

Spor Kulübü Faaliyetlerine Katılan Çocukların Velilerinin Hizmet Kalitesi Beklentilerinin Çeşitli Demografik Değişkenlere Göre İncelenmesi

Yusuf ÖZTÜRK^{1A}, Şirin PEPE^{2B}

¹Düzce Üniversitesi, Spor Bilimleri Fakültesi, Spor Yöneticiliği Bölümü, Düzce, TÜRKİYE

²Düzce Üniversitesi, Spor Bilimleri Fakültesi, Spor Yöneticiliği Ana Bilim Dalı Düzce, TÜRKİYE

Sorumlu Yazar: Yusuf ÖZTÜRK e-mail: yusufozturk686@gmail.com

Çıkar Çatışmaları: Yazar(lar)ın beyan edeceği herhangi bir çıkar çatışması yoktur.

Telif Hakkı ve Lisans: Dergide yayın yapan yazarlar, CC BY-NC 4.0 kapsamında lisanslanan çalışmalarının telif hakkını saklı tutar.

Etik Beyanı: Bu çalışmanın gerçekleştirilmesi ve yazılmasında bilimsel ve etik ilkelere uyulduğu ve kullanılan tüm kaynaklara usulüne uygun şekilde atıfta bulunulduğu beyan edilmiştir.

A: Orcid ID: 0009-0007-5377-0868 B: Orcid ID: 0000-0001-6062-8172

Özet

İnsanların hizmet nedir? Hizmet kalitesi nedir? Aldıkları hizmetten memnunlar mı? Sorularının yanıtlarına ulaşmaya çalışılmaktadır. Hizmet, birinin işini görme veya birine yarayan işi yapmadır (TDK). Hizmetler geniş ölçüde soyut (duyu organları ile hissedilmeyen) mallardır. Eğer tamamen soyut iseler, üreticiden kullanıcıya direkt olarak aktarılırlar; taşınamazlar, depolanamazlar ve genellikle hemen bozulabilir niteliktedirler. Hizmetin her zaman en önemli yanı hizmeti alan müşterinin bu hizmetten ne derece memnun kalıp kalmadığıdır. Daha sonrasında bu hizmetten memnun ise burayı başkalarına tavsiye edip etmemesi ön plana gelmektedir. İnsanlar, aldıkları hizmetten memnun kaldıklarında bunu çevrelerine veya günümüzde yaygın olarak sosyal medya üzerinden diğer insanlara olumlu bir şekilde tavsiye etmektedir. Fakat alınan hizmetten müşteriler memnun değillerse bunun sonunca o müşteriler çevrelerine olumsuz yönde düşüncelerini beyan etmektedirler, bunu da yine sosyal medya aracılığıyla, dışarıdaki kalabalık ortamlarda dile getirerek de iletebilmektedirler. 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 alıştırma 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 ve 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 ilinin İnegöl ilçesinde 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. Çalışmadaki çıkan sonuçta ise 0,93 ile yüksek derecede güvenilir olarak elde edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: ebeveyn, futbol, futbol okulu, inegölspor

Examining the Service Quality Perceived by Parents of Students Participating in Football Club Activities

Abstract

What is people's service? What is service quality? Are they satisfied with the service they received? We are trying to find answers to your questions. Service is doing someone's job or doing something useful for someone (TDK). Services are largely intangible (not felt by sense organs) goods. If they are completely abstract, they are transferred directly from the producer to the user; They cannot be transported, cannot be stored, and are generally perishable. The most important aspect of the service is always how satisfied the customer is with the service. Afterwards, if he is satisfied with this service, it comes to the fore whether he recommends this place to others or not. If people are satisfied with the service they received from a particular place, they give recommendations to their circle of friends or, nowadays, to people on social media, and recommend these places in a positive way. However, if customers are not satisfied with the service received, those customers express their negative opinions to those around them, and they can express this through social media, in crowded environments outside. 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 THE INEGOL Sports Club. The study was conducted using A 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 STUDY. Data was collected from 203 participants with the questionnaire technique. To x make the date 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. The result of the study was obtained as highly reliable with 0.93.

