

**SPOR TESİS ÇEVRESİ FAKTÖRLERİ:
MEMNUNİYET ve AĞIZDAN AĞIZA
İLETİŞİM (WOM) ÜZERİNE ETKİSİ**

Ansay Hızal
Yüksek Lisans Tezi

**SPOR TESİS ÇEVRESİ FAKTÖRLERİ:
MEMNUNİYET ve AĞIZDAN AĞIZA
İLETİŞİM (WOM) ÜZERİNE ETKİSİ**

Ansay Hızal

Yüksek Lisans Tezi

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

Sağlık Bilimleri Enstitüsü

Beden Eğitimi ve Spor Anabilim Dalı

Eskişehir, Mart 2016

Tez Danışmanı: Prof. Dr. Metin ARGAN

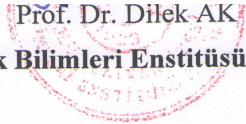
JÜRİ VE ENSTİTÜ ONAYI

Ansay HIZAL'ın "Spor Tesis Çevresi Faktörleri: Memnuniyet ve Ağızdan Ağıza İletişim (WOM) Üzerine Etkisi" başlıklı, Beden Eğitimi ve Spor Anabilim Dalı'ndaki Yüksek Lisans tezi 11.03.2016 tarihinde, aşağıdaki jüri tarafından Anadolu Üniversitesi Lisansüstü Eğitim-Öğretim ve Sınav Yönetmeliğinin ilgili maddeleri uyarınca değerlendirilerek kabul edilmiştir.

	Adı-Soyadı	İmza
Üye (Tez Danışmanı)	Prof.Dr.Metin ARGAN Anadolu Üniversitesi	
Üye	Yrd.Doç.Dr.Hakan KATIRCI Anadolu Üniversitesi	
Üye	Yrd.Doç.Dr.Sabri KAYA Kırıkkale Üniversitesi	

Anadolu Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü Yönetim Kurulu'nun
28.03.2016 tarih ve14..... sayılı kararıyla onaylanmıştır.

Prof. Dr. Dilek AK
Sağlık Bilimleri Enstitüsü Müdürü



SPOR TESİS ÇEVRESİ FAKTÖRLERİ: MEMNUNİYET ve AĞIZDAN AĞIZA İLETİŞİM (WOM) ÜZERİNE ETKİSİ

ÖZET

Spor tesis çevresini oluşturan fiziksel faktörler, tesiste müsabaka izlemek için bulunan katılımcıların memnuniyetini doğrudan etkileyen unsurlardır. Bu unsurların etkili ve verimli olarak yönetilmesi, gerektiğinde iyileştirme ve düzenlemelerin yapılması, katılımcıların memnuniyet düzeylerine olumlu yönde etki edecektir. Memnun olan katılımcıların, memnuniyetlerini potansiyel katılımcılarla paylaşmaları beklenen bir durumdur. Mevcut bu duruma bağlı olarak çalışmanın öncelikli amacı; spor tesis çevresi faktörlerini belirlemek, ortaya çıkan faktörlerin, seyircilerin tesisten elde ettikleri memnuniyet düzeyleri ve WOM üzerinde etkilerini belirlemektir. Bu amaç doğrultusunda yapılan analizler sonucunda, spor tesis çevresini etkileyen yedi faktör ortaya çıkmıştır. Bu faktörler; tesis estetiği, mekân içi erişilebilirlik, koltuk konforu, skorbord kalitesi, otopark, işaretler ve yönlendirme levhaları, davranışsal niyet olarak isimlendirilmiştir. Ortaya çıkan yedi faktörden davranışsal niyet faktörü hariç diğer tüm faktörlerin tesisten elde edilen memnuniyet üzerine bir etkiye sahip olduğu, WOM üzerinde ise tüm faktörlerin etkisinin olduğu belirlenmiştir. Ayrıca, spor tesisinden elde edilen memnuniyetin WOM üzerinde güçlü bir etkisinin olduğu da bulgular arasında yer aldığı belirlenmiştir. İkincil amaç olarak, araştırmaya katılan basketbol izleyicilerinin demografik özellikleri ve müsabaka izleme sıklıkları belirlenmiş, ortaya çıkan spor tesis çevresi faktörlerinin, tesisten elde edilen memnuniyetin ve WOM'un katılımcıların demografik özelliklerine ve müsabaka izleme sıklıklarına göre farklılaştığı tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: spor tesis yönetimi, spor tesis çevresi faktörleri, memnuniyet, ağızdan ağıza iletişim

SPORT FACILITIES ENVIRONMENTAL FACTORS: THEIR EFFECT ON SATISFACTION AND WORD OF MOUTH (WOM)

ABSTRACT

The physical components of sport facilities are the primary factors which affect the pleasure of spectators. Effective and efficient management refinement and regulation of these components when needed will change the perceptions of pleasure positively. It is possible that pleased spectators will share their pleasure with other potential spectators. Depending on this situation the primary purpose of this study is to assess the effects of these factors on pleasure that derived from facility and WOM. After analysis it's been revealed seven factors. These factors were named facility aesthetic, facility accessibility, seating comfort, scoreboard quality, parking, wayfinding signage, behavioral intention. Expect behavioral intention factor, other six factors significant effect on pleasure derived from facility. On the other hand, all seven factors have significant effect on WOM. The relation between pleased derived from facility and WOM is also on significant level. Second purpose of this study, to identify demographic features of spectators and their frequency of participation. It has been reported that sport facilities environmental factors, pleasure derived from facility and WOM vary demographic features and frequency of participation.

Keywords: sport facility management, sport facilities environmental factors, pleasure, word-of-mouth

	SAYFA
ÖZGEÇMİŞ	i
ÖNSÖZ	ii
ÖZET	iii
ABSTRACT	iv
İÇİNDEKİLER	v
ÇİZELGELER DİZİNİ	x
GİRİŞ ve AMAÇ	1
KAYNAK BİLGİSİ	2
SPOR TESİS YÖNETİMİ	2
Spor Tesis Kavramı	2
Spor Tesislerinin Tarihçesi	4
Spor Tesis Çeşitleri	7
SPOR TESİS ÇEVRESİ (SPORTSCAPE)	9
Tesis Ulaşılabilirliği	10
Tesis Estetiği	11
Skorbord Kalitesi	11
Koltuk Konforu	12
Mekân İçi Erişilebilirlik	12
İşaretler ve Yönlendirme Tabelaları	14
Davranışsal Niyet	15
SPOR TESİS ÇEVRESİ BİLEŞENLERİ MEMNUNİYET DÜZEYİ İLİŞKİSİ	16
Tesis Ulaşılabilirliği ve Memnuniyet İlişkisi	17
Tesis Estetiği ve Memnuniyet İlişkisi	17
Skorbord Kalitesi ve Memnuniyet İlişkisi	17

Koltuk Konforu ve Memnuniyet İlişkisi	18
Mekân İçi Erişilebilirlik ve Memnuniyet İlişkisi	18
İşaretler ve Yönlendirme Levhaları Memnuniyet İlişkisi	19
Davranışsal Niyet ve Memnuniyet İlişkisi	20
SPOR TESİS ÇEVRESİ İLE AĞIZDAN AĞIZA İLETİŞİM (WORD-OF MOUTH) TESİSTEN ELDE EDİLEN MEMNUNİYET ARASINDAKİ İLİŞKİ	20
YÖNTEM	22
ARAŞTIRMANIN KONUSU	22
ARAŞTIRMANIN ÖNEMİ	22
ARAŞTIRMANIN KAPSAMI VE SINIRLILIKLARI	23
ARAŞTIRMANIN AMACI	23
Araştırmanın Problemi	24
Araştırmanın Hipotezleri	24
ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ	30
Araştırmanın Modeli	31
Araştırmada Kullanılan Ölçekler	32
Spor tesis çevresinin değerlendirilmesine yönelik ölçek	32
Ağızdan ağıza iletişim (WOM) ölçeği	32
Seyirci memnuniyetini belirlemeye yönelik ölçek	32
Müsabaka izleme durumu ve demografik özelliklere ilişkin sorular	33
Araştırmanın Evren ve Örneklemi	33
Veri Analiz Teknikleri	33
BULGULAR	34
Katılımcıların Demografik Özelliklerine İlişkin Bulgular	34

Cinsiyet	34
Yaş	34
Meslek	34
Eğitim durumu	35
Aylık Ortalama Gelir Durumu	35
Katılımcıların Müsabaka İzleme Sıklığına İlişkin Bulgular	36
Spor Tesis Çevresi Faktörleri	36
Spor Tesisinden Elde Edilen Memnuniyet ve WOM Faktörleri	42
Spor Tesis Çevresini Etkileyen Faktörlerin Tesisten Elde Edilen Memnuniyet Üzerine Etkisi	45
Spor Tesis Çevresini Etkileyen Faktörlerin WOM Üzerine Etkisi	46
Spor Tesisinden Elde Edilen Memnuniyetin WOM Üzerine Etkisi	47
Spor Tesis Çevresi Faktörlerinin Demografik Özelliklere ve Müsabaka İzleme Sıklığına Göre Farklılaşma Durumu	48
<i>Spor tesis çevresi faktörlerinin cinsiyete göre farklılaşma durumu</i>	48
<i>Spor tesis çevresi faktörlerinin yaş gruplarına göre farklılaşma durumu</i>	49
<i>Spor tesis çevresi faktörlerinin meslek gruplarına göre farklılaşma durumu</i>	51
<i>Spor tesis çevresi faktörlerinin eğitim durumlarına göre farklılaşma durumu</i>	53
<i>Spor tesis çevresi faktörlerinin katılımcıların aylık ortalama gelirlerine göre farklılaşma durumu</i>	55
<i>Spor tesis çevresi faktörlerinin katılımcıların müsabaka izleme sıklıklarına göre farklılaşma durumu</i>	56

Tesisten Elde Edilen Memnuniyet Düzeyinin Demografik Özelliklere ve Müsabaka İzleme Sıklığına Göre Farklılaşma Durumu	58
<i>Tesisten elde edilen memnuniyet düzeyinin cinsiyete göre farklılaşma durumu</i>	59
<i>Tesisten elde edilen memnuniyet düzeyinin katılımcıların yaş gruplarına göre farklılaşma durumu</i>	59
<i>Tesisten Elde Edilen Memnuniyet Düzeyinin Meslek Gruplarına Göre Farklılaşma Durumu</i>	59
<i>Tesisten Elde Edilen Memnuniyet Düzeyinin Eğitim Durumlarına Göre Farklılaşma Durumu</i>	60
<i>Tesisten elde edilen memnuniyet düzeyinin katılımcıların aylık ortalama gelirlerine göre farklılaşma durumu</i>	60
<i>Tesisten elde edilen memnuniyet düzeyinin katılımcıların müsabaka izleme sıklıklarına göre farklılaşma durumu</i>	61
WOM'un Demografik Özelliklere ve Müsabaka İzleme Sıklığına Göre Farklılaşma Durumu	61
<i>WOM'n cinsiyete göre farklılaşma durumu</i>	62
<i>WOM'un katılımcıların yaş gruplarına göre farklılaşma Durumu</i>	62
<i>WOM'un Meslek Gruplarına Göre Farklılaşma Durumu</i>	62
<i>WOM'un katılımcıların eğitim durumlarına göre farklılaşma durumu</i>	63
<i>WOM'un katılımcıların aylık ortalama gelirlerine göre farklılaşma durumu</i>	63
<i>WOM'un katılımcıların müsabaka izleme sıklıklarına göre farklılaşma durumu</i>	64
TARTIŞMA, SONUÇ VE ÖNERİLER	65

Öneriler	70
<i>Uygulamaya Yönelik Öneriler</i>	70
<i>Gelecek Araştırmalara Yönelik Öneriler</i>	70
KAYNAKLAR	71
EKLER	78
EK 1 Spor Tesis Çevresi Faktörleri: Memnuniyet ve Ağızdan Ağza İletişim (WOM) Üzerine Etkilerinin Belirlenmesine Yönelik Anket Açıklama Yazısı	78
EK 2 Anket Formu	79

ÇİZELGELER DİZİNİ

ÇİZELGE NO ve ADI	SAYFA
Çizelge 1 Kullanım Biçimlerine Göre Spor Tesisleri	7
Çizelge 2 Uygulanan Etkinliğe Göre Spor Tesis Tipleri	8
Çizelge 3 Ölçek Uyarlama Süreci	31
Çizelge 4 Katılımcıların Cinsiyetleri	34
Çizelge 5 Katılımcıların Yaş Grupları	34
Çizelge 6 Katılımcıların Meslek Grupları	35
Çizelge 7 Katılımcıların Eğitim Durumları	35
Çizelge 8 Katılımcıların Aylık Ortalama Gelir Durumları	36
Çizelge 9 Katılımcıların Müsabaka İzleme Sıklığı	36
Çizelge 10 Spor Tesis Çevresi Faktör Analizi	37
Çizelge 11 Spor Tesis Çevresi Faktörlerine İlişkin Güvenilirlik Katsayıları	39
Çizelge 12 Spor Tesis Çevresi Aritmetik Ortalama ve Standart Sapmaları	40
Çizelge 13 Spor Tesisi Çevresi Faktörleri Arasındaki Korelasyon Matrisi	41
Çizelge 14 Spor Tesis Çevresi Faktörlerinin Aritmetik Ortalama ve Standart Sapmaları	42
Çizelge 15 Spor Tesisinden Elde Edilen Memnuniyet ve WOM Faktör Analizi	43
Çizelge 16 Spor Tesisinden Elde Edilen Memnuniyet ve WOM Faktörlerine İlişkin Güvenilirlik Katsayıları	44
Çizelge 17 Tesisten Elde Edilen Memnuniyet, WOM Aritmetik Ortalama ve Standart Sapmaları	44
Çizelge 18 Tesisten Elde Edilen Memnuniyet ile WOM Faktörleri Arasındaki Korelasyon Matrisi	45
Çizelge 19 Spor Tesisinden Elde edilen Memnuniyet ve WOM Faktörlerinin Aritmetik Ortalama ve Standart Sapmaları	45
Çizelge 20 Spor Tesis Çevresini Etkileyen Faktörlerin Tesisten Elde Edilen Memnuniyet Üzerine Etkisi	46
Çizelge 21 Spor Tesis Çevresinin Etkileyen Faktörlerin WOM	47

	Üzerine Etkisi	
Çizelge 22	Spor Tesisinden Elde Edilen Memnuniyetin WOM Üzerine Etkisi	48
Çizelge 23	Spor Tesis Çevresi Faktörlerinin Cinsiyete Göre Farklılaşma Durumu	49
Çizelge 24	Spor Tesis Çevresi Faktörlerinin Yaş Gruplarına Göre Farklılaşma Durumu	50
Çizelge 25	Spor Tesis Çevresi Faktörlerinin Meslek Gruplarına Göre Farklılaşma Durumu	53
Çizelge 26	Spor Tesis Çevresi Faktörlerinin Eğitim Durumlarına Göre Farklılaşma Durumu	54
Çizelge 27	Spor Tesis Çevresi Faktörlerinin Katılımcıların Aylık Ortalama Gelirlerine Göre Farklılaşma Durumu	56
Çizelge 28	Spor Tesis Çevresi Faktörlerinin Katılımcıların Müsabaka İzleme Sıklıklarına Göre Farklılaşma Durumu	58
Çizelge 29	Tesisten Elde Edilen Memnuniyet Düzeyinin Cinsiyete Göre Farklılaşma Durumu	59
Çizelge 30	Tesisten Elde Edilen Memnuniyet Düzeyinin Yaş Gruplarına Göre Farklılaşma Durumu	59
Çizelge 31	Tesisten Elde Edilen Memnuniyet Düzeyinin Meslek Gruplarına Göre Farklılaşma Durumu	60
Çizelge 32	Tesisten Elde Edilen Memnuniyet Düzeyinin Eğitim Durumlarına Göre Farklılaşma Durumu	60
Çizelge 33	Tesisten Elde Edilen Memnuniyet Düzeyinin Katılımcıların Aylık Ortalama Gelir Durumlarına Göre Farklılaşma Durumu	61
Çizelge 34	Tesisten Elde Edilen Memnuniyet Düzeyinin Katılımcıların Müsabaka İzleme Sıklıklarına Göre Farklılaşma Durumu	61
Çizelge 35	WOM'un Cinsiyete Göre Farklılaşma Durumu	62
Çizelge 36	WOM'un Yaş Gruplarına Göre Farklılaşma Durumu	62
Çizelge 37	WOM'un Meslek Gruplarına Göre Farklılaşma Durumu	63

Çizelge 38	WOM'un Eğitim Durumlarına Göre Farklılaşma Durumu	63
Çizelge 39	WOM'un Katılımcıların Aylık Ortalama Gelirlerine Göre Farklılaşma Durumu	63
Çizelge 40	WOM'un Katılımcıların Müsabaka İzleme Sıklıklarına Göre Farklılaşma Durumu	64

GİRİŞ ve AMAC

Spor tesis çevresi kavramı (SPORTSCAPE), spor tesislerini oluşturan fiziki çevreyi ve spor etkinliklerindeki hizmet eklentilerini tanımlamak için kullanılmaktadır (Wakefield ve Sloan, 1995). Bitner (1992)'in SERVICESCAPE modelini temel alarak üzerine yapılandırılan SPORTSCAPE modeli, tesisin ulaşılabilirliği, tesis estetiği, skorboard kalitesi, koltuk konforu, iç mekan erişilebilirliği, boş alan, yönlendirme tabelaları, işaretler ve davranışsal niyet boyutlarından oluşmaktadır. Bu boyutların tamamının seyircilerin memnuniyet algısına etki ettiği belirlenmiştir. Seyircilerin bu memnuniyet algısında spor tesisi çevresinde geçirilen zamanın miktarı da önemli bir etkidir. Seyircilerin memnuniyet algısına etki eden bir diğer unsur ise, spor tesis çevresi değişkenlerinin seyircilerin istek ve beklentilerine uygun olarak düzenlenmiş olmasıdır.

Spor tesis çevresi faktörleri ve spor tesisinde sunulan hizmet ve ürünlerin kalitesine bağlı olarak seyirciler bir memnuniyet düzeyine sahip olurlar. Yaşadıkları deneyimlere paralel olarak oluşan memnuniyetlerini çeşitli iletişim araçları ile diğer bireylere aktarma eğiliminde olurlar. Bireyin memnuniyet sonrası tesisle ilgili olumlu deneyimler pozitif WOM ile açıklanırken, olumsuz duygular da negatif WOM olarak ifade edilmektedir. Olumlu WOM, işletmeler için ücretsiz reklam kaynağı olabilmektedir ve işletmelerin olumlu WOM iletişimini oluşturma çalışmaları oldukça önemlidir (Avçılar, 2005: 345).

Spor tesislerinin cazip ve kaliteli olarak algılanması, spor tesis çevresi faktörlerine bağlıdır. Bunu destekleyen literatürde yapılmış birçok çalışma bulunmaktadır. Ancak Türkiye'deki spor tesislerine yönelik yapılmış olan çalışmaların sayıca yetersiz olduğu ve dar kapsamda değerlendirildiği görülmüştür. Bu eksiklikten hareketle oluşturulan amaçlar doğrultusunda, çalışmanın öncelikli amacı spor tesis çevresi faktörlerinin belirlenmesidir. Bu amaçla, Anadolu Üniversitesi Spor Salonu'nda basketbol müsabakası izleyenlerden spor tesis çevresini değerlendirmeleri, tesisten elde ettikleri memnuniyet düzeyleri ve WOM kullanımına yönelik soruları cevaplamaları istenmiştir.

Bu tez çalışmasında, spor tesis yönetimini kapsayan spor yönetimi konusuna da değinilmiştir. Spor yönetimi başlığı altında spor tesis tanımları, spor tesislerinin tarihçesi ve spor tesis çeşitlerinden bahsedilmiştir. Daha sonra spor tesis çevresi ve bileşenleri belirlenmiş ve bu bileşenlerin spor tesisinden elde edilen memnuniyet düzeyine ve WOM'a olan etkileri incelenmiştir. Memnuniyet düzeyine bağlı olarak seyircilerin bu tesis ve müsabaka hakkında diğer insanlar ile çeşitli paylaşımlarda bulunacağı öngörüsüne paralel olarak tesisten elde edilen memnuniyet ile WOM arasındaki ilişki incelenmiştir. Son olarak, spor tesis çevresi faktörlerinin, tesisten elde edilen memnuniyet düzeyinin ve WOM'un katılımcıların cinsiyet, yaş, meslek, eğitim durumu, aylık ortalama gelir düzeyleri ve tesiste izlenen müsabaka sayısına göre farklılaşması değerlendirilmiştir.

KAYNAK BİLGİSİ

SPOR TESİS YÖNETİMİ

Tesis yönetimi, genellikle tesisin düzgün çalışması için gerekli olan donanım üzerinde durmaktadır. Örneğin otoparkların 10.000 araç için hazır olup olmadığı, yürüyüş yolları, yürüyen merdivenler ve diğer tesis bileşenlerinin güvenli şekilde faaliyette olup olmadığı kontrol edilmesi gibi unsurlar tesisi yönetiminin ilgilendiği konular arasındadır (Fried, 2005: 27). Schwarz ve ark. (2010: 3) tesis yönetiminin amacını, çevreye duyarlı, güvenli, emniyetli bir şekilde tesisin işleyişini düzenlemek, tesisi denetlemek, bakımını yapmak olarak belirtmiştir. Alexander (1996: 7) ise tesis yönetimini; toplam kalite tekniklerini uygulayarak tesisin kalitesini iyileştirmek, tesise değer katmak, tesiste bulunan riskleri azaltmak ve güvenilir destek hizmetleri sunmak olarak tanımlamıştır. Böyle bir yaklaşım örgütün stratejik ihtiyaçlarını karşılamak ve operasyonel ortamın sürdürülebilirliği için gereklidir. Bu tanımlardan yola çıkarak yapılmış tanımda ise tesis yönetimi; “insanı, mekânı, süreci ve teknolojiyi etkili ve verimli bir şekilde bütünleştirerek, inşa edilmiş fiziksel çevrenin işlevsel bir şekilde kullanılmasından sorumlu meslek, işlev, görev ya da sorumluluk olarak ele alınması” olarak ifade edilmiştir (Katırcı, 2012a: 13).

Tesis yönetimi kolay bir iş değildir ve yönetimi gerçekleştiren yöneticiler üzerine çeşitli sorumluluklar yüklemek ile birlikte sorumluluk yüklenen yöneticilerinin de bir takım özel becerilere sahip olması gerekmektedir (Fried, 2005: 28). Watt (2003: 79) bu özel becerileri; teknik bilgi, doğruluk, dürüstlük, ilham kaynağı olma, işe bağlı olma, coşku, gönüllü sıkı çalışma, sporu sevme, yönetim becerisi, insanlarla iyi ilişkiler kurma ve espri anlayışı olarak ifade etmiştir. En çağdaş tesis yöneticileri ya da işletme yöneticileri (bölüm başkanları, spor ve etkinlikler direktörleri, öğretmenler, antrenörler, rekreasyon ve fiziksel uygunluk programı yöneticileri) için tesis yönetimi; organizasyon ya da program yaratma, geliştirme yeteneğini artıran ve beden eğitimi, rekreasyon ve spor programlarının yürütülmesi ve bu hizmetlerin sunulmasıyla ilgili tüm standartları yükselten hizmetlerin sunulmasıyla ilgili kararları vermek ve tüm bu konularda liderlik etmek anlamına gelir (Katırcı, 2012a: 13).

Spor Tesisi Kavramı

Günümüzde spor tesisi kavramı spor hizmeti üreten, bu amaç için belirlenmiş ve gereğince donatılmış her türlü spor alanını tanımlamak için kullanılmaktadır. Spor hizmetleri, spor endüstrisini oluşturan önemli parçalardan biri olarak kabul edilir ve spor etkinliklerinin yapıldığı spor tesisleri de spor hizmetleri içerisinde önemli bir unsur olarak yer almaktadır. Toplum içerisinde insanların spora olan ilgisi, spor tesislerinin hem sayısal olarak artışına neden olmuştur hem de farklı nitelikte ve çeşitte spor tesisini spor endüstrisi içerisinde yer almasını sağlamıştır (Katırcı, 2012a: 19). Ramazanoğlu ve Ramazanoğlu (2000: 77) ise spor tesisini; spor faaliyetleri ve branşlarının kendine özgü çalışma, hazırlık antrenmanlarını, ulusal ve uluslararası müsabakaların yapılabilmesine uygun, spor faaliyetleri öncesi ve esnasında sporcu ve seyirci ihtiyaçlarını karşılayacak (saha, tribün, tuvalet, duş, soyunma odası vb.) üniteleri bulunan yapı, saha ve alanlar olarak tanımlamışlardır. Bahsedilen alanlara ilave olarak, çeşitli sportif etkinliklerin yapılmasına imkân veren koru, orman, ırmak, kanyon gibi arazileri de bu spor

tesisleri içerisinde düşünmek mümkündür (Katırcı, 2012a: 19).

Türkiye’de gerçek ya da tüzel kişiler tarafından kurulan spor tesisleri Özel Beden Eğitimi ve Spor Tesisleri Yönetmeliği’ne bağlı olarak faaliyet gösterir. Yönetmeliğin 4. maddesi, spor tesislerini, “Gerçek veya tüzel kişiler tarafından beden eğitimi ve spor çalışmaları yapmak amacıyla açılan yerler” olarak tanımlamaktadır. Yönetmeliğin 9. maddesine göre ise spor tesisleri aşağıda belirtilen niteliklere sahip olmak zorundadır (Özel Beden Eğitimi ve Spor Yönetmeliği, 2010):

- a) *Kullanım alanı 5 m²'den az olmamak üzere en az bir soyunma odası, bayan ve erkek sporcuların birlikte çalışacağı tesislerde en az iki soyunma odası bulunması, spor yapanlara yetecek kadar soyunma dolabı veya askılık bulunması, odaların aydınlatma ve havalandırma sisteminin bulunması, ısısı 18 santigrat derecede olması ve sağlığa uygun şartları taşıması,*
- b) *Kullanım alanı 15 m² 'den az olmamak üzere en az bir dinlenme salonu bulunması, dinlenme salonunun zemini halıfleks, parke ve benzeri maddelerle kaplanması, salonun ısısının, aydınlatılmasının ve havalandırılmasının yeterli seviyede olması,*
- c) *Bayan ve erkek sporcuların birlikte spor yaptığı tesislerde, ihtiyaç duyulmayan spor dalları hariç, en az iki duş ve iki tuvaletin soyunma odalarının içinde bulunması,*
- d) *Tesiste çalışma yapıldığı sürece duşların sıcak suyunun bulunması,*
- e) *Tesiste spor çalışmasının yapıldığı yerin ısısının 18 santigrat derecenin altına düşmemesi, havalandırılmasının, çalışma alanının sporcu sayısına göre yeterli seviyede olması,*
- f) *Tesis zemininin yapılan spor dallarının özelliğine göre tahta, parke, sunta, halıfleks ve benzeri malzemelerle kaplanmış olması, açık tesislerde yapılan spor dallarının özelliğine göre zemin; ilgili federasyonlarca öngörülen çim, asfalt, beton ve buna benzer malzemelerle kaplanmış olması,*
- g) *Tesiste yangın ve tabii afetlere karşı yangın söndürme ve benzeri aletlerin hazır bulundurulması,*
- h) *Çalışma sırasında fiziki darbeleri önleyici tedbirleri sağlamak için çalışma alanında tehlike arz eden keskin, kenarların sivri uçlarının darbeyi hafifletici yumuşak malzemelerle kaplanmış olması ve direk, sütun, hendek, çukur, toprak yığını, ağaç ve benzeri manialar bulunmaması,*
- i) *1) Çalışma esnasında her spor dalıyla ilgili, çalışma gurubunda bulunan sporcu sayısına yeterli olmak üzere spor malzemesi ve yardımcı aletlerin bulundurulması,*
- j) *Özel beden eğitimi ve spor çalışmaları yapılacak tesisin bütün ünitelerinin genel sağlığa aykırı şartları taşınamaması,*
- k) *Özel spor tesisinde yapılacak faaliyet esnasında gürültü, kirlilik gibi nedenlerle çevrenin rahatsız edilmemesine yönelik her türlü tedbirin alınmış olması, zorunludur.*
- l) *Engellilerin ve sporcuların can güvenliğine yönelik tedbirlerin alınması.*

Ayrıca, Özel Beden Eğitimi ve Spor Tesisleri Yönetmeliği'nin 10. Maddesine göre; gerçek veya tüzel kişiler, spor tesisi açmak için faaliyette bulunacakları spor dalı veya dalları için ilgili spor dalı federasyonundan yeterlilik belgesi almak zorundadırlar.

Müsabakaların gerçekleştiği stadyumlarda veya Olimpiyat oyunlarındaki çeşitli müsabakaların o anda izlenmesi stadyumun kalitesine bağlıdır. Stadyumlar, kapalı veya açık spor alanları ve diğer spor alanları, spor olayının gerçekleştirilebilmesi için önem taşır. Bu tür spor olaylarının seyirci veya taraftarlarca tüketilmesinin temel koşulu, bu spor alanlarının düzeni ve kalitesidir. Oturma yerleri düzgün ve rahat olmayan veya sahası kötü olan bir stadyum hem müsabakanın kalitesini hem de seyirciyi olumsuz yönde etkiler (Argan ve Katırcı, 2002: 311). Belirtilen özelliklere ek olarak tesisin giriş-çıkışı, ısıtma, ışıklandırma, havalandırma, temizlik, gürültü vb. ergonomik ve sağlığa uygunluk özellikleri belli bir kullanım uygunluğuna sahip olmalıdır (Ekenci ve İmamoğlu, 2002: 74). Argan ve Katırcı (2002) stadyum veya spor tesislerini sadece fiziksel olarak değil atmosfer olarak da değerlendirilmesi gerektiğini belirtmişlerdir.

Spor Tesislerinin Tarihçesi

Antik Yunan'dan günümüze kadar spor tesisleri birçok kültür için bir kalite işareti ya da odak noktası olarak görülmüştür (Katırcı, 2012a: 10). Antik Yunan'da ve Roma'da spor tesislerinin halkı yatıştırmak, sporcuların antrenman yapmasını sağlamak, izleyicileri eğlendirmek ve politik gündem yaratmak için kullanıldığı bilinmektedir (Fried, 2005: 5; Katırcı, 2012a: 10).

Antik Yunan'da gençler Şarap tanrısı Dionizos'un eski bir heykelini Satir (alaycı, gülünç) kıyafetinde süsleyerek sokaklarda gezdirirlermiş. Bu teşhirin ardından spor oyunları oynanmakta, şenlikler yapılmaktaydı (Katırcı, 2012a: 10). Yunanlıların tanrıları Zeus onuruna, Olimpia'da düzenledikleri bu büyük din kökenli festival, o dönemde dünyanın en büyük olayı olarak kabul edilmekteydi (Fried, 2005: 6). İlk Olimpiyat Oyunlarını incelediğinde 40.000'den fazla insanın o dönemde bu oyunları izlemek için çevre yerleşim merkezlerinden Olimpia'ya geldiği bilinmektedir. Bu kitleyi bir arada tutacak bir alana, diğer bir ifade ile bir tesise ihtiyaç olduğundan, ilk Olimpiyat Stadı M.Ö. 776 yılında Olimpia'da inşa edilmiştir (Katırcı, 2009: 334). Günümüzdeki kalıntılardan, tesisin 192 metrelik düz bir koşu pistine ve hafif meyilli olan iki tepeciğe sahip olduğu anlaşılmaktadır (Fried, 2005: 5).

M.Ö. 4. Yüzyılda ise Stadia olarak ifade edilen, çevresi sunaklarla çevrili, sporcuların sahaya girişi için 32 metrelik bir tünele sahip ve U şeklinde oturma düzeni bulunan yeni bir stadyum inşa edilmiştir (Girginov ve Parry, 2005: 17-18). Bu yapıda, oturma düzeni tepenin doğal eğiminden yararlanılarak dört taraflı olarak tasarlanmış, seyirciler için birden fazla tonoz örtülü girişleri bulunan bu yapıya sporcular ve hakemler kendilerine ayrılan girişleri kullanarak giriş yapmışlardır. Oturma düzeni içerisinde başyargıç ve başrahibe kendilerine özel olarak ayrılan taş koltuklarda oturmuşlardır (Fried, 2005: 6). Bu tesisi günümüz konfor ve sağlığa uygunluk açısından değerlendirildiğinde, tuvalet bulunmamasından dolayı sağlıksız bir iç ortam bulunduğu söylenebilir. Tesis içerisinde var olan bu durumlar tesis çevresinde farklılık göstermekteydi. Örneğin; tesis çevresinde konaklama imkânı bulunmaktaydı. Belgeler tesis

çevresinde 50.000 ile 60.000 insanın açık havada konakladığını ifade etmektedir. Varlıklı insanlar ve resmi delegasyon tentelerde ve küçük çadırlarda ikamet ediyorlardı. Su yarım mil uzaklıktaki bir bölgeden yük arabasında taşınmaktaydı (Katırcı 2009: 335).

