



International

Journal of Human Sciences

ISSN:2458-9489

Volume 17 Issue 4 Year: 2020

The relationship between service quality and repurchase intention sports service in multi-purpose recreational sports facilities

Çok amaçlı rekreasyonel spor tesislerinde hizmet kalitesi ve spor hizmetlerini tekrar satın alma niyeti ilişkisi

Oktay Yiğit¹
Eray Yurtseven²

Abstract

The study aims to investigate the relationship between the service quality in multi-purpose recreational sports facilities and repurchase intention to buy sports services.

The sample of the study consists of 538 individuals – 208 female and 330 male – who are the members of 5 sports centers in Istanbul, which are supposed to represent the population of the research.


In this study, a questionnaire consisting of three parts was applied to measure the relationship between service quality and repurchase intention to buy sports services of individuals who are the members of recreational facilities. The questionnaire contains the Sports Facilities Service Quality Assessment Scale, which was developed by Lam et al. (2005), of which the Turkish validity and reliability study was done by Gürbüz et al. (2005) and also contains the Repurchase Intention Questions developed by Bülbül et al. (2012) and demographic information. The data obtained from the questionnaire were analyzed using the SPSS 24 program.


Özet

Araştırmanın amacı çok amaçlı rekreasyonel spor tesislerinde hizmet kalitesi ile spor hizmetlerini tekrar satın alma niyeti arasındaki ilişkinin araştırılmasıdır.

Araştırmanın örneklemini evreni temsil ettiği varsayılan İstanbul ilindeki 5 adet spor merkezine üye olan 208'i kadın, 330'u erkek toplam 538 birey oluşturmaktadır.

Araştırmada çok amaçlı rekreasyonel spor tesislerine üye olan bireylerin hizmet kalitesi ve spor hizmetlerini tekrar satın alma niyetleri arasındaki ilişkiyi ölçmek için üç bölümden oluşan anket uygulaması yapılmıştır. Anketin içeriğinde Lam ve ark. (2005) tarafından geliştirilip Gürbüz ve ark. (2005) tarafından Türkçe geçerlilik ve güvenilirlik çalışması yapılan, spor tesisleri hizmet kalitesi değerlendirme ölçeği, Bülbül ve ark. (2012) tarafından geliştirilen tekrar satın alma niyeti soruları ve demografik bilgiler yer almaktadır. Anket uygulamasından elde edilmiş olan veriler SPSS 24 programı kullanılarak analiz edilmiştir. Araştırma sonucunda çok amaçlı rekreasyonel spor tesislerinde hizmet kalitesi ve alt boyutları

¹ Dr. Öğr. Üyesi, Niğde University, Faculty of Sport Sciences, oktay.yigit83@gmail.com  Orcid ID: [0000-0002-3302-0345](https://orcid.org/0000-0002-3302-0345)

² Prof. Dr., İstanbul University, Medical Sciences Faculty, Basic Medical Sciences Department, eyurt@istanbul.edu.tr  Orcid ID: [0000-0003-0565-6407](https://orcid.org/0000-0003-0565-6407)



As a result of the research, a positive relationship was observed between service quality and its sub-dimensions and repurchase intention sports service in multi-purpose recreational sports facilities.

Keywords: Recreation, service quality, recreational sports facility, repurchase intention.

ile spor hizmetlerini tekrar satın alma niyeti arasında pozitif yönlü bir ilişki olduğu gözlemlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Rekreasyon, hizmet kalitesi, rekreasyonel spor tesisleri, tekrar satın alma niyeti.

(Extended English summary is at the end of this document)

GİRİŞ

Gelişen ve değişen spor endüstrisinde rekabet ortamının artması nedeniyle hem sportif amaçlara ulaşabilmek hem de sürdürülebilirliği sağlayabilmek adına spor hizmetlerinin kalitesi ve üye devamlılığı önem kazanmıştır. Bu nedenle bu araştırma kapsamında kuramsal olarak rekreasyon, rekreasyonel spor, hizmet kalitesi ve tekrar satın alma niyeti alanlarına vurgu yapılacaktır. Rekreasyondan bahsetmeden önce serbest zamana değinmek doğru olacaktır (Karaküçük, 2008, 23). Serbest zaman bireylerin bütün zorunluluklarından kurtulduğu kendi isteği doğrultusunda seçeceği faaliyetlerle uğraşacağı zaman dilimi, yani kendi isteği ve arzusu doğrultusunda kullanabileceği isteğe bağlı zaman dilimi olarak ifade edilmektedir (Karaküçük, 2008; Doğanlı ve Doğanlı, 2015, 102). Serbest zaman muhakkak bir amaca yönelik olarak ve benliğin gelişmesi gayesiyle tercih edilmektedir. Serbest zamanın değerlendirme biçimi bir seçim olayıdır. Serbest zaman bireyin kendi isteği doğrultusunda geçireceği bizzat kendisinin kontrol edebileceği zaman dilimine sahip olması durumudur. Bireyin telaş etmeden, zevk alarak geçirdiği zamandır. Eğlence, harekete geçen ruh, barış ve canlılık hislerini ortaya çıkarır (Tekin, 2016, 49).

Rekreasyon ise bireylerin serbest zamanlarında katılmış oldukları faaliyetler olarak bahsedilirken, rekreasyonun herhangi bir faaliyet olmadığı muhakkak memnuniyet ve tatmin sağlaması gerektiği söylenmiştir (Torkildsen, 2005, 57). Rekreasyon kelime kökeni bakımından yaratmak (creation) kelimesinin önüne yeniden ifadesi (re) eklenerek oluşturulmuş (recreation) İngilizce kökenli bir kelime olup, çalışma ve başka sebepler nedeniyle tükenen insanların yeniden kendilerine gelmelerini ifade etmektedir (Axelsen, 2009; Tütüncü ve ark., 2011, 71). Rekreasyon bireylerin tam isteklilik haliyle, katılım sırasında ve sonunda tatmin sağladıkları etkinlikler olarak ifade edilmektedir (Douglas, 1982, 6). Başka bir tanımda sosyolojik bir bakış açısıyla bireylerin benliklerine uygun olan yapmaktan keyif aldıkları sosyal, kültürel ve sportif etkinliklere katılım göstererek, gündelik hayatın sıkıntılarını kurtularak diğer bireylerle etkileşim kurup toplumsal bir kimlik kazanımı olarak tanımlanmıştır (Bucher ve Bucher, 1974; Metin ve ark., 2013, 5025).

