

BÖLÜM 14

Rekreasyon Hizmet Kalitesi*

Sevim KÜL AVAN¹
Suat KARAKÜÇÜK²

GİRİŞ

Hizmet kavramı son yıllarda önemi gittikçe artmakta olan bir kavram olmasından dolayı çok fazla incelenmektedir. Hizmet, müşteri beklentilerini karşılayacak özellikte ve çoğunlukla zamana bağlı başarıdır (1). Hizmet kalitesinin belirlenmesi, işletmelerin başarılı olmasını sağlayan önemli bir faktördür. Hizmet işletmeleri müşterilerinin işletmeden beklentilerini, işletme hakkında düşüncelerini ve işletmeyi nasıl değerlendirdiğini belirleyebilmek için sundukları hizmetin kalitesini ölçmek zorundadır. Bunun için hizmet kalitesi ölçümü müşterilerin beklentileri ile algıları arasındaki farkların belirlenmesi ile yapılabilmektedir. Hizmet kalitesinin ölçülmesiyle hizmet işletmeleri mevcut durumlarını analiz edebilecek, güçlü ve zayıf yönlerini görebilecektir. Bu sayede kaliteli bir hizmet sunarak rakiplerine karşı avantaj sağlayabileceklerdir.

Günümüzde rekabetin hızla arttığı rekreasyon işletmeleri için de rekabet avantajı sağlamak adına hizmet kalitesinin artırılması gerekmektedir. Bu çalışmada ilk olarak hizmet, hizmet kalitesi, hizmet kalitesi modelleri ele alınmaktadır. Sonrasında, hizmet sektöründe önemli bir yere sahip olan rekreasyon işletmelerinde hizmet kalitesi üzerinde durulmaktadır.

¹ Arş. Gör. Dr., Nevşehir HBV Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, sevim.kul06@gmail.com

² Prof. Dr., Gazi Üniversitesi, Spor Bilimleri Fakültesi, ksuat@gazi.edu.tr

* Bu yayın "Rekreasyonel Hizmet Kalitesi ve Davranışsal Niyet Arasındaki İlişkide Heyecan Arama Davranışının Düzenleyicilik Rolü: Sıcak Hava Balonu Örneği" isimli doktora tez çalışmasından üretilmiştir.

müşterilerin sadık olmasını sağlamakla birlikte tüketicilerin kalite algısının yükseltilmesinde ve rakiplere karşı üstünlük kazanılmasında etkili olacağı düşünülmektedir. Bu doğrultuda yönetim fonksiyonlarının uygulanması ve müşterilerin beklenti ve ihtiyaçları doğrultusunda faaliyetlerin planlanması ve beklentilerini karşılayacak ve aşacak şekilde faaliyetlerin başarılı şekilde sunulması rekreasyon işletmeleri için bir gerekliliktir.

Rekreasyon işletmecileri yöneticilerinin, sunulan hizmet sonrası işletmelerin performansını ölçmek için farklı yöntemler uygulayarak müşteri algısını belirleyebileceği ve sonraki hizmet sunumlarında planlamalarını o yönde yaparak örgütsel hedeflerine ulaşabileceği düşünülmektedir.