Yunanlılar tarafından inşa edilen diğer spor tesisleri ya da insanların bir arada toplanmasına olanak tanıyan tesisler incelendiğinde; hipodromlar, gymnasion, palaestralar ve stadyumlar ön plana çıkmaktadır (Katırcı, 2012a: 11). Gymnasionlar spor eğitimi ve pratiği için inşa edilmiş yapılardır. Palaestralar ise eğitimin ve pratiğin yanında sporcular için sosyal kulüp olarak hizmet vermişlerdir (Girginov ve Parry, 2005: 18). Hipodromlar ise at yarışları ve atlı araba yarışları için inşa edilmiş (Katırcı, 2012a: 11), 600 m'lik pisti bulunan yapılardır (Seçilmiş, 2004: 17). Ayrıca, spor tesislerinden bahsederken Agoralardan da bahsetmek gerekmektedir. Agoraların başlangıçtaki işlevleri arasında erkek çocuklar ile gençlerin beden eğitimi, spor yarışmaları yaptıkları oyunlar oynadıkları "kırsal bir spor alanı" olma özellikleri vardı. Daha sonraları agoraların bu etkinliklere pek elverişli olmadığı görülünce erkek çocukların ve gençlerin eğitimler gözetiminde koşmaları, ata binmeleri, boks ve güreş yapmaları, disk atmaları için, gymnasion olarak nitelendirilen özel kamusal spor mekânları ve alanları ayrılmıştı (Başgelen, 2009: 7). Gymnasionlardaki tüm etkinlikler gymnasiarkhos unvanını taşıyan yöneticinin gözetimi altında yapıldı. Antik kentlerde gymnasiarkhoslar, halka açık gösterilerdeki spor etkinlikleriyle oyunlardan sorumlu olan, okulları yöneten ve yarışmacıları denetim altında bulunduran kamu görevlileriydi (Başgelen, 2009: 11).

Yunan İmparatorluğu'nu takiben Roma İmparatorluğu, zamanının baskın medeniyetlerinden biri olarak ön plana çıkmaktadır. Roma medeniyeti geliştikçe insanların bir arada toplanmasına olanak tanıyan tesislere duyulan ihtiyaç da artmıştı. Bu tesisler içerisinde en dikkat çeken yapı, yapımına M.S. 70 yılında başlanan ve 10 yılda tamamlanan Coliseum'dur. Roma şehrinin merkezinde bulunan bu Amfitiyatro başarılı lejyonerlerin ve Roma İmparatoru'nun onuruna inşa edilmiştir. Tasarımı bugün bile geçerli olan bu anıt yapı, yapılışından bu yana neredeyse 2000 yıl geçmesine rağmen günümüzün modern stadyumlarına ilham kaynağı olmaktadır. 48 metre yüksekliğinde, kemerler, sütunlar ve pencereler ile kaplı dört katlı yapı olan Coliseum 50.000 seyirci kapasiteli olarak inşa edilmiştir. Coliseum'da oturma düzeni cinsiyete ve sosyal sınıfa bağlı düzenlenmişti. Tesis içerisinde İmparator ve ailesi için tahsis edilmiş ayrı bir bölüm bulunmaktaydı. Rahibeler, din görevlileri, askerler, siviller ve aileleri ile birlikte çocuklar farklı oturma bölümlerine yerleşiyordu. Ayrıca tesis içerisinde rezerve oturma yerleri de bulunmaktaydı. Bu yerler senatörler ve şövalyeler için ayrılmıştı (Fried, 2005: 8; Katırcı, 2012a: 11). 50.000 kişinin, geliştirilen bilet sistemi sayesinde yaklaşık 15 dk gibi bir sürede Coliseum'da yerlerine oturabiliyor olduğu tahmin edilmektedir (Fried, 2005: 9).

Romalıların Coliseum dışında en önemli spor tesislerinden biri de "Circus" olarak ifade edilen yapılarıdır. Circuslar özellikle Şariyot yarışları için tasarlanmış olsa da, birçok farklı binicilik oyunlarına da ev sahipliği yapmıştır. Circus yapılarından en ünlüsü olarak Circus Maximus gösterilebilir. Circus Maximus 150.000 ile 300.000 insan kapasitesine sahipti ve kadınlar ve erkekler birlikte oturabilmekteydi. Tesis içerisindeki pist yarım kilometre uzunluğunda ve 137

metre genişliğindeydi (Fried, 2005: 9). Ayrıca, Antik Yunan döneminde de görülen Gymnasionlar, Roma döneminde hamam ile birleştirilerek gymnasium-hamam tesisleri olarak Anadolu'ya has gelişmiş bir biçim ve özgün bir mimari yapı haline gelmişti (Başgelen, 2009: 23).

Eski Yunan ve Roma kültürü dışında Mısır, Çin ve Sümer kültürlerinde de spor tesislerine yönelik önemli bir ilginin olduğunu görülmektedir. Eski Yunan ve Roma kültüründe olduğu gibi Mısır, Çin ve Sümer kültürlerinde de spor etkinlikleri askerlerin savaş becerilerini geliştirmek, sağlıklı olmalarını sağlamak ve eğlence amacıyla yapılmaktaydı (Covell ve ark., 2007).

Ortaçağ'a gelindiğinde ise spor tesislerinin yapısal olarak değiştiği görülmektedir. Dönemin spor ve oyunu günümüz sporuna göre daha az organize bir nitelik taşıması nedeniyle, toplum içerisinde uygulanan birçok spor etkinliği sabit bir tesise ihtiyaç duymuyordu. Bunun yanı sıra; tarihi kayıtlara göre, özellikle izleyicileri toplumun üst sınıfları olan bazı etkinlikler oturma yerleri bulunan tesisler içerisinde yapılmaktaydı. Ancak Ortaçağ dünyasında ruhban sınıfın ve hükümetlerin spor etkinliklerine desteklerinin az düzeyde olması ya da hiç destek vermemeleri, spor tesislerinin hem nitelik hem de nicelik açısından gelişmemesine, hatta imkânlarının gerilemesine neden olmuştur (Katırcı, 2012a: 12).

Spor tesisleri için modern dönem 1880'li yılların sonunda başlamıştır. 1960'larda, 1970'lerde ve 1990'larda oluşan bazı önemli gelişim dönemleri ile beraber günümüzün spor tesisi anlayışına ulaşılmıştır. Spor tesisleri zaman içerisinde önemli değişimler gösterse de, bu tesislerin yönetimi ve faaliyetlerin bir kısmı sabit kalmıştır. Örneğin; günümüzde spor tesislerinde kullanılan farklı oturma sınıflarının benzerlerine eski çağda Coliseum'da ve Amfitiyatro gibi tesislerde de rastlamaktaydı. Ayrıca bu tesislerde günümüzde kulüp koltukları ve localar olarak ifade edilen oturma sınıflarının benzerleri bulunmaktaydı ve önemli insanlar tesislerindeki avantajlı yerleri önceden rezerve ettirebiliyordu. Yine bu tesislerde organizasyonun sorunsuz devam etmesi için çalışan görevliler bulunmaktaydı. Bu görevliler güvenlik, koruma, tıbbi yardım gibi birçok konuda çalışmaktaydı. Örneğin; okçular, kalabalığın önündeki bir iskelede pozisyon alarak güvenliği sağlamaya çalışırken, sağlık personeli de ilk yardım müdahaleleri için hazır beklemekteydi (Katırcı, 2012a: 12).

Özellikle büyük kamu tesisleri ele alındığında geçmişten günümüze spor tesis işletmeciliği içerisinde sabit kalan bazı uygulamalar aşağıdaki gibi sıralanabilir (Fried, 2005: 11; Katırcı, 2012a: 12):

- Kalabalık kontrolü ve hareketi,
- Şiddet eğilimli toplulukların yönetimi,
- Önemli konuklar için koruma ve güvenlik,
- Büyük kitlelerin bir arada olmasından dolayı oluşabilecek adi suçların kontrolü,
- Tesis temizliği ve tesisi çalışır halde tutma,
- Kamu tesislerine sermaye bulmak için politikalar oluşturma,
- Çok amaçlı kullanılan tesislerde esnekliği sağlama.

Zaman içinde spor tesis işletmelerinde bir takım değişimler meydana gelmiştir. Eski zamanlarda spor tesis işletmeleri içerisinde düşünülmesi dahi mümkün olmayan ancak, özellikle günümüzün büyük spor tesislerinde standart olarak sağlanan uygulamalar (Fried, 2005: 5: Katırcı, 2012a: 12):

- Toplantı odaları ve içerisinde internet bağlantısı bulunan basın odaları gibi medya ortamlarını sağlama
- TV kamera platformları ve TV kablo bağlantılarını oluşturma
- Reklam alanlarını ve isim haklarını satma
- Sporcular için antrenman odaları, alanları ve/ya da salonları oluşturma
- Klima sistemleri kullanma
- Çevresel, bölgesel ve diğer yasal konulara uyma

şeklinde sıralanabilir.

Spor Tesis Çeşitleri

Spor tesisleri birçok yönden çeşitli şekillerde sınıflandırılabilir. Ammon ve Stotlar (2003: 256) **Çizelge 1**'de görüldüğü gibi spor tesislerini ev sahipliği yaptığı etkinliğin türüne göre dört grupta toplamıştır.

Çizelge 1. Kullanım Biçimlerine Göre Spor Tesisleri

Tek Amaçlı Spor Tesisi	Softball kompleksi, bowling salonu
Tek Alana Yönelik, Tek Amaçlı Spor Tesisi	Buz pisti
Çok Amaçlı Spor Tesisi	Stadyumlar
Geleneksel Olmayan Spor Tesisi	Patente pistleri, dönüştürülebilir açık kapalı tesisler

Kaynak: Ammon ve Stotlar, 2003: 256'dan uyarlanmıştır

Tek Amaçlı Spor Tesisi: Bazı spor tesisleri sadece tek bir spor dalının yapılmasına uygun olarak tasarlandığından dolayı, başka bir spor dalının yapılmasına müsaade etmez. Bowling salonu, softball kompleksi tek amaçlı spor tesislerine örnek olarak gösterilebilir (Ammon ve Stotlar, 2003: 254-255).

Tek Alana Yönelik, Tek Amaçlı Spor Tesisi: Bazı spor tesisleri ise tek bir amaca yönelik olmasalar bile belli bir alanda uzmanlaşmışlardır. Örneğin buz pistleri; artistik buz pateni, buz hokeyi, curling gibi spor dallarının yarışmalarına ve eğitimlerine uygunken, futbol müsabakalarına uygun değildir (Ammon ve Stotlar, 2003: 255).

Çok Amaçlı Spor Tesisi: Bazı spor tesisleri çok amaçlı olup profesyonel ve üniversiteler arası spor müsabakalarına ev sahipliği yapmanın yanında, buz pateni yarışmaları, motokros yarışları, ev ve bahçe gösterileri rekreasyonel faaliyetler gibi çeşitli amaçlarla kullanılmaktadır. Başlangıçta bu tür etkinlikler açık tesislerde gerçekleştirilirken son yıllarda birçok kapalı spor tesisi ve arenalar inşa edilmeye başlanmıştır (Ammon ve Stotlar, 2003: 256). Büyük kitlelerin bir araya gelip, hem rekreasyon amaçlı olarak tesisten yararlanılabildiği hem de bir takım spor etkinliklerini takip edebildiği bu yapılar çok amaçlı olarak kullanılmaktadır. Bu tesisler, taşınabilir oturma düzenlerine ve değiştirilebilir zeminlere sahiptir ve böylece birçok farklı etkinlik tesis içerisinde uygulanmaktadır. Büyük stadyumların ve arenaların dışında daha küçük ama çok amaçlı spor tesisi vasfını

taşıyan yapılar da bulunmaktadır. Örneğin; son yıllarda Türkiye’de de hizmet vermeye başlayan fitness salonlarının birçoğunda cimnastik, yüzme, tenis, squash ve jogging sporlarına yönelik spor alanları mevcuttur (Katırcı, 2009: 341).

Geleneksel Olmayan Spor Tesisleri: Geleneksel olmayan spor tesisleri son zamanlarda popülerlik kazanmaya başlamıştır. Özellikle macera aktivitelerinden olan kapalı kaya tırmanışının ve bir zamanların çok tartışılan ve eleştirilen branşı snowboard’un artık kendi özel parkları bulunmaktadır. Tüm bunlara ek olarak, eğlence parkları, su sporları parkları da geleneksel olmayan spor tesisleri içerisinde değerlendirilmektedir (Ammon ve Stotlar, 2003: 256).

Spor tesislerinin bir başka sınıflandırma şekli ise; **Çizelge 2**’de görüldüğü gibi tesis bünyesinde uygulanan etkinliğin tipine ve şekline göre yapılan uygulamayı temel alır. Arena, spor merkezi, büyük spor çadırı, spor sarayı ve spor evi tesisleri kapalı spor alanlarıdır. Bu tesislerde sirklerden konserlere, kongrelerden spor müsabakalarına kadar birçok farklı tipte etkinlik uygulanabilmektedir (Goldfine ve Sawyer, 2005: 113).

Çizelge 2. Uygulanan Etkinliğe Göre Spor Tesis Tipleri

Etkinlik	Tesis Tipi
Macera Sporları	Adrenalin Sporları Salonu, Macera Sporları Merkezi
Amerikan Futbolu	Arena, Stadyum, Saha, Park, Coliseum
Beysbol	Beysbol Parkı, Saha, Park, Coliseum
Basketbol	Arena, Spor Merkezi, Spor Evi, Spor Salonu
Konserler	Arena, Coliseum, Spor Evi, Spor Salonu
Sirkler	Arena, Coliseum, Spor Evi, Spor Salonu
Kır Koşusu	Açık Alan Parkurları
Fitness	Spor Merkezi
Golf	Golf Sahası
Cimnastik	Arena, Spor Merkezi, Spor Salonu
Buz Hokeyi	Arena, Coliseum, Spor Evi, Spor Salonu
Motor Sporları	Hız Yolu, Motor Sporları Pisti, Parkur
Futbol	Stadyum Saha
Softbol	Saha, Park
Yüzme ve Dalma	Su Merkezi, Yüzme Havuzu
Atletizm	Atletizm Pisti

Kaynak: Goldfine ve Sawyer, 2005: 113’den uyarlanmıştır

Adrenalin sporları salonu ve macera sporları merkezi ise macera sporları konusunda özelleşmiş spor tesisleridir. Bu tesisler tüketicisine duvar tırmanışı ve kaya tırmanışı gibi mücadeleye dayalı etkinlikler sunar. Fitness merkezleri, içerisinde kardiovasküler egzersiz, dövüş sporları, cimmastik, raket sporları, yürüyüş ve koşu, aerobik, yüzme ve ağırlık antrenmanı gibi etkinlikler yapılan kapalı yapılardır. **Çizelge 2**'de ifade edilen buz sporu salonu ise buz hokeyi, curling, buz pateni ya da rekreasyonel kayma gibi etkinliklerin uygulanabilmesine olanak tanıyan tesislerdir. **Çizelge 2** içerisinde tanımlanan spor tesisi tiplerinden biri de yüzme havuzlarıdır. Yüzme havuzları tüketicisine yüzme, dalış, senkronize yüzme, su topu ve rekreasyonel yüzme gibi çeşitli su etkinliği alternatifleri sunan tesis tipidir. Son olarak; **Çizelge 2**'de yer alan paten parkları ise daha çok çocuklara yönelik olarak tasarlanan ve skateboard (kay kay) fırsatı sunan yapılardır (Katırcı, 2012a: 7).

Spor tesislerinin bir başka sınıflandırılma yolu ise mekân ve eylem özelliğine ve spora hazırlık sağlama amacı güden tesis tipine göre gruplandırma yapmaktır. Bu sınıflandırma içerisinde mekân ve eylem özelliğine göre spor tesisleri; açık spor tesisleri, kapalı spor tesisleri ve spor alanı haline getirilmiş doğal ve kentsel alan olarak üç parçaya ayrılır (Katırcı, 2012a: 8).

Her spor dalının belli bir yere ihtiyacı vardır. Bu yer, spor ürününün somut unsurunu ifade etmektedir. Spor olayının yapıldığı yerden stadyum, spor salonu, yarış pisti, kayak pisti, arena kastedilmektedir. Pek çok spor dalında, sporun yapıldığı yerlerdeki gelirleri artırmak için reklam yerleri veya alanları satılmaktadır. Her ne kadar bir stadyumda oynanan müsabaka spor ürününün özünü ifade etse de, müsabaka oynandığı stadyum spor ürünü ile yakından ilişkili olarak düşünülmelidir. Stadyumdaki hizmetler, oturma yerlerinin rahatlığı, güvenlik hissi gibi unsurlar taraftarların satın alma kararını etkileyebilir. Bu nedenle, stadyum gibi yerler spor ürününü tamamlayan çok önemli unsur olarak nitelendirilir (Argan ve Katırcı, 2008: 214).

Spor organizasyonları çekirdek ürüne ilave edilen hizmetleri sunar. Bu hizmetler duruma ve niteliğe göre ücretli olabileceği gibi ücretsiz de olabilmektedir. Spor ürününün bağımsız düşünülmesi imkânsızdır. Bu nedenle tekrarlanan satın alımlar yaratabilmek için ürün ile ilgili hizmetlerin sunulmasında büyük yarar vardır. Bir müsabaka öncesi, esnası ve sonrasında seyircilerin rahat hareket edebilmeleri ve tatmin olabilmeleri için ek hizmetler gereklidir. Stadyumda müsabaka izleyen taraftarlara yönelik dinlenme salonları, içecek, fastfood hizmetleri gibi ek hizmetlerin sunulması algılanan toplam ürün bakımından büyük yarar sağlar (Argan ve Katırcı, 2008: 215).

SPOR TESİS ÇEVRESİ (SPORTSCAPE)

Mehrabian ve Russell (1974) yaptıkları çalışmada, seyircilerin spor alanı içerisindeki olumlu veya olumsuz deneyimlerinin gelecekteki tutum ve davranışlarını doğrudan etkilediğine dikkat çekmişlerdir. Bu çalışma sonrasında ise Wakefield ve Sloan (1995) spor tesislerini meydana getiren fiziki çevreyi ve spor etkinliklerinde hizmet eklentilerini tanımlamak için, SPORTSCAPE terimini kullanmışlar, Wakefield ve ark. (1996)'da izleyicilerin stadyum kalitesi algısıyla stadyumda kalma veya ayrılma eğilimlerini belirlemek için SPORTSCAPE

modelini geliştirmişlerdir. Bitner (1992)'in SERVICESCAPE modelini temel alan SPORTSCAPE modeli 30 madde ve 8 boyut içermektedir. Bu boyutlar sırasıyla; tesisin ulaşılabilirliği, tesis estetiği, skorboard kalitesi, koltuk konforu, iç mekan erişilebilirliği, boş alan, yönlendirme tabelaları işaretler ve davranışsal niyettir. Bu araştırmanın sonuçlarına göre ise; tesis ulaşılabilirliği, tesis estetiği, skorboard kalitesi, seyircilerin memnuniyetine direkt olarak etki eden unsurlardır. Seyirci memnuniyetini ve katılımı en üst düzeye çıkarmak isteyen spor yöneticilerinin ilgileneceği konu olarak belirtilen SPORTSCAPE terimi (Wakefield ve ark., 1996) bu çalışmada "spor tesis çevresi" şeklinde ifade edilecektir. Spor tesisleriyle ilgili bileşenler ve bu bileşenlerin sahip olduğu özellikler aşağıda verilmiştir.

Tesis Ulaşılabilirliği

Spor tesis çevresi bileşenlerinden ilki spor tesislerinin ulaşılabilirliğidir. Tesisin ulaşılabilirlik koşulları olanaklı değilse ya da zor ise, muhtemelen seyirciler bu tesislerde düzenlenen organizasyonları izlemeyecektir. Bu nedenle, ulaşımın son derece kolay olması gerekmektedir. En az çaba ve zaman çerçevesinde olay yerine ulaşma, organizasyonun cazibesini arttıracaktır (Mullin ve ark, 1993: 229). Amerika gibi gelişmiş ülkelerde taraftarlar bozuk alt yapı ve yollar nedeniyle kırsal alanlardaki stadyumlara otomobilleri ile ulaşmada problemler yaşamaktadır. Bu nedenle, spor tesislerinin kuruluş yeri düşünülürken ulaşım faktörünün mutlaka göz önünde bulundurulması gerekir. Ulaşımında çok büyük olumsuz deneyim yaşayan taraftarların spor olayının ikamesi olan medyadan izlemeyi tercih edebileceği unutulmamalıdır (Argan ve Katırcı, 2002: 312).

Gürer (2013: 45) her stadyumun içinde ve bitişiğinde, otomobiller ve otobüsler için yeterli otopark yerinin hazır bulunması gerektiğini belirtmiştir. Park alanları takımlar, takımların misafirleri, takım taraftarları, VIP'ler, sponsorlar, kurumsal misafirler, organizasyon personeli, medya ve engelli seyirci gruplarını hedef almalıdır. İyi tasarlanmış bir park alanı ve birden fazla giriş çıkışı bulunan otoparklar ulaşımında kolaylıklar sağlayacaktır. Giriş ve çıkış sayısı az otoparkı bulunan stadyumlar, trafik sorunlarına ve otopark girişlerinde trafik sıkışıklığına neden olabilir. Seyircilerin otopark nedeniyle yaşayacağı hoşnutsuzluk iki olumsuz sonuca neden olabilir. İlki, yönetimin müsabaka sonu hedeflediği imtiyazlı alanlarda yapılacak satışlarda kayba, ikincisi ise seyircilerin oyunun sonunu görmekle, trafik sıkışıklığına yakalanmadan tesisten uzaklaşma ve yaptığı tercih sonucunda yaşayacağı hoşnutsuzluktur (Wakefield ve ark., 1996: 18). Tesislerin tren, metro, tramvay veya otobüs bağlantıları gibi toplu taşıma istasyonlarına iyi şekilde bağlanmış olması gerekmektedir. Tesislerin iki saatlik araba yolculuğu uzaklığı içinde olması gereken en yakın havalimanına gidenler dâhil, ana yollara ve otoyollara iyi "erişimi" sağlanmalıdır. Farklı yönlerden stadyuma üç ana yolun çıkması gerekmektedir. Farklı takım izleyicileri için taraftar bölgeleri planlanmalı ve özellikle bu bölgelerden tesislere erişim dikkate alınmalıdır. Çeşitli hedef gruplarının yollarının kesişmesi her zaman için asgari düzeye indirilmelidir (Gürer, 2013: 44).

Spor alanları konusunda uzmanlaşan direktörler 5 km. aralıklarla spor tesis çevresinde dairesel şekiller çizerek analiz yapmaktadırlar. Bu alan belirlendikten sonra, otomobil ve diğer şekillerde varış zamanına göre ulaşım zamanı

belirlenmekte ve tüketicinin bu spor yerine gitmeyi isteyip istemediği analiz edilmektedir (Argan ve Katırcı 2002: 314).

Spor tesislerinin inşasında seyirci konforu göz önüne alınarak giriş-çıkış sayılarının ve niteliklerinin artırılması, seyirci ihtiyaçlarını karşılayabilecek düzenlemelerin yapılması ve hizmetlerin sunulması, spor tesislerinin yapımında tesise ulaşımın kolaylığı hedef alınarak yer seçimine dikkat edilmesi veya ulaşım kolaylığını sağlayacak düzenlemelerin yapılması gerekmektedir (http-1). Kamiloğlu (1989: 3) çevrenin spor yapısı ve özellikleri ile etüt ve araştırmaya dikkat etmeden nitelik ve nicelik yönünden verimsiz ve maliyet açısından ekonomik olmayan tesislerin yapımının sorun teşkil edeceğini belirtmiştir.

Tesis Estetiği

Spor alanının iç ve dış görünümü imaj üzerinde büyük bir etkiye sahiptir. Eğer eski yapılar iyi korunmamışsa veya bakımlı değilse, doğal olarak tesis için bir dezavantaj yaratır. Bu bakımdan Amerika ve Avrupa'nın pek çok şehrinde çok eski olmasına rağmen, çok bakımlı ve hoş görünümlü stadyumlar bulunmaktadır. Eski bir yapı iyi muhafaza edildiğinde veya aslına uygun şekilde yenilendiğinde modern bir yapıdan daha etkileyici olabilir (Argan ve Katırcı, 2002: 315).

Taraftarlar mimari tasarımının çekiciliğinin yanı sıra, tesisin duvarlarının, cephelerinin ve koltuklarının renklerinden de etkilenebilirler. Parlak renkli koltuklar ve basamaklar, boyasız gri beton cephe, donuk renkli koltuk ve basamaklara kıyasla nispeten daha cezbedici olabilirler (Wakefield, ve ark., 1996: 19). Booty (2009: 355) iş ortamlarında renk seçimlerinin yaratılmak istenen atmosferi oluşturmada oldukça önemli olduğunu belirtmiştir. Mavi ve yeşil derin düşünceleri, konsantrasyon ve yaratıcılığı teşvik ederken, kırmızı, turuncu ve sarı ise hareketi ve enerjiyi çağırır. Öte yandan kırmızı, turuncu ve sarı renkler yorgunluğa da neden olabilir. Koyu renkler kapalılık hissi oluştururken açık renkler serinlik ve ferahlık hissi uyandırabilir. İç mekânlarda gerekli ışık seviyesini korumak adına bazen, duvarların monoton veya soluk renklerde olması gerektiğini savunmuştur. Ayrıca, tabela ve çeşitli türde afişlerin (şampiyonlukları simgeleyen afişler, emekli oyuncuların numaraları v.b.) bulunması da tesisin estetik cazibesini arttırabilir (Wakefield ve ark., 1996: 19).

Tüm bahsedilenlere ek olarak, tesislerin mimari tasarımlarında emniyet öncelikli düşünülmesi gereken bir konudur. Örneğin, tesislerde kaygan yüzeyli zeminlerden kaçınılması, yeterli aydınlatmanın bulunması, geniş koridorlar, kolay giriş-çıkış sağlayan kapılar ve tesis genelinde yanmaz malzemelerin kullanımı tesis mimarisinde dikkat edilmesi gereken unsurlardandır (http-1).

Skorboard Kalitesi

Yerel müsabakaların gerçekleştirildiği bir tesis ile uluslararası standartlara sahip, sanat eseri olarak tabir edilen stadyumların ihtiyacı olan skorboard arasında hatırı sayılır fark vardır. En büyük farklılık, şüphesiz bu devasa stadyumlarda canlı yayında müsabakadan karelerin ve reklamların gösterilmesine olanak sağlamasıdır (Westerbeek ve ark., 2005: 98). Smith, (2008: 161) müsabakadan kesitlerin farklı açılardan gösterilmesini ve müsabakayla ilgili istatistiklerin ekrana yansımaları eğlence unsuru olarak belirtmiştir. Her iki koşulda da tesis açısından bu durum sponsorluğun teşhiri için öncelikli alanlardan biri olarak görülmelidir. Seyircilerin

sürekli izledikleri yerlerden biri olan skorboardlar daha farklı amaçlarla da kullanılabilir. Örneğin; Baltimore Oriole takımının beysbol sahasındaki skorboard devasa yapıdır ve bunun bir sonucu olarak da daha etkili bir sponsorluk için pazarlanabilmektedir (Westerbeek ve ark., 2005: 98).

Yukarıda belirtilen özelliklerinin yanı sıra skorboardlar, acil durumlarda emniyet açısından kritik bir rolü bulunmaktadır. Acil durumlarda görüntülü ya da yazılı talimatların izleyicilere ulaştırılmasına olanak sağlayabilirler ([http-1](http://1)).

Koltuk Konforu

Oturulacak yerin inşasında göz önünde bulundurulması gereken konular; maliyet, görsel etki, ergonomik özellikler, dayanıklılık, bakım kolaylığı, diğer yapısal unsurlarla uyumdur. Koltukların ortaklaşa (aynı tesiste yürütülen farklı spor müsabakalarının olması) kullanılacak olup olmaması da oturulacak yerin inşasında etkili olduğu belirtilmiştir (Westerbeek ve ark., 2005: 97).

Dayanıklılık; esnek, zararlı güneş ışınlarına karşı koruma sağlayan malzemeler ve yıkıcı hareketleri önlemeye yönelik uygulamalar ile sağlanabilir. Diğer özellikler ise detaylı uygulamaları gerektirir. Özellikle stadyumlardaki oturma yerlerinin hava akışını sağlayacak şekilde boşlukları bulundurulması ve seyircileri rahatsız etmeyecek şekilde tasarlanması, ayrıca sırt desteğinin bulunması gerekmektedir. Zarar görmüş oturma yerlerinin kolayca değiştirilebilmesi ya da yeni sponsorların amblemlerinin yerleştirilebilmesi için koltukların hareket ettirilebilir olması kolaylık sağlayacaktır (Westerbeek ve ark., 2005: 97-98).

Bu değişkenlere ek olarak, tesise gelen müşterilerin rahatlığını sağlamak amacıyla yapılan sıra dışı özellikler de koltuk seçimini etkileyebilir. Örneğin; Denver Bronco'nun müsabakalarını gerçekleştirdiği stadyumda kullanılan materyaller ve dizayn, müsabaka sırasında seyircilerin enerji dolu tezahüratlarının sesini arttırmak için seçilmiştir (Westerbeek ve ark., 2005: 98).

Oturma yerleri ile ilgili önemli konulardan biri de tesisin oturma kapasitesine göre izleyicinin tesise alınmasıdır. Tesise girişin biletli olduğu etkinliklerde çoğunlukla kapasite ile uyumlu bilet satışı yapılmasına rağmen, sosyal amaçlı ve toplum girişine izin verilen etkinliklerde bu konuda zaman zaman problemler yaşanabilmektedir (Katırcı, 2012a: 109).

Her tesisin oturma düzenlemelerinde, bütün seyircilerin kendilerine ayrılmış bir koltuğu olmalıdır; bütün koltukların, bağımsız, tercihen basamaklara sabitlenmiş ve seyircilerin sıralar arasında daha kolay hareket etmesini sağlayan kapanır koltuklar şeklinde olması önerilmektedir. Normal koltukların sıra derinliğinin 80 cm ve koltuk genişliğinin 50 cm olmasına özen gösterilmelidir. Stadyumlarda bütün koltuklar, kolonlar, bariyerler, tırabzanlar, vb. şekilde engellenmemiş, açık bir görüşe sahip olmalıdır. "Seyretme uzaklığı" 190 metreden fazla ve "c-değeri" 90 milimetreden düşük koltuk kalmayacak şekilde bir politika benimsenmesinin üzerinde durulması gerekir (Gürer, 2013: 46).

Mekân İçi Erişilebilirlik

Spor tesisinin mekân içi erişilebilirlik özelliği, yerleşim planı olarak da değerlendirilmektedir. Tesisten yararlanan tüketicilerin memnuniyetini bu faktör büyük ölçüde etkilemektedir. Yerleşim planı; giriş-çıkış koşulları, yiyecek-içecek

hizmetleri, kalabalık yönetimi ve esnekliği kapsamaktadır. Yerleşim planının bu önemli yönlerine ilişkin açıklamalar aşağıda verilmiştir.

- Giriş-Çıkış Koşulları: Tesise giriş ne kadar kolay ise, algı o düzeyde olumlu olacaktır. Benzer şekilde izdihamın önlenmesinde ve her tür yaralanmaların engellenmesinde çıkışın çok yerden ve yığılma olmaksızın gerçekleştirilmesi olumlu olacaktır (Katırcı, 2012a: 87).
- Hizmet Alanlarının (Yemek-İçecek, İmtiyazlı Yerler, Tuvalet) Uygunluğu: Müsabaka öncesi, müsabaka anı ve sonrası hesaba katıldığında, seyircilerin birkaç saatini tesiste geçirdiği rahatlıkla görülebilir. Bu bakımdan, tesislerin temel düzeydeki ihtiyaçların karşılanabileceği standartlara sahip olması gerekir. NBA’de basketbol müsabakası için, bir seyirci ortalama 4 saatini ayırmaktadır. Müsabaka öncesi rekreatif eğlenceler, müsabaka anındaki atraksiyonlar, devre arası organizasyonlar hesaba katıldığında bu süre makul olarak değerlendirilebilir. Bu nedenle, tuvalet ihtiyacı için gerekli yerlerin uygun kalitede ve temizlikte olması gerekir. Benzer şekilde, yiyecek-içecek hizmetleri de hem ihtiyaç gidermede hem de gelir yaratmada etkili bir araç olarak değerlendirilir. Her sosyal tesiste VIP olarak karakterize edilen imtiyazlı alanların bulunması, protokol kuralları gereği zaruri olabilir (Katırcı, 2012a: 87):
- Kalabalık Yönetimi: Etkili kalabalık yönetimi prosedürlerinin tasarlanması ve uygulanması etkinlikler süresince kazalar ve kayıplar yaşanmasını en aza indirebilecektir. Kalabalık ve yönetimi sürecinde yöneticilerin göz önünde bulundurması gereken bir takım konular bulunmaktadır. Bunlar; öngörülebilirlik, alkol dağıtımı ve kullanımı, etkinlik türü, çevresel koşullar, etkili iletişim taraflar arası düşmanlıklar, kalabalık büyüklüğünün doğru tahmin edilmesi ve oturma planının doğru yapılması, etkinlik personelinin seçimi, işaretler ve yönlendirme, boşaltma planı, doğru tesis yerleşimi ve tasarımı, etkinlik süresince hukuk danışmanlarından yararlanılması konularıdır (Demirci, 2009: 72). Ayrıca, bahsedilen tüm bu konuları içeren kalabalık yönetimi planlarının, etkinliğin ve kalabalığın ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla ayarlanabilir, dönüştürülebilir olması gerekmektedir (Abbot ve Geddie, 2001: 260). Geçmişte büyük etkinliklerde insanlar, kalabalığa bağlı sebeplerden, yapısal çökmelerden, aşırı kalabalıktan, ezilmeden, yangınlardan ve bir takım isyan hareketlerinden dolayı yaralanmış veya hayatlarını kaybetmiştir (Schwarz ve ark., 2010: 211). Bu nedenle tesis yönetimi içerisinde değerlendirilen kalabalık yönetimi konusu oldukça önemlidir.
- Esneklik: Spor tesislerinin planlanmasında dikkate alınması gereken konulardan biri, farklı organizasyonların düzenlenmesine olanak sağlamaktır. Örneğin, bir spor salonu perde sistemi ile küçültülerek konser için sahne kurulumuna uygun olacak şekilde tasarlanmalıdır. Esneklik, parasal olarak gelir yaratmada avantaj sağlayan bir unsur olarak da değerlendirilebilmektedir (Katırcı, 2012a: 87).