Rekreasyonel sporun tanımlaması yapılacak olursa, bireylerin serbest zamanları süresince eğlenmek, rahatlamak veya fiziksel, mental ve sosyal etkileşimlerde bulunmak adına katılmış oldukları fiziksel etkinlikler şeklinde ifade edilebilir (Huang, 2004, 1). Rekreasyonel düzenli fiziksel aktivitenin kemikleri, kasları ve eklemleri geliştirip güçlendirirken, kalp krizi, şeker hastalığı, yüksek tansiyon, kolon kanseri, depresyon ve kaygı hislerini, vücut ağırlığı oranlarını düşürerek, hastalık ve ölüm oranlarında azalmaları sağladığı gözlemlenmiştir (HHS, 1996; Bedimo-Rung, 2005, 159). Bunun yanı sıra sosyal faaliyetlerin geliştirilmesi, yüksek yaşam tatmini, iyi olma durumunun yükselmesi, stresin düşürülmesi ve toplumsallaşma duygusunu geliştirme gibi bir takım sosyal faydalara da öncülük ettiği de söylenebilir (Eime ve ark., 2012; Legg ve ark., 2017, 40). Sosyo-ekolojik modele göre bireylerin fiziksel aktiviteye katılım istekleri bireylerin kişisel özellikleri ve yaşamış oldukları çevre ile ilişkili olarak ortaya çıkmaktadır. Bu nedenle fiziksel

aktivite için çekicilik ve yüksek kaliteli tesislerin varlığının rekreasyonel fiziksel aktiviteye katılımı canlandıracağı söylenebilir (Cauwenberg ve ark., 2015, 2).

Bu bilgiler doğrultusunda rekreasyonel spor tesislerinde hizmet kalitesi önem kazanan bir konu olarak karşımıza çıkmaktadır. Hizmet sektöründe hizmet kalitesine nasıl ulaşılabileceğine ilişkin hala birçok problem yer almaktadır. Bütün hizmet sektörlerinde hizmet kalitesi müşteriler tarafından en çok beklenti duyulan durum olmaktadır. Yüksek ve benzersiz kalite müşteri kazanmak ve onları uzun süre sadık hale getirmenin önemli bir yoludur (Urban, 2009, 631). Hizmet kalitesi, kurumsal pazarlama ve finansal performans için önemli bir fonksiyon olarak görülmektedir (Jain ve Aggarwal, 2015, 125). Bowen 1986'da (Kaynak: Munhurrun ve ark., 2010, 38) hizmeti, üretici ve tüketicilerin bir arada buldukları süreçte üretimi ve tüketimi eş zamanlı olan elle tutulamayan ve somut olmayan ürünler şeklinde açıklamıştır. Hizmet kavramıyla ilişkili olan tanımlar incelendiğinde karşımıza bir takım özellikler çıkmaktadır. Bu özellikler soyutluk, ayrışmazlık (üretim ve tüketimin eş zamanlılığı), heterojenlik, dayanıksızlık olarak belirtilmiştir (Belgin, 2010, 113).

Hizmet kalitesi, verilen servisin tüketicilerin ihtiyaçlarına uygunluğudur (Chakrabarty ve ark., 2007; Kwok ve ark., 2016, 444). Başka bir ifadeyle, tüketicilerin daha önce yaşamış oldukları deneyimleri ve alacak oldukları hizmetten beklentilerinin, algılanan hizmet ile karşılaştırılmasının bir neticesi olarak da tanımlanmıştır (Naik ve ark., 2010, 240). Hizmet kalitesinin kavramsallaştırma çalışmaları hem hizmetin sonucunu hem de sürecini içermektedir. Hizmetin sonucu, tüketicini servis süreci sonundaki hizmet ile ilgili değerlendirmesidir (Lehtinen ve Lehtinen, 1991; Lee ve Moghavvemi, 2015, 94). Hizmet verme süreci, hizmet sürecinin sonucuna ilişkin durumun tüketiciye nasıl aktarıldığı ile ilişkilidir (Parasuraman ve ark., 1985; Lee ve Moghavvemi, 2015, 94). Kuramsal olarak hizmet kalitesi literatüründe genel olarak kullanılan modeller SERVQUAL, SERVPERF ve Grönroos modelleridir (Gürbüz ve Ergülen, 2006, 173). Grönroos (1984, 39) yapmış olduğu hizmet kalitesi modellemesinde hizmet kalitesinin boyutlarını teknik, fonksiyonel ve kurumsal imaj olarak sınıflandırmıştır. Müşterilerin algılamış olduğu hizmetin, teknik ve fonksiyonel hizmet boyutlarının tüketicilerin görüşleri üzerinde oluşturmuş olduğu netice olarak ifade etmiştir. Kurumsal imaj boyutunun da bazı durumlarda üçüncü hizmet boyutu olarak ortaya çıktığından da bahsetmiştir. Parasuraman ve ark. (1985, 44) hizmet kalitesinin belirlemek amacıyla yapmış oldukları kuramsal modelleme çalışmalarında hizmet kalitesine ilişkin on boyut (güvenirlilik, cevap verebilirlik, yeterlilik, erişim, nezaket, iletişim, itibar, güvenlik, anlayış, somutluk) ve GAPS modelini ortaya koymuşlardır. GAPS modelinde yöneticiler tarafından algılanan hizmet kalitesiyle, müşteriye sunulan hizmet kalitesi arasında bazı bağlantısal tutarsızlıkların ve boşlukların olabileceği söylenmiştir. Bu boşluklar şu şekildedir.

- Gap 1; müşterilerin beklentileri ve yönetici olanların müşterilerin beklentilerini algılamaları arasında oluşan boşluk,
- Gap 2; yöneticilerin müşterilerin beklentilerini algılamaları ve hizmet kalitesinin standardı arasında oluşan boşluk,
- Gap 3; hizmetlerin kalite standardı ve hizmetlerin ortaya konması arasında oluşan boşluk,
- Gap 4; Ortaya konan hizmet ve dış çevre etkileşimi arasındaki boşluk,
- Gap 5; Hizmet beklentisi ve algılanan hizmet arasında oluşan boşluk.

Parasuraman ve ark. (1988, 19-23) daha sonra 10 boyuttan oluşan hizmet kalitesini ölçmeye yarayan yapıyı beş boyuta (somutluk, güvenirlilik, tepkisellik, güvence, empati) indirgeyerek SERVQUAL ölçeğini ortaya çıkarmıştır. Daha sonra Cronin ve Taylor (1992, 64) yapmış oldukları çalışmada SERVQUAL ölçeğinin sadece tutum odaklı bir ölçüm yaptığı eleştirisini getirerek, hizmet kalitesini ölçmek adına performans odaklı olan SERVPERF modelini geliştirmişlerdir.

