 6). *History of football*. FIFA. [Online]. Erişim: <https://www.fifa.com/about-fifa/who-we-are/the-history-of-football>

- [36] He, J., “An analysis of Zhan Guo Ce,” *Peking University*, ss. 59–82, 2001.
- [37] Witzig, R., “The global art of soccer,” *CusiBoy Publishing*. ISBN 9780977668809, 2006.
- [38] Guttmann, A., & Thompson, L. A., “Japanese sports: A history,” *University of Hawaii Press*. ISBN 9780824824648, 2001.
- [39] Thibert, J., & Réthacker, A. “Sociologie du Sport,” ss. 13–14, 1990.
- [40] Anonim, (2024). [Online]. Erişim: <https://tff.org/default.aspx?pageID=1231> (Türkiye Futbol Federasyonu)
- [41] Devebakan, N., & Aksaraylı, M., “Sağlık işletmelerinde algılanan hizmet kalitesinin ölçümünde SERVQUAL skorlarının kullanımı ve Özel Altınordu Hastanesi uygulaması,” *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, c. 5(1), ss. 38–54, 2003.
- [42] Zengin, E., & Erdal, A., “Hizmet sektöründe toplam kalite yönetimi,” *Journal of Qafqaz University*, c. 3(1), ss. 43–56, 2000.
- [43] Karafil, A. (2024). *Sporda hizmet kalitesi ile ağızdan ağıza ve viral pazarlama etkileşimi*. Gazi Kitap Yayınevi.
- [44] Anonim, (2024). [Online]. Erişim: https://acikders.ankara.edu.tr/pluginfile.php/72117/mod_resource/content/2/Hizmet%201.pdf
- [45] Aydın, K., “Hizmet işletmelerinde SERVQUAL yöntemi ile hizmet kalitesinin ölçümü ve Kocaeli’ndeki seyahat işletmelerinden Efe Tur uygulaması,” *Sosyal Siyaset Konferansları Dergisi*, c. 50, ss. 1101-1130.
- [46] Anonim, (2024). [Online]. Erişim: <https://www.muhasabedersleri.com/ekonomi/hizmet.html>
- [47] Anonim, (2024). [Online]. Erişim: https://tr.wikipedia.org/wiki/Hizmet_kalitesi
- [48] Akgeyik, T., “Hizmet sektörlerinde kalite yönetimi,” *İstanbul Üniversitesi İktisat*

Fakültesi Mecmuası, c. 54(2), ss. 77-115, 2004.

- [49] Anonim, (2024). [Online]. Erişim: <https://tr.wikipedia.org/wiki/Futbol>
- [50] Anonim, (2024). [Online]. Erişim: https://tr.wikipedia.org/wiki/T%C3%BCrkiye%27de_futbol
- [51] Anonim, (2024). [Online]. Erişim: <https://uzemigunsem.gedik.edu.tr/blog/futbol-nedir>
- [52] Anonim, (2024). [Online]. Erişim: https://www.decathlon.com.tr/c/disc/turkiye-de-one-cikan-futbol-altyapiokullari_c8a236f5-8d75-4900-b0d1-c591f386b80b
- [53] Anonim, (2024). [Online]. Erişim: <https://www.sportunion-franking.net/futbol-okullari-nedir/>
- [54] Anonim, (2024). [Online]. Erişim: <https://tr.wikipedia.org/wiki/Hizmet#:~:text=Hizmet>
- [55] Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2017). “Services marketing: Integrating customer focus across the firm,” (7th ed.). McGraw-Hill Education.
- [56] Karasar, N. (2007). *Bilimsel araştırma yöntemi*. Nobel Yayıncılık.
- [57] Çepni, S. (2007). *Araştırma ve proje çalışmalarına giriş* (3. baskı). Üçyol Kültür Merkezi Yayınları.
- [58] Karasar, N. (2014). *Araştırmalarda rapor hazırlama*. Nobel Yayıncılık.
- [59] Gordon, D., Ford, A., Triedman, N., Hart, K., & Perlis, R. “Health care consumer shopping behaviors and sentiment: A qualitative study,” *Journal of Participatory Medicine*, 2020.
- [60] Kalaycı, Ş. (2008). *SPSS uygulamalı çok değişkenli istatistik teknikleri*. Asil Yayıncılık.
- [61] Ko, Y. J., & Pastore, D. L., “Current issues and conceptualizations of service quality in the recreation sport industry,” *Sport Marketing Quarterly*, c. 13(3), ss. 158–166,