Spor tesislerinin dış alanlarının peyzajı yapılırken çeşitli önlemler alınmalıdır. Örneğin gereğinden fazla araç, yeşillik ve heykel kullanımı, beklenmedik saldırı yapan kişiler ve gruplar için saklanma imkânları yaratabilir. Özetle, spor yöneticileri ilgili tesisin iç ve dış unsurlarının yerleşimine ve tasarımına özen

göstererek yapacakları uygulamalarla ortaya çıkması muhtemel riskleri azaltabilirler (Miller, 1997: 285).

İşaretler ve Yönlendirme Tabelaları

Yönlendirme tabelaları ve işaretler tesis içi ve çevresinde kullanıcılara yol göstermesi ve kullanıcıları doğru istikamete yönlendirmesi bakımından önemli iletişim araçlarıdır. Resim ve grafiklerle desteklenmiş bu yazılar genellikle kurallar ve program özelliklerini yansıtması ya da ikaz etmesi bakımından spor tesislerinde sıklıkla kullanılmaktadır (Ekenci ve İmamoğlu, 2002: 141). Örneğin yönlendirme amacıyla bulunan giriş ve çıkışları gösteren tabelalar, tesisin adının bulunduğu levhalar, panolar, bir takım davranış kurallarını içeren levhalar seyircilerle açık bir iletişim kurma yöntemidir (Bitner, 1992: 66). Etkinliğin düzenleneceği yerde bulunacak mekânı gösteren basit bir harita ve haritada belirtilecek bir takım bilgiler (oturma yerleri, yiyecek alanları, tuvaletler vb.) çalışanları birçok sorudan kurtaracaktır. Ayrıca, etkinlikte yer alan gönüllüler, sanatçılar ve diğer tüm personel için hazırlanacak harita ve bu haritada gösterilecek, servis yolları ve ilgili ofislerin yerleri vb. bilgiler çalışanlar için kolaylıklar sağlayacaktır (Bowdin ve ark., 2006: 374).

Wakefield ve ark. (1996: 23) işaretlerin yakınlığı, sayısı ve büyüklüğünün tabela yerleşiminde önemli olduğunu belirtmişlerdir. Tuvaletleri, hizmet alanlarını ve giriş-çıkışları gösteren yönlendirmelerin herhangi bir noktadan görülebilecek şekilde olmasının oldukça faydalı olacağını vurgulamışlardır. Sawyer ve Smith (1999: 276)'de benzer şekilde; işaretlerin seyirciler tarafından fark edilmesini sağlamak için mesajın nasıl yazılacağına, rengine, büyüklüğüne ve yerleştirileceği yere karar verilmesi gerektiğini belirtmişlerdir. İşaretlerin dikkat çekici renkte, yazıların okunabileceği büyüklükte, seyircilerin görüş alanı içerisinde ve net yönlendirme verecek şekilde tasarlanması gerektiğini vurgulamışlardır.

Tum ve ark. (2006: 145) etkinliklerde altı tip yönlendirme işaretlerinin kullanıldığından bahsetmişlerdir. Bunlar:

1. Dış mekân işaret ve yönlendirmeleri
2. İç mekân işaretleri
3. Yasal uyarıları içeren işaretler
4. Mekân tanımlama işaretleri
5. Sponsor işaretleri
6. Genel işaretlerdir.

Türkiye Futbol Federasyonu Stadyum ve Güvenlik Komitesi Talimatı incelendiğinde stadyumlarda bulunacak işaretler ve yönlendirme levhalarıyla ilgili maddelerin 131. ve 155. maddeler olduğu anlaşılmaktadır Bu maddeler incelendiğinde (<http-2>);

131. Maddeye göre:

- *“Stadyum dışı yönlendirmeler bilet gişeleri ve çevre yollardan itibaren başlamalıdır.*
- *Stadyuma yaklaşan tüm yol güzergâhlarında bilet gişelerini, tribün kapı girişlerini (renk koduyla birlikte), otoparkları, yetkili girişlerini, futbolcu-hakem girişlerini, protokol girişlerini, basın girişlerini gösteren yönlendirmeler bulunmalıdır.*

- *Stadyumla ilgili (stat içi ve stat dışı) mekânları, tribünleri, girişleri, çıkışları, otoparkları, bilet satış ofislerini, 1.kontrol bölgesini, stat etrafı varsa önemli lokasyonları tribün renk kodlarıyla birlikte belirten statla ilgili her türlü yönlendirmeyi yapan büyük (yak.1x2 veya 2x3) ebatlarında, stadyumun en az dört tarafında asılmış stadyum duvar haritaları, bulunmalıdır.*
- *Bilet satış ofisinden sonra tribünler kapı girişleri (renk koduyla birlikte) yönlendirme işaretleriyle gösterilmelidir.*
- *Tribün giriş kapılarında en az 50cmx50cm ebatlarında kapı numarasını belirten tribün renk koduyla birlikte levhalar bulunmalıdır.*
- *Turnikelerden/kapılardan girişten sonra oturma yeri (blok no, sıra no, yer no, vb. ayrı ayrı), WC'ler, büfeler, ilk yardım odaları, çıkışlar (tahliyeler), vb. tribünlerdeki tüm mekânlar seyirciye yönelik yönlendirme yapılmalıdır.*
- *Tribünler koltuklar tarafında koltuklara yönelik blok no, sıra no, yer no yönlendirmesi olmalıdır.*
- *Tribünlerdeki mekânların kapı kenarlarında isimlerini belirten levhalar bulunmalıdır.*
- *Tahliye kapıları/merdivenleri veya tahliyeye yakın yerlerde tahliyenin hangi yol güzergâhlarından yapıldığını gösteren, ilk yardım odaları yerini gösteren her tribün için ayrı düzenlenmiş planlar asılmalıdır.*
- *Toplum yönlendirme işaretleri grafik bir dilde de oluşturulmalıdır.”*

155. maddeye göre ise:

“Stadyumda tesis kurallarını hazırlanmalı ve bunları seyircilerin kolayca okuyabileceği şekilde stada asılmalıdır. Seyircilerin okuyabilmeleri için bilet gişeleri dışında tribün kapı girişlerine, büfe yeme-içme alanlarına, tribünlere stadyum (Tesis) kuralları asılmalıdır. Bu kurallar:

- *Giriş hakları*
- *Müsabakanın ertelenmesi veya iptali*
- *Oyun alanına girmek, yabancı madde atmak, kötü ve çirkin tezahüratta bulunmak, ırkçı eylemlerde bulunmak gibi davranışlar ile ilgili yasaklar ve müeyyideler*
- *Alkol, yanıcı maddeler, havai fişek, pankartlar gibi maddelere ilişkin sınırlamalar*
- *Oturma Kuralları*
- *Stadyumdan çıkarılma nedenleri*
- *Stadyuma özgü risk analizi*

gibi unsurları içermelidir.”

Davranışsal Niyet

Davranışsal niyet, müşterilerin hizmetten yararlanmaya devam edeceklerinin veya hizmetten yararlanmayı bırakacaklarının göstergesi olabilmektedir (Zeithaml ve ark. 1996; Lin ve Hsieh, 2005: 1601). Olumlu davranışsal niyet, müşterilerin

belirli bir hizmet işletmesi ile ilişkisini güçlendirdiği ve bu ilişkiyi devam ettireceğinin göstergesi de olabilmektedir (Zeithaml ve ark. 1996). Davranışsal niyetler üç farklı davranış olarak meydana gelir. Bunlar; hizmeti satın alan kişi hizmet aldığı kurumu yeniden ziyaret edebilir, bu kurumu çevresindekilere tavsiye edebilir ya da bu kurumla ilgili olumlu düşüncelere sahip olarak kurumun gönüllü reklamını yapabilir (Yücenur ve ark., 2011: 160). Liu ve ark. (2005: 292) yaptıkları araştırmada davranışsal niyet boyutlarını tekrar satın alma, yeniden ziyaret etme, başkalarına tavsiye etme ve pozitif gözlemler şeklinde ifade etmişlerdir.

SPOR TESİS ÇEVRESİ BİLEŞENLERİ MEMNUNİYET DÜZEYİ İLİŞKİSİ

Hizmet sektörü olarak spor, anlık başarıların ve başarısızlıkların hedef kitleyi değiştirdiği, ürün sektörü olarak satış başarısının organizasyon başarısına endekslendiği bir sektördür. Temel ihtiyaçların göz önünde bulundurulmadığı ve tüketimin tamamen bireyin memnuniyet düzeyine bağlı olduğu çok farklı bir alandır. Memnuniyet ve memnuniyetsizlik duygusunu aynı anda yaşatabilen, tüketici ve çalışanların hayatına direkt etkide bulunan bir yapıya sahiptir (Ekmekçi, 2013: 8). Sportif müsabakalardan ve etkinliklerden elde edilen memnuniyet daha çok toplu tüketim sonucu ortaya çıkar. Bu bakımdan sporda seyirciler ayrı bir yer teşkil eder. Bu nedenledir ki futboldaki taraftarlar “on ikinci oyuncu” olarak lanse edilmektedir. Sadece sporu icra eden kişiler üzerindeki etkisi bakımından değil, aynı zamanda taraftar ya da seyircilerin olaydan memnuniyet elde etmeleri bakımından da topluluklar önemli bir role sahiptir (Tokay Arğan, 2013: 150). Özellikle, spor hizmetlerinin sunulduğu ortamlar, seyircilerin uzun süreleri bu alanlarda geçirmesi nedeniyle, memnuniyet düzeylerine önemli katkılar yapmaktadır (Hardin ve ark., 2013: 4). Bitner (1992: 58), Wakefield ve Sloan (1995: 156) spor tesislerinin fiziksel çevresinin taraftarların yaşadıkları deneyimi ve algılarını etkilediğini belirlemişler ve tesise yeniden gelmelerinde etken olduğunu ifade etmişlerdir. Wakefield ve ark. (1996) yaptıkları araştırmanın sonuçlarına göre stadyuma ulaşım, tesis estetiği ve skorbord kalitesi seyircilerin memnuniyetine doğrudan etki eden unsurlar arasında olduğu sonucuna ulaşmışlardır. McDonald ve ark. (1995)’da yapmış oldukları araştırma sonucunda, koltuk konforu, stadyum estetiği ve skorbord kalitesi gibi somut unsurların hizmet kalitesi üzerinde önemli olduğunu ortaya koymuşlardır. Benzer şekilde, (Bitner, 1992; Uhrich ve Koenigstorfer, 2009) seyircilerin memnuniyetini artıracak spor tesis çevresi faktörlerini, tesisin ulaşılabilirliği, tesisin görünümü, skorbord kalitesi, kalabalığın kontrolünü sağlayabilecek bir çevre düzeni, oturma düzeni, yerleşim planı olarak belirtmiştir. Ek olarak, King (1999) çalışanların da müşteriler gibi memnuniyet verici ortamlarda zaman geçirmekle ilgilendiklerini belirtmiştir.

Spor Kulüplerinin Sorunları ile Sporda Şiddet Sorununun Araştırılarak Alınması Gereken Önlemlerin Belirlenmesi Amacıyla Kurulan Meclis Araştırması Komisyonu Raporunda; düşük standartta tuvaletler, aşırı kalabalık ve yetersiz oturma alanları gibi zayıf fiziksel hizmetlerin seyirciye sunulması, kalabalıkların huzursuzluğuna, sonuç olarak da kalabalıkların düzensizliğine ve şiddete neden

olan faktörler olarak çeşitli çalışmalarda belirtilmiştir. Bazı tesislerdeki tuvaletlerin yetersiz kalmasının ve bazı bölümlerdeki ses düzeninde meydana gelen aksaklıkların seyirciler üzerindeki olumsuz etkisine şahit olunmuştur. Ayrıca raporda spor tesislerinde sunulan modern hizmetlerin, kalabalıkların kötü davranışlarının azalmasında katkı sağladığını belirtilmiştir (http-3).

Tesis Ulaşılabilirliği ve Memnuniyet İlişkisi

Seyircilerin spor tesis çevresine gelişlerinde karşılaştıkları ilk konu ulaşılabilirliktir. Tesisin ulaşılabilir olması, yakınlık, tesis otopark girişlerinin durumu spor tesis çevresinde bulunan seyircilerin memnuniyet düzeyini artırabilir veya azaltabilir. Çoğu seyirci taşıtları için park yeri ararken çok zaman harcamak istemeyecek ve oyun sonunda uzun mesafeler yürüyerek araçlarına ulaşmak zorunda kalacaktır (Wakefield ve ark., 1996: 18). İnan (2007: 89) stadyum olanaklarının artırılması açısından, stadyum kompleksi ve çevresinde yeterli otopark yerlerinin oluşturulması, stadyum çevresinde yeteri büyüklükte taraftarlar için toplanma alanlarının oluşturulması, stadyumlardaki seyirci giriş-çıkış kapılarının sayılarının artırılması gerektiğini savunmuştur. Wakefield ve ark. (1996: 28) yaptıkları çalışmada futbol numunesinde tesis ulaşılabilirliği ve seyirci memnuniyeti arasında zayıf bir ilişki, beysbol numunesinde tesis ulaşılabilirliği ve seyirci memnuniyet arasında anlamlı bir ilişki bulunmadığını belirtmişlerdir. Buna paralel olarak Höck ve ark. (2010: 203)'da tesis ulaşılabilirliğinin seyirci memnuniyeti üzerine nispeten düşük bir etkisi olduğunu belirtmişlerdir.

Tesis Estetiği ve Memnuniyet İlişkisi

Spor tesis çevresinin iç ve dış görünümünün imaj üzerinde büyük bir etkiye sahip olduğu önceki bölümlerde bahsedilmişti. Benzer şekilde, taraftarlar tesisin duvar cephelerindeki renklerden, koltukların ve basamakların renklerinden etkilenebilirler (Wakefield ve Blodgett, 1994: 48; Wakefield ve ark., 1996: 19). Ünal ve ark. (2014: 20) yaptıkları araştırma sonucunda, müşterilerin tesis estetiğini değerlendirirken, önceliği duvar dekorlarına verdikleri görülmüştür. Çalışmada ayrıca, müşterilerin resimleri, kullanılan renkleri, bitkileri ve müziği de estetiğin bir parçası olarak gördükleri belirtilmiştir. Höck ve ark. (2010: 199)'da yaptıkları çalışmada stadyumun iç ve dış tasarımının ziyaretçi memnuniyetine etki eden en önemli faktör olduğunu belirtmişlerdir. Wakefield ve ark. (1996: 28)'da tesisin estetik kalitesinin müşteri memnuniyetini doğrudan etkileyen bir özellik olduğunu ifade etmişlerdir. Aynı çalışmada tesisin görünümünün sunulan hizmetler hakkındaki ilk izlenimi oluşturmada etkili olduğu belirlenmiştir. Yapılan bir başka çalışmada, mimari açıdan göze hoş gelen yeni bir stadyumda müsabakaları izlemenin oldukça önemli olduğu belirtilmiştir (İnan, 2007: 80).

Skorboard Kalitesi ve Seyirci Memnuniyeti İlişkisi

Wakefield ve ark. (1996: 28)'nın yapmış olduğu çalışmada, skorbordun memnuniyete doğrudan bir etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bunun sebebinin de, skorborda bekleme sürelerini daha zevkli hale getirmesi olarak görülmüş olabileceği gibi müsabakanın başlamasının beklendiği zamanlarda, müsabakanın sıklıkla kesintiye uğradığı anlarda ve periyod aralarında seyircilerin başka hiç bir şey yapamıyor oluşuna bağlanmıştır. Bu sonuç neticesinde etkili bir skorbord yönetimiyle birlikte, seyircilerin etkinliğin başlamasını beklerken oluşabilecek can sıkıntısının, skorbordlarda, sık güncellenen istatistiki bilgiler verilerek

hafifletilebileceği belirtilmiştir. İnan (2007: 81) futbol seyircisine yönelik yaptığı araştırmada, müsabaka esnasında önemli pozisyonları izleyebilecek nitelikte dev ekranın olması da maçlara gitmeyi etkileyen bir unsur sonucuna ulaşmıştır.

Koltuk Konforu ve Seyirci Memnuniyeti İlişkisi

Etkinliğin süresine ve türüne bağlı olarak oturma yerlerinin katılımcıları rahatsız etmeyecek ve güvenli bir şekilde zaman geçirmesini sağlayacak şekilde tasarlanması gerekir (Tokay Argan, 2012: 109). İnan (2007: 80) yaptığı araştırmada seyirciler için stadyum tribünlerindeki koltukların daha konforlu hale getirilmesinin önemli olduğunu ve bu olanak sağlandığında stadyuma giderek maç izleyebileceklerini ifade etmiştir. Stadyum içinde seyircilerin görüş açılarının birbirini kapatmayacak şekilde yeni oturaklar eklenmesi; eklenirken bacak ve diz aralıkları gözetilerek ve önemli pozisyonlarda seyircilerin ayağa kalkabileceği dikkate alınarak yapılmasının veya var olanların daha konforlu hale getirilmesi gerekmektedir.

Koltuk konforuyla ilişkili bir başka konu da koltukların numaralandırılması, oturma düzeni içinde tabelalar ve yönlendirmelerin bu amaçla etkin kullanımınıdır. Numaralandırılmış koltuklara erişim kolay olacağından seyircilerin bu konuyla ilgili yaşayacağı zorluk ve kafa karışıklığı azaltılmış olacaktır (Wakefield ve ark., 1996: 23).

Mekân İçi Erişilebilirlik ve Memnuniyet İlişkisi

Spor tesisinin kendi planı da kullanımı kolaylaştırıcı ya da zorlaştırıcı olabilir. Spor tesisinin bu kullanım özelliği, yerleşim planı olarak değerlendirilmektedir. (Katırcı, 2012a: 87). Tesislerin doğru planlanması ve inşa edilmesi sonuç olarak etkinlik yöneticilerinin daha etkili bir şekilde çalışmalarını sağlayacaktır. Dünya genelinde gerçekleştirilen tesis tasarımlarında katılımcıların güvenliğini ön planda tutan mimari detayların kullanımı yaygınlaşmaktadır (Rutherford ve O'Fallon, 2006: 221).

Büyük bir kalabalık, taraftarın deneyimini artırabilir ve neşelendirici olabildiği gibi aynı kalabalık başka bireyler için tehdit edici bir unsur olabilir (Argan ve Katırcı, 2002: 135). Bireyler, dar oturma düzenlemeleri, dar koridorlar, izdihamlar, hizmet alanlarının küçüklüğü, havasız ve sıkışık ortamlar kişisel alanlarında daralmaya sebebiyet vereceğinden bir takım hayal kırıklıkları yaşayabilirler ve tesisi kalabalık, kısıtlayıcı olarak algılayabilirler. Bireylerin kalabalık ortam olmamasına rağmen, koltuklarda yeterli boş alanın bulunmaması koridorlar ve hizmet alanlarındaki darlık tesisin kalabalık olarak algılanmasına neden olabilir. Buna karşılık iyi tasarlanmış ancak daha kalabalık tesisler bireylere daha geniş bir alan imkânı sunabilmektedirler. Burada önemli olan bireylerin olumlu veya olumsuz duygularının belirleyici olduğudur. Birey spor tesisinde kalabalık sebebiyle kişisel alanının işgal edildiğini düşünebilir ve bu durum memnuniyetsizlik gibi olumsuz duyguların gelişmesine neden olabilir (Wakefield ve ark., 1996: 20).

Kalabalık algısı, endişe ve stres düzeylerinde artışa neden olmakta (Eriş, 2001: 321) ve bu artış insanın fiziksel ve sosyal çevresini kontrol etme ve etkileme yeteneğinde bir azalma olduğunda meydana gelmektedir (Knapp ve ark., 2014:

131). Kalabalık algısı aşağıdaki faktörler tarafından etkilenebilir (Eriş, 2001: 320; Knapp ve ark., 2014: 130-131):

- Çevresel faktörler: Dar alan, gürültü, ihtiyaç duyulan kaynakların azlığı veya onları elde etme yetisinin azalığı, egemenlik alanı belirleyenlerinin yokluğu.
- Kişisel faktörler: Cinsiyetler arası farklılık, sosyal ilişki isteği, kontrol, baskınlık, düşük özgüven gibi kişilik karakteristikleri ve kalabalık ile ilgili olumsuz deneyimler.
- Sosyal faktörler: Aynı ortamda bulunan insanların birbirlerinin özel alanlarını ihlal etmesi (ve bu durumları değiştirme yetisi yoksunluğu), farklı bir grup içinde etkileşim, rekabetçi, düşmanca ve istenmeyen etkileşimler.
- Amaç-ilişkili faktörler: arzu edileni gerçekleştirmek için yetersizlik.

Göktuğ ve ark. (2013: 198-199) kalabalık algısı ile ziyaretçilerin kişisel özellikleri arasındaki ilişkileri inceleyen araştırmacıların, milliyet, yaş, tecrübe, rekreasyon alanını ilk kez ziyaret ediyor olma vb. kişiye özgü özelliklerin kalabalık algısı üzerinde etkili olduğu sonuçlarına ulaşıldığını belirtmişlerdir. Ayrıca konu ile ilgili araştırmaların da, kalabalık algısında etkinlik alanının özellikleri, topoğrafik yapısı ile rekreasyon türünün de kalabalık algısında etkili olduğunu belirtmişlerdir. Yüksek sıcaklık gibi etkiler de insanların kalabalık algısına etki etmektedir. Ancak ilginçtir ki, insanlar buldukları ortam üzerinde kontrol sağladıklarını hissettiklerinde yüksek sıcaklığın negatif etkileri düşmektedir (Eriş, 2001: 321).

Seyircileri kısıtlı bir tempoda yürüyüşe ve fiziksel olarak diğer seyirciler tarafından sıkıştırılmasına zorlayan yürüyüş yolları çoğu birey için tesis içi düzenin olumsuz algılanmasına sebebiyet verecektir. Öte yandan, kolay giriş ve çıkışı sağlamak için bulunan sıralar arasındaki geniş alanlar, koridorları, tesis dolu bile olsa büyük ihtimalle tesis içinde ulaşılmak istenen yerleri daha kolay ulaşılır hale getirecektir (Wakefield ve ark., 1996: 22). Tesisteki erişilebilirlikle ilgili sorunlar, kötü tasarım ve yeterli boş alan tahsisinin yapılmaması neticesinde olabilmektedir. Özellikle, büyük duvarlar arkasında kalmış hizmet alanları, ulaşımı zor izlenimi verebilmektedir (Dhurup ve ark., 2010: 486).

İşaretler ve Yönlendirme Tabelaları Memnuniyet İlişkisi

Popüler birçok stadyumda bulunan “şu an buradasınız” şeklinde yönlendirme işareti, bulunulan stadyumun düzenini ve tesise gelen kişinin mevcut konumunu belirtmesi açısından önemlidir. Bu tür işaretlerin seyircilerin algılarının karışmasına neden olmayacak, düzgün hizalanmış ve açık ifade edecek şekilde olması gerekmektedir. Heykel veya farklı fiziksel ipuçları içeren bir takım nesnelere tesise yerleştirilmesi, tesiste bulunanların konumlarını belirlemelerine yardımcı olacaktır (Wakefield ve ark., 1996: 22-23).

İşaretler etkinliğe katılan seyircilerin tesis içerisinde daha kolay hareket etmesini ve ne tür kurallara uyması gerektiğini ortaya koyacak şekilde tasarlanmalıdır. Bu açıdan ne tür işaretlere ihtiyaç olacağına ve bu işaretlerin tesiste nerelere koyulacağına karar verilmesi önemlidir. Bilgilendirici ve yönlendirici özellik taşıyan işaretler ya da tabelalar, katılımcılar ile etkinlik yönetim personeli

arasında bir destek ağı oluşturacaktır. Katılımcılar önceden bilgilendirildikleri takdirde düzgün yerleştirilmiş işaretlere uyum göstereceklerdir. Katılımcılar etkinlik alanına yaklaşırken, işaretler doğru girişleri ve park alanlarını gösterecektir. Diğer bazı işaretler ise kapıları, girişleri ve bilet gişelerini gösterecektir. Ayrıca, ilk yardım odaları, telefonlar ve tuvaletler gibi tesis unsurları da işaretlerle gösterilmelidir. Yasaklı unsurların izleyicilere gösterimi de işaretler sayesinde mümkün olabilecektir (Demirci, 2009: 281). Bitner (1992) yaptığı araştırmada, tesiste yeterli alan bulunmasının ve tabelaların anlaşılır olmasının kişilerin kontrol alanı algılarını artırabileceğini ifade etmiştir.

Davranışsal Niyet ve Memnuniyet İlişkisi

Davranışsal niyet büyük oranda memnuniyetin bir sonucudur (Lyon ve Powers, 2004). Spor tesis yönetiminin davranışsal niyetlerle ilgili bir takım endişeleri bulunmaktadır. Bu endişeler; seyircilerin spor tesisinde kalıp kalmama niyetleri ve müşterilerin tesise yeniden gelip gelmeyeceğiyle ilgilidir. Yönetim açısından önemli olan, müşterileri keyifli bir spor tesis çevresiyle etkileyerek mümkün olduğunca uzun süreler tesiste tutmaktır. Tesiste 2-4 saatini geçiren seyircinin bu ortamdaki etkilenme olasılığı bulunmaktadır. Eğer seyirci tesiste keyifli vakit geçirirse tesise yeniden gelmesi daha olası olacaktır (Wakefield ve ark., 1996: 23-24). Wakefield ve ark. (1996) yaptıkları çalışmada, spor tesis çevresine yönelik algılanan hizmet kalitesinin, tesisten elde edilen memnuniyet düzeyinde ve müşteri memnuniyetinin de tesislerde daha uzun süre geçirme ve tesise tekrar gelme davranışları üzerinde pozitif yönlü bir etkisinin olduğunu belirlemişlerdir.

SPOR TESİS ÇEVRESİ İLE AĞIZDAN AĞIZA İLETİŞİM (WOM) TESİSTEN ELDE EDİLEN MEMNUNİYET ARASINDAKİ İLİŞKİ

Alıcılar arkadaşları ve dostları ile konuşmak suretiyle bazen iletişimin kaynağı konumuna gelebilmektedirler. Ağızdan Ağıza İletişim (WOM) olarak belirtilen bu tip iletişim, iki veya daha fazla insan arasında sosyal etkileşimi içermekte, grup fikirlerini etkilemekte ve enformasyonun yayılmasına neden olmaktadır (Çakır, 2006: 37). WOM, gayri resmi bir şekilde iki kişi arasındaki özellikle ürün ve hizmetler hakkında tavsiyeleri içeren bilgi alışverişi sürecidir (O'Leary ve Sheehan, 2008: 3). Temelde, kaynak kişi ve alıcı arasındaki yüz yüze sözlü iletişim (Arndt, 1967: 189) olarak tanımlanan WOM tanımı içerisinde zamanla diğer tip araçlar da (e-posta ve web gönderileri gibi) dâhil edilmiştir (O'Leary ve Sheehan, 2008: 3). WOM kendiliğinden ortaya çıkar ve kısa sürede söylenen olarak kaybolmaktadır (Stern, 1994: 7). Taraflar arasında gerçekleşen bu iletişimde en önemli unsur, ürün ve hizmet konulu iletişimin ticari bir amacı bulunmamasıdır (İslamoğlu ve Altunışık, 2008: 279). WOM'da kaynak çok güvenilir olduğu için diğer tür pazarlama yöntemlerinden farklıdır (O'Leary ve Sheehan, 2008: 3). Kaynağın güvenilir olması ile alıcılar; güven, eğitim ve deneyim duygusunu algılamaktadır. Buna ek olarak, kaynağın objektif ve ön yargılı olmaması güvenilirliğini arttırmaktadır (Argan ve Katırcı, 2002: 334). WOM genellikle doğal olarak gelişen bir süreç olsa dahi günümüzde firmalar bu konuda proaktif bir yaklaşım benimseyerek WOM başlatmak ve istenen şekilde yönetmek amaçlı girişimlerde bulunmaktadır. İnsanlar üzerinde etkili ve

onların model almak isteyecekleri ünlü ya da sıradan kişiler vasıtasıyla bu iletişimin tohumları atılabilmektedir (Okumuş, 2013: 216)

WOM'da verilen mesajlar her zaman olumlu olmayabilir. İletişimin olumlu olması ürün veya hizmeti deneyen tüketicinin (mesajı gönderen) tatmin düzeyinin yüksek olmasına, iletişimin olumsuz olması da ürün veya hizmeti deneyen tüketicinin (mesajı gönderen) tatmin olmamasına bağlıdır. İletişimin olumlu ya da olumsuz olması mesajı alan kişinin ürün ya da hizmete yönelik değerlendirmesini etkileyebilmektedir (Odabaşı ve Barış, 2003: 273). Genellikle, negatif WOM'un pozitif WOM'a göre daha hızlı yayıldığı kabul edilmektedir (Helm, 2000: 158). Özellikle piyasaya yeni sunulan bir üründe insanların olumsuz deneyimlerini konuşmalarına inanmaları olumlu olanlara göre çok daha fazladır. İnternet üzerinden yapılan olumsuz iletilerin ve dedikoduların yeni ürünlerin satın alma kararı üzerindeki etkisi de çok yüksektir (Taşkın, 2012: 238).

YÖNTEM

ARAŞTIRMANIN KONUSU

Bu çalışmanın konusu; 06 Nisan 2015 tarihinde, NSK Eskişehir Basket - Anadolu Efes, 19 Nisan 2015 tarihinde, NSK Eskişehir Basket Beşiktaş Integral Forex, 02 Mayıs 2015 tarihinde gerçekleşen NSK Eskişehir Basket - Royal Halı Gaziantep müsabakaları sırasında spor tesis çevresine etki eden faktörlerin belirlenmesi, ayrıca, katılımcıların tesisten elde ettikleri memnuniyet düzeyleri ve WOM düzeylerinin belirlenip, ortaya çıkarılacağı düşünülen faktörlerin demografik özelliklere ve katılımcıların tesiste izledikleri müsabaka sayılarına göre ortaya konmasıdır.

ARAŞTIRMANIN ÖNEMİ

Günümüzde spor tesisi kavramı spor hizmeti üreten, bu amaç için belirlenmiş ve gereğince donatılmış her türlü spor alanını tanımlamak için kullanılmaktadır. Spor hizmetleri, spor endüstrisini oluşturan önemli parçalardan biri olarak kabul edilir ve spor etkinliklerinin yapıldığı spor tesisleri de spor hizmetleri içerisinde önemli bir öge olarak yer alır. Toplum yaşamı içerisinde insanların spora olan ilgisi, spor tesislerinin hem sayısal olarak artışına neden olmuştur hem de farklı nitelikte ve çeşitte spor tesisini spor endüstrisi içerisine sokmuştur (Katırcı, 2012b: 15). Günümüzün hızla gelişen rekabet koşullarında bir spor organizasyonunun varlığını sürdürmesi en önemli hedeflerden biridir. Pazarlamanın bu yönü son zamanlarda sadece spor organizasyonlarında kullanılmaktadır. Hayatta kalma, spor organizasyonlarının en temel amaçlarından birini oluşturur. Hedef seyircilerin ilgisini çekecek, eğlendirici sportif uygulamalar spor organizasyonları için son derece önemlidir (Katırcı, 2012b: 18). Köse ve ark. (2011) tarafından yapılan araştırmada, basketbol organizasyonunda müsabakaya ek olarak gerçekleştirilen sosyal ve sportif etkinliklerin müsabakayı daha cazip hale getirdiği, taraftarın etkinliğe transferinden, düzenlenen etkinliklerin tüm taraftar gruplarına ve ailelere yönelik olmasının müsabakaya katılımı daha da artırdığı ve tüm sporseverlerin etkinliğin bu yönleriyle de değerlendirerek memnuniyetlerinin artırılabilceği belirtilmiştir. Spor tesislerinin kullanıcıların ihtiyaçlarını karşılayabilecek tarzda tasarlanması, özellikle hizmet işletmelerinin temel hareket noktası olarak kabul edilmesi müşteri memnuniyetini de beraberinde getirmekte, böylece işletmenin daha etkin ve verimli çalışmasına zemin hazırlamaktadır (Ekenci ve İmamoğlu, 2002: 16).