Keywords: parent, football, football school, inegölspor

GİRİŞ

Hizmet, birinin ihtiyaçlarını karşılama veya başkasına fayda sağlayan bir işi gerçekleştirme anlamına gelir (Hizmet Kalitesi, 2024). 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 önerilerde bulunmak bu kurumların fikirlerini ön plana çıkartmaktadır. Fakat alınan hizmetten müşteriler memnun değillerse 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. Şikayet ve dileklerini bildirdikleri bir anket kutusuna yer verilmektedir. Hizmet, bir yerden diğerine sunulan bir hareket ya da performans olarak tanımlanabilir. Bazı tanımlara göre hizmetler soyut niteliktedir ve insanlar ya da makineler tarafından 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 arttırmak amacıyla hizmet kalitelerini sürekli olarak geliştirmeye çalışmaktadır. Bu iyileştirmeler, genellikle müşterilerin talepleri ve tercihleri doğrultusunda şekillenir. Ayrıca, hizmet sektörünün doğası gereği sahip olduğu özellikler ve boyutlar, sektörden sektöre değişiklik gösterebilir. Hizmet kalitesi, bir hizmetin istenen hedefe ulaşma başarısını gösterir (Hizmet Kalitesi, 2024). 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 (Williams, C., 1998), (Lam, L. and Suen, C.Y. 1997). 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 (Chelladurai, P. 1992). Son yıllarda, spor yönetimi ve pazarlaması alanında çalışan araştırmacılar, bu hizmetlerin kalitesini tanımlamak ve ölçmek için çalışmalar gerçekleştirmeye başlamışlardır (Tsitskari, E., Tsiotras, D. ve Tsiotras, G., 2006).

METOD

Bu çalışma nicel araştırma yöntemlerinden biri olan betimsel tarama modeli kullanılarak yapılmıştır. Tarama yöntemi mevcut bir durumu tanımlamayı hedefleyen bir araştırma yaklaşımıdır. Nicel araştırmalarda amaç, bireylerin toplumsal ve sosyal davranışlarını anket gibi benzer araçlar yoluyla nesnel bir biçimde ölçerek sayısal verilerle dönüştürmek ve ilişkisel tarama modelinde, değişkenlerin sayısal değerlerindeki değişim olup olmadığı ve eğer varsa, bu değişimin derecesi tespit edilmeye çalışılmaktadır (Karasar, 2007),(Çepni, 2007).

Bu çalışma amaçsal örnekleme yöntemine göre yapılmıştır. Bursa ilinin İnegöl ilçesinde 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.

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.

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 (Kalaycı, 2018).

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.

BULGULAR

Tablo 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) olarak bulgulanmıştır. Faaliyette bulunulan sektörekategorisine 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 2. 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 B-E,C-E
	Gruplar içi	6933,430	199	34,841			
	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.