İş dünyasında 1980'lerin başından bu yana hizmet kalitesi çalışmaları devamlı olarak gelişirken, rekreasyon ve spor hizmeti sağlayıcıları hizmet kalitesinin değerini ancak son yıllarda kavrayabilmişlerdir. Hizmet kalitesi son yıllarda spor pazarlaması literatüründe büyük ilgi geçen alanlar arasına girmiştir (Tsitskari ve ark., 2006, 624 Kalite, ürün veya hizmetin, tüketicilerin

mevcut ve gelecekteki beklentilerini yerine getirebilme karakteristiği olarak tanımlamaktadır. Bu tanım spor literatüründe kabul görmüş olsa da alana özü bir tanım yapmak gerekirse spor hizmetlerinde kalite, spor hizmetlerinin, tüketicilerin sportif beklentilerini karşılayabilme ve geçebilme yeteneği olarak ifade edilebilir (Çimen, 2003, 15). Spor hizmetlerinin kalitesini ölçebilmek adına birçok ölçek araştırmacılar tarafından geliştirilmiştir.

Tekrar satın alma niyeti tüketicinin şu anki ve gelecekteki koşulları değerlendirerek, aynı kurumdan almış olduğu bir hizmeti tekrar satın alma hususundaki kararı olarak nitelendirilmektedir (Hellier ve ark., 2003). Diğer bir tanımda servis sağlayıcıların ortaya çıkarmış oldukları ürün veya hizmetlerin gelecekte tekrar satın alınma olasılığı şeklinde ifade edilmiştir (Awi ve Chaipoopirutana, 2014, 182).

Araştırmanın kuramsal kapsamı dışında, örneklem olarak İstanbul ili sınırlarındaki beş adet spor merkezine üye olan bireyleri kapsadığını, sektörel anlamda da çok amaçlı rekreasyonel spor tesislerini kapsadığını söyleyebiliriz. Araştırmanın amacı çok amaçlı rekreasyonel spor tesislerinde hizmetlerin kaliteleri ve spor hizmetlerini tekrar satın alma niyeti arasında oluşan ilişkiyi araştırmaktır.

Araştırmanın Hipotezleri

H.1. Çok amaçlı rekreasyonel spor tesislerinde hizmet kalitesi ile tekrar satın alma niyeti (TSAN) parametrelerinde pozitif açılı ilişki gözlemlenir.

H.1.a. Çok amaçlı rekreasyonel spor tesislerinde personel kalitesi ile TSAN parametrelerinde pozitif açılı ilişki gözlemlenir.

H.1.b. Çok amaçlı rekreasyonel spor tesislerinde program kalitesi ile TSAN parametrelerinde pozitif açılı ilişki gözlemlenir.

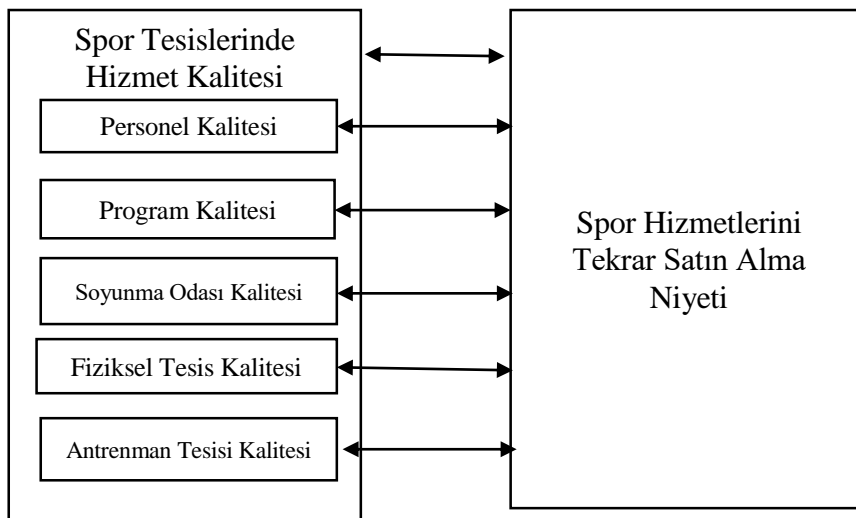
H.1.c. Çok amaçlı rekreasyonel spor tesislerinde soyunma odaları kalitesi ile TSAN parametrelerinde pozitif açılı ilişki gözlemlenir.

H.1.d. Çok amaçlı rekreasyonel spor tesislerinde fiziksel tesis kalitesi ile TSAN parametrelerinde pozitif açılı ilişki gözlemlenir.

H.1.e. Çok amaçlı rekreasyonel spor tesislerinde antrenman alanı kalitesi ile TSAN parametrelerinde pozitif açılı ilişki gözlemlenir.

YÖNTEM

Araştırmanın Modeli



Araştırmanın Evreni

Araştırmanın evreni ulaşılabilirlik imkanları nedeniyle Marmara bölgesinde yer alan İstanbul ilindeki spor tesislerine üye olan bireyler olarak belirlenirken, araştırmanın örneklemini ise bu evreni temsil ettiği varsayılan İstanbul ilindeki 5 adet spor merkezine üye olan rekreatif amaçlı spor yapan ve gönüllük esasına göre katılım sağlayan n= 208’kadın, n= 330’u erkek toplam n= 538 birey oluşturmaktadır.