Spor tesislerinin ve fiziki şartlarının seyircilerin tesiste kalma ve tesise yeniden gelmeleri üzerinde oldukça önemli etkileri bulunmaktadır (Wakefield ve ark. 1996). Spor hizmetlerinin sunulduğu ortamlar, seyircilerin uzun süreleri bu alanlarda geçirmesi nedeniyle, memnuniyet düzeylerine önemli katkılar yapmaktadır (Hardin ve ark., 2013: 4). Etkinlik yeri olarak spor tesisleri, üründen zevk alınan yerdir ve tüketicilerin ihtiyaçlarının buluşturulmasında önemli bir rol oynar. Kolay park yeri bulma, rahat koltuklar, mükemmel izleme, çevrenin temizliği ve olanakların sağlanması etkinliğin fiziksel yeri yani spor tesisinin fiziksel özellikleriyle ilgilidir (Tokay Argan, 2013: 193). Ergin ve ark. (2011:

200) yapmış olduğu çalışmada, hizmet kalitesinin algılanmasında fiziki faktörlerin önemli olduğu saptanmıştır.

Ayrıca, organizasyonların yapıldığı bölgede etkinlik boyunca etkinliğe katılanların yapmış oldukları harcamalar sayesinde ekonomik katkılar sağlanmaktadır. Spor organizasyonları sayesinde elde edilen ekonomik gelirin hem ulusal gelir hem de hane halkı gelirine büyük katkısı olmaktadır (Argan, 2009: 175).

Spor tesislerinin planlamasına yön veren kullanıcı ihtiyaçları ve işletmecilikle ilgili beklentiler kapsamında seyircilerin ihtiyaç ve isteklerini etkileyen noktalara özellikle dikkat edilmelidir. Örneğin, bir stadyumun fiziki yapısı ve çevresi seyircilerin stadyumda kalma veya stadyumdan ayrılma isteği üzerine etkiye sahiptir. Stadyumun bazı özellikleri seyircilerin memnuniyetini artırırken başka özellikleri seyircilerin farklı duygular oluşturmalarına neden olabilmektedir (Ekenci ve İmamoğlu, 2002: 16).

Farklı kültürlerde ve farklı ülkelerde spor tesisi çevresiyle ilgili konularda birçok çalışma bulunmaktadır ancak, Türkiye’de yapılan çalışmaların sayıca yetersiz olduğu görülmektedir. Bu sebeple bu araştırmanın spor yönetimi ve spor pazarlaması alanlarına katkı yapacağı düşünülmektedir. Spor yönetimi açısından bakıldığında spor tesis çevresini etkileyen faktörlerin belirlenmesi ve ortaya çıkacak faktörlerin yönetsel amaçlara uygun hedeflerin belirlenmesine yardımcı olacağı düşünülebilir. Ayrıca, spor tesis çevresinin seyirci memnuniyet düzeyine etkisinin belirlenmesi, yoğun rekabet ortamının yaşandığı spor endüstrisi içerisinde yer alan spor işletmelerinin ve spor kulüplerinin gelecek için stratejiler belirlemesinde, karlarını arttırmaya yönelik faaliyetler geliştirebilmesinde yardımcı olabileceği düşünülebilir. Tüm bunlara ek olarak, Ekenci ve İmamoğlu, (2002: 16), bugün için geçerli olan kullanıcı ihtiyaçlarının gelecekte değişebileceği de gözden uzak tutulmayarak bu yönde sürekli araştırmaların yapılması gerektiğini belirtmişlerdir.

ARAŞTIRMANIN KAPSAMI VE SINIRLILIKLARI

Araştırmanın kapsamı ve sınırlılıkları şunlardır:

- Araştırma 06 Nisan 2015 tarihinde gerçekleşen NSK Eskişehir Basket - Anadolu Efes, 19 Nisan 2015 tarihinde gerçekleşen NSK Eskişehir Basket Beşiktaş Integral Forex müsabakasıyla ve 02 Mayıs 2015 tarihinde gerçekleşen NSK Eskişehir Basket - Royal Halı Gaziantep müsabakasıyla sınırlandırılmıştır.
- Araştırma coğrafi olarak Eskişehir ile sınırlandırılmıştır.
- Araştırma, Anadolu Üniversitesi Spor Salonu’nda müsabaka izleyen kişileri kapsamaktadır.

ARAŞTIRMANIN AMACI

Bu araştırmanın amacı, Wakefield ve ark. (1996) tarafından geliştirilen “Spor Tesis Çevresinin Ölçülmesi ve Değerlendirilmesi” adlı ölçeğin: 1) Türk toplumu için geçerliliği ve güvenilirliğini test etmek, 2) Seyirciler tarafından tesisin

kalitesinin algılanması, seyircilerin tesiste vakit geçirme istekleri ve seyircilerin spor tesisine yeniden katılma niyetleri arasındaki ilişkiyi ortaya koymak, 3) Seyirciler tarafından tesisin kalitesinin algılanmasının, seyircilerin tesiste vakit geçirme isteklerinin ve seyircilerin spor tesisine yeniden katılma niyetlerinin, seyircilerin memnuniyet düzeyiyle olan ilişkisini ortaya koymak, 4) Seyirciler tarafından tesisin kalitesinin algılanmasının, seyircilerin tesiste vakit geçirme isteklerinin ve seyircilerin spor tesisine yeniden katılma niyetlerinin, seyircilerin memnuniyet düzeyiyle olan ilişkisini, demografik özelliklere göre ortaya koymaktır.

Araştırmanın Problemi

Tez kapsamında gerçekleştirilen araştırmaya ilişkin genel problem şu şekilde ifade edilebilir: Spor Tesis Çevresine etki eden faktörler nelerdir, bu faktörlerin seyirci memnuniyeti ve WOM üzerine ne gibi etkisi bulunmaktadır? Bu genel probleme ilişkin çözümlenmesi beklenen alt problemler ise:

- Spor Tesis Çevresi faktörleri nelerdir?
- Spor Tesis Çevresi ile seyircinin tesisten memnun olma durumu arasındaki ilişki nasıldır?
- Spor Tesis Çevresi faktörlerinin WOM'la ilişki durumu nasıldır?
- Spor Tesis Çevresi ile ilgili faktörler demografik özelliklere göre farklılık gösterir mi?
- Spor tesisinde seyirci memnuniyeti demografik özelliklere göre farklılık gösterir mi?
- WOM demografik özelliklere göre farklılık gösterir mi?
- Spor tesisinden yararlanan kişilerin demografik özellikleri nelerdir?
- Spor tesisinde müsabaka izleme düzeyi nedir?
- Seyirci memnuniyeti müsabaka izleme sıklığına göre farklılık gösterir mi?
- WOM müsabaka izlenme sıklığına göre farklılık gösterir mi?
- Spor Tesis Çevresi ile ilgili faktörler müsabaka izlenme sıklığına göre farklılık gösterir mi?

Araştırmanın Hipotezleri

Araştırmanın hipotezleri araştırmanın amacı doğrultusunda gerçekleştirilmiş olup, Spor Tesis Çevresinin seyirci memnuniyetine etkisi, spor tesis çevresinin algılanan kalabalığa etkisi, spor tesis çevresinin davranış niyetlerine ve tesiste vakit geçirme niyetine etkisi konuları ve aralarındaki ilişkiler ölçülmektedir. Araştırma kapsamında ortaya çıkan hipotez ve alt hipotezler gerekçeleri ile birlikte aşağıda yer almaktadır.

Özellikle, spor hizmetlerinin sunulduğu ortamlar, seyircilerin uzun süreleri bu alanlarda geçirmesi nedeniyle, memnuniyet düzeylerine önemli katkılar yapmaktadır (Hardin ve ark., 2013: 4). McDonald ve ark. (1995)'da yapmış oldukları araştırma sonucunda, stadyum estetiği ve skorbord kalitesi gibi somut unsurların hizmet kalitesi üzerinde önemli etkilerinin olduğu sonuçlarını ortaya koymuşlardır. Wakefield ve ark. (1996) stadyuma ulaşımın, tesis estetiğinin ve skorboard kalitesinin tesiste müsabaka izlemeye gelenlerin, tesisten elde ettikleri

memnuniyete doğrudan etki eden unsurlar arasında olduğu sonucuna ulaşmışlardır.

Bireyler, dar oturma düzenlemeleri, dar koridorlar, izdihamlar, hizmet alanlarının küçüklüğü, havasız ve sıkışık ortamlar kişisel alanlarında daralmaya sebebiyet vereceğinden bir takım hayal kırıklıkları yaşayabilirler ve tesisi kalabalık, kısıtlayıcı olarak tarif edebilirler. Bireylerin kalabalık ortam olmamasına rağmen, koltuklarda yeterli boş alanın bulunmaması koridorlar ve hizmet alanlarındaki darlık tesisin kalabalık olarak algılanmasına neden olabilir. Buna karşılık iyi tasarlanmış ancak daha kalabalık tesisler bireylere daha geniş bir alan imkanı sunabilmektedirler (Wakefield ve ark., 1996: 20). Bitner (1992) tesiste yeterli alan bulunmasının ve tabelaların anlaşılır olmasının kişilerin kontrol alanı algılarını artırabileceğini savunmuştur. Bu çalışmalardan hareketle oluşturulan hipotez ve alt hipotezler şu şekildedir:

H1: Spor Tesis Çevresini etkileyen faktörler ile seyirci memnuniyeti arasında ilişki bulunmaktadır.

H1a: Spor Tesis Çevresi faktörlerinden olan tesis ulaşılabilirliği ile seyirci memnuniyeti arasında ilişki bulunmaktadır.

H1b: Spor Tesis Çevresi faktörlerinden olan tesis estetiği ile seyirci memnuniyeti arasında ilişki bulunmaktadır.

H1c: Spor Tesis Çevresi faktörlerinden olan skorbord kalitesi ile seyirci memnuniyeti arasında ilişki bulunmaktadır.

H1d: Spor Tesis Çevresi faktörlerinden olan koltuk konforu ile seyirci memnuniyeti arasında ilişki bulunmaktadır.

H1e: Spor Tesis Çevresi faktörlerinden olan mekân içi erişilebilirlik ile seyirci memnuniyeti arasında ilişki bulunmaktadır.

H1f: Spor Tesis Çevresi faktörlerinden olan işaretler ve yönlendirme tabelaları ile seyirci memnuniyeti arasında ilişki bulunmaktadır.

H1g: Spor Tesis Çevresi faktörlerinden olan davranışsal niyet ile seyirci memnuniyeti arasında ilişki bulunmaktadır.

Ağızdan ağıza iletişimin özellikle hizmet sektöründe tartışılmaz bir öneme sahip olduğu bilinmektedir. Hizmet sektöründe somut bir mal olmadığından sadece tüketicilerin tecrübe ve deneyimleri sonucunda elde ettikleri olumlu veya olumsuz yargılar ortaya çıkmakta ve paylaşılmaktadır (Akçi ve Kılınç, 2015: 269). Tüketicileri olumsuz WOM kurmasına yol açan sebepleri Sundaram ve ark. (1998: 529); Edison ve Geissler (2011: 3): alturizm, kaygı azaltma, tavsiye arama ve intikam olarak belirlemişlerdir. Tüketicilerin Olumlu WOM kurma sebepleri ise alturizm, ürün ilgisi, kendini geliştirme ve firmaya yardımcı olmak olarak belirtilmiştir (Sundaram ve ark., 1998: 529). Bu bilgilerden hareketle oluşturulan hipotez ve alt hipotezler şu şekildedir:

H2: Spor Tesis Çevresi ile WOM arasında bir ilişki bulunmaktadır.

H2a: Spor Tesis Çevresi faktörlerinden olan tesis ulaşılabilirliği ile WOM arasında ilişki vardır.

H2b: : Spor Tesis Çevresi faktörlerinden olan tesis estetiği ile WOM arasında ilişki vardır.

H2c: Spor Tesis Çevresi faktörlerinden olan skorbord kalitesi ile WOM arasında ilişki vardır.

H2d: Spor Tesis Çevresi faktörlerinden olan koltuk konforu ile WOM arasında ilişki vardır.

H2e: Spor Tesis Çevresi faktörlerinden olan mekân içi erişilebilirlik ile WOM arasında ilişki vardır.

H2f: Spor Tesis Çevresi faktörlerinden olan işaretler ve yönlendirme tabelaları ile WOM arasında ilişki vardır.

H2g: Spor Tesis Çevresi faktörlerinden olan davranışsal niyet ile WOM arasında ilişki vardır.

Kılıçer ve Öztürk (2012) WOM'un tüketicilerin satın alma kararlarında etkili bir iletişim türü olduğu, katılımcıların kaynağın satın almadaki yardımı ve etkisi açısından WOM'dan yüksek düzeyde etkilendikleri ve hizmet satın alımlarında da WOM'dan faydalandığını belirtmişlerdir. WOM iletişimi tüketicilerin sadece satın alma sonrası kararlarını değil aynı zamanda satın alma öncesi kararlarını, işletme imajını, tanıtım faaliyetlerini de etkilemektedir (Marangoz, 2007: 408). Tatmin olmamış her müşteri, yaşadığı olumsuz tecrübeyi en az 9 kişiye, bu müşterilerin %13'ü olumsuz tecrübelerini 20'den fazla kişiye, tatmin olmuş müşteri ise memnuniyetini 5 kişiye aktarmaktadır. Başkasının olumsuz yorumunu dinlemiş olan kişilerin %74'i ise başka bir markaya yönelmekte, satın alma kararlarının %76'sı tavsiyeye dayanmaktadır. Bir insanın her gün yaklaşık 250 farklı kişiyle iletişime geçtiği düşünüldüğünde, olumlu ya da olumsuz görüşlerin ne kadar çabuk yayılacağı ortadadır (Toros, 2009: 43). Alıcıların hizmetten memnun kalmadıklarında hizmeti almaktan vazgeçmelerinin yanı sıra başkalarının da hizmeti almasına engel olma arzusuyla hareket ettiklerini belirtmeleri, alıcı memnuniyetinin ve alıcıların olumlu ağızdan ağıza iletişim kurmalarının sağlanmasını gerektirmektedir (Yılmaz, 2011: 18). Hizmetten dolayı memnun olmuş, sadık müşteriler tarafından yaratılan olumlu WOM, aynı zamanda işletmeler için ücretsiz reklam kaynağı olabilmektedir. Tüketiciler, satın alma kararı verirlerken aile üyelerinin tavsiyelerine ticari reklamlardan daha fazla önem vermektedirler. Bu sebeple işletmeler; hizmetten dolayı memnun olmuş, sadık müşteriler yaratarak, işletmenin ürünleri ve hizmetleri hakkında olumlu WOM iletişiminin yaratılmasını sağlamaya çalışmalıdırlar (Avcılar, 2005: 345). Bu açıklamalar ışığında oluşturulan hipotez şu şekildedir:

H3: Spor tesisinde seyirci memnuniyeti durumunun WOM üzerinde etkisi vardır.

Genel pazarlama prensipleri açısından değerlendirildiğinde, pazar bölümlere ayrılırken kullanılan değişkenlerden biri olan demografik değişkenler etkinlikle

doğrudan ilişkilidir. Örneğin etkinlik yöneticisi etkinliği gençlere yönelik olarak hazırlıyorsa, gençlerin hoşlanacağı, katılımın çok olacağı etkinlikleri planlamalıdır. Bu sebeple, gençlerin ve yaşlıların katılacakları etkinlikler birbirinden farklı olacaktır (Tokay Argan, 2013: 189). De Carvalho ve ark. (2015: 144) yaptıkları çalışmada, yaşlı taraftarların diğer yaş gruplarına göre etkinlikteki güvenlik ve emniyetle ilgili faktörleri daha önemli gördükleri ortaya çıkmıştır. Araştırmada, spor kulüplerinin yaşlı taraftarları tribünlere çekmek için, spor tesis çevresi olanaklarının iyileştirilmesi veya en azından emniyet ve güvenlikle ilgili konuların üzerine düşmesi gerektiği, genç taraftarların katılımının spor tesis çevresiyle ilgili kısıtlamalardan ziyade daha çok ekonomik sebepler ve organizasyonla ilişkili konularla ilgili olduğu sonucu ortaya çıkmıştır. Yapılan bir başka çalışmada, gelir seviyesi düşük taraftarların daha sadık ve daha motive olduğu belirlenmiştir (Salman Gültekin ve Giray 2011: 95). Ayrıca, demografik bölümlendirme pazarlamada en kolay ve yaygın olarak kullanılan bir bölümlendirme türüdür. Bunun böyle olması son derece doğaldır çünkü yaş, gelir, cinsiyet gibi değişkenlerin belirlenmesi ve tüketicilerin bu ölçütlere göre ayrıştırılması kolaydır (Tokay Argan, 2013: 156). Bu açıklamalardan hareketle oluşturulan ana hipotezler ve alt hipotezler şu şekildedir:

H4: Spor Tesis Çevresi ile ilgili faktörler demografik özelliklere göre farklılık gösterir.

H4a: Spor Tesis Çevresi ile ilgili faktörler cinsiyete göre farklılık gösterir.

H4b: Spor Tesis Çevresi ile ilgili faktörler yaş gruplarına göre farklılık gösterir.

H4c: Spor Tesis Çevresi ile ilgili faktörler meslek durumuna göre farklılık gösterir.

H4d: Spor Tesis Çevresi ile ilgili faktörler eğitim durumuna göre farklılık gösterir.

H4e: Spor Tesis Çevresi ile ilgili faktörler gelir düzeylerine göre farklılık gösterir.

Söker (2015: 52) demografik faktörlerin taraftar memnuniyeti ile ilişkisini incelediği çalışmasında; yaş ile taraftar memnuniyeti arasında anlamlı ancak ters orantılı zayıf bir ilişki olduğunu saptamıştır. Eğitim düzeyinin taraftar memnuniyeti ile ilişkisi dikkate alındığında da ters orantılı ancak zayıf bir ilişki ortaya çıkmıştır. Bu bağlamda eğitim düzeyi yüksek taraftarların memnuniyet düzeyinin biraz daha düşük, eğitim düzeyi düşük taraftarların ise memnuniyet düzeyinin biraz daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu bilgiden hareketle oluşturulan hipotez alt hipotezler şu şekildedir:

H5: Spor tesisinde seyirci memnuniyeti demografik özelliklere göre farklılık gösterir.

H5a: Spor tesisinde seyirci memnuniyeti cinsiyete göre farklılık gösterir.

H5b: Spor tesisinde seyirci memnuniyeti yaş gruplarına göre farklılık gösterir.

H5c: Spor tesisinde seyirci memnuniyeti meslek durumuna göre farklılık gösterir.

H5d: Spor tesisinde seyirci memnuniyeti eğitim durumuna göre farklılık gösterir.

H5e: Spor tesisinde seyirci memnuniyeti gelir düzeylerine göre farklılık gösterir.

Yıldız ve Tehci (2014: 456) yaptıkları araştırmanın sonuçlarına göre; tüketicilerin yaş ve eğitim durumlarının WOM üzerinde anlamlı bir farklılığa neden olmadığı, ancak cinsiyet, medeni durum, meslek ve gelir durumlarının ise WOM iletişimi üzerinde anlamlı bir farklılığa neden olduğu bulunmuştur. Bu açıklamadan hareketle oluşturulan hipotez ve alt hipotezler şunlardır:

H6: WOM demografik özelliklere göre farklılık gösterir.

H6a: WOM cinsiyete göre farklılık gösterir.

H6b: WOM yaş gruplarına göre farklılık gösterir.

H6c: WOM meslek durumuna göre farklılık gösterir.

H6d: WOM eğitim durumuna göre farklılık gösterir.

H6e: WOM gelir düzeylerine göre farklılık gösterir.

Tesiste uzun süre geçiren müşteri büyük ihtimalle tesiste daha fazla para harcayacaktır. Sonuç olarak yönetim açısından değerlendirildiğinde, önemli olan müşterileri keyifli bir spor tesis çevresiyle etkileyerek mümkün olduğunca uzun süreler tesiste tutmaktır. Tesiste 2-4 saatini geçiren seyircinin bu ortamdan etkilenme olasılığı bulunmaktadır. Eğer seyirci tesiste keyifli vakit geçirirse tesise yeniden gelmesi daha olası olacaktır (Wakefield ve ark., 1996: 23-24). Bu bilgiden hareketle oluşturulan hipotez şu şekildedir:

H7: Spor Tesis Çevresi ile ilgili faktörler müsabaka izlenme sıklığına göre farklılık gösterir.

Spor tüketicisi herhangi bir spor olayına katılım gerçekleştirdikten sonra tatmin olup olmama durumunu değerlendirir. Bu değerlendirme gelecekteki olası katılım kararlarını etkileme potansiyeline sahiptir. Eğer beklentiler ihtiyacı karşılıyor ya da aşılıyor ise tatmin, karşılamıyor ya da aşağıda kalıyor ise tatminsizlik ortaya çıkar. Ayrıca kişilik de bireyin iç ve dış çevresiyle kurduğu, diğer kişilerden ayırt edici, tutarlı ve yapılaşmış bir ilişki biçimini tanımlamaktadır. Bu ilişki biçimi spora katılma şeklini ve katılım sıklığını etkilemektedir (Katırcı, 2012b: 39). Endüstriyel spor dünyasında müşteri memnuniyetinin müsabakalara olan ilgi ile doğru orantılı bir ilişkisi olduğu bilinmektedir. Örneğin, taraftarı olduğu kulüpten aldığı hizmetten memnun olan taraftar o kulübün maçlarına giderek takıma destek vermeye devam etmek, şayet memnun değil ise maçlara gitmekten vazgeçmektedir (Söker, 2015: 51). Bu bilgiden hareketle oluşturulan hipotez şu şekildedir:

H8: Seyirci memnuniyeti müsabaka izleme sıklığına göre farklılık gösterir.

Hizmet sektörü alanında yapılmış bir çalışma sonucuna göre, değer algısı yüksek tüketiciler daha yüksek oranda ağızdan ağıza iletişim sürecine katılırken; yüksek

tatmin yaşayan tüketicilerin söz konusu oteli çevresindekilere önerme davranışının yanı sıra, söz konusu otele yeniden gelme isteği sergilediği belirtilmiştir. Bu bilgiden yola çıkarak oluşturulan hipotez şu şekildedir:

H9: WOM müsabaka izlenme sıklığına göre farklılık gösterir.

ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Bu araştırmada uyarlanan ölçeğin uyarlama süreci **Çizelge 3**'de belirtildiği gibi gerçekteŐmiştir. Hambleton ve Patsula (1999: 1); Deniz, (2007: 6) literatürde ölçek uyarlamak için en az 5 neden bulunabileceğini belirtmiştir ve bu nedenleri:

1. Çoğunlukla bir test uyarlamak ikinci kültürde yeni bir test geliŐtirmekten daha az maliyetli ve daha hızlıdır.
2. Yapılacak testin amacı kültürel ya da ulusal değerlendirme yapmak olduğunda, uyarlanmış bir test, ikinci kültürde denk bir test geliştirmenin en etkili yoludur.
3. İkinci bir kültürde test geliştirmek için uzmanlık bilgisi yetersiz olabilir.
4. Asıl test iyi bilinen bir test olduğunda, o testin uyarlamasının vereceği güven duygusu yeni geliŐtirilecek olan bir teste duyulacak güvenden daha fazla olacaktır.
5. Bir testin çok kültürlü sürümlerinden çıkarılan sonuçlar testi alan adaylar için çoğunlukla doğru olacaktır, şeklinde sıralamışlardır.

Sireci ve Berberoğlu (2000) test ve envanterlerin başka kültürlere çevrilmesini, farklı kültürlerdeki insanların başarı, tutum, kişilik ve diğer psikolojik özelliklerinin karşılaştırılması için yaygın bir yöntem olduğunu belirtmişlerdir. Ancak bir ölçek veya testin bir dilden başka bir dile çevrilmesinin, çevrilen dildeki ölçekle asıl dildeki ölçeğin eşit olacağının garantisi olmadığını belirtmişlerdir. Bu bilgiler ışığında **Çizelge 3**'de belirtilen aşamalar sırasıyla uygulanmıştır.

Çizelge 3. Ölçek Uyarlama Süreci

1. Yeni bir test geliştirmenin mi, yoksa var olan testi uyarlamanın mı daha kullanışlı olacağına karar verilmelidir
2. Uyarlama çalışmasına karar verildiğinde yapılacak olan ilk iş izin almaktır.
3. Çalışılacak olan kültürlerdeki ve dil gruplarındaki ölçülen özelliğe ait yapının varlığı ve eşitliği sağlanmalıdır.
Bir araştırmacı ilgilenilen her kültürde ölçülecek yapının varlığını araştırdı mı?
Bu yapının karşılaştırılmasının yapılabilirliği mümkün mü?
Yapılan kültürler arası karşılaştırma anlamlı mı?
Ölçülecek olan yapı karşılaştırılacak tüm kültürlerde aynı anlama mı gelmektedir?
4. İyi çevirmenler seçilmelidir.
5. Test çevrilip uyarlamaya geçilmelidir.
6. Ölçeğin uyarlanmış hali gözden geçirilmeli ve gerekiyorsa değişiklikler yapılmalıdır.
7. Uyarlanan test deneme grubunda uygulanmalıdır
8. Uyarlama aşamasındaki ölçek daha büyük bir grupta uygulanmalıdır.
9. Asıl ve uyarlanan kültürlerdeki test puanlarını karşılaştırmak için uygun bir istatistiksel yöntem seçilmelidir.
10. Eğer kültürler arası karşılaştırma yapılacaksa, testin dil sürümlerinin eşitliğinden emin olunmalıdır.
11. Uygun bir yöntemle geçerlik çalışması yapılmalıdır.
12. Uyarlanan testin kullanıcıları için süreç ve hazırlamayı içeren bir el kitabı hazırlanmalıdır.
1. adımdan 11. adıma kadar olan süreci içeren bir el kitabı hazırlanmalıdır. Ayrıca el kitabında, testin uygulanması ve sonuçların yorumlanmasıyla ilgili özel bilgiler de bulunmalıdır.
13. Kullanıcılar eğitilmelidir.
Testi uygulayacak ya da kullanacak olan bireylere eğitim verilmelidir
14. Uyarlanan test takip edilmelidir.

Kaynak: Deniz, 2007: 7-11; Hambleton ve Patsula 1999: 1-9'dan uyarlanmıştır.

Araştırmanın Modeli

Bu çalışmada, araştırma amaçlarını gerçekleştirmek amacıyla “Tanımlayıcı (Betimsel) ve Bağıntısal Araştırma Modeli kullanılmıştır. Bağıntısal araştırma modelinde amaç eldeki problemi, bu problemle ilgili durumları, değişkenleri ve değişkenler arası ilişkileri tanımlamaktır. (Kurtuluş, 1998: 310). Tanımlayıcı araştırma modelinde, araştırma problemini oluşturan değişkenler arasındaki neden-sonuç ilişkisine girmeden, bu değişkenlerle ilgili tanımlar yapılması amaçlanır. Tanımlayıcı araştırmalar, belirli bir grubun özelliklerini tanımlamak, belirli bir davranış sergileyen tüketici kitlesinin toplam tüketici sayısı içindeki oranı hesaplamak, geleceğe dönük tahminler ışığında çeşitli stratejiler geliştirmek gibi durumlarda kullanılmaktadır (Yükselen, 2006: 33).

Araştırmada Kullanılan Ölçekler

Bu araştırmada Spor Tesis Çevresinin değerlendirilmesine yönelik ölçek, Müşteri memnuniyetini belirlemeye yönelik ölçek, Ağızdan Ağıza İletişim (WOM) ölçeği, demografik sorular ve tesiste izlenen müsabaka sayısı soruları kullanılmıştır.

Spor tesis çevresinin değerlendirilmesine yönelik ölçek

Araştırma için Wakefield ve ark. (1996) geliştirdiği ölçek araştırma amaçlarına göre uyarlanarak kullanılmıştır. Araştırmanın 1. bölümü anketin 1. ve 30. sorularını kapsamaktadır. Tesiste müsabakaları izleyen seyircilerin, müsabaka esnasında Spor Tesisi Çevresi ölçeğiyle tesisin fiziki şartlarını değerlendirmeleri için; “*Tesise ulaşım kolaydır*”, “*Tesis gösterişlidir*”, “*Skorbord yüksek çözümlüklüdür*”, “*Yiyecek-içecek büfelerine ulaşım kolaydır*”, “*Tesisin koridorları geniştir*” şeklinde 30 ifade yer almaktadır. Ölçekteki ifadeler, 5’li Likert Ölçeği ile (“5” kesinlikle katılıyorum, “4” katılıyorum, “3” ne katılıyorum ne de katılmıyorum, “2” katılmıyorum, “1” kesinlikle katılmıyorum) seyirciler tarafından değerlendirilmiştir.

Ağızdan Ağıza İletişim (WOM) ölçeği

Araştırmanın 2. bölümü anketin 31. ve 33. sorularını kapsamaktadır. Araştırma kapsamında Kim (2008)’in geliştirmiş olduğu ölçek araştırmanın amacına yönelik uyarlanmıştır. Tesiste müsabakaları izleyen seyircilerin, müsabaka esnasında WOM’a yönelim tutumlarına ilişkin: “*Tesisi tanıdıklarım tavsiye edeceğim*”, “*Tesisle ilgili hissettiğim güzel duyguları arkadaşlarımla paylaşıyorum*”, “*Tesiste yaşadığım problemleri çevremdeki diğer insanlarla paylaşıyorum*” şeklinde 3 ifade yer almaktadır. Ölçekteki ifadeler, 5’li Likert Ölçeği ile (“5” kesinlikle katılıyorum, “4” katılıyorum, “3” ne katılıyorum ne de katılmıyorum, “2” katılmıyorum, “1” kesinlikle katılmıyorum) seyirciler tarafından değerlendirilmiştir.

Seyirci memnuniyetini belirlemeye yönelik ölçek

Araştırmanın 3. bölümü anketin 34. ve 38. sorularını kapsamaktadır. Araştırma kapsamında Jung, (2007)’un geliştirmiş olduğu ölçek araştırmanın amacına yönelik uyarlanmıştır. Tesiste müsabakaları izleyen seyircilerin, müsabaka esnasında memnuniyet düzeylerini belirlemek amacıyla; “*Burada olmaktan memnunum*”, “*Tesisin bana sağladığı deneyimlerden memnunum*”, “*Tesiste elde ettiğim deneyimler eşsizdir*” şeklinde 5 ifade yer almaktadır. Ölçekteki ifadeler, 5’li Likert Ölçeği ile (“5” kesinlikle katılıyorum, “4” katılıyorum, “3” ne katılıyorum ne de katılmıyorum, “2” katılmıyorum, “1” kesinlikle katılmıyorum) seyirciler tarafından değerlendirilmiştir.

Müsabaka izleme durumu ve demografik özelliklere ilişkin sorular

Araştırma kapsamında kullanılan ölçeğin son bölümü olan 4. bölümünü katılımcıların demografik özelliklerine ilişkin soruları ve tesiste izlenen müsabaka sayısı oluşturmaktadır. Bu bölümdeki sorular cinsiyet, yaş, eğitim durumu, meslek, medeni durum ve aylık ortalama gelir durumunu içermektedir. Sorular nominal ölçek ile değerlendirilmiştir.

Araştırmanın Evren ve Örnekleme

Araştırma verileri, 06 Nisan 2015 - 19 Nisan 2015 - 02 Mayıs 2015 tarihlerinde toplanmıştır. Araştırmanın evrenini Eskişehir İlinde 2014 - 2015 Türkiye Basketbol Ligi müsabakalarını izleyenler oluşturmaktadır. Araştırmanın örneklemini, Anadolu Üniversitesi Spor Salonuna gelen basketbol izleyicileri oluşturmaktadır. Veri derlemede karşılaşılan zaman ve maliyet gibi sınırlılıklardan dolayı, araştırma tüm ana kütle üzerinden değil, örnekleme yoluyla belirlenen bir örnek üzerinden uygulanmıştır.

Bu araştırmadaki örneklem büyüklüğünün hesaplanmasında $[n = \pi (\pi-1) / (e/Z)^2]$ şeklinde geliştirilen ve yaygın olarak kullanılan formülden yararlanılarak örnek büyüklüğü hesaplanmıştır (Kurtuluş, 1998). Formüldeki $\pi (\pi-1)$ değerinin hesaplanmasında en yüksek varyans değeri olan 0.50 kullanılmıştır. Güven sınırlarının standart normal dağılımdaki karşılığı olan standart sapma (Z) %95 güven aralığı temel alınmıştır. Standart hata olarak da 0.05 belirlenmiştir. Buna göre $[n = 0.5 (0.5-1) / (0.05/1.96)^2]$ hesaplaması sonucu yaklaşık 384 kişi olarak bulunmuştur. Bu bilgilerden yola çıkarak hatalı anketlerin de olabileceği düşünülerek 550 kişiye anket uygulanmıştır.

Araştırmada kullanılacak Spor Tesis Çevresi ölçeğinin boyutlarının belirlenmesi amacıyla yönelik kullanılacak faktör analizi için yeterli örneklem büyüklüğüne ilişkin, Kline (1994) faktör analizinde güvenilir faktörler çıkartmak için örneklem büyüklüğünün madde sayısının en az 10 katı kadar olması gerektiğini belirtmiştir (akt. Çokluk ve ark., 2010: 206). Araştırmada tesadüfi olmayan örnekleme yöntemlerinden biri olan kolayda örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Bu yöntemde, bir alışveriş merkezinde dolaşan ve caddelerde veya belli bir mekânda bekleyen insanlara anketler uygulanmaktadır (Yükselen, 2000: 69; Kurulgan ve Argan, 2006: 234).