- [62] Çerçi, M. C., & Atılğan, K. Ö., “Çevrimiçi alışveriş sitelerinin e-hizmet kalitesi algısında cinsiyet kimliğinin rolü,” *Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, c. 21(1), ss. 22–42, 2024.
- [63] Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L., “SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality,” *Journal of Retailing*, c. 64(1), ss. 12–40, 1988.
- [64] Grönroos, C. (1990). *Service management and marketing: Managing the moments of truth in service competition*. Lexington Books.
- [65] Yapraklı, Ş., & Sağlık, E., “Hizmet işletmelerinde rekabet amacı olarak hizmet kalitesi ve ilişki kalitesi: Konaklama işletmelerinde bir uygulama,” *HİÖneri Dergisi*, c. 9(34), ss. 71–85, 2010.
- [66] Baştuğ, Ö. G. M., “Deneyimsel pazarlama ile hizmet kalitesi arasındaki ilişki üzerine bir araştırma,” *Nişantaşı Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, c. 6(2), ss. 20–49, 2018.
- [67] Yıldırım, C., & Şafaklı, O. V., “Belediyelerde hizmet kalitesinin SERVQUAL analizi ile ölçülmesi: Lefke Belediyesi örneği,” *LAÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, c. 7(2), ss. 100–116, 2016.
- [68] Ardıç, K., & Sadaklıoğlu, H., “Şehirlerarası yolcu taşımacılığında hizmet kalitesinin ölçümü: Tokat örneği,” *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, c. 23(3), ss. 167–190, 2009.
- [69] Yıldırım, C., & Şafaklı, O. V., “Belediyelerde hizmet kalitesinin SERVQUAL analizi ile ölçülmesi: Lefke Belediyesi örneği,” *EUL Journal of Social Sciences/LAÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, c. 7(2), ss. 50-70, 2016.
- [70] Çiftçi, S., & Çakmak, G., “Fitness merkezleri müşterilerinin hizmet kalitesi ile ilgili beklenti ve algı düzeylerinin incelenmesi,” *Journal of Sport Sciences Research*, c. 3(1), ss. 23–31, 2018.
- [71] Marshall, D. W., et al., “Sports and service quality: A case study,” *Journal of Sport Management*, c. 17(4), ss. 362–382, 2003.
- [72] Gounaris, S., “The relationship between service quality and customer satisfaction: A

longitudinal study,” *International Journal of Service Industry Management*, c. 16(1), ss. 17–30, 2005.

[73] Oliver, R. L., “Whence consumer loyalty?” *Journal of Marketing*, c. 63, ss. 33–34, 199



6. EKLER

6.1. EK 1: DEMOGRAFİK BİLGİLER FORMU

Cinsiyet?

Kadın() Erkek()

Medeni durum?

Evli() Bekar() Diğer()

Yaş?

18-25() 26-33() 34-41() 42-49() 50 ve üzeri()

Eğitim durumu?

İlköğretim() Lise/Meslek Lisesi() Meslek Yüksek Okulu ()
Fakülte/Yüksek Okul () Lisans Üstü() Doktora()

Kişisel aylık gelir (TL) ?

0-11.450() 11.451-14.000() 14.001-17.000() 17.000-20.000() 20.000 ve üzeri()

Faaliyet de bulunduğunuz sektör?

İmalat sektörü() Hizmet sektörü()

Çalıştığınız kurumun yapısı?