Araştırmanın Veri Toplama Aracı

Araştırmada veri toplama aracı olarak katılımcılara uygulanmak üzere 3 bölümden oluşan bir anket oluşturulmuştur. Anketin ilk bölümde Lam ve ark. (2005) tarafından geliştirilen, Gürbüz ve ark. (2005) tarafından Türkçe geçerlilik güvenilirlik uygulaması yapılan “Service Quality Assesment Scale”(Hizmet Kalitesi değerlendirme ölçeği), ikinci bölümde Bülbül ve ark. (2012)’rının geliştirip geçerlik ve güvenilirlik çalışmasını yaptığı tekrar satın alma niyeti soruları, son bölümde ise demografik veriler yer almaktadır. “Service Quality Assesment Scale”(Hizmet Kalitesi değerlendirme ölçeği), 40 madde ve 6 alt boyuttan oluşmaktadır. Bu alt boyutlar personel, program, soyunma odaları, fiziksel tesis, antrenman tesisi ve çocuk bakım odası’dır. Bu çalışmada tesislerin hepsinde çocuk bakım odası olmaması nedeniyle çocuk bakımı alt boyutu ölçekten çıkarılmıştır. Ölçek 7’li likert tipinde olup “beklenen hizmet” boyutunda 1 (az önemli) - 7 (çok önemli) arasında, “algılanan hizmet” boyutunda ise, 1 (zayıf) - 7 (mükemmel) arasındadır. Özgün ölçeğin geçerlilik ve güvenilirlik açısından "beklenen hizmet kalitesi" α değeri tüm boyutlarda 0.73-0.83 değeri arasındayken "algılanan hizmet kalitesi" kısmında α değeri tüm boyutlarda 0.72-0.82 değerleri arasındadır. Bu veriler ölçeğin güvenilir bir ölçek olduğunu göstermektedir. Spor hizmetlerini tekrar satın alma niyeti soruları Bülbül ve ark. (2012) tarafından ortaya konan, geçerlik ve güvenilirlik çalışması yapılmış, 3 sorudan oluşan ve 5’li likert yapıda olan sorulardır. Bu çalışmada tekrar satın alma niyeti soruları spor hizmeti alanına uyarlanmıştır. Ölçeğin geçerlilik ve güvenilirlik açısından α değeri 0.88’dir. Bu veri ölçeğin güvenilir olduğunu göstermektedir. Demografik veriler kısmı, cinsiyet, yaş, medeni durum, eşleriyle birlikte üye olma durumu, eğitim, gelir düzeyi, spora katılım sıklığı, tesislerde geçirilen süre ve üyelik süresi sorularından oluşmaktadır.

Araştırmanın İstatistiksel Yöntemi

Araştırmada çok amaçlı rekreasyonel spor merkezine üye olan bireylere 3 bölümden oluşan (hizmet kalitesi, tekrar satın alma niyeti ve demografik veriler) anket uygulanmış, verilerinin istatistiksel analizi SPSS 24 programı ile yapılmıştır. Verilere ilişkin yapılan Kolmogorow Smirnow testi sonucunda $p < 0.05$ olduğundan verilerin nonparametrik dağılım gösterdiği gözlemlenmiştir. Bu nedenle çalışmada nonparametrik testler uygulanmıştır. Hizmet kalitesi ile tekrar satın alma niyetini belirlemeye yönelik veriler tanımlayıcı istatistiksel yöntemler kullanılarak, hizmet kalitesi ve alt boyutlarının spor hizmetlerini tekrar satın alma niyeti ile ilişkisini belirlemek amacıyla da Spearman’s rho korelasyon testi uygulanarak analiz yapılmıştır.

Tablo 1: Araştırmanın Demografik Verileri

Demografik Bilgiler	F	%	Geçerli %	Yığılmalı %	
Cinsiyet	Kadın	208	38,7	38,7	38,7
	Erkek	330	61,3	61,3	100
	Toplam	538	100	100	
Yaş	18 ve altı	43	8	8	8
	19-29	209	38,8	38,8	46,8
	30-39	142	26,4	26,4	73,2
	40-49	100	18,6	18,6	91,8
	50 ve üstü	44	8,2	8,2	100
	Toplam	538	100	100	

Medeni durum	Evli	207	38,5	38,5	38,5
	Bekar	331	61,5	61,5	100
	Toplam	538	100	100	
Eğitim durumu	İlköğretim	21	3,9	3,9	3,9
	Lise	107	19,9	19,9	23,8
	Ön lisans	137	25,5	25,5	49,3
	Lisans	214	39,8	39,8	89
	Lisans üstü	59	11	11	100
	Toplam	538	100	100	
Aylık gelir	1000tl ve altı	48	8,9	8,9	8,9
	1001-2000tl	64	11,9	11,9	20,8
	2001-3000tl	149	27,7	27,7	48,5
	3001-4000yl	168	31,2	31,2	79,7
	4001tl ve üstü	109	20,3	20,3	100
	Toplam	538	100	100	
Spor tesislerinde günlük geçirilen süre	1 saat ve altı	142	26,4	26,4	26,4
	2-3 saat	290	53,9	53,9	80,3
	4-5 saat	87	16,2	16,2	96,5
	6 saat ve üstü	19	3,5	3,5	100
	Toplam	538	100	100	

Araştırmanın demografik verileri şu şekildedir. Araştırmaya n=208 (%38.7) kadın, n=330 (% 61,3) erkek toplamda n=538 (%100) bireyin katılım göstermiş olduğu tespit edilmiştir. Araştırmaya katılanların % 8 (n=43)'nin 18 yaş ve altı, % 38,8 (n=209)' nin 19-29 yaş aralığında, % 26,4 (n=142)'sının 30-39 yaş aralığında, % 18,6 (n=100)'nin 40-49 yaş aralığında, % 8,2 (n=44)'nin 50 yaş ve üstü yaş aralığında olduğu tespit edilmiştir. Araştırmaya katılanların %38,5 (n=207)'nin evli, %61,5 (n=331)'nin bekar olduğu tespit edilmiştir. Araştırmaya katılanların % 3,9 (n=21)'i ilköğretim, % 19,9 (n=107)'nun lise, % 25,5 (n=137)'nin ön lisans, % 39,8 (n=214)'nin lisans, % 11 (n=59)'nin lisans üstü eğitim seviyesinde olduğu tespit edilmiştir. Araştırmaya katılanların % 8,9 (n=48)'unun 1000tl ve altı, %11,9 (n=64)'unun 1001-2000tl arası, % 27,7 (n=149)'sinin 2001-3000tl arası, % 31,2 (n=168)'sinin 3001-4000tl arası, % 20,3 (n=109)'ünün 4000tl ve üstü gelire seviyesinde oldukları tespit edilmiştir. Araştırmaya katılanların % 10,2 (n=55)'sinin haftada 1, % 27 (n=145)'sinin haftada 2, %37,9 (n=204)'nun, haftada 3, % 20,4 (n=110)' nün haftada 4, % 3 (n=16)' nün haftda 5 ve üstü, % 1.1 (n=6)'nin ayda 1 kere, % 0,4 (n=2)'nün ayda 2 kere, spora katıldığı tespit edilmiştir.