Veri Analiz Teknikleri

Veri toplama aracı olarak anket tekniği kullanıldığı için veriler bilgisayar ortamında analiz edilmiştir. Tanımlayıcı veri analizi için sıklık, yüzde, aritmetik ortalama ve standart sapma analizlerinden yararlanılmıştır. Ölçek niteliğindeki değişkenlerin güvenilirlik analizi için Cronbach's Alpha testinden yararlanılmıştır. Ölçeklerdeki faktörleri tespit etmek amacıyla faktör analizi kullanılmıştır. Spor tesis çevresi faktörleri, seyirci memnuniyeti ve WOM'a ilişkin katılımcıların demografik özellikleri, müsabaka izleme sıklıklarına göre farklılaşma durumunu ortaya koymak amacıyla T-testi ve standardize edilmiş beta ve tek yönlü varyans analizi (ANOVA)'dan faydalanılmıştır. Değişkenler arası ilişkiyi değerlendirmek için korelasyon ve regresyon analizi uygulanmıştır. Ayrıca, faktörlerin katılımcıların hangi meslek gruplarına, katılımcıların eğitim durumlarına, katılımcıların aylık ortalama gelirlerine ve katılımcıların spor tesisinde müsabaka izleme sıklıklarına göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık gösterdiğini ortaya çıkarmak amacıyla "Post Hoc" testinden yararlanılmıştır.

BULGULAR

Katılımcıların Demografik Özelliklerine İlişkin Bulgular

Araştırmaya katılanların cinsiyetlerinin, yaşlarının, meslek durumlarının, eğitim durumlarının ve aylık ortalama gelir düzeylerinin sıklık ve yüzde verileri aşağıdaki tablolarda gösterilmiştir.

Cinsiyet

Araştırmaya katılan 518 kişinin cinsiyetlerine ait veriler aşağıda verilmiştir. **Çizelge 4**'de görüleceği üzere araştırma katılımcılarının % 70,7'si (366 kişi) erkek, % 29,3'ü de (152 kişi) kadındır.

Çizelge 4. Katılımcıların Cinsiyetleri

Cinsiyet	Sıklık	%
Erkek	366	70.7
Kadın	152	29.3
Toplam	518	100

Yaş

Araştırmaya katılanların yaş grupları **Çizelge 5**'de görüleceği üzere; % 62,9'u 25 yaş ve altı (325 kişi), % 18,2'si 26-35 yaş (94 kişi), % 11,4'ü 36-45 yaş (59 kişi), % 7,5'i (39 kişi) 46 ve üzeri yaş grupları oluşturmaktadır.

Çizelge 5. Katılımcıların Yaş Grupları

Yaş	Sıklık	%
25 ve <	325	62.9
26-35	94	18.2
36-45	59	11.4
46 ve >	39	7.5
Toplam	517	100.0

Meslek

Araştırmaya katılanların meslek gruplarını gösteren **Çizelge 6** incelendiğinde, katılanların %16,6'sını (86 kişi) memur, %10,2'sini (53 kişi) işçi, %3,7'sinin (19 kişi) emekli, %6'sını (31 kişi) yönetici, %5,6'sını (29 kişi) serbest meslek, %57,9'unu (300 kişi) öğrenci olduğu görülmektedir.

Çizelge 6. Katılımcıların Meslek Grupları

Meslek Grubu	Sıklık	%
Memur	86	16.6
İşçi	53	10.2
Emekli	19	3.7
Yönetici	31	6.0
Serbest Meslek	29	5.6
Öğrenci	300	57.9
Toplam	517	100.0

Eğitim Durumu

Araştırmaya katılanların eğitim durumunu gösteren **Çizelge 7** incelendiğinde katılımcıların, % 1.9'u (10 kişi) ilköğretim, % 17.8'i (92 kişi) lise, % 67.1'i (347) üniversite (lisans veya önlisans), %13.2'si (68 kişi) lisansüstü (yükseklisans/doktora) eğitim durumuna sahip olduğu görülmektedir.

Çizelge 7. Katılımcıların Eğitim Durumları

Eğitim Durumu	Sıklık	%
İlköğretim	10	1.9
Lise	92	17.8
Üniversite (Lisans/Önlisans)	347	67.1
Lisansüstü (Yükseklisans/Doktora)	68	13.2
Toplam	517	100.0

Aylık Ortalama Gelir Durumu

Araştırmaya katılanların aylık ortalama gelir durumlarını gösteren **Çizelge 8** incelendiğinde katılımcıların, %37.8'i (196 kişi) 1000 TL veya altında, %20.8'i (108 kişi) 1001-2000TL, %10.4'ü (54 kişi) 2001-3000TL, %12.2'si (63 kişi) 3001TL ve üzeri gelire sahiptir. Ayrıca katılımcıların %18.7'si (97 kişi) anketi gelirim yok şeklinde işaretlemiş veya gelirini beyan etmek istememiştir.

Çizelge 8. Katılımcıların Aylık Ortalama Gelir Durumları

Aylık Gelir	Sıklık	%
1000 TL veya altında	196	37.8
1001 TL – 2000 TL	108	20.8
2001 TL – 3000 TL	54	10.4
3001 TL veya üzeri	63	12.2
Gelir yok veya beyan edilmemiş	97	18.7
Toplam	518	100.0

Katılımcıların Müsabaka İzleme Sıklığına İlişkin Bulgular

Araştırma katılımcılarının spor tesisinde izledikleri müsabaka sayısını gösteren **Çizelge 9** incelendiğinde, katılımcıların %48.8'i (253 kişi) 3 kez veya daha az, %24.5'i (127 kişi) 4-6 kez, %19.5'i (101 kişi) 7-10 kez, %7.1'i (37 kişi) 11 kez veya daha fazla tesiste müsabaka izledikleri belirlenmiştir.

Çizelge 9. Katılımcıların Müsabaka İzleme Sıklığı

Katılım Durumu	Sıklık	%
3 veya daha az	253	48.8
4-6	127	24.5
7-10	101	19.5
11 veya daha fazla	37	7.1
Toplam	518	100.0

Spor Tesis Çevresi Faktörleri

Spor tesis çevresini etkileyen faktörleri değerlendirmek için toplam 30 ifade kullanılmıştır. Bu ifadelerin gruplandırılması, sınıflandırılması ve ana faktörlere dönüştürülmesi amacıyla Açıklayıcı Faktör Analizi (Explanatory Factor Analysis) uygulanmıştır. Yapılan analiz sonuçlarına ilişkin bulgular **Çizelge 10**'da gösterilmiştir.

Büyüköztürk (2009: 100) açıklayıcı faktör analizinde örneklemden elde edilen verilerin yeterliği Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) testi ile incelenebileceğini belirtmiştir. KMO, bulunan değerler 1'e yaklaştıkça mükemmel, 0.50'nin altında ise kabul edilemeyeceğini göstermektedir. KMO'nun değerleri .80 ve üzeri mükemmel, .70 ve üzeri iyi, .60 ve üzeri vasat, .50'nin altında ise kabul edilemez olarak değerlendirilmektedir. Açıklayıcı faktör analizinde evrendeki dağılımın normal olması gerekmektedir (Tavşancıl, 2006) ve verilerin çok değişkenli normal dağılımdan gelip gelmediği ise Bartlett testi ile test edilmektedir (Ergin, 1995). Bunun yanı sıra, verilerin normal dağılım sergilediğini ortaya koymanın bir başka yolu ise verilerin basıklık ve çarpıklık katsayılarının belirlenmesidir. Basıklık ve

çarpıklık katsayılarının ± 2 ve ± 7 arasında olması gerektiğini ifade etmektedir (Şencan, 2005; Şimşek, 2007; Aksakal, 2011: 37).

Spor tesis çevresine ilişkin ölçüğe faktör analizinin uygulanabilmesi için örneklem yeterliliğine bakılmış ve yeterliliğe karar vermek için KMO testinden yararlanılmıştır. Yapılan bu araştırmada KMO 0.846 olup, faktör analizinin uygulanabilmesi için bu oranın yeterli olduğu belirlenmiştir. Bartlett Test for Sphericity ise (BTS) 5334.660 ($p < 0.01$) olarak saptanmıştır. Bu çalışmada basıklık en yüksek değeri -1.394 çarpıklık -1.213 olarak hesaplanmış, bu değer, referans değer ± 2 'den küçük olduğu için (Şencan, 2005) verilerin normal dağılım gösterdiği belirlenmiştir. Tüm faktörler için özdeğer (eigen value) 1'den büyük olarak atanmıştır. Faktör analizinde dikkat edilecek diğer bir aşama ise faktörlerin birbirinden bağımsızlığını ortaya koymaktır. Araştırma kapsamında faktörlerin ayrışıklığı korelasyon analizi ile ortaya çıkarılacaktır.

Çizelge 10. Spor Tesis Çevresi Faktör Analizi

Faktörler	Faktör Yükleri	Özdeğer	Açıklayan Varyans
<i>Tesis Estetiği</i> -Tesisin renkleri ilgi çekicidir -Tesisin mimarisi güzeldir -Tesis ilgi çekici bir şekilde dizayn edilmiştir -Tesis gösterişlidir	.698 .787 .858 .752	2.892	11.566
<i>Mekân İçi Erişilebilirlik</i> -Koltuklara erişim kolaydır -Tuvaletlere ulaşım kolaydır -Tesis, içindeki diğer birimlere kolay erişilebilecek şekilde dizayn edilmiştir -Tuvaletler yeterince büyüktür -Tesisin koridorları geniştir -Tesisde geniş alanlar bulunmaktadır	.551 .734 .571 .749 .649 .566	2.832	11.328
<i>Koltuk Konforu</i> -Koltukların diz mesafesi geniştir -Koltuklarda yeterli dirsek mesafesi vardır -Koltuk düzeni sayesinde geniş boşluklar sağlanmıştır -Koltuklar konforludur	.685 .803 .805 .693	2.773	11.090
<i>Skorboard Kalitesi</i> -Skorbordu izlemek eğlencelidir -Skorbordlar oyuna heyecan katar -Skorborddan istatistikleri takip ederim. -Skorbord yüksek çözünürlüklüdür	.654 .832 .749 .692	2.603	10.411
<i>Otopark</i> -Tesisin otoparkı geniştir -Tesisin otoparkına giriş ve çıkış kolaydır -Tesis otoparka yakındır	.824 .825 .736	2.212	8.848
<i>İşaretler ve Yönlendirme Levhaları</i> -Yönlendirme tabelaları bana yardımcı olmaktadır -Yönlendirme tabelaları kolay anlaşılabilir şekilde şekildedir	.817 .837	1.827	7.308
<i>Davranışsal Niyet</i> -Müsabaka bitmeden tesisten ayrılmak isterim -İşim biter bitmez tesisten ayrılmak isterim	.870 .875	1.619	6.477
<i>Toplam Açıklanan Varyans</i>			67.028

Spor Tesis Çevresi yedi faktörle ifade edilmektedir. Birinci faktör dört değişkenden oluşmakta olup “*tesis estetiği*” şeklinde, ikinci faktör altı değişkenden oluşup “*mekân içi erişilebilirlik*” şeklinde, üçüncü faktör dört değişkenden oluşup “*koltuk konforu*” şeklinde, dördüncü faktör dört değişkenden oluşup “*skorbord kalitesi*” şeklinde, beşinci faktör dört değişkenden oluşup “*otopark*” şeklinde, altıncı faktör iki değişkenden oluşup “*işaretler ve yönlendirme levhaları*” şeklinde, yedinci ve son faktör ise iki değişkenden oluşup “*davranışsal niyet*” şeklinde isimlendirilmiştir.

Faktör yükleri için alt sınır 0.50 olarak belirlenmiş, yedi faktöre ait faktör yüklerinin en düşük değeri 0.551 iken en yüksek değer ise 0.875 olarak **Çizelge 10**’da gösterilmektedir. Dört ifadenin faktör yükü 0.50’den küçük ya da 1’den fazla faktöryel dağılım göstermesi nedeniyle açıklayıcı faktör analizine dahil edilmemiştir. Sınıflandırılmış olan yedi faktörün toplam varyansın %67.028’ini açıkladığı görülmektedir.

Birinci faktör olan “*tesis estetiği*” toplam varyansın % 11.566’sını açıklamaktadır. Bu faktörü oluşturan ifadeler; *tesisnin renkleri ilgi çekicidir, tesisin mimarisi güzeldir, tesis ilgi çekici bir şekilde dizayn edilmiştir, tesis gösterişlidir* şeklindedir. Bu ifadelerin işaret ettiği faktör “*tesis estetiği*” şeklinde isimlendirilmiştir.

İkinci faktör olan “*mekân içi erişilebilirlik*” toplam varyansın % 11.328’ini açıklamaktadır. Bu faktör; *koltuklara erişim kolaydır tuvaletlere ulaşım kolaydır, tesis içindeki diğer birimlere kolay erişilebilecek şekilde dizayn edilmiştir, tuvaletler yeterince büyüktür, tesisin koridorları geniştir, tesiste geniş alanlar bulunmaktadır* şeklinde ifadelerden oluşmaktadır. Bu faktör tesis içerisindeki birimlere erişilebilirlik ve kalabalık algısı ifadelerinden oluşması sebebiyle “*mekân içi erişilebilirlik*” olarak isimlendirilmiştir.

Üçüncü faktör olan “*koltuk konforu*” toplam varyansın % 11.090’ını açıklamaktadır. Bu faktör; *koltukların diz mesafesi geniştir, koltuklarda yeterli dirsek mesafesi vardır, koltuk düzeni sayesinde geniş boşluklar sağlanmıştır, koltuklar konforludur* ifadelerinden oluşmuştur. Bu faktör içerdiği ifadeler doğrultusunda “*koltuk konforu*” şeklinde isimlendirilmiştir.

Dördüncü faktör “*skorbord kalitesi*” ise toplam varyansın % 10.411’ini açıkladığı görülmektedir. Bu faktörü; *skorbordu izlemek eğlencelidir, skorbordlar oyuna heyecan katar, skorborddan istatistikleri takip ederim, skorbord yüksek çözünürlüklüdür* ifadeleri oluşturmakta olup “*skorbord kalitesi*” olarak isimlendirilmiştir.

Beşinci faktör olan “*otopark*” toplam varyansın % 8.848’ini açıklamaktadır. Faktörü oluşturan ifadeler; *tesisnin otoparkı geniştir, tesisnin otoparkına giriş ve çıkış kolaydır, tesis otoparka yakındır* şeklinde ifade edilmişlerdir. Bu ifadeler tesisin otopark alanıyla ilgili olması sebebiyle “*otopark*” şeklinde isimlendirilmiştir.

Altıncı faktör “*işaretler ve yönlendirme levhaları*” toplam varyansın % 7.308’ini açıklamaktadır. İçerdiği ifadeler; *yönlendirme tabelaları bana yardımcı olmaktadır, yönlendirme tabelaları kolay anlaşılabilir şekilde dir.* Spor

tesisindeki işaretler ve yönlendirme levhalarıyla ilgili ifadeleri içermesi nedeniyle “işaretler ve yönlendirme levhaları” olarak isimlendirilmiştir.

Son faktör olan yedinci faktör “davranışsal niyet”, toplam varyansın % 6.477’sini açıklamaktadır. *Müsabaka bitmeden tesisten ayrılmak isterim, işim biter bitmez tesisten ayrılmak isterim* ifadelerini içeren bu faktör davranışsal niyetleri içerdiğinden dolayı “davranışsal niyet” olarak isimlendirilmiştir.

Faktör analizi sonucunda yedi faktöre ayrılan 26 ifadenin toplam güvenilirliği (Cronbach alpha= α) 0.865 olarak bulunmuştur. Birinci faktöre ait α değeri 0.841, ikinci faktöre ait α değeri 0.797, üçüncü faktöre ait α değeri 0.806, dördüncü faktöre ait α değeri 0.799, beşinci faktöre ait α değeri 0.797, altıncı faktöre ait α değeri 0.845, yedinci faktöre ait α değeri 0.711 olarak **Çizelge 11**’de gösterilmiştir. Her bir faktöre ilişkin güvenilirlik katsayısı (Cronbach alpha= α) 0.845 ile 0.711 arasında değişmektedir. Ortaya çıkan altı faktörün güvenilirlik katsayılarının 0.70’den (Nunnally ve Bernstein, 1994: 32-34) büyük olması güvenilir olduğunun işareti olarak değerlendirilebilir.

Çizelge 11. Spor Tesis Çevresi Faktörlerine İlişkin Güvenilirlik Katsayıları

Faktörler	Cronbach Alpha (α)
Tesis Estetiği	0.841
Mekan İçi Erişilebilirlik	0.797
Koltuk Konforu	0.806
Skorbord Kalitesi	0.799
Otopark	0.797
İşaretler ve Yönlendirme Levhaları	0.845
Davranışsal Niyet	0.711
Toplam güvenilirlik (26 ifade)	0.865

Seyircilerin spor tesis çevresine ilişkin değerlendirmelerinin ortalama ve standart sapmaları **Çizelge 12**’de gösterilmektedir. **Çizelge 12** incelendiğinde; “skorboarddan istatistiklerin takip edilmesi” 4.1667 (S.S.= 0.96910) ortalamaya, “tesiste geniş alanların bulunması” 4.1622 (S.S.= 0.81616) ortalamaya, “tesis koridorlarının geniş olması” 4.3720 (S.S.= 0.79155) ortalamaya, “skorbordların oyuna heyecan katması” 4.1371 (S.S.= 0.96081) ortalamaya, “işaret ve yönlendirme tabelalarının kolay anlaşılır olması” 4.0907 (S.S.= 0.86041) ortalamaya sahiptir. Araştırma katılımcılarının bu ifadelere büyük oranda katıldığını ifade etmek mümkün olabilmektedir.

Araştırmaya katılan katılımcıların Spor Tesis Çevresine ilişkin verdikleri cevapların aritmetik ortalamaları ve standart sapmaları incelendiğinde; sekiz ifadenin standart sapmasının 1’den büyük olduğu tespit edilmiştir. Bu ifadeler; “işim biter bitmez tesisten ayrılmak isterim” 2.8031 (S.S. = 1.39349) ortalamaya, müsabaka bitmeden tesisten ayrılmak isterim” 2.2631 (S.S. = 1.33398) ortalamaya, koltuklar konforludur 3.3650 (S.S. = 1.13605) ortalamaya,

koltuklarda yeterli dirsek mesafesi vardır 3.5775 (S.S. = 1.10770) ortalamaya, koltukların diz mesafesi geniştir (S.S. = 1.05253) ortalamaya, koltuk düzeni sayesinde geniş boşluklar sağlanmıştır 3.7278 (S.S. = 1.03387) ortalamaya, tesisin renkleri ilgi çekicidir 3.8919 (S.S. = 1.02573) ortalamaya, tesisin otoparkına giriş ve çıkış kolaydır 3.8878 (S.S. = 1.00531) ortalamaya sahip olduğu **Çizelge 12**'de görülmektedir. Standart sapmalara bakıldığında verilen cevapların geniş bir seçeneğe dağıldığı belirlenmiştir.

Çizelge 12. Spor Tesis Çevresi Aritmetik Ortalama ve Standart Sapmaları

Faktörler	Aritmetik Ortalama	Standart Sapma
<i>Tesis Estetiği</i>		
-Tesisin renkleri ilgi çekicidir	3.8919	1.02573
-Tesisin mimarisi güzeldir	4.0774	.92228
-Tesis ilgi çekici bir şekilde dizayn edilmiştir	3.9595	.94136
-Tesis gösterişlidir	3.9050	.97974
<i>Mekân İçi Erişilebilirlik</i>		
-Koltuklara erişim kolaydır	3.8880	.83620
-Tuvaletlere ulaşım kolaydır	3.9595	.84156
-Tesis, içindeki diğer birimlere kolay erişilebilecek şekilde dizayn edilmiştir	3.9072	.84855
-Tuvaletler yeterince büyüktür	3.8919	.94526
-Tesisin koridorları geniştir	4.1415	.79155
-Tesiste geniş alanlar bulunmaktadır	4.1622	.81616
<i>Koltuk Konforu</i>		
-Koltukların diz mesafesi geniştir	3.7137	1.05253
-Koltuklarda yeterli dirsek mesafesi vardır	3.5775	1.10770
-Koltuk düzeni sayesinde geniş boşluklar sağlanmıştır	3.7278	1.03387
-Koltuklar konforludur	3.3650	1.13605
<i>Skorboard Kalitesi</i>		
-Skorbordu izlemek eğlencelidir	3.9439	.99356
-Skorbordlar oyuna heyecan katar	4.1371	.96081
-Skorborddan istatistikleri takip ederim.	4.1667	.96910
-Skorbord yüksek çözünürlüklüdür	3.8745	.97438
<i>Otopark</i>		
-Tesisin otoparkı geniştir	3.9730	.93670
-Tesisin otoparkına giriş ve çıkış kolaydır	3.8878	1.00531
-Tesis otoparka yakındır	4.0756	.89882
<i>İşaretler ve Yönlendirme Levhaları</i>		
-Yönlendirme tabelaları bana yardımcı olmaktadır	4.0386	.87655
-Yönlendirme tabelaları kolay anlaşılabilir şekilde tasarlanmıştır	4.0907	.86041
<i>Davranışsal Niyet</i>		
-Müsabaka bitmeden tesisten ayrılmak isterim	2.2631	1.33398
-İşim biter bitmez tesisten ayrılmak isterim	2.8031	1.39349

n=518

(5= Kesinlikle Katılıyorum, 1= Kesinlikle Katılmıyorum)

Faktörler arası korelasyon katsayılarını gösteren **Çizelge 13**. incelendiğinde, ortaya çıkarılan spor tesis çevresini etkileyen tüm faktörlerin kendi aralarında bir ilişkinin olduğu ($p < 0.01$) anlaşılmaktadır. Korelasyon katsayıları -0.151 ile 0.440 arasında değişkenlik göstermekte olup, istatistiki olarak anlamlıdır. Yedinci faktör

olan “davranışsal niyet” ise diğer faktörler üzerinde anlamlı bir etkiye sahip değildir. Faktörler arasındaki anlamlı ilişkilerin biri hariç ($p < 0.05$) diğer ilişkilerin tümü %99 ($p < 0.01$) anlamlılık düzeyindedir.

Çizelge 13. Spor Tesisi Çevresi Faktörleri Arasındaki Korelasyon Matrisi

Faktörler	1	2	3	4	5	6	7
Tesis Estetiği	1						
Mekân İçi Erişilebilirlik	.384**	1					
Koltuk Konforu	.344**	.400**	1				
Skorbord Kalitesi	.440**	.424**	.322**	1			
Otopark	.345**	.393**	.264**	.305**	1		
İşaretler ve Yönlendirme Levhaları	.344**	.434**	.365**	.350**	.281**	1	
Davranışsal Niyet	-.089*	-.040	-.071	-.071	-.145**	-.151**	1

* $p < 0.05$; ** $p < 0.01$

Çizelge 14 incelendiğinde her bir faktöre ilişkin ortalamaların içerisinde en yüksek ortalama, altıncı faktöre “işaretler ve yönlendirme levhaları” 4.0647 (S.S. = .80806) ait olduğu görülmektedir. Sonrasında, dördüncü faktör olan “skorboard kalitesi” 4.0307 (S.S.= 76901) ortalamaya, ikinci faktör olan “mekan içi erişilebilirlik” 3.9914 (S.S.= .59757) ortalamaya, beşinci faktör “otopark” 3.9768 (S.S.= .79994) ortalamaya, birinci faktör “tesis estetiği” 3.9585 (S.S.= .79635) ortalamaya, üçüncü faktör olan “koltuk konforu” 3.5952 (S.S.= .85685) ortalamaya sahiptir. Son faktör olan “davranışsal niyet” 2.5347 (S.S.= 1.20233) diğer faktörler arasında en düşük ortalamaya sahiptir.

Çizelge 14. Spor Tesis Çevresi Faktörlerinin Aritmetik Ortalama ve Standart Sapmaları

Faktörler	Ortalama	Standart Sapma
Tesis Estetiği	3.9585	.79635
Mekân İçi Erişilebilirlik	3.9914	.59757
Koltuk Konforu	3.5952	.85685
Skorboard Kalitesi	4.0307	.76901
Otopark	3.9768	.79994
İşaretler ve Yönlendirme Levhaları	4.0647	.80806
Davranışsal Niyet	2.5347	1,20233

n= 518

Spor Tesisinden Elde Edilen Memnuniyet ve WOM Faktörleri

Spor tesisine müsabaka izlemeye gelenlerin tesisten elde ettikleri memnuniyetlerini ve WOM düzeyini değerlendirmek amacıyla toplam 8 ifade kullanılmıştır. Tesisten elde edilen seyirci memnuniyet, beş ifadeden oluşurken, WOM üç ifadeden oluşmaktadır. Bu ifadelerin gruplandırılması, sınıflandırılması ve ana faktörlere dönüştürülmesi amacıyla Açıklayıcı Faktör Analizi (Explanatory Factor Analysis) uygulanmıştır. Yapılan analiz sonuçlarına ilişkin bulgular **Çizelge 15**'de gösterilmiştir.

Spor Tesisinden Elde Edilen Memnuniyet ve WOM Faktörlerine ilişkin ölçeklerde faktör analizinin uygulanabilmesi için örneklem yeterliliğine bakılmış ve yeterliliğe karar vermek için KMO testinden yararlanılmıştır. Yapılan bu araştırmada KMO 0.845 olup, faktör analizinin uygulanabilmesi için bu oranın yeterli olduğu belirlenmiş, Bartlett Test for Sphericity ise (BTS) 1491.839 ($p < 0.01$) olarak saptanmıştır.

Çizelge 15. Spor Tesisinden Elde Edilen Memnuniyet ve WOM Faktör Analizi

Faktörler	Faktör Yükleri	Özdeğer	Açıklanan Varyans
Memnuniyet			
-Tesiste sunulan olanaklardan memnunum	.773	3.036	37.955
-Burada olmaktan memnunum	.767		
-Tesisin bana sağladığı deneyimlerden memnunum	.786		
-Tesiste elde ettiğim deneyimler eşsizdir	.762		
-Tesis beklentilerimi karşılamaktadır	.732		
WOM			
-Tesis tanıdıklarına tavsiye edeceğim	.731	2.021	25.259
-Tesisle ilgili hissettiğim güzel duyguları arkadaşlarımla paylaşırım	.852		
-Tesiste yaşadığım problemleri çevremdeki diğer insanlarla paylaşırım	.738		
Toplam Açıklanan Varyans			63.213

Spor tesisine müsabaka izlemeye gelenlerin tesisten elde ettikleri memnuniyetlerini ve WOM düzeyini değerlendirmek amacıyla toplam 8 ifade kullanılmıştır. Birinci faktör beş ifadeden oluşurken “memnuniyet” olarak isimlendirilmiştir. İkinci faktör ise üç ifadeden oluşup “WOM” olarak isimlendirilmiştir.

Faktör yükleri için alt sınır 0.50 olarak belirlenmiştir. **Çizelge 15** incelendiğinde, iki faktöre ilişkin faktör yüklerinin en düşük değeri 0.731 iken en yüksek değer ise 0.852 olarak hesaplanmıştır. Sınıflandırılan iki faktörün toplam varyansın % 63.212’sini açıkladığı görülmektedir.

Her bir faktörün açıkladığı varyans yüzdelerine bakıldığında birinci faktör toplam açıklanan varyansın % 37.955’ini açıkladığı görülmektedir. Birinci faktörü “memnuniyet” içeren ifadeler incelendiğinde; tesiste sunulan olanaklardan memnun olma durumu, tesiste olmaktan memnun olma durumu, tesisin sağladığı deneyimlerden memnun olma, tesisten elde edilen deneyimlerin eşsizliği ve tesisin beklentileri karşılama durumu ifadelerden oluşmaktadır.

İkinci faktörün ise toplam açıklanan varyansın % 25.259’unu açıkladığı görülmektedir. İkinci faktörü “WOM” içeren ifadeler incelendiğinde; tesisi tanıdıklara tavsiye etme, tesisle ilgili hissedilen güzel duyguları arkadaşlarla paylaşma, tesiste yaşanan problemleri çevredeki diğer insanlarla paylaşma durumlarını içeren ifadeler oluşturmaktadır. Bu ifadelerin işaret ettiği ifade olarak bu faktör “WOM” olarak isimlendirilmiştir.

Yapılan faktör analizi sonucunda iki faktöre ayrılan sekiz ifadenin toplam güvenilirliği (Cronbach alpha= α) 0.834 olarak bulunmuştur. **Çizelge 16**’da birinci faktöre ilişkin α değeri 0.845 iken ikinci faktöre ilişkin α değeri 0.715 olduğu gösterilmektedir. Ortaya çıkan iki faktörün güvenilirlik katsayılarının 0.70’in (Nunnally ve Bernstein, 1994: 32-34) üzerinde olması güvenilir olduğunun işareti olarak değerlendirilebilir.

Çizelge 16. Spor Tesisinden Elde Edilen Memnuniyet ve WOM Faktörlerine İlişkin Güvenilirlik Katsayıları

Faktörler	Cronbach alpha (α)
Memnuniyet	0.845
WOM	0.715
Toplam Güvenilirlik (8 ifade)	0.834

Katılımcıların tesisten elde ettiği memnuniyet ve wom'un aritmetik ortalama ve standart sapmaları **Çizelge 17**'de gösterilmektedir. Çizelge incelendiğinde; “tesiste olmaktan memnun olma” 4.1853 (S.S. 0.78206) ortalama, “tesisten sunulan olanaklardan memnun olma” 4.1178 (S.S. 0.89033) ortalama ve “tesisin sağladığı deneyimlerden memnun olma” 4.1163 (S.S. 0.86015) ortalama sahip olduğu görülmekte, araştırma katılımcılarının bu ifadeler büyük oranda katıldığı şeklinde ifade edilebilir.

Ayrıca, “tesisle ilgili hissedilen güzel duyguları arkadaşlarla paylaşma” 3.9865 (S.S. .95438) ortalama, “tesiste yaşanan problemleri çevredeki diğer insanlara paylaşma” 3.9710 (S.S. .97806) ortalama, “tesisten elde edilen deneyimlerin eşsizliği” 3.9382 (S.S. 0.96958) ortalama, “tesisi tanıdıklara tavsiye etme” 3.9305 (S.S. .93864) ortalama ve “tesisin beklentileri karşılama” 3.7741 (S.S. 0.98791) ortalama sahiptir ve katılımcıların bu ifadeler katıldıkları şeklinde ifade edilebilir.

Çizelge 17. Tesisten Elde Edilen Memnuniyet, WOM Aritmetik Ortalama ve Standart Sapmaları

Faktörler	Arietmetik Ortalama	Standart Sapma
<i>Memnuniyet</i>		
-Tesiste sunulan olanaklardan memnunum	4.1178	.89033
-Burada olmaktan memnunum	4.1853	.78206
-Tesisin bana sağladığı deneyimlerden memnunum	4.1163	.86015
-Tesiste elde ettiğim deneyimler eşsizdir	3.7741	.98791
-Tesis beklentilerimi karşılamaktadır	3.9382	.96958
<i>WOM</i>		
-Tesis tanıdıklarına tavsiye edeceğim	3.9305	.93864
-Tesisle ilgili hissettiğim güzel duyguları arkadaşlarımla paylaşırım	3.9865	.95438
-Tesiste yaşadığım problemleri çevremdeki diğer insanlarla paylaşırım	3.9710	.97806

n=518

(5= Kesinlikle Katılıyorum, 1= Kesinlikle Katılmıyorum)

Tesisten elde edilen memnuniyet ile WOM'a ilişkin ortaya çıkan iki faktörün kendi aralarındaki korelasyon matrisi **Çizelge 18** incelendiğinde; her iki faktör arasında anlamlı bir ilişkinin olduğu ($p < 0.01$) ortaya çıkmaktadır.

Çizelge 18. Tesisten Elde Edilen Memnuniyet ile WOM Faktörleri Arasındaki Korelasyon Matrisi

Faktörler	1	2
Memnuniyet	1	
WOM	.453**	1

**p< 0.01

Spor tesisinden elde edilen memnuniyet ile WOM aritmetik ortalama ve standart sapmaları **Çizelge 19’da** gösterilmiştir. Buna göre iki faktörün ortalamalarından birinci faktör olan “memnuniyet” 4.0251 (S.S.= 0.70961) ortalamaya ve ikinci faktör olan “WOM” 3.9627 (S.S.= 0.76394) ortalamaya sahip oldukları görülmektedir.

Çizelge 19. Spor Tesisinden Elde edilen Memnuniyet ve WOM Faktörlerinin Aritmetik Ortalama ve Standart Sapmaları

Faktörler	Ortalama	Standart Sapma
Memnuniyet	4.0251	.70961
WOM	3.9627	.76394

n= 518

Spor Tesis Çevresini Etkileyen Faktörlerin Tesisten Elde Edilen Memnuniyet Üzerine Etkisi

Spor tesisi çevresini etkileyen faktörlerin seyircilerin tesisten elde ettiği memnuniyetleri üzerine etkisini belirlemek amacıyla çoklu regresyon analizi uygulanmıştır. Yapılan analiz sonuçları **Çizelge 20’de** gösterilmektedir.