SONUÇ, TARTIŞMA VE ÖNERİLER

Sonuç

Futbol okulunun vermiş olduğu hizmetin memnuniyeti tespitinde, ebeveynlerin Hizmet Kalitesi memnuniyeti derecesi ortalama ve standart sapma değeri ($4.31 \pm .81279$) olarak tespit edilmiştir. Katılımcıların Hizmet Kalitesi memnuniyeti derecelerinin yüksek olduğu söylenebilir. Ebeveynlerin tavsiye etme ortalama ve standart sapma değeri ($4.82 \pm .82539$) olarak hesaplanmıştır. 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 başka ebeveynlere tavsiye edeceğini belirtmiş olup aldıkları hizmet kalitesinden memnun olduklarını belirtmişlerdir. Katılımcılar çok yüksek derecede kurum faaliyetlerini tavsiye etmektedirler. Bu durum futbol okulunun veliler tarafından beğenildiğini ve desteklendiğini göstermektedir. Buradaki sonuçlara bakıldığında zaman ebeveynlerin bu kurumdan çok yüksek derecede memnun olduklarını burada verilen hizmetten ve buradaki hizmetin kalitesinden de memnun oldukları kanısına varılmıştır. Futbol okulundaki velilerin futbol okulundan hizmet kalitesi beklentisi ortalama ve standart sapma değeri ($4.35 \pm .541$) olarak hesaplanmıştır. Katılımcıların hizmet beklentilerinin yüksek olduğu söylenebilir. Hizmet kalitesi beklentisi ortalama ve standart sapma değeri ($4.35 \pm .541$) olarak hesaplanmıştır. Katılımcıların hizmet beklentilerinin yüksek olduğu söylenebilir. Katılımcıların hizmet algılarının yüksek olduğu söylenebilir. 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 etkide bulunmadığının sonucuna varılmıştır.

Bu sonuçlar doğrultusunda tezin değerlendirilmesi yapıldığında, futbol kulübü faaliyetlerine katılan öğrencilerin velilerinin hizmet kalitesi beklentilerinin incelendiği İnegölspor Kulübü örneğinde, İnegölspor Kulübü'nün yaz spor okullarının olumlu yönde gelişmeye ve ilerlemeye açık olduğu görülmektedir.

Tartışma ve Öneriler

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 çıkarmaktadır.

Literatürde, cinsiyetin hizmet kalitesi algısı üzerindeki etkisini inceleyen çeşitli çalışmalar bulunmaktadır. Örneğin bazı araştırmalar kadınların genel olarak empati ve duygusal destek talep ettiklerini öne sürebilmektedir (Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., & Berry, L. L., 1988). Bu sonuçlara benzerlik gösteren bir başka çalışma, Gevezeoğlu (2017)'nin çalışmasında da farklılıkların istatistiksel açıdan anlamlı bulunmaması ile ortaya çıkmıştır (Yapraklı, Ş. & Sağlık, E., 2010).

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. 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 performansla yönelik güçlü yönlerini vurgulamaları gerektiğini önermektedir. Benzer şekilde, tüketici memnuniyeti ve hizmet kalitesi algıları üzerine yapılan çalışmalarda (Oliver, R. L., 1999), müşteri memnuniyetinin genellikle duygusal ve algısal faktörlere dayandığı ve bu nedenle tavsiye etme eğilimlerinin performans gibi unsurlarla daha çok ilişkilendirilebileceği öne sürülmüştür. Araştırmada, spor okulunu tavsiye etmeyen veliler, performans alt boyutunda daha yüksek puanlar vermiştir. ($p < 0,05$) 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 (Zeithaml, V.A., Bitner, M.J. ve Gremler, D.D., 1985). Ancak ulaşılabilirlik boyutunda anlamlı bir fark bulunmamaktadır. Bu, spor okulunu tavsiye etmeyenlerin, spor okulunun performansı hakkındaki beklentilerini daha yüksek değerlendirdiklerini gösteriyor. Spor okulunun genel erişilebilirliğinin, tüm veliler tarafından benzer şekilde algılandığını göstermektedir. Ulaşılabilirlik, hizmet kalitesinin önemli bir boyutu olup, genellikle müşteri memnuniyetinde belirleyici bir faktördür (Kalaycı, Ş., 2008).

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.