BULGULAR

Tablo 2: Çok amaçlı rekreasyonel spor tesislerinin hizmet kalitesi puanlarının analizi

Hizmet kalitesi ölçęęi ifadeleri ve boyutları	N	Minimum P.	Maksimum P.	X	Ss
Personel kalitesi toplam puan	538	-46	20	-3,92	10,60
Gerekli bilgi ve beceriye sahip olmak	538	-6	6	-0,38	1,30
Temizlik ve kıyafet	538	-5	4	-0,29	1,23
Yardım etmeye istekli olmak	538	-6	4	-0,40	1,39
Sabır	538	-5	2	-0,42	1,34
Üyelerle iletişim	538	-6	2	-0,52	1,41
Şikayetlere cevap vermek	538	-6	5	-0,54	1,61
Nezaket	538	-6	3	-0,45	1,38

Eğitmenlerin müşterilere bireysel ilgi göstermesi	538	-6	5	-0,47	1,49
Sunulan hizmette tutarlı olmak	538	-6	3	-0,40	1,44
Program kalitesi toplam puan	538	-34	39	-2,50	8,03
Programların çeşitliliği	538	-6	6	-0,23	1,22
Uygun seviyede programların varlığı	538	-6	6	-0,26	1,20
Program zamanının uygunluğu	538	-5	5	-0,31	1,27
Programların kalitesi	538	-6	6	-0,38	1,42
Sınıf mevcudunun uygunluğu	538	-6	6	-0,47	1,55
Arka Plan müziği (eğer varsa)	538	-6	6	-0,35	1,49
Alan yeterliliği	538	-6	5	-0,46	1,54
Soyunma odaları kalitesi toplam puan	538	-30	11	-0,57	5,54
Soyunma dolaplarının varlığı	538	-6	2	-0,09	1,16
Genel bakım	538	-6	2	-0,20	1,23
Duşların temizliği	538	-6	6	-0,14	1,36
Soyunma odalarına ulaşım	538	-6	6	-0,02	1,36
Güvenlik	538	-6	4	-0,10	1,28
Fiziksel tesis kalitesi toplam puan	538	-34	17	0,41	7,18
Yerleşimin uygunluğu	538	-5	3	0,08	1,17
Çalışma saatleri	538	-6	5	0,15	1,18
Park olanakları	538	-6	5	-0,02	1,52
Binaya giriş	538	-5	5	0,19	1,35
Park alanının güvenliği	538	-6	4	-0,05	1,49
Isı kontrolü	538	-6	4	0,01	1,37
Aydınlatma kontrolü	538	-6	4	0,04	1,28
Antrenman alanı kalitesi toplam puan	538	-26	12	-1,23	4,77
Çevrenin hoşluğu	538	-6	6	-0,005	1,32
Araç-gereç moderliği	538	-6	3	-0,21	1,34
İşaret ve yönlendirmenin yeterliliği	538	-5	3	-0,11	1,22
Araç-gereç çeşitliliği	538	-5	3	-0,29	1,25
Antrenman araç-gereçlerinin varlığı	538	-6	4	-0,31	1,24
Araç gereçlerin genel bakımı	538	-6	6	-0,28	1,32
Spor tesis hizmet kalitesi toplam puan	538	-129	47	-7,81	29,51

Tablo 1'de spor tesisleri hizmet kalitesi puan analizleri sonucunda, personel hizmet kalitesinin $-3,92 \pm 10,60$, program hizmet kalitesinin $-2,50 \pm 8,03$, soyunma odası hizmet kalitesinin $-0,57 \pm 5,54$, fiziksel tesis hizmet kalitesinin $0,41 \pm 7,18$, antrenman alanı hizmet kalitesinin $-1,23 \pm 4,77$ ve spor tesisleri hizmet kalitesinin $-7,81 \pm 29,51$ puan ortalamalarına sahip olduğu gözlemlenmiştir.

Tablo 3: Çok amaçlı rekreasyonel spor tesislerine üye olan ve araştırmaya katılan bireylerin spor hizmetlerini tekrar satın alma niyeti davranışlarının analizi

Spor hizmetlerini tekrar satın alma niyeti ifadeleri	N	Maksimum p.	Minimum p.	X	Ss
Spor hizmetlerinin tekrar satın alma niyeti toplam puan	538	3	15	10,76	3,56
Bu spor tesisinin hizmetlerini satın almaya niyetliyim.	538	1	5	3,60	1,18
Yakınlarıma ve arkadaşlarıma hizmet aldığım bu spor tesisini tavsiye ederim	538	1	5	3,61	1,22
Gelecekte bu spor tesisinden yeniden hizmet almayı düşünüyorum	538	1	5	3,54	1,29

Tablo 2’de araştırmaya katılanların spor hizmetlerini tekrar satın alma niyeti ölçeğine vermiş oldukları yanıtlar analizi sonucunda, spor hizmetlerini tekrar satın alma niyeti toplam puanlarının ortalamasının $10,76 \pm 3,56$ olduğu gözlemlenmiştir.

Tablo 4: Çok amaçlı rekreasyonel spor tesislerinde hizmet kalitesi ve alt boyutları ile spor hizmetlerini tekrar satın alma niyeti arasındaki ilişkilerin analizi

Kolerasyon (Spearman’s rho)	Personel kalitesi	Program kalitesi	Soyunma odaları kalitesi	Fiziksel tesis kalitesi	Antrenman alanı kalitesi	Spor tesisi hizmet kalitesi	Spor hizmetlerini tekrar satın alma niyeti
Personel kalitesi	1						
Program kalitesi	0,695**	1					
Soyunma odaları kalitesi	0,626**	0,634**	1				
Fiziksel tesis kalitesi	0,627**	0,675**	0,649	1			
Antrenman alanı kalitesi	0,453**	0,493**	0,441**	0,357**	1		
Spor tesisi kalitesi	0,867**	0,877**	0,790**	0,823**	0,593**	1	
Spor hizmetlerini tekrar satın alma niyeti	0,575**	0,504**	0,358**	0,383**	0,386**	0,565**	1