Spor tesis çevresi faktörlerinin tesisten elde edilen memnuniyet üzerine etkisini ortaya koyan regresyon analiz (F= 32.998; p<0.01) değerleri incelendiğinde 7. faktör olan “davranışsal niyet” hariç diğer tüm faktörler arasında istatistiksel olarak anlamlı ilişki bulunmuştur. Ayrıca, spor tesis çevresine ilişkin faktörler “memnuniyet” bağımlı değişkeninin tamamının % 31’ni açıkladığı **Çizelge 20** incelendiğinde anlaşılmaktadır.

Regresyona ilişkin standardize edilmiş beta (β) değerleri incelendiğinde; tesis estetiği ($\beta= 0.321$; p< 0.01) tesisten elde edilen memnuniyet üzerinde en güçlü etkiye sahip iken, ardından, mekân içi erişilebilirlik ($\beta= 0.242$; p< 0.01) ile koltuk konforu ($\beta= 0.238$; p< 0.01) faktörleri de memnuniyet üzerinde önemli bir etkiye sahiptir. Ayrıca işaretler ve yönlendirme levhaları ($\beta= 0.184$; p< 0.01), skorbord kalitesi ($\beta= 0.183$; p< 0.01) ile otopark ($\beta= 0.179$; p< 0.01) faktörlerinin de tesisten elde edilen memnuniyet üzerinde etkilerinin olduğu görülmektedir.

“Davranışal niyet” ($\beta = -0.007$; $p < 0.005$) faktörünün ise diğer faktörlerine aksine tesisten elde edilen memnuniyet üzerinde anlamlı bir etkiye sahip değildir.

Çizelge 20. Spor Tesis Çevresini Etkileyen Faktörlerin Tesisten Elde Edilen Memnuniyet Üzerine Etkisi

Bağımlı Değişken						
Memnuniyet						
Faktörler	Std. β	t	p	R ²	Ayarlanmış R ²	F
Tesis Estetiği	.321	8.654	.000**	.317	.308	32.998**
Mekân İçi Erişilebilirlik	.242	6.528	.000**			
Koltuk Konforu	.238	6.415	.000**			
Skorbord Kalitesi	.183	4.943	.000**			
Otopark	.179	4.826	.000**			
İşaretler ve Yönlendirme levhaları	.184	4.958	.000**			
Davranışal Niyet	-.007	-.190	.849			
Sabit		156.005	.000**			

**p < 0.01

Spor Tesis Çevresini Etkileyen Faktörlerin WOM Üzerine Etkisi

Spor tesisi çevresini etkileyen faktörlerin WOM üzerinde etkisini belirlemek amacıyla çoklu regresyon analizi uygulanmıştır. Yapılan analiz sonuçları **Çizelge 21**'de gösterilmektedir.

Spor tesis çevresi faktörlerinin tesisten elde edilen WOM üzerine etkisini ortaya koyan regresyon analiz ($F = 38.928$; $p < 0.01$) değerleri incelendiğinde tüm faktörler arasında istatistiksel olarak anlamlı ilişki bulunmuştur. Ayrıca, spor tesis çevresine ilişkin faktörler “WOM” bağımlı değişkeninin tamamının % 35’ini açıkladığı **Çizelge 21** incelendiğinde anlaşılmaktadır.

Regresyona ilişkin standardize edilmiş beta (β) değerleri incelendiğinde; tesis estetiği ($\beta = 0.318$; $p < 0.01$) WOM üzerinde en güçlü etkiye sahip iken, ardından, mekân içi erişilebilirlik ($\beta = 0.291$; $p < 0.01$) ile otopark ($\beta = 0.272$; $p < 0.01$) faktörleri de WOM üzerinde önemli bir etkiye sahiptir. Ayrıca, skorbord kalitesi ($\beta = 0.185$; $p < 0.01$), işaretler ve yönlendirme levhaları ($\beta = 0.165$; $p < 0.01$) ile koltuk konforu ($\beta = 0.135$; $p < 0.01$) ile davranışal niyet ($\beta = -0.122$; $p < 0.05$) faktörlerinin de WOM üzerinde etkilerinin olduğu görülmektedir.

Çizelge 21. Spor Tesis Çevresinin Etkileyen Faktörlerin WOM Üzerine Etkisi

Bağımlı Değişken						
WOM						
Faktörler	Std. β	t	p	R ²	Ayarlanmış R ²	F
Tesis Estetiği	.318	8.824	.000**	.354	.308	38.928**
Mekân İçi Erişilebilirlik	.291	8.058	.000**			
Koltuk Konforu	.135	3.754	.000**			
Skorbord Kalitesi	.185	5.140	.000**			
Otopark	.272	7.537	.000**			
İşaretler ve Yönlendirme levhaları	.165	4.579	.000**			
Davranışsal Niyet	-.122	-3.377	.001**			
Sabit		144.680	.000**			

**p< 0.01

Spor Tesisinden Elde Edilen Memnuniyetin WOM Üzerine Etkisi

Spor tesisinden elde edilen memnuniyetin WOM üzerinde etkisini belirlemek amacıyla çoklu regresyon analizi uygulanmıştır. Yapılan analiz sonuçları **Çizelge 22**'de gösterilmektedir.

Spor tesisinden elde edilen WOM üzerine etkisini ortaya koyan regresyon analiz (F= 8003.027; p<0.01) değerleri incelendiğinde tesisten elde edilen memnuniyetle WOM arasındaki ilişkinin istatistiksel olarak anlamlı olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Spor tesisinden elde edilen memnuniyetin "WOM" bağımlı değişkeninin tamamının % 94'ünü açıkladığı **Çizelge 22** incelendiğinde anlaşılmaktadır.

Regresyona ilişkin standardize edilmiş beta (β) değerleri incelendiğinde; spor tesisinden elde edilen memnuniyetin ($\beta= 0.969$; p< 0.01) WOM üzerinde güçlü bir etkiye sahip olduğu anlaşılmaktadır.

Çizelge 22. Spor Tesisinden Elde Edilen Memnuniyetin WOM Üzerine Etkisi

Bağımlı Değişken						
WOM						
Faktörler	Std. β	t	p	R ²	Ayarlanmış R ²	F
Memnuniyet	.969	89.460	.000**	.940	.940	8003.027**
Sabit		478.233	.000**			

**p< 0.01

Spor Tesis Çevresi Faktörlerinin Demografik Özelliklere ve Müsabaka İzleme Sıklığına Göre Farklılaşma Durumu

Spor Tesis Çevresi faktörlerinin, araştırmaya katılanların cinsiyet, yaş, eğitim durumu, meslek, aylık ortalama gelir durumu gibi demografik özelliklerine ve müsabaka izlemeye katılım sıklığına göre farklılaşma durumunu ortaya koymak amacıyla t-testi ve ANOVA'dan yararlanılmıştır.

Spor tesis çevresi faktörlerinin cinsiyete göre farklılaşma durumu

Spor tesis çevresini etkileyen faktörlerin cinsiyete göre farklılaşma durumlarını incelemek amacıyla uygulanan t-testi sonuçlarını gösteren **Çizelge 23** incelendiğinde; birinci faktör olan “tesis estetiği” cinsiyete göre farklılık (t= 2.500; p< 0.05) gösterdiği tespit edilmiştir. “Tesis estetiği” faktörüne ilişkin erkek katılımcıların ortalaması 4.0146 (S.S.= .77987), kadın katılımcıların ortalaması ise 3.8235 (S.S.= .82171)'tir.

Çizelge 23'de yer almakta olan “mekân içi erişilebilirlik”, “koltuk konforu”, “skorbord kalitesi”, “otopark”, “işaretler ve yönlendirme levhaları”, “davranışsal niyet” faktörlerinin cinsiyete göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık (p> 0.05) göstermediği görülmektedir.

Çizelge 23. Spor Tesis Çevresi Faktörlerinin Cinsiyete Göre Farklılaşma Durumu

Faktörler		N	Ortalama	Standart Sapma	t	p
Tesis Estetiği	E	366	4.0146	.77987	2.500	.013*
	K	152	3.8235	.82171		
Mekân İçi Erişilebilirlik	E	366	4.0115	.60489	1.188	.235
	K	152	3.9430	.57866		
Koltuk Konforu	E	366	3.6084	.84978	.541	.589
	K	152	3.5636	.87568		
Skorbord kalitesi	E	366	4.0198	.80552	-.501	.617
	K	152	4.0570	.66607		
Otopark	E	366	4.0173	.80976	1.791	.074
	K	152	3.8794	.76969		
İşaretler ve Yönlendirme Levhaları	E	366	4.0574	.83140	-.319	.750
	K	152	4.0822	.75126		
Davranışsal Niyet	E	366	2.5779	1.19133	1.267	.206
	K	152	2.4309	1.22616		

*p< 0.05

(5= Kesinlikle Katılıyorum; 1= Kesinlikle Katılmıyorum)

E= Erkek; K= Kadın

Spor tesis çevresi faktörlerinin yaş gruplarına göre farklılaşma durumu

Spor tesis çevresini etkileyen faktörlerin yaş gruplarına göre farklılaşma durumunu ortaya çıkarmak amacıyla tek yönlü varyans analizi ANOVA'dan yararlanılmıştır. Analiz sonuçlarına göre; “mekân içi erişilebilirlik”, “koltuk konforu”, “skorbord kalitesi”, “otopark” faktörlerinde yaş gruplarına göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunduğu **Çizelge 24**'de gösterilmiştir.

ANOVA sonuçlarının gösterildiği **Çizelge 24** incelendiğinde “Tesis estetiği” faktörünün yaş gruplarına göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık ($F= 2.680$; $p< 0.05$) gösterdiği tespit edilmiştir. Yaş gruplarının ortalamaları incelendiğinde en yüksek ortalama 4.2927 (S.S.= .54507) ile 46 yaş ve üzeri grubuna ait bulunmuştur. En düşük ortalama ise 3.9287 (S.S.= .80420) ile 25 yaş ve altı grubuna ait olarak bulunmuştur.

“Mekân içi erişilebilirlik” faktörünün yaş gruplarına göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık ($F= 5.076$; $p< 0.05$) gösterdiği tespit edilmiştir. Yaş gruplarının ortalamaları incelendiğinde en yüksek ortalama 4.2821 (S.S.= .50604) ile 46 yaş ve üzeri grubuna ait bulunmuştur. En düşük ortalama ise 3.9381 (S.S.= .57636) ile 25 yaş ve altı grubuna ait olarak bulunmuştur.

“Koltuk konforu” faktörünün yaş gruplarına göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık ($F= 5.221$; $p< 0.05$) gösterdiği tespit edilmiştir. Yaş gruplarının ortalamaları incelendiğinde en yüksek ortalama 4.0705 (S.S.= .61758) ile 46 yaş ve üzeri grubuna ait bulunmuştur. En düşük ortalama ise 3.5174 (S.S.= .86844) ile 25 yaş ve altı grubuna ait olarak bulunmuştur.

Çizelge 24. Spor Tesis Çevresi Faktörlerinin Yaş Gruplarına Göre Farklılaşma Durumu

Faktörler	N	Ortalama	Standart Sapma	F	p	Post Hoc	
Tesis Estetiği	25 ve <	325	3.9287	.80420	2.680	.046*	
	26-35	94	3.8963	.81022			
	36-45	59	3.9831	.82898			
	46 ve >	39	4.2927	.54507			
Mekân İçi Erişilebilirlik	25 ve <	325	3.9381	.57636	5.076	.002**	1-2.4
	26-35	94	3.9628	.66224			
	36-45	59	4.1215	.58952			
	46 ve >	39	4.2821	.50604			
Koltuk Konforu	25 ve <	325	3.5174	.86844	5.221	.001**	1-4 2-4
	26-35	94	3.6108	.78359			
	36-45	59	3.6822	.95008			
	46 ve >	39	4.0705	.61758			
Skorbord kalitesi	25 ve <	325	3.9318	.80252	6.257	.000**	1-4
	26-35	94	4.1020	.73101			
	36-45	59	4.1992	.64290			
	46 ve >	39	4.4038	.55493			
Otopark	25 ve <	325	3.8574	.81346	7.346	.000**	1-2 3-4
	26-35	94	4.1383	.71410			
	36-45	59	4.1808	.80306			
	46 ve >	39	4.2991	.67014			
İşaretler ve Yönlendirme Levhaları	25 ve <	325	4.0323	.80778	2.028	.109	
	26-35	94	4.1011	.77799			
	36-45	59	3.9831	.89523			
	46 ve >	39	4.3462	.69919			
Davranışsal Niyet	25 ve <	325	2.5369	1.20769	.908	.437	
	26-35	94	2.4947	1.19698			
	36-45	59	2.3814	1.10773			
	46 ve >	39	2.7821	1.26072			

*p< 0.05 ; **p< 0.01

“Skorbord kalitesi” faktörünün yaş gruplarına göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık (F= 6.257; p< 0.05) gösterdiği tespit edilmiştir. Yaş gruplarının ortalamaları incelendiğinde en yüksek ortalama 4.4038 (S.S.= .55493) ile 46 yaş ve üzeri grubuna ait bulunmuştur. En düşük ortalama ise 3.9318 (S.S.= .80252) ile 25 yaş ve altı grubuna ait olarak bulunmuştur.

“Otopark” faktörünün yaş gruplarına göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık (F= 7.346; p< 0.05) gösterdiği tespit edilmiştir. Yaş gruplarının ortalamaları incelendiğinde en yüksek ortalama 4.2991 (S.S.= .67014) ile 46 yaş ve üzeri grubuna ait bulunmuştur. En düşük ortalama ise 3.9318 (S.S.= .81346) ile 25 yaş ve altı grubuna ait olarak bulunmuştur.

Yapılan analiz sonucunda, “işaretler ve yönlendirme levhaları” ve “davranışsal niyet” faktörlerine göre yaş grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık (p> 0.05) bulunamamıştır.

Spor tesis çevresi faktörlerinin hangi yaş gruplarına göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık gösterdiğini ortaya çıkarmak amacıyla “Post Hoc” testlerinden yararlanılmıştır. Varyansların eşit olduğu varsayımı temelinde ANOVA yapılan ve anlamlı (p< 0.01; p< 0.05) fark çıkan değişkenlere Scheffe testi uygulanmıştır.

Çizelgelerdeki gruplar seçenek sırası temelinde raporlanmıştır. Örneğin, 25 yaş ve altında olanlar 1, 26-35 yaş grubu 2, 36-45 yaş grubu 3, 46 ve üzeri yaşında olanlar 4 olacak şekilde Post Hoc değerlendirmesi yapılmıştır. Tezin tamamında bu sistematik uygulanmıştır.

Scheffe testi sonuçlarına göre; “Mekân içi erişilebilirlik” faktöründe, 46 yaş ve üzeri katılımcılar ile 25 yaş ve altı katılımcılar arasında, 46 yaş ve üzeri katılımcılar ile 26-35 yaş grubundaki katılımcılar arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmuştur. “Koltuk konforu” faktöründe, 46 yaş ve üzeri katılımcılar ile 25 yaş ve altı katılımcılar arasında, 46 yaş ve üzeri katılımcılar ile 26-35 yaş grubundaki katılımcılar arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmuştur. “Skorbord kalitesi” faktöründe, 46 yaş ve üzeri katılımcılar ile 25 yaş ve altı arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmuştur. “Otopark” faktöründe, 25 yaş ve altı katılımcılar ile 26-35, 36-45 ve 46 yaş ve üzeri katılımcılar arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmuştur. “Koltuk konforu” faktöründe, 46 yaş ve üzeri katılımcılar ile 25 yaş ve altı katılımcılar arasında, 46 yaş ve üzeri katılımcılar ile 26-35 yaş grubundaki katılımcılar arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmuştur. “Tesis estetiği” faktöründe ise, ANOVA testi sonucunda istatistiksel olarak anlamlı farklılık ($p < 0.05$) bulunmasına rağmen yapılan çoklu karşılaştırma testi sonucunda yaş grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık tespit edilememiştir.

Spor tesis çevresi faktörlerinin meslek gruplarına göre farklılaşma durumu

Spor tesis çevresini etkileyen faktörlerin meslek gruplarına göre farklılaşma durumunu ortaya çıkarmak amacıyla tek yönlü varyans analizi ANOVA’dan yararlanılmıştır. Analiz sonuçlarının gösterildiği **Çizelge 25** incelendiğinde “mekân içi erişilebilirlik”, “koltuk konforu”, “skorbord kalitesi”, “otopark” ve “işaretler ve yönlendirme levhaları” faktörlerinde meslek gruplarına göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunduğu tespit edilmiştir.

Çizelge 25 incelendiğinde; “Mekân içi erişilebilirlik” faktörünün meslek gruplarına göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık ($F= 2.930$; $p < 0.05$) gösterdiği tespit edilmiştir. Meslek gruplarının ortalamaları incelendiğinde en yüksek ortalama 4.4386 (S.S.= .46218) ile emekli grubuna ait bulunmuştur. En düşük ortalama ise 3.9484 (S.S.= .58014) ile öğrenci grubuna ait olarak bulunmuştur.

“Koltuk konforu” faktörünün meslek gruplarına göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık ($F= 3.821$; $p < 0.05$) gösterdiği tespit edilmiştir. Meslek gruplarının ortalamaları incelendiğinde en yüksek ortalama 4.0921 (S.S.= .59049) ile emekli grubuna ait bulunmuştur. En düşük ortalama ise 3.892 (S.S.= .86449) ile öğrenci grubuna ait olarak bulunmuştur.

“Skorbord kalitesi” faktörünün meslek gruplarına göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık ($F= 2.942$; $p < 0.05$) gösterdiği tespit edilmiştir. Meslek gruplarının ortalamaları incelendiğinde en yüksek ortalama 4.5000 (S.S.= .51370) ile emekli grubuna ait bulunmuştur. En düşük ortalama ise 3.9355 (S.S.= .70995) ile yönetici grubuna ait olarak bulunmuştur.

“Otopark” faktörünün meslek gruplarına göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık ($F= 3.591$; $p < 0.05$) gösterdiği tespit edilmiştir. Meslek gruplarının ortalamaları incelendiğinde en yüksek ortalama 4.3684 (S.S.= .64688) ile emekli grubuna ait

bulunmuştur. En düşük ortalama ise 3.8600 (S.S.= .81811) ile öğrenci grubuna ait olarak bulunmuştur.

“İşaretler ve yönlendirme levhaları” faktörünün meslek gruplarına göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık ($F= 3.039$; $p< 0.05$) gösterdiği tespit edilmiştir. Meslek gruplarının ortalamaları incelendiğinde en yüksek ortalama 4.6053 (S.S.= .42749) ile emekli grubuna ait bulunmuştur. En düşük ortalama ise 3.8793 (S.S.= 1.07450) ile serbest meslek grubuna ait olarak bulunmuştur.

Yapılan analiz sonucunda, “tesis estetiği” ve “davranışsal niyet” faktörlerine göre meslek grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık ($p> 0.05$) bulunamamıştır.

Scheffe testi sonuçlarına göre; “Mekân içi erişilebilirlik” faktöründe, emekli meslek grubu ile öğrenci meslek grubu arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmuştur. “Skorbord kalitesi”, “otopark” ve “işaretler ve yönlendirme levhaları” faktörlerinde ise, ANOVA testi sonucunda istatistiksel olarak anlamlı farklılık ($p< 0.05$) bulunmasına rağmen yapılan çoklu karşılaştırma testi sonucunda meslek grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık tespit edilememiştir.

Çizelge 25. Spor Tesis Çevresi Faktörlerinin Meslek Gruplarına Göre Farklılaşma Durumu

Faktörler		N	Ortalama	Standart Sapma	F	p	Post Hoc
Tesis Estetiği	Memur	86	3.8663	.84514	1.478	.195	
	İşçi	53	4.0047	.90071			
	Emekli	19	4.4035	.47731			
	Yönetici	31	3.9194	.71411			
	Serbest Meslek	29	3.9483	.71770			
	Öğrenci	300	3.9536	.78975			
Mekan İçi Erişilebilirlik	Memur	86	4.0233	.57631	2.930	.013*	3-5
	İşçi	53	4.0849	.58436			
	Emekli	19	4.4386	.46218			
	Yönetici	31	3.9086	.80604			
	Serbest Meslek	29	3.9655	.58313			
	Öğrenci	300	3.9484	.58014			
Koltuk Konforu	Memur	86	3.5891	.95954	3.821	.002**	
	İşçi	53	3.8899	.59192			
	Emekli	19	4.0921	.59049			
	Yönetici	31	3.6774	.77512			
	Serbest Meslek	29	3.7586	.88004			
	Öğrenci	300	3.4892	.86449			
Skorbord kalitesi	Memur	86	4.1105	.70042	2.942	.013*	
	İşçi	53	4.0849	.87561			
	Emekli	19	4.5000	.51370			
	Yönetici	31	3.9355	.70995			
	Serbest Meslek	29	4.2701	.69745			
	Öğrenci	300	3.9553	.78050			
Otopark	Memur	86	4.1047	.78426	3.591	.003**	
	İşçi	53	4.1384	.73796			
	Emekli	19	4.3684	.64688			
	Yönetici	31	4.1828	.78805			
	Serbest Meslek	29	4.0345	.67462			
	Öğrenci	300	3.8600	.81811			
İşaretler ve Yönlendirme Levhaları	Memur	86	4.0116	.85398	3.039	.010*	
	İşçi	53	4.2736	.71094			
	Emekli	19	4.6053	.42749			
	Yönetici	31	4.1129	.81353			
	Serbest Meslek	29	3.8793	1.07450			
	Öğrenci	300	4.0217	.78470			
Davranışsal Niyet	Memur	86	2.7267	1.18485	.985	.426	
	İşçi	53	2.6698	1.23625			
	Emekli	19	2.5000	1.28019			
	Yönetici	31	2.3065	1.17386			
	Serbest Meslek	29	2.6207	1.20011			
	Öğrenci	300	2.4733	1.19962			

*p< 0.05 ; **p< 0.01

Spor tesis çevresi faktörlerinin eğitim durumlarına göre farklılaşma durumu

Spor tesis çevresini etkileyen faktörlerin eğitim durumlarına göre farklılaşma durumunu ortaya çıkarmak amacıyla tek yönlü varyans analizi ANOVA'dan yararlanılmıştır. Analiz sonuçlarının gösterildiği **Çizelge 26** incelendiğinde; “otopark” faktöründe katılımcıların eğitim durumuna göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunduğu tespit edilmiştir.

Çizelge 26 incelendiğinde; beşinci faktör olan “otopark” faktörünün katılımcıların eğitim durumlarına göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık ($F= 3.785$; $p< 0.05$) gösterdiği tespit edilmiştir. Katılımcıların eğitim durumları ortalamaları incelendiğinde en yüksek ortalama 4.6667 (S.S.= .58794) ile ilköğretim veya daha düşük eğitim seviyesine ait olarak bulunmuştur. En düşük ortalama ise 3.8297 (S.S.= .94732) ile lise eğitim seviyesine ait olarak bulunmuştur.

Yapılan analiz sonucunda, “tesis estetiği”, “mekân içi erişilebilirlik”, “koltuk konforu”, “skorbord kalitesi”, “işaretler ve yönlendirme levhaları” ve “davranışsal niyet” faktörlerine göre katılımcıların eğitim durumu arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık ($p> 0.05$) bulunamamıştır.

Scheffe testi sonuçlarına göre; “otopark” faktöründe, lise mezunları ve ilköğretim veya daha düşük eğitim seviyesi arasında anlamlı farklılık bulunmuştur.

Çizelge 26. Spor Tesis Çevresi Faktörlerinin Eğitim Durumlarına Göre Farklılaşma Durumu

Faktörler		N	Ortalama	Standart Sapma	F	p	Post Hoc
Tesis Estetiği	İlköğretim ve <	10	4.2500	.64550	.859	.462	
	Lise	92	3.9529	.77293			
	Üniversite	347	3.9736	.79912			
	Lisansüstü	68	3.8566	.83456			
Mekan İçi Erişilebilirlik	İlköğretim ve <	10	4.1167	.62386	.465	.707	
	Lise	92	4.0163	.61526			
	Üniversite	347	3.9732	.58189			
	Lisansüstü	68	4.0417	.65308			
Koltuk Konforu	İlköğretim ve <	10	3.7250	1.07011	2.574	.053	
	Lise	92	3.8080	.71288			
	Üniversite	347	3.5341	.87350			
	Lisansüstü	68	3.5993	.89269			
Skorbord kalitesi	İlköğretim ve <	10	4.2750	.82874	.814	.486	
	Lise	92	3.9620	.81784			
	Üniversite	347	4.0250	.76482			
	Lisansüstü	68	4.1078	.71701			
Otopark	İlköğretim ve <	10	4.6667	.58794	3.785	.010*	1-2
	Lise	92	3.8297	.94732			
	Üniversite	347	3.9817	.75306			
	Lisansüstü	68	4.0539	.79720			
İşaretler ve Yönlendirme Levhaları	İlköğretim ve <	10	3.8500	1.13162	1.166	.322	
	Lise	92	4.1304	.83162			
	Üniversite	347	4.0836	.75183			
	Lisansüstü	68	3.9265	.97837			
Davranışsal Niyet	İlköğretim ve <	10	1.9000	.90676	1.279	.281	
	Lise	92	2.4402	1.25978			
	Üniversite	347	2.5605	1.19999			
	Lisansüstü	68	2.6176	1.16900			

* $p< 0.05$

Spor tesis çevresi faktörlerinin katılımcıların aylık ortalama gelirlerine göre farklılaşma durumu

Spor tesis çevresini etkileyen faktörlerin katılımcıların aylık ortalama gelirlerine göre farklılaşma durumunu ortaya çıkarmak amacıyla tek yönlü varyans analizi ANOVA'dan yararlanılmıştır. Analiz sonuçlarının gösterildiği **Çizelge 27** incelendiğinde; “mekân içi erişilebilirlik”, “koltuk konforu” ve “otopark” faktörlerinde katılımcıların aylık ortalama gelirlerine göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunduğu tespit edilmiştir.

Çizelge 27 incelendiğinde; “mekân içi erişilebilirlik” faktörünün katılımcıların aylık ortalama gelirlerine göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık ($F= 2.425$; $p< 0.05$) gösterdiği tespit edilmiştir. Katılımcıların aylık gelir ortalamaları incelendiğinde en yüksek ortalama 4.1164 (S.S.= .62047) ile 3001 TL ve üzeri gelir seviyesine ait olarak bulunmuştur. En düşük ortalama ise 3.9049 (S.S.= .58844) ile 1000TL ve daha altı gelir seviyesine ait olarak bulunmuştur.

“Koltuk konforu” faktörünün katılımcıların aylık ortalama gelirlerine göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık ($F= 2.610$; $p< 0.05$) gösterdiği tespit edilmiştir. Katılımcıların aylık gelir ortalamaları incelendiğinde en yüksek ortalama 3.7855 (S.S.= .69574) ile 1001TL-2000TL gelir seviyesine ait olarak bulunmuştur. En düşük ortalama ise 3.4758 (S.S.= .90583) ile 1000TL ve daha altı gelir seviyesine ait olarak bulunmuştur.

“Otopark” faktörünün katılımcıların aylık ortalama gelirlerine göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık ($F= 3.767$; $p< 0.05$) gösterdiği tespit edilmiştir. Katılımcıların aylık gelir ortalamaları incelendiğinde en yüksek ortalama 4.2381 (S.S.= .82399) ile 3000TL veya üzeri gelir seviyesine ait olarak bulunmuştur. En düşük ortalama ise 3.8419 (S.S.= .75934) ile gelirini beyan etmeyen katılımcılara ait olarak bulunmuştur.

Yapılan analiz sonucunda, “tesis estetiği”, “skorbord kalitesi”, “işaretler ve yönlendirme levhaları” ve “davranışsal niyet” faktörlerine göre katılımcıların aylık ortalama gelirleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık ($p> 0.05$) bulunamamıştır.

Scheffe testi sonuçlarına göre; “otopark” faktöründe, 1000Tl veya daha altı gelire sahip katılımcılar ile 3000TL ve üzeri gelir seviyesine sahip olan katılımcılar arasında olduğu tespit edilmiştir.

“Mekân içi erişilebilirlik”, “koltuk konforu” faktörlerinde ise, ANOVA testi sonucunda istatistiksel olarak anlamlı farklılık ($p< 0.05$) bulunmasına rağmen yapılan çoklu karşılaştırma testi sonucunda gelir seviyesi arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık tespit edilememiştir.

Çizelge 27. Spor Tesis Çevresi Faktörlerinin Katılımcıların Aylık Ortalama Gelirlerine Göre Farklılaşma Durumu

Faktörler		N	Ortalama	Standart Sapma	F	p	Post Hoc
Tesis Estetiği	Beyan Etmeyen	97	3.8385	.86701	1.579	.178	
	1000 ve <	196	4.0570	.73138			
	1001-2000	108	3.9699	.78294			
	2001-3000	54	3.8796	.87516			
	3001 ve >	63	3.8849	.81546			
Mekan İçi Erişilebilirlik	Beyan Etmeyen	97	4.0601	.57644	2.425	.047	
	1000 ve <	196	3.9049	.58844			
	1001-2000	108	4.0448	.57084			
	2001-3000	54	3.9290	.65924			
	3001 ve >	63	4.1164	.62047			
Koltuk Konforu	Beyan Etmeyen	97	3.5515	.83692	2.610	.035*	
	1000 ve <	196	3.4758	.90583			
	1001-2000	108	3.7855	.69574			
	2001-3000	54	3.6065	.85727			
	3001 ve >	63	3.6984	.93343			
Skorbord kalitesi	Beyan Etmeyen	97	4.0052	.72347	1.391	.236	
	1000 ve <	196	3.9881	.80516			
	1001-2000	108	4.0208	.77859			
	2001-3000	54	4.0046	.81190			
	3001 ve >	63	4.2421	.64753			
Otopark	Beyan Etmeyen	97	3.8419	.75934	3.767	.005**	2-5
	1000 ve <	196	3.8827	.86420			
	1001-2000	108	4.0432	.69875			
	2001-3000	54	4.1235	.70129			
	3001 ve >	63	4.2381	.82399			
İşaretler ve Yönlendirme Levhaları	Beyan Etmeyen	97	4.1134	.78231	.305	.874	
	1000 ve <	196	4.0357	.79502			
	1001-2000	108	4.0278	.79963			
	2001-3000	54	4.1296	.74089			
	3001 ve >	63	4.0873	.96110			
Davranışsal Niyet	Beyan Etmeyen	97	2.4485	1.21511	.504	.733	
	1000 ve <	196	2.5357	1.23153			
	1001-2000	108	2.6250	1.19212			
	2001-3000	54	2.4074	1.10775			
	3001 ve >	63	2.6190	1.20387			

*p< 0.05 ; **p< 0.01

Spor tesis çevresi faktörlerinin katılımcıların müsabaka izleme sıklıklarına göre farklılaşma durumu

Spor tesis çevresini etkileyen faktörlerin katılımcıların müsabaka izleme sıklıklarına göre farklılaşma durumunu ortaya çıkarmak amacıyla tek yönlü varyans analizi ANOVA'dan yararlanılmıştır. Analiz sonuçlarının gösterildiği **Çizelge 28** incelendiğinde; “tesis estetiği”, “mekân içi erişilebilirlik”, “koltuk konforu”, “otopark”, “işaretler ve yönlendirme levhaları” faktörlerinde katılımcıların müsabaka izleme sıklıklarına göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunduğu tespit edilmiştir.

Çizelge 28 incelendiğinde; “tesis estetiği” faktörünün katılımcıların müsabaka izleme sıklıklarına göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık ($F= 2.820$; $p< 0.05$) gösterdiği tespit edilmiştir. Katılımcıların müsabaka izleme ortalamaları incelendiğinde en yüksek ortalama 4.2905 (S.S.= .64419) ile tesiste 11 kez ve daha fazla müsabaka izleyen katılımcılarda bulunmuştur. En düşük ortalama ise 3.8979 (S.S.= .86271) ile tesiste 3 ve daha az müsabaka izleyen katılımcılara ait olarak bulunmuştur.

“Mekân içi erişilebilirlik” faktörünün katılımcıların müsabaka izleme sıklıklarına göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık ($F= 4.533$; $p< 0.05$) gösterdiği tespit edilmiştir. Katılımcıların müsabaka izleme ortalamaları incelendiğinde en yüksek ortalama 4.2838 (S.S.= .65010) ile tesiste 11 kez ve daha fazla müsabaka izleyen katılımcılarda bulunmuştur. En düşük ortalama ise 3.9203 (S.S.= .59790) ile tesiste 3 ve daha az müsabaka izleyen katılımcılara ait olarak bulunmuştur.

“Koltuk konforu” faktörünün katılımcıların müsabaka izleme sıklıklarına göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık ($F= 3.361$; $p< 0.05$) gösterdiği tespit edilmiştir. Katılımcıların müsabaka izleme ortalamaları incelendiğinde en yüksek ortalama 3.9910 (S.S.= .74271) ile tesiste 11 kez ve daha fazla müsabaka izleyen katılımcılarda bulunmuştur. En düşük ortalama ise 3.5020 (S.S.= .78774) ile tesiste 7-10 müsabaka izleyen katılımcılara ait olarak bulunmuştur.