Kamu İşletmesi () Özel İşletme ()

Spor yapıyor musunuz?

Evet() Hayır()

Öğrencinin cinsiyeti

Kız() Erkek()

Öğrencinin yaşı

4-6() 7-9() 10-12() 13-15()

Bu spor okuluna gitme kararını kim verdi?

Velisi ()

Oyuncunun kendisi ()

6.2. EK 2: HİZMET KALİTESİ BEKLENTİSİ ÖLÇEĞİ

| BÖLÜM:HİZMET KALİTESİ BEKLENTİSİ | | | | | |
|--|----------------------------|-----------------|---------------|----------------|---------------------------|
| Aşağıdaki ifadelere katılım düzeyinizi ölçek üzerinden (1=Kesinlikle katılmıyorum; 2=Katılmıyorum;3=Kararsızım; 4=Katılıyorum;5=Kesinlikle katılıyorum)değerlendiriniz. | 1(kesinlikle katılmıyorum) | 2(katılmıyorum) | 3(kararsızım) | 4(katılıyorum) | 5(kesinlikle katılıyorum) |
| İyi bir spor okulu yönetimi en iyi transferleri yapmalıdır. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| İyi bir spor okulu sahada en iyi futbolu oynatmaya çalışır. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| İyi bir spor okulu söz verdiği performansı gösterir. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| İyi bir spor okulunun başarılı bir antrenörü olmalıdır. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| İyi bir spor okulu başarılı olmalıdır. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| spor okulu çalışanları elinden gelen en iyisini vermelidir. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| İyi bir spor okulu yönetimi sporcuları yakından tanımalıdır. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| İyi bir spor okulu yönetimi velileri yakından tanımalıdır. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| İyi bir spor okulu yönetimi sporcularının problemlerini çözebilmelidir. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| İyi bir spor okulu yönetimi velilerinin problemlerini çözebilmelidir. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| İyi bir spor okulu yönetimi istikrarlı olmalıdır. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| tesis içerisinde kendimi güvende hissetmeliyim. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| tesis dışında kendimi güvende hissetmeliyim. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| kendimi güvende hissetmeliyim. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| sahaya ulaşmak kolay olmalıdır. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| arabamı kolayca park edebilmeliyim. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| sahaya girişim kolay olmalıdır. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| istendiğinde spor okulu yönetimine kolayca ulaşılabilir. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| istendiğinde spor okulu antrenörlerine ulaşılabilir. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| spor okulu bilgilerine kolayca ulaşılmalıdır. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| antrenör bilgilerine kolayca ulaşılmalıdır. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| saha temiz olmalıdır. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| bir spor okulunun formaları modern olmalıdır. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| bir spor okulunun sahası modern olmalıdır. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| bir spor okulunun fiziksel olanakları modern olmalıdır. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

6.3. EK 3: ANKET SAHİBİ ONAY

19.07.2023 13:59

Gmail - TEZ ANKETİ İÇİN YARDIM



Yusuf Öztürk <yusufozturk686@gmail.com>

TEZ ANKETİ İÇİN YARDIM

3 ileti

4 Mayıs 2023 22:59

Merhaba hocam. Öncelikle iyi günler dilerim. Ben Yusuf Öztürk. Düzce Üniversitesi'n de Spor Yöneticiliği bölümü üzerinde Yüksek Lisans yapıyorum. Tez çalışmamda araştırma yapmak istediğim konu hakkında 2017 yılında yapılan bir çalışmada tez danışmanı olarak siz bulunuyormuşsunuz. Çalışmayı incelediğimde anketi bulamadım sizlerle iletişime geçmek için buradan yazıyorum. Bana yardımcı olursanız sevinirim teşekkür ederim.