** p<0.01

Tablo 3’de spor tesislerinin hizmet kalitesi ve alt boyutlarının spor hizmetlerini tekrar satın alma niyeti ile ilişkisel analizi verilmiştir. Analiz neticesinde spor tesisi hizmet kalitesi ile spor hizmetlerini tekrar satın alma niyeti arasında orta düzeyde pozitif yönlü (0,565**) bir ilişki olduğu görülmüş ve bu sebeple hipotez 1’in geçerliliği doğrulanmıştır. Spor tesisleri personel hizmet kalitesi ile spor hizmetlerini tekrar satın alma niyeti arasında orta düzeyde pozitif yönlü (0,575**) bir ilişki olduğu görülmüş, bu sebeple hipotez 1a’nın geçerliliği doğrulanmıştır. Spor tesisleri program hizmet kalitesi ile spor hizmetlerini tekrar satın alma niyeti arasında orta düzeyde pozitif yönlü (0,504**) bir ilişki olduğu görülmüş, bu sebeple hipotez 1b geçerliliği doğrulanmıştır. Spor tesisleri soyunma odaları hizmet kalitesi ile spor hizmetlerini tekrar satın alma niyeti arasında zayıf

düzye pozitif yönlü (0,358**) bir ilişki olduğu görülmüş, bu sebeple hipotez 1c'nin geçerliliği doğrulanmıştır. Spor tesislerinin fiziksel tesis hizmet kalitesi ile spor hizmetlerini tekrar satın alma niyeti arasında zayıf düzye pozitif yönlü (0,383**) bir ilişki olduğu görülmüş, bu sebeple hipotez 1d'nin geçerliliği doğrulanmıştır. Spor tesislerinin antrenman alanı hizmet kalitesi ile spor hizmetlerini tekrar satın alma niyeti arasında zayıf düzye pozitif yönlü (0,386**) bir ilişki olduğu görülmüş, bu sebeple hipotez 1e'nin geçerliliği doğrulanmıştır.

SONUÇ

Araştırmanın sonucunda spor tesisi hizmet kalitesi ile spor hizmetlerini tekrar satın alma niyeti ilişkisinde orta düzye pozitif yönlü (0,565**), spor tesisleri personel hizmet kalitesi ve spor hizmetlerini tekrar satın alma niyeti ilişkisinde orta düzye pozitif yönlü (0,575**), spor tesisleri program hizmet kalitesi ile spor hizmetlerini tekrar satın alma niyeti ilişkisinde orta düzye pozitif yönlü (0,504**), spor tesisleri soyunma odaları hizmet kalitesi ile spor hizmetlerini tekrar satın alma niyeti ilişkisinde zayıf düzye pozitif yönlü (0,358**), spor tesislerinin fiziksel tesis hizmet kalitesi ile spor hizmetlerini tekrar satın alma niyeti ilişkisinde zayıf düzye pozitif yönlü (0,383**), spor tesislerinin antrenman alanı hizmet kalitesi ile spor hizmetlerini tekrar satın alma niyeti ilişkisinde zayıf düzye pozitif yönlü (0,386**) ilişkiel bağ olduğu gözlemlenmiştir. Bu sonuçlar değerlendirildiğinde spor tesislerinin hizmet kalitesi ve alt boyutlarındaki kalite artıkça tekrar satın alma niyetinin de artabileceği, azaldıkça tekrar satın alma niyetinde azalabileceği yargısına varılabilir. Çalışmadan çıkarılacak diğer bir yargı ise çok amaçlı rekreasyonel spor tesislerinde hizmet kalitesi yüksekliğinin üye devamlılığını sağlayacağı şeklindedir.

TARTIŞMA

Benzer çalışmalar şu şekildedir.

Oman ve ark. (2016, 19) çalışmalarında spor hizmetlerinde, hizmetlerin kaliteleri ile özdeşleşmenin tekrar satın alma niyeti üzerindeki etkilerini araştırmışlardır. Araştırmalarının neticesinde spor hizmetlerinin kaliteleri ve tekrar satın alma niyeti parametrelerinde dolaylı, pozitif yönlü ilişki tespit etmişlerdir. Okhli ve ark. (2014, 386) At yarışlarına katılan 3865 seyirciye uygulamış oldukları çalışmada hizmet kalitesi ile yarışmalara tekrar seyirci olarak katılma niyeti arasında önemli ölçüde pozitif yönde ilişki gözlemlenmiştir. Kim ve ark. (2006, s. 39) Basketbol liginde seyircilere uygulanan anket çalışması sonucunda somutluk ve eğlence gibi hizmet kalitesi alt boyutlarının tekrar satın alma niyetini önemli ölçüde etkilediğini tespit etmişlerdir. Şirin ve Vural (2017, 356) spor merkezlerinde yapmış oldukları çalışmalarında hizmet kalitesinin bütünlük içerisinde tekrar satın alma niyetini etkilediği alt boyutlar kısmında da fiziksel görünüm, güvenilirlik ve duyarlılığın tekrar satın alma niyeti açısından önemli olduğunu belirtmişlerdir.

Çok amaçlı spor tesislerinde hizmetlerin kaliteleri, tekrar satın alma niyeti ve müşteri sadakati gibi konuların daha geniş örneklerle çalışılması ve bu alanlarda daha fazla çalışma yapılması, akademik anlamda önemli olacağı düşünülmektedir. Sektör anlamında ise hizmet sağlayıcıların spor hizmetleri sunumunda kaliteye öncelik vermelerinin müşteri devamlılığı sağlayacağı ön görüldüğünden sürdürülebilirlik ve sportif amaçlara ulaşılması açısından faydalı olacağı düşünülmektedir. Bu nedenle spor endüstrisi içerisindeki tesis işletmecilerinin amaçlarına ulaşabilmeleri için hizmet kalitesine önem vermeleri ve bu şekilde üye devamlılığı sağlamaları önerilmektedir.

KAYNAKÇA

- Axelsen, M. (2009). The power of leisure: I was an anoexic; I'm now a healthy triathlete. *Lesiure Sciences*, 31, 330–346.
- Awı, Y. L. ve Chaipoopirutana, S. (2014). A Study of Factors Affecting Consumer's Repurchase Intention toward Xyz Restaurant, Myanmar. *International Conference on Trends in Economics*, 14, 181- 184.