“Otopark” faktörünün katılımcıların müsabaka izleme sıklıklarına göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık ($F= 2.807$; $p< 0.05$) gösterdiği tespit edilmiştir. Katılımcıların müsabaka izleme ortalamaları incelendiğinde en yüksek ortalama 4.1982 (S.S.= .67339) ile tesiste 11 kez ve daha fazla müsabaka izleyen katılımcılarda bulunmuştur. En düşük ortalama ise 3.8986 (S.S.= .78555) ile tesiste 3 ve daha az müsabaka izleyen katılımcılara ait olarak bulunmuştur.

“İşaretler ve yönlendirme levhaları” faktörünün katılımcıların müsabaka izleme sıklıklarına göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık ($F= 3.087$; $p< 0.05$) gösterdiği tespit edilmiştir. Katılımcıların müsabaka izleme ortalamaları incelendiğinde en yüksek ortalama 4.4459 (S.S.= .71476) ile tesiste 11 kez ve daha fazla müsabaka izleyen katılımcılarda bulunmuştur. En düşük ortalama ise 4.0079 (S.S.= .83091) ile tesiste 4-6 müsabaka izleyen katılımcılara ait olarak bulunmuştur.

Yapılan analiz sonucunda, “skorbord kalitesi” ve “davranışsal niyet” faktörleri ile katılımcıların müsabaka izleme sıklıkları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık ($p> 0.05$) bulunmamıştır.

Scheffe testi sonuçlarına göre; “tesis estetiği” faktöründe, tesiste 3 ve daha az müsabaka izleyen katılımcılar ile tesiste 11 kez ve daha fazla müsabaka izleyen katılımcılar arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmuştur. “Mekân içi erişilebilirlik” faktöründe, 3 ve daha az müsabaka izleyen katılımcılar ile tesiste 11 kez ve daha fazla müsabaka izleyen katılımcılar arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmuştur. “Koltuk konforu” faktöründe, tesiste 3 ve daha az müsabaka izleyen katılımcılar ile tesiste 11 kez ve daha fazla müsabaka izleyen katılımcılar arasında, tesiste 4-6 kez müsabaka izleyen katılımcılar ile tesiste 11 kez ve daha fazla müsabaka izleyen katılımcılar arasında, tesiste 7-10 kez müsabaka izleyen katılımcılar ile tesiste 11 kez ve daha fazla müsabaka izleyen katılımcılar arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmuştur. Son olarak,

altıncı faktör olan “İşaretler ve yönlendirme tabelaları” faktöründe tesiste 3 ve daha az müsabaka izleyen katılımcılar ile tesiste 11 kez ve daha fazla müsabaka izleyen katılımcılar arasında, tesiste 4-6 kez müsabaka izleyen katılımcılar ile tesiste 11 kez ve daha fazla müsabaka izleyen katılımcılar arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmuştur.

“Otopark” faktöründe ise, ANOVA testi sonucunda istatistiksel olarak anlamlı farklılık ($p < 0.05$) bulunmasına rağmen yapılan çoklu karşılaştırma testi sonucunda tesiste izlenen müsabaka sıklığı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık tespit edilememiştir.

Çizelge 28. Spor Tesis Çevresi Faktörlerinin Katılımcıların Müsabaka İzleme Sıklıklarına Göre Farklılaşma Durumu

Faktörler	N	Ortalama	Standart Sapma	F	p	Post Hoc	
Tesis Estetiği	3 ve az	253	3.8979	.86271	2.820	.038*	1-4
	4-6	127	4.0020	.63737			
	7-10	101	3.9340	.82994			
	11 ve daha fazla	37	4.2905	.64419			
Mekan İçi Erişilebilirlik	3 ve az	253	3.9203	.59790	4.533	.004**	1-4
	4-6	127	4.0407	.54745			
	7-10	101	4.0003	.60657			
	11 ve daha fazla	37	4.2838	.65010			
Koltuk Konforu	3 ve az	253	3.6080	.88027	3.361	.019*	4-1.2.3
	4-6	127	3.5020	.78774			
	7-10	101	3.5355	.88861			
	11 ve daha fazla	37	3.9910	.74271			
Skorbord kalitesi	3 ve az	253	4.0178	.78019	1.600	.188	
	4-6	127	4.1240	.60411			
	7-10	101	3.9134	.90653			
	11 ve daha fazla	37	4.1194	.77019			
Otopark	3 ve az	253	3.8986	.78555	2.807	.039*	
	4-6	127	4.0971	.77221			
	7-10	101	3.9406	.88619			
	11 ve daha fazla	37	4.1982	.67339			
İşaretler ve Yönlendirme Levhaları	3 ve az	253	4.0375	.78526	3.087	.027*	4-1.2
	4-6	127	4.0079	.83091			
	7-10	101	4.0644	.84162			
	11 ve daha fazla	37	4.4459	.71476			
Davranışsal Niyet	3 ve az	253	2.4506	1.14284	1.180	.317	
	4-6	127	2.6693	1.28826			
	7-10	101	2.6139	1.16808			
	11 ve daha fazla	37	2.4324	1.37013			

* $p < 0.05$; ** $p < 0,01$

Tesisten Elde Edilen Memnuniyet Düzeyinin Demografik Özelliklere ve Müsabaka İzleme Sıklığına Göre Farklılaşma Durumu

Tesisten elde edilen memnuniyet düzeyinin, araştırmaya katılanların cinsiyet, yaş, eğitim durumu, meslek, aylık ortalama gelir durumu gibi demografik özelliklerine ve müsabaka izlemeye katılım sıklığına göre farklılaşma durumunu ortaya koymak amacıyla t-testi ve ANOVA’dan yararlanılmıştır.

Tesisten elde edilen memnuniyet düzeyinin cinsiyete göre farklılaşma durumu

Tesisten elde edilen memnuniyet düzeyinin cinsiyete göre farklılaşma durumlarını incelemek amacıyla uygulanan t-testi sonuçlarını gösteren **Çizelge 29** incelendiğinde tesisten elde edilen memnuniyet düzeyinin katılımcıların cinsiyetine göre farklılık ($p > 0.05$) göstermediği tespit edilmiştir.

Çizelge 29. Tesisten Elde Edilen Memnuniyet Düzeyinin Cinsiyete Göre Farklılaşma Durumu

Faktör		N	Ortalama	Standart Sapma	t	p
Memnuniyet	E	366	3.9896	.73380	-1.769	.077
	K	152	4.1105	.64193		

(5= Kesinlikle Katılıyorum; 1= Kesinlikle Katılmıyorum)

E= Erkek; K= Kadın

Tesisten elde edilen memnuniyet düzeyinin katılımcıların yaş gruplarına göre farklılaşma durumu

Tesisten elde edilen memnuniyet düzeyinin katılımcıların yaş gruplarına göre farklılaşma durumunu ortaya çıkarmak amacıyla tek yönlü varyans analizi ANOVA'dan yararlanılmıştır. Analiz sonuçlarına göre; tesisten elde edilen memnuniyet düzeyi ile katılımcıların yaş grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık ($p > 0.05$) bulunmadığı **Çizelge 30**'da görülmektedir.

Çizelge 30. Tesisten Elde Edilen Memnuniyet Düzeyinin Yaş Gruplarına Göre Farklılaşma Durumu

Faktör		N	Ortalama	Standart Sapma	F	p
Memnuniyet	25 ve <	325	3.9846	.71893	2.548	.055
	26-35	94	4.0447	.67148		
	36-45	59	4.0102	.79170		
	46 ve >	39	4.3128	.50844		

(5= Kesinlikle Katılıyorum; 1= Kesinlikle Katılmıyorum)

Tesisten Elde Edilen Memnuniyet Düzeyinin Meslek Gruplarına Göre Farklılaşma Durumu

Tesisten elde edilen memnuniyet düzeyinin katılımcıların meslek gruplarına göre farklılaşma durumunu ortaya çıkarmak amacıyla tek yönlü varyans analizi ANOVA'dan yararlanılmıştır. Analiz sonuçlarına göre; tesisten elde edilen memnuniyet düzeyi ile katılımcıların meslek grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık ($p > 0.05$) bulunmadığı **Çizelge 31**'de görülmektedir.

Çizelge 31. Tesisten Elde Edilen Memnuniyet Düzeyinin Meslek Gruplarına Göre Farklılaşma Durumu

Faktör		N	Ortalama	Standart Sapma	F	p
Memnuniyet	Memur	86	3.9023	.79335	2.139	.060
	İşçi	53	4.0943	.68231		
	Emekli	19	4.3789	.46137		
	Yönetici	31	4.2065	.64391		
	Serbest Meslek	29	4.1034	.70634		
	Öğrenci	300	3.9993	.70131		

(5= Kesinlikle Katılıyorum; 1= Kesinlikle Katılmıyorum)

Tesisten Elde Edilen Memnuniyet Düzeyinin Eğitim Durumlarına Göre Farklılaşma Durumu

Tesisten elde edilen memnuniyet düzeyinin katılımcıların eğitim durumlarına göre farklılaşma durumunu ortaya çıkarmak amacıyla tek yönlü varyans analizi ANOVA'dan yararlanılmıştır. Analiz sonuçlarına göre; tesisten elde edilen memnuniyet düzeyi ile katılımcıların eğitim durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık ($p > 0.05$) bulunmadığı **Çizelge 32**'de görülmektedir.

Çizelge 32. Tesisten Elde Edilen Memnuniyet Düzeyinin Eğitim Durumlarına Göre Farklılaşma Durumu

Faktör		N	Ortalama	Standart Sapma	F	p
Memnuniyet	İlköğretim ve <	10	4.3400	.63979	.747	.525
	Lise	92	4.0152	.76229		
	Üniversite	347	4.0127	.67615		
	Lisansüstü	68	4.0588	.81410		

(5= Kesinlikle Katılıyorum; 1= Kesinlikle Katılmıyorum)

Tesisten elde edilen memnuniyet düzeyinin katılımcıların aylık ortalama gelirlerine göre farklılaşma durumu

Tesisten elde edilen memnuniyet düzeyinin katılımcıların aylık ortalama gelirlerine göre farklılaşma durumunu ortaya çıkarmak amacıyla tek yönlü varyans analizi ANOVA'dan yararlanılmıştır. Analiz sonuçlarının gösterildiği **Çizelge 33** incelendiğinde; tesisten elde edilen memnuniyet düzeyi ile katılımcıların aylık ortalama gelirleri arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık ($p > 0.05$) bulunmadığı görülmektedir.

Çizelge 33. Tesisten Elde Edilen Memnuniyet Düzeyinin Katılımcıların Aylık Ortalama Gelirlerine Göre Farklılaşma Durumu

Faktörler		N	Ortalama	Standart Sapma	F	p
Memnuniyet	Beyan Etmeyen	97	.75719	.07688	.851	.493
	1000 ve <	196	.69730	.04981		
	1001-2000	108	.68440	.06586		
	2001-3000	54	.55103	.07499		
	3001 ve >	63	.82841	.10437		

(5= Kesinlikle Katılıyorum; 1= Kesinlikle Katılmıyorum)

Tesisten elde edilen memnuniyet düzeyinin katılımcıların müsabaka izleme sıklıklarına göre farklılaşma durumu

Tesisten elde edilen memnuniyet düzeyinin katılımcıların müsabaka izleme sıklıklarına göre farklılaşma durumunu ortaya çıkarmak amacıyla tek yönlü varyans analizi ANOVA'dan yararlanılmıştır. Analiz sonuçlarının gösterildiği **Çizelge 34** incelendiğinde; tesisten elde edilen memnuniyet düzeyinin katılımcıların müsabaka izleme sıklıklarına göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık ($p < 0.05$) gösterdiği tespit edilmiştir.

Çizelge 34 incelendiğinde; tesisten elde edilen memnuniyet düzeyinin katılımcıların müsabaka izleme sıklıklarına göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık ($F = 3.849$; $p < 0.05$) gösterdiği tespit edilmiştir. Katılımcıların müsabaka izleme ortalamaları incelendiğinde en yüksek ortalama 4.3459 (S.S.= .53468) ile tesiste 11 kez ve daha fazla müsabaka izleyen katılımcılara ait bulunmuştur. En düşük ortalama ise 3.9565 (S.S.= .67124) ile tesiste 3 ve daha az müsabaka izleyen katılımcılara ait olarak bulunmuştur.

Scheffe testi sonuçlarına göre; tesisten elde edilen memnuniyet düzeyinin 3 ve daha az müsabaka izleyen katılımcılar ile tesiste 11 kez ve daha fazla müsabaka izleyen katılımcılar arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmuştur.

Çizelge 34. Tesisten Elde Edilen Memnuniyet Düzeyinin Katılımcıların Müsabaka İzleme Sıklıklarına Göre Farklılaşma Durumu

Faktörler		N	Ortalama	Standart Sapma	F	p	Post Hoc
Memnuniyet	3 ve az	253	3.9565	.67124	3.849	.010*	1-4
	4-6	127	4.0945	.64529			
	7-10	101	3.9921	.88495			
	11 ve daha fazla	37	4.3459	.53468			

* $p < 0.05$

(5= Kesinlikle Katılıyorum; 1= Kesinlikle Katılmıyorum)

WOM'un Demografik Özelliklere ve Müsabaka İzleme Sıklığına Göre Farklılaşma Durumu

WOM'un araştırmaya katılanların cinsiyet, yaş, eğitim durumu, meslek, aylık ortalama gelir durumu gibi demografik özelliklerine ve müsabaka izlemeye

katılım sıklığına göre farklılaşma durumunu ortaya koymak amacıyla t-testi ve ANOVA'dan yararlanılmıştır.

WOM'n cinsiyete göre farklılaşma durumu

WOM'un cinsiyete göre farklılaşma durumlarını incelemek amacıyla uygulanan t-testi sonuçlarını gösteren **Çizelge 35** incelendiğinde WOM'un katılımcıların cinsiyetine göre anlamlı farklılık ($p > 0.05$) göstermediği tespit edilmiştir.

Çizelge 35. WOM'un cinsiyete göre farklılaşma durumu

Faktör		N	Ortalama	Standart Sapma	t	p
Memnuniyet	E	366	4.0046	.76708	1941	.053
	K	152	3.8618	.74924		

(5= Kesinlikle Katılıyorum; 1= Kesinlikle Katılmıyorum)

E= Erkek ; K= Kadın

WOM'un katılımcıların yaş gruplarına göre farklılaşma durumu

WOM'un katılımcıların yaş gruplarına göre farklılaşma durumunu ortaya çıkarmak amacıyla tek yönlü varyans analizi ANOVA'dan yararlanılmıştır. Analiz sonuçlarına göre; WOM ile katılımcıların yaş grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık ($p < 0.01$) bulunduğu **Çizelge 36**'da görülmektedir.

Çizelge 36 incelendiğinde; WOM'un katılımcıların yaş gruplarına göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık ($F = 3.849$; $p < 0.05$) gösterdiği tespit edilmiştir. Katılımcıların yaş ortalamaları incelendiğinde en yüksek ortalama 4.3333 (S.S.= .57226) ile 46 ve üzeri yaş grubunda bulunan katılımcılara ait olarak bulunmuştur. En düşük ortalama ise 3.9005 (S.S.= .75132) ile 25 yaş ve altında bulunan katılımcılara ait olarak bulunmuştur.

Scheffe testi sonuçlarına göre; WOM'un 25 yaş ve altı katılımcılar ile 46 yaş ve üzeri katılımcılar arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmuştur.

Çizelge 36. WOM'un Yaş Gruplarına Göre Farklılaşma Durumu

Faktör		N	Ortalama	Standart Sapma	F	p	Post Hoc
Memnuniyet	25 ve <	325	3.9005	.75132	4.103	.007**	1-4
	26-35	94	4.0319	.82533			
	36-45	59	3.9548	.78652			
	46 ve >	39	4.3333	.57226			

** $p < 0.01$

(5= Kesinlikle Katılıyorum; 1= Kesinlikle Katılmıyorum)

WOM'un Meslek Gruplarına Göre Farklılaşma Durumu

WOM'un katılımcıların meslek gruplarına göre farklılaşma durumunu ortaya çıkarmak amacıyla tek yönlü varyans analizi ANOVA'dan yararlanılmıştır. Analiz sonuçlarına göre; WOM ile katılımcıların meslek grupları arasında

istatistiksel olarak anlamlı farklılık ($p > 0.05$) bulunmadığı **Çizelge 37**'de görülmektedir.

Çizelge 37. WOM'un Meslek Gruplarına Göre Farklılaşma Durumu

Faktör		N	Ortalama	Standart Sapma	F	p
Memnuniyet	Memur	86	3.9341	.84454	2.152	.058
	İşçi	53	4.0252	.83679		
	Emekli	19	4.3684	.42882		
	Yönetici	31	4.1505	.72948		
	Serbest Meslek	29	4.1034	.74591		
	Öğrenci	300	3.9011	.73975		

WOM'un katılımcıların eğitim durumlarına göre farklılaşma durumu

WOM'un katılımcıların eğitim durumlarına göre farklılaşma durumunu ortaya çıkarmak amacıyla tek yönlü varyans analizi ANOVA'dan yararlanılmıştır. Analiz sonuçlarına göre; WOM ile katılımcıların eğitim durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık ($p > 0.05$) bulunmadığı **Çizelge 38**'de görülmektedir.

Çizelge 38. WOM'un Eğitim Durumlarına Göre Farklılaşma Durumu

Faktör		N	Ortalama	Standart Sapma	F	p
WOM	İlköğretim ve <	10	4.2333	.99443	.430	.732
	Lise	92	3.9565	.76271		
	Üniversite	347	3.9606	.75693		
	Lisansüstü	68	3.9461	.78038		

WOM'un katılımcıların aylık ortalama gelirlerine göre farklılaşma durumu

WOM'un katılımcıların aylık ortalama gelirlerine göre farklılaşma durumunu ortaya çıkarmak amacıyla tek yönlü varyans analizi ANOVA'dan yararlanılmıştır. Analiz sonuçlarının gösterildiği **Çizelge 39** incelendiğinde; WOM ile katılımcıların aylık ortalama gelirleri arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık ($p > 0.05$) bulunmadığı görülmektedir.

Çizelge 39. WOM'un Katılımcıların Aylık Ortalama Gelirlerine Göre Farklılaşma Durumu

Faktör		N	Ortalama	Standart Sapma	F	p
WOM	Beyan Etmeyen	97	3.9828	.73025	.897	.466
	1000 ve <	196	3.9558	.74976		
	1001-2000	108	3.8704	.74721		
	2001-3000	54	3.9815	.83532		
	3001 ve >	63	4.0952	.82399		

WOM'un katılımcıların müsabaka izleme sıklıklarına göre farklılaşma durumu

WOM'un katılımcıların müsabaka izleme sıklıklarına göre farklılaşma durumunu ortaya çıkarmak amacıyla tek yönlü varyans analizi ANOVA'dan yararlanılmıştır. Analiz sonuçlarının gösterildiği **Çizelge 40** incelendiğinde; WOM'un katılımcıların müsabaka izleme sıklıklarına göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık ($p < 0.05$) göstermediği tespit edilmiştir.

Çizelge 40. WOM'un Katılımcıların Müsabaka İzleme Sıklıklarına Göre Farklılaşma Durumu

Faktör		N	Ortalama	Standart Sapma	F	p
WOM	3 ve az	253	3.9170	.81035	1.698	.166
	4-6	127	4.0761	.62317		
	7-10	101	3.8977	.77709		
	11 ve daha fazla	37	4.0631	.81588		

TARTIŞMA, SONUÇ ve ÖNERİLER

Araştırmaya katılan basketbol izleyicilerinin cinsiyetlere göre dağılımları incelendiğinde, katılımcıların büyük çoğunluğunun erkeklerden ve 25 ve altı yaş grubundan oluştuğu görülmektedir. Katılımcıların yaş grubuna paralel olarak çoğunluğun öğrenci olduğu, öğrencilerin de büyük çoğunluğunun üniversite eğitimi görenler olduğu belirlenmiştir. Gelir dağılımı incelendiğinde, yaş grupları ile ilişkili olarak katılımcıların aylık gelirlerinin 1000TL ve altında olduğu belirlenmiştir. Son olarak, tesiste izlenen müsabaka sayılarıyla ilgili veriler incelendiğinde, katılımcıların büyük çoğunluğunun tesiste 3 veya daha az kez müsabaka izledikleri sonucuna ulaşılmıştır.

Wakefield ve ark. (1996) spor tesis çevresini etkileyen faktörleri belirlemeye yönelik yaptıkları çalışma otuz madde ve sekiz boyut içermektedir. Belirledikleri bu boyutlar sırasıyla; tesisin ulaşılabilirliği, tesis estetiği, skorboard kalitesi, koltuk konforu, mekan içi erişilebilirlik, boş alan, yönlendirme tabelaları ve işaretler ve davranışsal niyet. Öncelikli amaçlarından biri spor tesisi çevresini etkileyen faktörlerin belirlenmesi olan bu çalışma sonucunda ise yedi faktör ortaya çıkmıştır. Bu faktörler; tesis estetiği, mekân içi erişilebilirlik, koltuk konforu, skorbord kalitesi, otopark, işaretler ve yönlendirme levhaları, davranışsal niyet olarak isimlendirilmiştir. Ortaya çıkan bu yedi faktör ölçek puanları içindeki varyansı büyük oranda açıklamaktadır. Sosyal bilimlerde bu yüzde payının yeterli olduğu söylenebilir. Kullanılan ölçeğin güvenilirliği (Cronbach Alpha) 0.865 olarak hesaplanmıştır. Bu çalışmanın temelini oluşturan Wakefield ve ark. (1996)'nın yaptığı çalışmada yer alan dört ifade yeterli faktör yüküne sahip olmadıklarından dolayı bu çalışmanın sonuçlarında değerlendirilmemiştir. Ayrıca, Wakefield ve ark. (1996)'nın çalışmasında yer alan boş alan faktörü ifadeleri bu çalışmada mekân içi erişilebilirlik faktörü altında yer almıştır. Bunun sebebi çalışmanın uygulandığı örneklemin farklı kültüre ve özelliklere sahip olması olarak belirtilebilir.

Faktör ortalamaları incelendiğinde; işaretler ve yönlendirme levhaları faktörü ilk sırada yer alırken, ardından skorbord kalitesi faktörü gelmektedir. Sonrasında ise sırasıyla, mekân içi erişilebilirlik, otopark, tesis estetiği, koltuk konforu ve davranışsal niyet faktörleri gelmektedir. Ortaya çıkarılan yedi faktörün kendi aralarındaki korelasyon matrisi analizi sonuçları incelendiğinde, tüm faktörler arasında anlamlı bir ilişkinin olduğu ortaya çıkmıştır. Bu ilişkinin davranışsal niyet faktörü hariç diğer faktörlerde pozitif yönlü iken davranışsal niyet faktöründe negatif yönlü olduğu görülmüştür.

Spor tesis çevresini etkileyen faktörlerin katılımcıların demografik özelliklerine ve müsabaka izleme sayılarına göre farklılaşma durumunu ortaya koymak amacıyla t-testi, ANOVA ve Post Hoc analizleri yapılmıştır. T-testi sonuçları incelendiğinde; birinci faktör olan tesis estetiği faktörünün cinsiyete göre farklılık gösterdiği ancak mekân içi erişilebilirlik, koltuk konforu, skorbord kalitesi, otopark, işaretler ve yönlendirme levhaları, davranışsal niyet faktörlerinin cinsiyete göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermediği tespit edilmiştir. Tesis estetiği faktöründe tespit edilen farklılaşmanın nedeni olarak, erkek katılımcıların kadın katılımcılara göre tesis estetiği faktörü altında yer alan ifadelere daha çok katıldıkları olarak söylenebilir.

Katılımcıların yaş gruplarına ilişkin farklılaşma durumları değerlendirildiğinde, mekân içi erişilebilirlik, koltuk konforu, skorbord kalitesi, otopark faktörlerinde anlamlı farklılık bulunduğu, tesis, estetiği, işaretler ve yönlendirme levhaları, davranışsal niyet faktörlerinde istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmadığı tespit edilmiştir. Bu bilgiler doğrultusunda, orta yaş ve üzeri katılımcıların mekân içi erişilebilirlik, koltuk konforu, skorbord kalitesi, otopark faktörleri ifadelerine daha çok katıldıkları görülmüştür. Ancak; tesis estetiği, işaretler ve yönlendirme levhaları ile davranışsal niyet faktörleri altında yer alan ifadelerin yaş faktöründen bağımsız olarak değerlendirildiği söylenebilir.

Spor tesis çevresini etkileyen faktörlerin katılımcıların meslek gruplarına göre farklılaşma durumu değerlendirildiğinde, mekân içi erişilebilirlik, koltuk konforu, skorbord kalitesi, otopark ve işaretler ve yönlendirme levhaları faktörlerinde meslek gruplarına göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmuş, tesis estetiği ve davranışsal niyet faktörlerine göre ise katılımcıların meslek grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamıştır. Bu bilgilere göre, emekli meslek grubunda yer alan katılımcıların diğer meslek gruplarında yer alan katılımcılardan mekân içi erişilebilirlik koltuk konforu, skorbord kalitesi, otopark ve işaretler ve yönlendirme levhaları faktörleri ifadelerine daha çok katıldıkları belirlenmiştir.

Spor tesis çevresini etkileyen faktörlerin katılımcıların eğitim durumlarına göre farklılaşma durumu incelendiğinde: otopark faktörü hariç diğer tüm faktörlerde istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmamıştır. Bu bilgilere göre, ilköğretim seviyesinde eğitim durumuna sahip olan katılımcıların otopark faktörü ifadelerine büyük oranda katıldıkları söylenebilir.

Spor tesis çevresini etkileyen faktörlerin katılımcıların aylık ortalama gelirlerine göre farklılaşma durumlarına bakıldığında, mekân içi erişilebilirlik, koltuk konforu ve otopark faktörlerinde istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunduğu tespit edilmiştir. Ancak, otopark faktörü ifadelerine, 3000TL ve üzeri aylık ortalama gelire sahip olan katılımcılar, mekân içi erişilebilirlik ve koltuk konforu faktörleri ifadelerine oranla çok daha yüksek katılım göstermişlerdir.

Spor tesis çevresi faktörlerinin katılımcıların müsabaka izleme sıklıklarına göre farklılaşma durumu incelendiğinde, tesis estetiği, mekân içi erişilebilirlik, koltuk konforu, otopark, işaretler ve yönlendirme levhaları faktörlerinde katılımcıların müsabaka izleme sıklıklarına göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmuş, skorbord kalitesi ve davranışsal niyet faktörleri ile katılımcıların müsabaka izleme sıklıkları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamıştır. Bu sonuca göre, tesiste izlenen müsabaka sayısı arttıkça, katılımcıların tesis estetiği, mekân içi erişilebilirlik, koltuk konforu, otopark, işaretler ve yönlendirme levhaları faktörleri ifadelerine katıldıkları belirlenmiştir. Bu sonuçlar, Hill ve Green (2000)'in de ulaştığı spor tesis çevresini etkileyen faktörlerin tesise katılım sıklığını etkilediği sonucuyla paralellik göstermiştir.

Spor tesis çevresi faktörleri ifadelerine ek olarak, katılımcıların tesisten elde ettikleri memnuniyet düzeyleri ve WOM'a ilişkin ifadeler de anket formunda yer almıştır. Memnuniyet düzeyi ve WOM'a ilişkin ifadeler faktör analizi uygulanmıştır. Faktör analizi sonucunda bu iki faktörün toplam varyansı büyük bir kısmını açıkladığı belirlenmiştir. Faktörlerin toplam güvenilirliği (Cronbach

alpha= α) 0,834 olarak bulunmuştur. Birinci faktör olan memnuniyete ilişkin α değeri 0,845 iken ikinci faktör olan WOM'a ilişkin α değeri 0,715 olduğu belirlenmiştir. Ortaya çıkan iki faktörün kendi aralarındaki korelasyon matrisi analizinde iki faktör arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişkinin olduğu tespit edilmiştir. Benzer şekilde, Yıldız ve Tehci (2014: 457)'de müşteri memnuniyeti ve WOM arasındaki ilişkiyi araştırdıkları çalışmada memnuniyetin WOM üzerinde etkili olduğu sonucuna ulaşmışlardır.

Bu çalışmanın diğer amaçlarından olan, spor tesisi çevresini etkileyen faktörlerin katılımcıların tesisten elde ettiği memnuniyetleri üzerine etkisini belirlemek amacıyla yapılan analiz sonuçlarına göre memnuniyet faktörü ile spor tesis çevresini etkileyen faktörlerden sonuncusu olan davranışsal niyet faktörü hariç diğer tüm faktörler arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Bu sonuç, yapılan diğer çalışmalarla nispeten benzerlik göstermektedir (Wakefield ve ark. 1996; Tsuji, ve ark., 2007; McDonald ve Stavros, 2007). Bu bilgilerden hareketle, tesisin sahip olduğu estetik unsurlar, tesis içinde istenilen yere erişimin kolay olması, koltukların konforu, skorbord kalitesi ve müsabakaya kattığı eğlence öğelerinin niteliğinin yüksekliği, otopark hizmetlerinin yeterliliği, yönlendirme ve işaret levhalarının kolay okunur ve anlaşılabilir olması katılımcıların tesisten elde ettikleri memnuniyet düzeyine doğrudan etki ettiği şeklinde yorumlanabilir. Davranışsal niyet faktörünün ise memnuniyet üzerinde herhangi bir etkisinin bulunmadığı belirlenmiştir. Ayrıca, gerçekleştirilen bu çalışmada tesisten elde edilen memnuniyet düzeyi üzerinde en güçlü etkinin literatüre (Höck ve ark. 2010) paralel olarak tesis estetiği faktöründe bulunduğu belirlenmiştir.

Eskişehir ölçeğinde spor salonları değerlendirildiğinde, spor salonlarının birçoğunun benzer projelerle inşaa edildiği, göreceli olarak estetik unsurlardan ve iyi görünümünden yoksun oldukları görülmüştür. Mevcut bu durum sonucunda araştırmanın yapıldığı Anadolu Üniversitesi Spor Salonu, yine göreceli olarak üst düzeyde estetik unsurları bulunmamasına rağmen tesise gelen basketbol izleyicileri tarafından estetik olarak algılandığı yorumu yapılabilir.

Spor tesisi çevresini etkileyen faktörlerin WOM üzerine etkisini belirlemek amacıyla yapılan analiz sonuçlarına göre WOM faktörü ile spor tesis çevresini etkileyen tesis estetiği, mekân içi erişilebilirlik, koltuk konforu, skorbord kalitesi, otopark, işaretler ve yönlendirme levhaları ve davranışsal niyet faktörleri arasında ilişki bulunduğu belirlenmiştir. Bu ilişkilerin, davranışsal niyet faktörü dışındaki faktörlerde pozitif yönlü iken davranışsal niyet faktöründe negatif yönlü olduğu tespit edilmiştir.

Spor tesisinden elde edilen memnuniyetin WOM üzerinde etkisini belirlemek amacıyla yapılan analiz sonuçlarına göre; tesisten elde edilen memnuniyetle WOM arasında pozitif yönlü ilişkinin olduğu belirlenmiştir. Spor tesisinden elde edilen memnuniyetin WOM bağımlı değişkeninin tamamına yakınına açıkladığı tespit edilmiş, spor tesisinden elde edilen memnuniyetin WOM üzerinde güçlü bir etkiye sahip olduğu anlaşılmıştır. Bu sonuçlara göre, tesisten elde edilen memnuniyet düzeyi arttıkça insanların da bu deneyimlerini diğer insanlarla paylaşma eğilimlerinin arttığından söz edilebilir.

Tesisten elde edilen memnuniyet ve WOM faktörlerinin katılımcıların demografik özelliklerine ve tesiste izlenen müsabaka sayılarına göre farklılaşma durumu ortaya koyulmuş, tesisten elde edilen memnuniyet düzeyinin cinsiyete göre farklılık göstermediği tespit edilmiştir. Bu durum, her iki cinsiyetin benzer şekilde tesisten memnuniyet elde ettiği ve benzer şekilde WOM iletişimde bulunduğu anlamına gelebilmektedir.

Yapılan analizler sonucunda, tesisten elde edilen memnuniyet düzeyine etki eden faktörler, tesis estetiği, mekân içi erişilebilirlik ve koltuk konforu olarak belirlenmiştir. Bu üç faktörden tesis estetiği faktörü, tesisten elde edilen memnuniyet üzerinde en güçlü etkiye sahip olduğu ifade edilebilir. İşaretler ve yönlendirme levhaları, skorbord kalitesi ile otopark faktörlerinin de tesisten elde edilen memnuniyet üzerinde etkilerinin olduğu ancak diğer üç faktöre oranla daha düşük etkilerinin olduğu belirlenmiştir. Davranışsal niyet faktörünün ise diğer faktörlerin aksine tesisten elde edilen memnuniyet üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olmadığı tespit edilmiştir. Wakefield ve ark. (1996)'nın yapmış oldukları çalışmada seyircilerin tesisten elde ettikleri memnuniyete doğrudan etki eden faktörler stadyuma ulaşım, skorboard kalitesi olarak belirlenmiştir.