"VELİLERİN DEMOGRAFİK ÖZELLİKLERİNE
GÖRE YAZ SPOR OKULLARI HİZMET KALİTESİ
VE MEMNUNİYETLERİNİN İNCELENMESİ:
İSTANBUL BEYLİKDÜZÜ SPOR KULÜBÜ YAZ
SPOR OKULLARI ÖRNEĞİ"

Gökay Gevezeoğlu'nun tez konusu

2017 yılında yapılmış

6 Mayıs 2023 11:09

Merhaba

Kusura bakmayın lütfen junk mail'e düşmüş mesajınız...

Ekte anketi bulabilirsiniz...

Detaylar herhalde tezin içinde yazılıdır.

Başka birseye ihtiyaç olursa lütfen haber verin.

Kolaylıklar dilerim

G



Beylikdüzü Bekediyesi Yaz spor okulu 1 ve 2 dönem müşteri ilişkileri v....docx
355K

<https://mail.google.com/mail/u/0/?ik=5f77ea2b39&view=pt&search=all&permthid=thread-a:r-6701679652445011224&simpl=msg-a:r-6700027173...> 1/2

19.07.2023 13:59

Gmail - TEZ ANKETİ İÇİN YARDIM

Yı
Al

6 Mayıs 2023 23:28

Dönüş yaptığınız için çok teşekkür ederim hocam. İginiz için de ayrıca teşekkür ediyorum. Bu süreç içerisinde ihtiyacım olursa sizlerle tekrardan iletişime geçmek beni mutlu edecektir. Danışman hocam da aynı şekilde sevindi teşekkürlerimizi iletiyorum.

Gulberk G.SALMAN <g...> 6 May 2023 Cmt, 11:09 tarihinde şunu yazdı:

6.4. EK 4: ETİK KURULU ONAYI

Evrak Tarih ve Sayısı: 09.08.2023-325622

KARAR NO: 2023 / 1220

Enstitümüz Lisansüstü Programlarına kayıtlı olan ve aşağıdaki tabloda bilgileri verilen öğrencilerin Anabilim/Anasanat Dalı Başkanlıkları tarafından gönderilen tez konusu öneri formları okundu.

Yapılan inceleme ve görüşmeler neticesinde, Düzce Üniversitesi Lisansüstü Eğitim ve Öğretim Yönetmeliğinin 8-(1) maddesi uyarınca EABD/EASD Başkanlıklarının önerisi de göz önünde bulundurularak tabloda bilgileri verilen öğrencilerin tez başlıklarının aşağıdaki şekliyle kabul edilmesine oy birliği ile karar verildi.

| Numarası | Adı Soyadı | Kayıt Tarihi | Anabilim/Anasanat Dalı | Programı | Tez Danışmanı | Tez Başlığı |
|------------|--------------|--------------|------------------------|----------|---------------------|--|
| 2245079010 | Yusuf ÖZTÜRK | 29.07.2022 | Spor Yöneticiliği | YL | Doç. Dr. Şirin PEPE | Futbol Kulübü Faaliyetlerine Katılan Öğrencilerin Velilerinin Algıladıkları Hizmet Kalitesi Düzeylerinin İncelenmesi |

ÖZGEÇMİŞ

KİŞİSEL BİLGİLER

Adı Soyadı : Yusuf ÖZTÜRK

Yabancı Dili : İngilizce

ÖĞRENİM DURUMU

| Derece | Alan | Okul/Üniversite | Mezuniyet Yılı |
|-----------|-------------------|------------------------------------|----------------|
| Y. Lisans | Spor Yöneticiliği | Düzce Üniversitesi | 2025 |
| Lisans | Spor Yöneticiliği | Düzce Üniversitesi | 2022 |
| Lise | | Özel İnegöl Doğa Anadolu Lisesi | 2018 |

YAYINLAR

Tezden Çıkan Yayın:

Öztürk. Y., “Spor kulübü faaliyetlerine katılan çocukların velilerinin hizmet kalitesi beklentilerinin çeşitli demografik değişenlere göre incelenmesi (tez özeti),” *Düzce Üniversitesi Dergisi, Spor Bilimleri Fakültesi*, yayımlanmak üzere gönderildi, 2025.