Yapılan çalışmada elde edilen bulgular neticesinde İnegölspor Kulübü yöneticilerine yaz spor okullarının hizmet kalitesinin yükselmesinde ve daha başarılı olması için önerilerimiz aşağıda maddeler halinde sıralanmaktadır;

Futbol faaliyetlerine katılan çocukların bazılarının hayalleri, kendi istekleri doğrultusunda bazı çocukların ebeveynlerinin yönlendirmesi ile olmaktadır. İlk olarak, kendi istekleri ön planda olan çocuklar bu tür yerlerde altyapı eğitimi alarak futbolun temel prensiplerini öğrenmekte, gelişimlerini sürdürmekte ve geleceğe önemli bir adım atmaktadır. İkinci seçenekte ise ebeveynlerin genel düşünceleri şu şekilde olabilmektedir; çocuklarının hareket eğitimi alıp evlerde monoton bir hayattan uzaklaşıp hareketlenmesini, egzersiz yapmalarını istemektedirler. Bunun yanı sıra çocukların dışarıdaki olumsuz ortamlardan uzaklaşıp 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. 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.

- Kulüp bünyesinde turnuvalar yapılmalıdır,
- Veli ve sporcunun katılım sağlayabileceği sosyal aktiviteler yapılabilir,

- Sosyal medya hesapları daha aktif bir şekilde kullanılmalıdır,
- Sporculara psikolojik açıdan dersler verilmelidir,
- Sporcuların beslenmelerine yönelik teorik eğitim, sunum vs verilmelidir,
- Spor yapmayan velilerin spora yönlendirilmesi ve bakış açılarının pozitif dönmesi açısından seminerler verilmelidir,
- Sporcuların kitap okumalarına artıda bulunulması açısından belirli antrenmanlardan önce kitap okuma etkinliği yapılmalıdır,
- Tesisin çevre düzenliği açısından dikkat çekecek farklı görsellikler eklenmelidir,
- Eğer tesislerde bir kupa müzesi varsa sporcular oraları gezdirilmeli ve sporcuların belirli hedeflere odaklanıp ulaşılabilirliklerini çocuklara aşılayabilmelidirler,
- Tesislerde, antrenman esnasında herhangi bir sakatlık vs olması durumuna binaen sağlık görevlisi bulundurulmalıdır,
- A takım maçlarına spor okulu öğrencileri ve velileriyle birlikte davet edilmelidir,
- Yaz spor okulu açılış ve kapanış törenlerinde görsel şölene önem verilmeli, çocukların eğlenebileceği oyun alanları kurulmalıdır,

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

KAYNAKLAR

1. Chelladurai, P. (1992). A classification of sport and physical activity services: Implications for sport management. *Journal of Sport Management*, 6, 38-51.
2. Çepni, S. (2007). Araştırma ve proje çalışmalarına giriş (3. baskı). Üçyol Kültür Merkezi Yayınları.
3. Gevezeoğlu, G. (2017). 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.
4. Kalaycı, Ş. (2008). SPSS uygulamalı çok değişkenli istatistik teknikleri. Asil Yayıncılık.
5. Karasar, N. (2007). Bilimsel araştırma yöntemi. Nobel Yayıncılık.
6. Lam, L., & Suen, C. Y. (1997). Application of majority voting to pattern recognition: An analysis of its behavior and performance. *IEEE Transactions on Pattern Analysis and Machine Intelligence*, 19(7), 753-771.
7. Oliver, R. L. (1999). Whence consumer loyalty? *Journal of Marketing*, 63, 33-34.
8. Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40.
9. Tsitskari, E., Tsiotras, D., & Tsiotras, G. (2006). Measuring service quality in sport services. *Total Quality Management*, 17(5), 623-631.
10. Williams, C. (1988). Is SERVQUAL model an appropriate management tool for measuring service delivery quality in the UK leisure industry? *Managing Leisure*, 3, 98-110.
11. Yapraklı, Ş., & Sağlık, E. (2010). Hizmet işletmelerinde rekabet amacı olarak hizmet kalitesi ve ilişki kalitesi: Konaklama işletmelerinde bir uygulama. *HİÖneri Dergisi*, 9(34), 71-85.
12. Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2017). *Services marketing: Integrating customer focus across the firm* (7th ed.). McGraw-Hill Education.