Tesisten elde edilen memnuniyet düzeyinin katılımcıların yaş gruplarına göre farklılaşma durumu incelendiğinde, tesisten elde edilen memnuniyet düzeyi ile katılımcıların yaş grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunamamıştır. Bu bilgilerden yola çıkarak sonuç değerlendirildiğinde; tesiste sunulan çekirdek ürün olan müsabakanın dışında, farklı yaş gruplarına yönelik yan ürünlerin yer almaması tesisten elde edilen memnuniyet düzeyinin yaş gruplarına göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermemesinin bir sonucu olarak belirtilebilir. Cant ve Wiid (2012: 1321) elde edilen memnuniyetin sadece çekirdek üründen değil, çekirdek ürün dışında yer alan hizmet deneyimi bileşenleriyle ilgili olduğunu belirtmişlerdir.

Katılımcıların meslek gruplarına göre farklılaşma durumunu ortaya koymak amacıyla yapılan analiz sonuçlarına göre, tesisten elde edilen memnuniyet düzeyi ile katılımcıların meslek grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunamamıştır. Bu durum, meslek gruplarına ait katılımcıların tesisten elde ettikleri memnuniyet düzeylerinin benzer olduğunu gösterebilir.

Tesisten elde edilen memnuniyet düzeyinin katılımcıların eğitim durumlarının farklılaşma durumu analiz edildiğinde, tesisten elde edilen memnuniyet düzeyi ile katılımcıların eğitim durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunamamıştır. Araştırmaya katılanların büyük çoğunluğunun (% 80) üniversite ve lisansüstü eğitim grubunda yer aldıkları görülmektedir. Bu sayısal üstünlüğe rağmen eğitim grupları arasında tesisten elde edilen memnuniyet düzeyleri farklılaşmamıştır. Bunun sebebinin, tesiste sunulan ürün ve hizmetin tek tip olmasından kaynaklandığı söylenebilir.

Tesisten elde edilen memnuniyet düzeyinin katılımcıların aylık ortalama gelirlerine göre, tesisten elde edilen memnuniyet düzeyi ile katılımcıların aylık ortalama gelirleri arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunamamıştır. Bu tesiste müsabaka öncesinde, sırasında ve sonrasında sunulan ürün ve hizmetlerin farklılık göstermemesi, bilet fiyatlarının da nispeten farklılık göstermemesine sebep olmaktadır. Buna bağlı olarak bu tesiste müsabaka izleyenlerin tesisten elde

ettikleri memnuniyet düzeylerinin aylık ortalama gelirlerine göre farklılık göstermediği düşünülebilir.

Tesisten elde edilen memnuniyet düzeyinin katılımcıların tesiste izledikleri müsabaka sayısına göre, tesisten elde edilen memnuniyet düzeyinin katılımcıların müsabaka izleme sıklıklarına göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Katılımcıların müsabaka izleme ortalamaları incelendiğinde en yüksek ortalama ile tesiste 11 kez ve daha fazla müsabaka izleyen katılımcılara ait bulunmuştur. En düşük ortalama ise tesiste 3 ve daha az müsabaka izleyen katılımcılara ait olarak bulunmuştur. Bu bilgiler doğrultusunda, tesiste daha fazla müsabaka izleyen katılımcıların tesisten elde ettikleri memnuniyet düzeylerinin de arttığını söyleyebiliriz.

WOM faktörü altında yer alan ifadelere katılım düzeyinin cinsiyete göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermediği tespit edilmiştir. WOM ağızdan ağıza iletişim olarak bilinse de insanların birbirleriyle deneyimlerini, paylaşımlarını da kapsamaktadır. Buna bağlı olarak kitle iletişim ve medya araçlarının da bireylerin yaşamlarında büyük bir yere sahip olması ve paylaşımlarının birçoğunu bu platformlar üzerinden aktarmaları bu unsurların WOM'un önemli birer unsuru olmasını sağlamıştır. Bu tür kitle iletişim ve medya araçlarının kullanımlarının erkekler ve kadınlar arasında farklılık göstermediği bilgisine (Li ve Kirkub, 2007; Dursun ve Çuhadar, 2015) uygun olarak bu çalışmada da aynı sonuca ulaşılmıştır.

Yapılan analizler sonucunda, WOM faktörü ifadelerine katılım düzeyinin yaş gruplarına göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. WOM faktörü ifadelerine yüksek oranda katıldıklarını belirten yaş grubu 46 yaş ve üzeri gruptur. Diğer yaş gruplarının ifadelere katılma düzeyleri birbirlerine çok yakındır. Bu sonuçlara göre WOM unsurlarının bütün yaş gruplarınca etkin olarak kullanıldığı ancak 46 yaş ve üzeri grubun bunu daha etkin şekilde kullandığı söylenebilir.

WOM'un katılımcıların meslek gruplarına göre farklılaşma sonuçlarına göre; WOM ile katılımcıların meslek grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunamamıştır. Bu da meslek gruplarında yer alan katılımcıların WOM'u benzer oranda kullandıkları sonucuyla açıklanabilir.

WOM'un katılımcıların eğitim durumlarına göre farklılaşma sonuçlarına göre; WOM ile katılımcıların eğitim durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunamamıştır. WOM unsurlarının kullanımı eğitim durumundan bağımsız olarak sıklıkla kullanıldığı söylenebilir.

Katılımcıların aylık ortalama gelirlerine göre farklılaşma durumu sonuçlarına göre; WOM ile katılımcıların aylık ortalama gelirleri arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunamamıştır.

WOM'un katılımcıların müsabaka izleme sıklıklarına göre farklılaşma durumları incelendiğinde; WOM'un katılımcıların müsabaka izleme sıklıklarına göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermediği tespit edilmiştir.

Öneriler

Uygulamaya Yönelik Öneriler

Çekirdek ürün olan sporun, tüketicisiyle buluştuğu alanların başında gelen spor tesislerinin etkin ve verimli bir şekilde yönetilmesi son derece önemlidir. Toplumun neredeyse her kesiminin ilgi odağında bulunan sporun, yapıldığı alanların tüketicisi durumunda olan seyircilerin eğlence ortamında bulduklarının hissettirilmesi, spor ürününün ortaya konduğu fiziki çevre şartlarının iyileştirilmesi, tesisten elde edilen memnuniyete doğrudan etki edecek uygulamalar olacaktır. Bu çalışmada belirlenen spor tesis çevresi faktörlerinde yapılacak iyileştirmeler ve düzenlemeler spor tesisinde gerçekleştirilen müsabakaların da kalitesine doğrudan olumlu anlamda etki edecektir. Seyircinin tesise yaklaşmasıyla birlikte karşı karşıya kaldığı spor tesis çevresi faktörleri popüler spor branşları dışında, seyirci bekleyen branşlar veya seyirci çekmekte zorlanan işletmeler ve spor kulüpleri için hayati öneme sahiptir.

Araştırma sonucunda ortaya çıkan kanıtların değerlendirilmesi, spor tesis çevresinin daha iyi analiz edilmesi, seyircilerin beklentilerinin belirlenip daha üst düzeylerde memnuniyet elde edilmesinde oldukça önemlidir.

Gelecek Araştırmalara Yönelik Öneriler

Bu çalışma kapsamında yapılan araştırmalar basketbol seyircisine yönelik olarak tek bir spor tesisinde uygulanmıştır. Bu sebeple Spor Tesis Çevresi Ölçeği farklı spor tesislerine ve farklı spor branşlarına yönelik olarak da uygulanabilir. Farklı tesis ve branşlarda yapılacak çalışmaların sonuçlarına göre, branşa özgü seyir farklılıkları gibi farklı değişkenler daha net bir biçimde ortaya koyularak inşa edilecek yeni spor tesisleri için çekirdek ürün kalitesi ve seyirci memnuniyetini arttıracak, kaliteli hizmetlerin sunulabilmesi için gerekli olacak yapısal değişiklikler belirlenebilecektir. Ayrıca, farklı kültürlerde ortaya konacak benzer çalışmalarla kültürel farklar belirlenerek evrensel spor tesisleri standartlarından söz edilebilir.

KAYNAKLAR

Abbot, L.J., Geddie, W.M., Event and venue management: minimizing liability through effective crowd management techniques, *Event Management*, 6 (4), 259-270, (2001).

Akçi, Y., Kılınç, K., İşletme yöneticilerinin algıları açısından ağızdan ağıza iletişimin muhasebe meslek mensuplarının müşteri portföyüne etkisinin incelenmesi (Malatya örneği), *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi (ESOSDER)*, 14 (55), (2015).

Aksakal, N., *Beden Eğitimi Ve Spor Yüksekokulu Öğrencilerinin Eğlendirerek Eğitim (Edutainment) Yaklaşımına İlişkin Tutumlarının İncelenmesi, Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Eskişehir, Türkiye (2011).*

Alexander, K., *Facility Management: Theory and Practice*, E and FN Spon, London 1996.

Ammon, R., Stotlar, D. K., *Contemporary Sport Management: Sport Event and Facility Management*, Editörler: J.B. Parks, J. Quarterman, Human Kinetics, Champaign 2003.

Argan, M., Katırcı, H., *Spor Pazarlaması*, Nobel Yayıncılık, Ankara 2002.

Arndt, J., Role of product-related conversation in the diffusion of a new product, *Journal of Marketing Research (JMR)*, 1, 291-295, (1967).

Avcılar, M.Y., Kişisel etki kaynakları ve ağızdan ağıza iletişim ağı, *İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 19 (2), 333-347, (2005).

Başgelen, N., *Antik Çağ Kent Yaşamında Kamusal Spor Mekanları ve Anadolu Gymnasionları: Genel Bir Bakış, Arkeoloji ve Sanat Yayınları, İstanbul 2009.*

Bitner, M.J., Servicescapes: The impact of physical surroundings on customers and employees, *Journal of Marketing (JM)*, 56, 57-71, (1992).

Booty, F., *Facilities Management Handbook*, Butterworth-Heinemann Publications, 5. Baskı, Oxford 2008.

Bowdin, G.A.J., Allen, J., Toole, W.O., Harris, R., McDonnell, I., *Event Management*, Butterworth Heinemann/Elsevier, Oxford 2006.

Büyüköztürk, Ş., *Sosyal Bilimler İçin Veri Analizi El Kitabı*, Pegem Akademi, Ankara 2009.

Cant, M. Wiid, J., Service quality and spectator satisfaction on university sporting grounds, *International Business and Economics Research Journal (IBER)*, 11 (12), 1311-1324, (2012).

Covell, D., Walker, S., Siciliano, J., *Managing Sport Organizations: Responsibility for Performance*. 2. Baskı, Butterworth-Heinemann Publications, Burlington 2007.

Çakır V., *Reklam ve Marka Tutumu*, Tablet Yayınları, Konya 2006.

- De Carvalho, M., Boen, F., Scheerder, J., Sportscape as a constraint on soccer attendance: Is it predicted by place attachment and by team identification?, *Journal of Facility Planning, Design, and Management (JFPDM)*, 3 (2), (2015).
- Demirci, A.E., Kalabalık Yönetimi: Spor Yönetimi, Editörler: N. Basım, M. Argan, Detay Yayıncılık, Ankara 364-372, 2009.
- Deniz, K. Z., Psikolojik ölçme aracı uyarlama, *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi (AUEBFD)*, 40 (1) 1-16, (2007).
- Dhurup, M., Mofoka, M. A., Surujlal, J., The relationship between stadium sportscape dimensions, desire to stay and future attendance, *African Journal for Physical, Health Education, Recreation and Dance (AJPHERD)*, 16 (39), 475-490 (2010).
- Dursun, Ö.Ö., Çuhadar, C., Sosyal ağ kullanıcılarının bilişsel kapılma düzeyleri, *Trakya University Journal Of Social Science*, 17 (1), 241-253, (2015).
- Edison, S. W., Geissler, G. L., An investigation of negative word-of-mouth communication among market mavens, *Journal of Behavioral Studies in Business (JBSB)*, 3, 1-12, (2011).
- Ekenci, G., İmamoğlu, A.F., Spor İşletmeciliği, Nobel Yayın Dağıtım A.Ş., Ankara 2002.
- Ekmekçi, R., Spor Yönetimi: Kavram ve Özellikleri: Spor Yönetimi, Editör: M. Argan, T.C. Anadolu Üniversitesi Yayını No: 2883, Eskişehir, 2-24, 2013.
- Ergin, D.Y., Ölçeklerde Geçerlik ve Güvenirlik, M.Ü. Atatürk Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Dergisi, 7, 125-148, (1995).
- Ergin, B. M., İmamoğlu, A. F., Yıldızhan, Y. Ç., Üniversite spor merkezlerindeki algılanan hizmet kalitesinin incelenmesi, *Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 5 (3), (2011).
- Eriş, U., Çevrenin ve Mekanın İletişime Etkisi, *Kurgu Dergisi*, 18, 311-324, (2001).
- Fried, G., *Managing Sport Facilities*, Human Kinetics, Champaign 2005.
- Girginov, V., Parry, J. *The Olympic Games Explained*, Taylor and Francis, London 1995.
- Goldfine, B., Sawyer T. H., (2005). *Foundations Of Sport Management*, Fitness Information Technology, Morgantown 2005.
- Göktuğ, T. H., Yıldız, N. D., Demir, M., Bulut, Y., Taşıma kapasitesi kuramının milli parklarda oluşum-gelişim ve modellenme süreci, *Journal of the Faculty of Agriculture*, 44 (2), 195-206, (2013).
- Gültekin Salman, G., Giray, C., Bireylerin futbol taraftarı olmasını etkileyen güdüler ile sadakat arasındaki ilişki: Fenerbahçe taraftarları üzerine bir uygulama, *Öneri*, 33 (9), 89-97 (2010).
- Gürer, K.T., Olimpiyatlar ışığında stadyumlar: değişen kurallar ve yeni tasarımlar, *Mimarlık Dergisi*, 373, (2013).

Hambleton, R. K., Patsula, L., Increasing the validity of adapted tests: Myths to be avoided and guidelines for improving test adaptation practices, Association of Test Publishers (ATP), 1 (1), 1-13, (1999).

Hardin, R., Ruihley, B., Veraldo, C., Game day experience through the lens of critical incident technique, Journal Of Applied Sport Management (JASM), 5 (4), 1-21, (2013).

Helm, S., Viral Marketing-Establishing customer relationship by 'word of mouse', Electronic Markets (EM), 10 (3), 158-161, (2000).

Hill, B., Green, B., Repeat attendance as a function of involvement, loyalty, and the sportscape across three football contexts, Sport Management Review, 3, 145-162, (2000).

Höck, C., Ringle, C.M., Sarstedt, M., Management of multi-purpose stadiums: importance and performance measurement of service interfaces, International Journal of Services Technology and Management (IJSTM), 14 (2/3), 188-207, (2010).

http-1 Uefa guide to quality stadiums
http://www.uefa.org/MultimediaFiles/Download/EuroExperience/competitions/General/01/74/38/69/1743869_DOWNLOAD.pdf (03.12.2015)

http-2 Türkiye futbol federasyonu stadyum ve güvenlik komitesi talimatı
<https://www.tff.org/Resources/TFF/Documents/TALIMATLAR/Stadyum-ve-Guvenlik-Komitesi-Talimati.pdf> (01.01.2016)

http-3 Spor Kulüplerinin Sorunları İle Sporda Şiddet Sorununun Araştırılarak Alınması Gereken Önlemlerin Belirlenmesi Amacıyla Kurulan Meclis Araştırması Komisyonu Raporu
https://www.tbmm.gov.tr/komisyon/denetim/spor/belgeler/ss733_spor_araskom.pdf (02.12.2015)

İnan, T., Türkiye'deki Futbol Kulüplerinin Gişe Gelirlerini Arttırmaya Yönelik Uygulamaların İncelenmesi, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Çukurova Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Adana, Türkiye (2007).

İslamoğlu, A.H., Altunışık, R., Tüketici Davranışları, Beta Basım Yayım, 2. baskı, İstanbul 2008.

Jung, G.M., Structural Equation Modeling Between Leisure Involvement, Consumer Satisfaction, and Behavioral Loyalty in Fitness Centers in Taiwan, Published Doctoral Dissertation, Sports Management, United States Sports Academy, Alabama, U.S.A (2007).

Kamiloğlu, K., Türkiye'de spor tesislerinde güncel planlama sorunları. Türkiye'de Spor Tesislerinde Güncel Planlama Sorunları Sempozyumu, İstanbul (1989).

Katırcı, H., Spor Tesis Yönetimi: Spor Yönetimi, Editörler: N. Basım, M. Argan, Detay Yayıncılık, Ankara, 332-354, (2009).

Katırcı, H., Spor Tesis İşletmesi Kavramı: Spor Tesis İşletmesi ve Saha Malzeme Bilgisi, Editör: H. Katırcı, T.C. Anadolu Üniversitesi Yayını No: 2474, Eskişehir, 2-21 2012a.

Katırcı, H., Spor Endüstrisi ve Pazarlama: Spor Pazarlaması, Editör: A.S. Öztürk, T.C. Anadolu Üniversitesi Yayını No: 2481, Eskişehir, 2-33 2012b.

Kılıçer, T., Öztürk, S.A. Tüketici Yazıları 3: tüketicilerin satın alma kararlarında ağızdan ağıza iletişimin etkisi: Eskişehir ilinde bir uygulama, Editörler: M. Babaoğlu, A. Şener, E.B. Buğdayoğlu. Elma Teknik Basım, Ankara 25-45 (2012)

Kim, Y.K., Relationship Framework In Sport Management: How Relationship Quality Affects Sport Consumption Behaviors. Unpublished Doctoral Dissertation, Sport Management, University of Florida, Florida, U.S.A (2008).

King, J. U. D. Y., (1999). Industry must treat employees, guests with same concern, *Hotel and Motel Management*, 214 (1), 11-12.

Kline, P., *An Easy Guide for Factor Analysis*, Routledge, New York 1994'den akt.; Çokluk, Ö., Şekercioğlu, G., Büyüköztürk, Ş., *Sosyal Bilimler için Çok Değişkenli İstatistik SPSS ve Lisrel Uygulamaları*, Pegem Akademi, Ankara 2010.

Knapp, L.H., Hall, A. J., Horga, T.G. *Nonverbal Communication in Human Communication*, 8. Baskı, Wadsworth, USA 2014.

Köse, H., Tokay Argan, M., Argan, M., Special event management and marketing: A case study of TKBL all star 2011 in Turkey, *Journal of Management and Marketing Research (JMMR)*, (2011).

Kurtuluş, K., *Pazarlama Araştırmaları*, 6. Baskı, Avcıol Basım Yayın, İstanbul 1998.

Kurulgan, M., Argan, M., Yeni kitap seçiminde etkili olan biçimsel faktörlerin okuyucu perspektifinden değerlendirilmesi, *Bilgi Dünyası*, 7 (2), 230-249, (2006).

Li, N., Kirkup, G., Gender and cultural differences in internet use: A study of China and the UK, *Computers and Education*, 48 (2), 301-317, (2007).

Lin, J.S.C., Hsieh, P.L., The influence of technology readiness on satisfaction and behavioral intentions toward self-service technologies, *Computers in Human Behavior*, 23 (3), 1597-1615, (2005).

Liu, C., Marchewka, J.T., Lu, J., Yu, C.S., Beyond concern, a privacy-trust behavioral intention model of electronic commerce, *Information and Management*. 42, 289-304, (2005).

Lyon, D.B., Powers, T.L., The impact of structure and process attributes on satisfaction and behavioral intentions, *Journal of Services Marketing (JSM)*, 18 (2), 114 - 121, (2004).

Marangoz, M., Ağızdan ağıza iletişimin müşterilerin satın alma davranışlarına etkileri: Cep telefonu pazarına yönelik bir araştırma, *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 16 (2), 395-412, (2007).

- McDonald, A., Sutton, W.A. Milne, G. R., Teamqual: Measuring Service Quality In Professional Team Sports, *Sports Marketing Quarterly (SMQ)*, 4 (2): 9-15, (1995).
- McDonald, H., Stavros, C., A defection analysis of lapsed season ticket holders: A consumer and organizational study, *Sport Marketing Quarterly (SMQ)*, 26 (4), 218-229, (2007).
- Mehrabian, A., Russell, J.A.. *An Approach to Environmental Psychology*, MA: MIT Press, Cambridge 1974.
- Miller, K.L., *Sport Business Management*, Aspen Publishers Inc., USA 1997.
- Mullin, B.J., Hardy, S. Sutton, W.A., *Sport Marketing*, Human Kinetics Publishers, Illinois 1993.
- Nunnally, J., Bernstein, I., *Psychometric theory*, McGraw Hill, New York 1995.
- O'Leary, S. Sheehan, K., *Building buzz to beat the big boys : word-of-mouth marketing for small businesses*, Praeger Publishers, Westport (2008).
- Odabaşı, Y., Oyman, M., *Pazarlama İletişim Yönetimi*, 7. Baskı. MediaCat Yayınları, İstanbul 2007.
- Odabaşı, Y., Barış, G., *Tüketici Davranışı*, MediaCat Yayınları, İstanbul 2003.
- Okumuş, A., *Tüketici Davranışı*, Türkmen Kitabevi, İstanbul 2013.
- Özel Beden Eğitimi ve Spor Yönetmeliği, T. C. Resmi Gazete, 27730, 15 Ekim 2010.
- Ramazanoğlu, F., Ramazanoğlu, N., Spor tesislerinin planlandırılması ve işletmesi, *Spor Araştırmaları Dergisi*, 3 (4), 77-85, (2000).
- Rutherford, D.G., O'Fallon, M.J., *Hotel Management And Operations*, Hoboken, John Wiley, New Jersey 2007.
- Schwarz, E.C., Hall, S.A., Shibli, S., *Sport Facility Operations Management*, Butterworth Heinemann/Elsevier, London 2010.
- Sawyer, T., Smith, O., *The Management of Clubs, Recreation, and Sport: Concepts and Applications*, Sagamore Publishing Champaign, Illinois 1999.
- Seçilmiş, K., *Antik zamandan günümüze Olimpiyat oyunları*, İl Press Basım ve Yayım, İstanbul 2004.
- Sireci S.G. Berberoğlu G., Using bilingual respondents to evaluate translated-adapted items, *Applied Measurement in Education*, 13 (3), 229-248, (2000).
- Smith A.C.T., *Introduction to Sport Marketing*, Butterworth Heinemann/Elsevier, Oxford 2008.
- Söker, M., *Spor Kulüplerinde Taraftar Memnuniyeti: Trabzonspor Kulübüne İlişkin Bir Araştırma, Yüksek Lisans Tezi*, Bahçeşehir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, Türkiye (2015).
- Stern, B., A revised model for advertising: multiple dimensions of the source, the message, and the recipient. *Journal of Advertising* 23 (2), 5-16, (1994).

- Sundaram, D. S., Mitra, K., ve Webster, C., Word-of-mouth communications: A motivational analysis, *Advances In Consumer Research (ACR)*, 25 (1), 527-531, (1998).
- Şencan, H., Sosyal ve Davranışsal Ölçümlerde Güvenilirlik ve Geçerlik, Seçkin Yayınları, Ankara 2005.
- Şimşek, Ö., F., Yapısal Eşitlik Modellemesine Giriş Temel İlkeler ve LISREL Uygulamaları, Ekinoks Basımevi, Ankara 2007.
- Taşkın, E., Uluslararası Pazarlama: Güncel, Örnek Uygulamalar Yaklaşımlar, Türkmen Kitabevi, İstanbul 2012.
- Tavşancıl, E., Tutumların Ölçülmesi ve SPSS ile Veri Analizi, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara 2006.
- Tokay Argan, M., Spor Pazarlaması: Spor Yönetimi, Editör: M. Argan, T.C. Anadolu Üniversitesi Yayını No: 2883, Eskişehir, 142-172, 2013.
- Tokay Argan, M., Spor İşletmelerinde Etkinlik Yönetimi: Spor Tesis İşletmesi ve Saha Malzeme Bilgisi, Editör: H. Katırcı, T.C. Anadolu Üniversitesi Yayını No: 2474, Eskişehir, 94-121, 2012.
- Toros, N., Alternatif Pazarlama Yöntemi Olarak Ağızdan Ağıza Pazarlamanın Etkililiği Üzerine Bir Sektör Analizi, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, Türkiye (2009).
- Tsuji, Y., Bennett, G., Zhang, J., Consumer satisfaction with an action sports event, *Sport Marketing Quarterly (SMQ)*, 16 (4), 199-208, (2007).
- Tum, J., Norton, P., Wright, J., Management of Event Operations, Butterworth Heinemann/Elsevier, Oxford 2006.
- Uhrich, S., Koenigstorfer, J., Effects of atmosphere at major sports events: a perspective from environmental psychology, *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship (IJSMS)*, 325-344, (2009).
- Ünal, S., Akkuş, G., Akkuş, Ç. Yiyecek içecek işletmelerinde atmosfer, duygu, memnuniyet ve davranışsal sadakat ilişkisi, *Gazi Üniversitesi Turizm Fakültesi Dergisi*, 1, 23-49, (2014).
- Wakefield, K. L., Blodgett, J. G. (1994). The importance of servicescapes in leisure service settings, *Journal of Services Marketing (JSM)*, 8 (3), 66-76.
- Wakefield, K.L., Blodgett, J.G., Sloan, H.J., measurement and management of the sportscape, *Journal of Sport Management (JSM)*, 10, 15-31, (1996).
- Wakefield, K.L., Sloan, H.J., The effect of team loyalty and selected stadium factors on spectator attendance, *Journal of Services Marketing (JSM)*, 9, 153-172, (1995).
- Watt, D.C., Sports Management and Administration, 2. Baskı, Taylor and Francis, London 2003.
- Westerbeek, H., Smith, A., Turner, P., Emery, P., Green, C. Leeuwen L., Managing Sport Facilities And Major Events, Allen and Unwin, Australia 2005.

Yıldız, S., Tehci. A., Ağızdan ağıza iletişiminde müşteri tatmini ve müşteri sadakati ile mağaza imajı boyutları: Ordu ilinde bir uygulama, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi 18 (1), (2014).

Yılmaz, E., Sağlık hizmetlerinde ağızdan ağıza pazarlama, Marmara Sosyal Araştırmalar Dergisi 1, 1-19, (2011).

Yücenur, G. N., Demirel, N. Ç., Ceylan, C., Demirel, T., Hizmet değerinin müşterilerin davranışsal niyetleri üzerindeki etkisinin yapısal eşitlik modeli ile ölçülmesi, Doğu Üniversitesi Dergisi, 12 (1), 156-168 (2011).

Yükselen, C., Pazarlama Araştırmaları, 3. Baskı, Detay Yayıncılık, Ankara 2006.

Zeithaml, V. A., Berry, L.L., Parasuraman, A. The behavioral consequences of service quality, Journal of Marketing (JM), 60, 31-46, (1996).

EKLER

EK 1

SPOR TESİS ÇEVRESİ FAKTÖRLERİ: MEMNUNİYET ve AĞIZDAN AĞZA İLETİŞİM (WOM) ÜZERİNE ETKİLERİNİN BELİRLENMESİNE YÖNELİK ANKET AÇIKLAMA YAZISI

ANKET FORMU

Değerli katılımcı,

Bu çalışma, spor tesis çevresine etki eden faktörlerin belirlenmesi, bu faktörlerin tesisten elde edilen memnuniyet ve ağızdan ağza iletişim (WOM) üzerine etkilerinin belirlenmesi amacıyla yapılmaktadır. Basketbol izleyicisi olarak sizin bu konudaki görüşleriniz, yapılan bilimsel araştırma için oldukça önemlidir. Ankete isminizi yazmayacağınız için güvenle yanıt verebilirsiniz. Ankete vereceğiniz cevaplar toplu olarak değerlendirilecektir ve ankete vereceğiniz yanıtların doğruluğu çalışmanın bilimselliğine büyük katkı sağlayacaktır. Bu nedenle, lütfen sorularınızı dikkatli bir biçimde okuyarak doğru olan yanıtı işaretleyiniz.

Ankete katılımınızdan dolayı teşekkür ederiz.

Ansay HIZAL
Prof. Dr. Metin ARGAN
Anadolu Üniversitesi

ANKET FORMU

SORU 1. Aşağıda spor tesisi kullanımına etki eden çevresel faktörlere ilişkin ifadeler bulunmaktadır. Size uygun olan ifadenin sayısal karşılığını daire (O) içine alınız.

Aşağıda yer alan ifadeleri, şu an bulunmakta olduğunuz spor tesisine göre değerlendiriniz.	Kesinlikle Katılıyorum	Katılıyorum	Ne Katılıyorum Ne De Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum
Tesis Ulaşılabilirliği					
s. 1.1 Tesise ulaşım kolaydır (Çıkarıldı)	5	4	3	2	1
s. 1.2 Tesisin otoparkı geniştir.	5	4	3	2	1
s. 1.3 Tesisin otoparkına giriş ve çıkış kolaydır.	5	4	3	2	1
s. 1.4 Tesis otoparka yakındır.	5	4	3	2	1
Tesis Estetiği					
s. 1.5 Tesisin renkleri ilgi çekicidir.	5	4	3	2	1
s. 1.6 Tesisin mimarisi güzeldir.	5	4	3	2	1
s. 1.7 Tesis ilgi çekici bir şekilde dizayn edilmiştir.	5	4	3	2	1
s. 1.8 Tesis gösterişlidir.	5	4	3	2	1
Skorbord Kalitesi					
s. 1.9 Skorbordu izlemek eğlencelidir.	5	4	3	2	1
s. 1.10 Skorbordlar oyuna heyecan katar.	5	4	3	2	1
s. 1.11 Skorborddan istatistikleri takip ederim.	5	4	3	2	1
s. 1.12 Skorbord yüksek çözünürlüklüdür.	5	4	3	2	1
Koltuk Konforu					
s. 1.13 Koltukların diz mesafesi geniştir.	5	4	3	2	1
s. 1.14 Koltuklarda yeterli dirsek mesafesi vardır.	5	4	3	2	1
s. 1.15 Koltuk düzeni sayesinde geniş boşluklar sağlanmıştır.	5	4	3	2	1
s. 1.16 Koltuklar konforludur.	5	4	3	2	1
Mekân İçi Erişilebilirlik					
s. 1.17 Yiyecek-içecek büfelerine ulaşım kolaydır.	5	4	3	2	1
s. 1.18 Koltuklara erişim kolaydır.	5	4	3	2	1
s. 1.19 Tuvaletlere ulaşım kolaydır.	5	4	3	2	1
s. 1.20 Tesis, içindeki diğer birimlere kolay erişilebilecek şekilde dizayn edilmiştir.	5	4	3	2	1
s. 1.21 Yiyecek-içecek büfeleri geniş alanlara sahiptir (Çıkarıldı)	5	4	3	2	1
s. 1.22 Tuvaletler yeterince büyüktür.	5	4	3	2	1
s. 1.23 Tesisin koridorları geniştir.	5	4	3	2	1
s. 1.24 Tesiste geniş alanlar bulunmaktadır.	5	4	3	2	1
İşaretler ve Yönlendirme Tabelaları					
s. 1.25 Yönlendirme tabelaları bana yardımcı olmaktadır.	5	4	3	2	1
s. 1.26 Yönlendirme tabelaları kolay anlaşılabilir şekilde tasarlanmıştır.	5	4	3	2	1

EK 2 (DEVAM)

Davranışsal Niyet					
s. 1.27 Tesiste keyifli vakit geçirmektedirim (Çıkarıldı)	5	4	3	2	1
s. 1.28 Müsabaka bitmeden tesisten ayrılmak isterim.	5	4	3	2	1
s. 1.29 Mümkün olduğundan daha çok vakit geçirmek isterim (Çıkarıldı)	5	4	3	2	1
s. 1.30 İşim biter bitmez tesisten ayrılmak isterim.	5	4	3	2	1
Ağızdan Ağıza İletişim (WOM)					
s. 1.31 Tesisi tanıdıklarına tavsiye edeceğim.	5	4	3	2	1
s. 1.32 Tesisle ilgili hissettiğim güzel duyguları arkadaşlarımla paylaşıyorum.	5	4	3	2	1
s. 1.33 Tesiste yaşadığım problemleri çevremdeki diğer insanlarla paylaşıyorum.	5	4	3	2	1
Memnuniyet					
s. 1.34 Tesiste sunulan olanaklardan memnunuz.	5	4	3	2	1
s. 1.35 Burada olmaktan memnunuz.	5	4	3	2	1
s. 1.36 Tesisin bana sağladığı deneyimlerden memnunuz.	5	4	3	2	1
s. 1.37 Tesiste elde ettiğim deneyimler eşsizdir.	5	4	3	2	1
s. 1.38 Tesis beklentilerimi karşılamaktadır.	5	4	3	2	1

SORU 2. Demografik Bilgiler

s. 2.1 Cinsiyetiniz
a) Erkek b) Kadın

s. 2.5 Aylık ortalama gelirinizTL

s. 2.2 Yaşınız

SORU 3. Katılım Sıklığına İlişkin Bilgi

Bir sezon boyunca bu tesiste ortalama kaç müsabaka izlediniz?
..... müsabaka.

s. 2.3 Mesleğiniz
a) Memur
b) İşçi
c) Emekli
d) Yönetici
e) Serbest meslek
f) Öğrenci

s. 2.4 Eğitim durumunuz
a) İlköğretim (İlkokul, ortaokul) veya daha düşük
b) Lise
c) Üniversite (Lisans veya Önlisans)
d) Lisansüstü (Yüksek lisans veya Doktora)

Çalışmaya yaptığımız katkıdan dolayı teşekkürler.