- Bedimo-Rung, A. L., Mowen, A. J. Ve Cohen, D. A. (2005). The Significance of Parks to Physical Activity and Public Health A Conceptual Model. *American Journal of Preventive Medicine*, 28, 159-168.
- Belgin, Ö. (2010). Hizmet Sektöründe Verimlilik. *Bilişim Kültürü Dergisi*, 113-114.
- Bowen, D. E. (1986). Managing Customers As Human Resources In Service Organizations. *Human Resources Management*, 25, 371–383.
- Bucher, C.A. ve Bucher, R.D. (1974). *Recreation for today's Society*, New Jersey: Frentice-Hal.
- Bülbül, H., Akın, M., Demirer, Ö. ve Doğan, İ. C. (2012). Türk Bankacılık Sektöründe Hizmet Kalitesinin Müşteri Tatmini Ve Tekrar Satın Alma Niyeti Üzerine Etkisi: Yapısal Eşitlik Modeli Ile Bir Inceleme. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 13, 28-40.
- Cauwenberg, J. V., Cerin, E., Timperio, A., Salmon, J., Deforche, B. Ve Veitch, J. (2015). Park Proximity, Quality And Recreational Physical Activity Among Mid-Older Aged Adults: Moderating Effects Of Individual Factors And Area Of Residence. *International Journal of Behavioral Nutrition and Physical Activity*, 12, 1-8.
- Chakrabarty, S., Whitten, D. Ve Green, K. (2007). Understanding Service Quality And Relationship Quality İn Is Outsourcing: Client Orientation & Promotion, Project Management Effectiveness, And The Tasktechnology-Structure Fit. *Journal of Computer Information Systems*, 48, 1-15.
- Cronin, J. J. ve Taylor, S. A. (1992). Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension. *Journal of Marketing*, 56, 55-68.
- Çimen, Z. (2003). Spor Hizmetlerinde Toplam Kalite Standartları. *İ. Ü. Spor Bilimleri Dergisi*, 11, 13-17.
- Doğancılı, O. S. Ve Doğancılı O. (2015). Rekreasyon Projelerinin Planlama Aşamasında Karşılaşılan Durumlar: Amasya Örneği. *Gaziösmenpaşa Üniversitesi Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 10, 101-112.
- Douglass, R. W. (1982). *Forest Recreation*. (3rd ed.). New York: Pergamon Press.
- Eime, R., Charity, M., Payne, W., Young, J., & Harvey, J. (2013). A Systematic Review Of The Psychological And Social Benefits Of Participation İn Sport For Adults: Informing Development Of A Conceptual Model Of Health Through Sport [Electronic Resource]. *International Journal Of Behavioral Nutrition And Physical Activity*, 10, 135–155.
- Grönroos, C. (1984). A Service Quality Model And Its Marketing Implications, *European Journal Of Marketing*, 18, 36-44.
- Gürbüz, B., Koçak, S. ve Lam, E. T. C. (2005). The Reliability and Validity of the Turkish Version of the Service Quality Assessment Scale. *Education and Science*, 30, 70-77.
- Gürbüz, E. ve Ergülen, A. (2006). Hizmet Kalitesinin Ölçümü Ve Grönroos Modeli Üzerine Bir Araştırma. *İ.Ü. Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, 35, 173-190.
- Hellier, P. K., Guersen, G. M., Carr, R. A. ve Rickard, R. A. (2003). Customer Repurchase Intention: A General Structural Equation Model. *European Journal of Marketing*, 37, 1762-1800.
- Huang, M. J. (2004). A Study Of The Leadership Style Of Recreational Sports Club Leaders İn Kaohsiung, Taiwan. A dissertation submitted to the Division of Administrative Studies, The University of West Florida.
- Jain, P. Ve Aggarwal, V. S. (2015). Service Quality Models: A Review. *BVIMSR's Journal of Management Research*, 7, 125-136.
- Karaküçük, S. (2008). *Rekreasyon Boş Zaman Değerlendirme*. (6. Baskı). Ankara: Gazi Kitabevi.
- Kim, H. D., David, L. ve Lee, J. H. (2006). The Influence of Service Quality Factors On Customer Satisfaction And Repurchase Intention İn the Korean Professional Basketball League. *International Journal of Applied Sports Sciences*, 18, 39-58.
- Kwok, S. Y., Jusoh, A. Ve Khalifah, Z. (2016). The influence of Service Quality On Satisfaction: Does Gender Really Matter?. *Intangible Capital*, 12, 444-461.

- Lam, E. T. C., Zhang, J. J. ve Jensen, B. A. (2005). Service Quality Assessment Scale(SQAS): An Instrument for Evaluating Service Quality of Health–Fitness Clubs. *Measurement in Physical Education and Exercise Science*, 9, 79-111.
- Lee, S-P. Ve Moghavvemi, S. (2015). The Dimension of Service Quality and Its Impact on Customer Satisfaction, Trust, and Loyalty: *A Case of Malaysian Banks*. *Asian Journal of Business and Accounting*, 8, 91-121.
- Legg, E., Wells, M., Newland, A. Ve Tanner, P. (2017). Exploring Sense Of Community İn Adult Recreational Tennis. *World Leisure Journal*, 59, 39-53.
- Lehtinen, U. Ve Lehtinen, J. R. (1991). Two Approaches To Service Quality Dimensions. *The Service Industries Journal*, 11, 287-303.
- Metin, T. C., Kesici, M. Ve Kodaş, D. (2013). Rekreasyon Olgusuna Akademisyenlerin Yaklaşımları. *Journal of Yasar University*, 30, 5021-5048.
- Munhurrun, P. R., Bhiwajee, S. D. L. ve Naidoo, P. (2010). Service Quality In The Public Service. *International Journal Of Management And Marketing Research*, 3, 37-50.
- Naik, C. N. K, Gantasala, S. B. ve Prabhakar G. V. (2010). Service Quality (Servqual) and its Effect on Customer Satisfaction in Retailing. *European Journal of Social Sciences*, 16, 239-251.
- Okhli, A., Bahramzade, H. A. ve Yazdi, M. T. (2014). The Relationship Between Perception Of Service Quality And Intent To Return In Spectators Of Gonbad Kavoo Autumn Horse Racing. *European Journal of Experimental Biology*, 4, 386-389.
- Oman, B., Pepur, M. ve Arneric, J. (2016). The Impact Of Service Quality And Sport-Team Identification On The Repurchase Intention. *Management*, 21, 19-46.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A. ve Berry, L. L. (1985). A Conceptual Model Of Service Quality And Its Implications For Future Research. *Journal Of Marketing*, 49, 41-50.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A. ve Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A Multiple- Item Scale For Measuring Consumer Perceptions Of Service Quality. *Journal Of Retailing*, 1, 12-40.
- Şirin, E. F. ve Vural, M. (2017). Spor Merkezlerindeki Hizmet Kalitesi Algısının Müşteri Bağlılığına Etkisi. *Uluslararası Balkan Spor Bilimleri Kongresi Bildiri Kitabı*. 359-360.
- Tekin, A. (2006). Serbest Zaman Bağlamında Oyun Teorileri, İçinde; (ed. Karaküçük, S.), *Rekreasyon Bilimi*, Ankara: Gazi Kitap Evi
- Torkildsen, G. (2005). *Leisure and Recreation Management*. (5nd ed.) New York: Routledge.
- Tsitskari, E., Tsiotras, D. ve Tsiotras, G. (2006). Measuring Service Quality İn Sports Service. *Total Quality Management*, 5, 623-635
- Tütüncü, Ö., Aydın, İ., Küçükusta, D., Avcı, N. Ve Taş, İ., (2011). Üniversite Öğrencilerinin Rekreasyon Faaliyetlerine Katılımını Etkileyen Unsurların Analizi. *Spor Bilimleri Dergisi*, 22, 69-83.
- U.S. Department of Health and Human Services(HHS). (1996). *A report from the Surgeon General: physical activity and health*. Atlanta GA: Centers for Disease Control and Prevention, National Center for Chronic Disease Prevention and Health Promotion, President's Council on Physical Fitness and Sports.
- Urban, W. (2009). Service Quality Gaps And Their Role In Service Enterprises Development. *Technological and economic development of economy Baltic journal on sustainability*, 15, 631-645.

Extended English Abstarct

Due to the increasingly competitive environment in the developing and changing sports industry, the quality and continuity of the members of the sports services have gained importance both to achieve sportive goals and to ensure sustainability. Therefore, in the scope of this research, emphasis will be given to the areas of recreation, recreational sports, service quality, and repurchase intention. Before mentioning recreation, it would be right to mention leisure time (Karaküçük, 2008, 23). Leisure time is expressed as the optional period of time that individuals

can use in accordance with their wishes and desires, in other words, the time period in which individuals deal with the activities they choose in line with their wishes, freeing them from all their obligations (Karaküçük, 2008; Doğancı and Doğancı, 2015, 102). Recreation, on the other hand, is mentioned as activities that individuals participate in their free time, as it is not a particular activity and as having a necessity to provide pleasure and satisfaction (Torkildsen, 2005, 57). Recreation is an English word that has been created by adding the expression “re” in front of the word “creation” and it means the revival of individuals who are worn out due to work and other factors (Axelsen, 2009; Tütüncü et al., 2011, 71). It is possible to define recreational sports as the physical activities that individuals participate in to enjoy, relax or engage in physical, mental and social interactions during their leisure time (Huang, 2004, 1). In 1986, Bowen (Source: Munhurrun et al., 2010, 38) described service as the intangible products of which the production and consumption are simultaneous in the process of the coexistence of producers and consumers. Service quality is the suitability of the service to the needs of consumers (Chakrabarty et al., 2007; Kwok et al., 2016, 444). In other words, it has also been defined as a result of the comparison of the experiences and expectations of the consumers with the perceived service (Naik et al., 2010, 240). The intention of the repurchase is defined as the consumer’s decision to repurchase a service from the same institution by evaluating the current and future conditions (Hellier et al., 2003). In another definition, it is expressed as the possibility of repurchasing the products or services in the future produced by service providers (Awi and Chaipoopirutana, 2014, 182).

This research aims to investigate the relationship between service quality in multi-purpose recreational sports facilities and the repurchase intention of sports services.

The population of the study was determined as the sports facilities in the city of Istanbul in the Marmara region, Turkey due to accessibility and the sample of the study consisted of n = 208 females, n = 330 males, totally n = 538 individuals who were the members of 5 sports centers in Istanbul.

In the research, a questionnaire consisting of 3 sections was created to be applied to the participants as a data collection tool. The first part of the questionnaire contains the “Service Quality Assessment Scale”, which was developed by Lam et al. (2005), of which the Turkish validity and reliability study was done by Gürbüz et al. (2005), the second part contains the Repurchase Intention Questions which was developed and of which the validity and reliability study was done by Bülbül et al. (2012) and the last part contains the demographic information. The “Service Quality Assessment Scale” consists of 40 items and 6 sub-dimensions. These sub-dimensions are staff, program, dressing rooms, physical facility, training facility, and childcare room. In this study, the childcare sub-dimension was removed from the scale because not all of the facilities had a childcare room. The scale is a 7-point Likert type, ranging from 1 (not important) to 7 (very important) in the “expected service” dimension and between 1 (poor) to 7 (excellent) in the “perceived service” dimension. Questions of the intention to repurchase sports services were presented by Bülbül et al. (2012), their validity and reliability study was conducted, consisting of 3 questions and 5-point Likert structure. In this study, the questions of repurchase intention were adapted to the field of sports service. The demographic data part consists of questions of gender, age, marital status, membership status with spouses, education, income level, frequency of participation in sports, time spent in facilities and membership duration.

In the study, a questionnaire consisting of 3 parts (service quality, intention to repurchase and demographic data) was applied to the individuals who are the members of the multi-purpose recreational sports centers and the data were analyzed in the SPSS 24 program. Non-parametric tests were performed because the data were non-parametric. The data to determine service quality and intention of repurchase were analyzed using descriptive statistical methods and Spearman’s Rho correlation test was used to determine the relationship between service quality and its sub-dimensions with the intention of repurchase.

As a result of the research, the relationship between the quality of sports facility service and the intention to repurchase sports services was observed to be moderately positive (0.565 **), the relationship between sports facilities personnel service quality and the intention to repurchase sports services was observed to be moderately positive (0.575 **), the relationship between sports facilities program service quality and the intention to repurchase sports services was observed to be moderately positive (0.504 **), the relationship between the service quality of sports facilities' dressing rooms and the intention to repurchase sports services was observed to be weakly positive (0.358 **), the relationship between the service quality of physical sports facilities and the intention to repurchase sports services was observed to be weakly positive (0.383 **) and the relationship between the service quality of the practice fields of sports facilities and the intention to repurchase sports services was observed to be weakly positive (0.386 **). The evaluation of these results reveals the conclusion that as the quality of service and sub-dimensions of sports facilities increase, the intention to repurchase may increase and the intention to repurchase may decrease as it decreases. Another judgment to be deduced from the study is that the high quality of service in multi-purpose recreational sports facilities will ensure member continuity. In their study, Oman et al. (2016, 19) investigated the effects of service quality and identification on the intention to repurchase sports services. As a result of their research, they found an indirect positive relationship between the quality of sports services and the intention to repurchase. In their study, Okhli et al. (2014, 386) worked on 3865 spectators who participated in horse races and they observed a significant positive relationship between service quality and the intention to participate competitions again as spectators.

It is thought that researching the model of service quality and repurchase intention in sports services academically will contribute to the field with a larger sample group and more studies. It is thought that the suggestion for the sports service providers to attach importance to service quality will be beneficial for the continuity of members.