KAYNAKLAR

1. Lovelock, C. ve Wirtz, J. (2010). *Services marketing, people, technology, strategy*, (7th .ed.) New-Jersey: Prentice Hall.
2. Kraus, R. (1966). *Recreation today: Program planning and leadership, englewood cliffs*, New Jersey: Prentice-Hall.
3. Sağcan, M. (1986). *Rekreasyon ve turizm*. İzmir:Cumhuriyet Basımevi.
4. Jensen, C. R. & Guthrie, S. (2006). *Outdoor Recreation in America* (6th ed.). Champaign, IL: Human Kinetics.
5. Kocaeski, S., Sevil, T., Şimşek, K.Y., Katırcı, H. Çelik, O. & Çeliksoy, M.A. (2012). *Boş zaman ve rekreasyon*, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
6. Stebbins, R. (2016). *Serbest zaman fikri: Temel ilkeler*. (M. Demirel, N. Ekinci, Ü. Üstün, U. Işık, ve O. Gümüşgöl, Çev.) Ankara: Spor Yayınevi ve Kitabevi
7. Karaküçük, S. (2014). *Rekreasyon: Boş zamanları değerlendirme*. Altıncı Baskı. Ankara: Gazi Kitabevi
8. Tekin, A., Tekin, G. & Çalışır, M. (2017). Rekreasyonel spor. Karaküçük, S. Kaya, S. Akgül, B.M. (Ed.) *Rekreasyon Bilimi 2* içinde (ss. 3-37), Ankara: Gazi Kitabevi.
9. Kraus, R. (1998). *Recreation and leisure in modern society*. Boston: Jons and Barlett Publishers.
10. Çiçek, R. V. & Doğan, İ. C. (2009). Müşteri memnuniyetinin artırılmasında hizmet kalitesinin ölçülmesine yönelik bir araştırma. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 11(1), 199-217.
11. Lewis, B.R & Mitchel, V.W (1990). Defining and measuring the quality of customer service, *Marketing Intelligence & Planning*, 8(6), 11 – 17.
12. Arora, R. & Stones, C. (1996). The effects of perceived service quality and name familiarity on the service selection decision. *The Journal Of Service Marketing*, 10(1), 22-34.
13. Parasuraman A., Zeithaml V. A. & Berry L.L. (1988). SERVQUAL: A multible-item scale for measuring consumer perceptions of srevice quality, *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40.
14. Ertürk, M. (2011). Türkiye'deki otel işletmelerinde hizmet kalitesinin ölçülmesine yönelik bir alan araştırması. Yayımlanmamış Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Eğitimi Anabilim Dalı, Ankara.
15. Babakus. E. & Mangold, W.G. (1 992). Adapting the servqual scale to hospital services: an empirical investigation. *Health Service Research*. 26 (6), 767-787.
16. Kelly, S.W. & Turley, L.W. (2001). Consumer perceptions of service quality attributes at sporting events, *Journal Of Business Research*, 54(2), 161-166.
17. Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. & Berry L. L. (1994). Reassessment of expectations as a comparison standard in measuring service quality: Implications for future research. *Journal*

- Of Marketing*. 58(1), 111-124.
18. Wong, A. & Sohal, A. (2003), Service quality and customer loyalty perspectives on two levels of retail relationships, *Journal Of Services Marketing*, 17 (5),495-513.
 19. Parasuraman A., Berry, L.L. & Zeithaml, V.A. (1991). Refinement and Reassessment of The Servqual Scale. *Journal of Retailing*, 67(4), 420-450.
 20. Şeker kaya, A. K. (1997). *Bankacılık Hizmetlerinde Algılanan Toplam Kalite Ölçümü*, Ankara: Sermaye Piyasası Kurulu Yayınları: 5.
 21. Ergin, B.M., İmamoğlu, A.F. & Yıldızhan, Y.Ç. (2011). Algılanan Hizmet Kalitesi Ölçeği' Nin Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması. *Gazi Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 16(2), 11-23.
 22. Ghotbabadi, A., Feiz, S., & Baharun, R. (2015). Service Quality Measurements: A Review. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 5(2), 267.
 23. Grönroos, C. (1984). A Service Quality Model and its Marketing Implications. *European Journal of Marketing*, 18(4), 36-44.
 24. Gürbüz, E. & Ergülen, A. (2006). Hizmet Kalitesinin Ölçümü ve Grönroos Modeli Üzerine Bir Araştırma. *İstanbul Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, 35(Ekim Sayısı):173-190.
 25. Gemlik, N. & Sığı, Ü. (2007). Kurum imajı analizi ve bir belediye üzerindeki uygulamanın değerlendirilmesi. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*. 11(2), 267-282.
 26. Daniel. C.N. & Berinyuy, L.P. (2010). Using the servqual model to assess service quality and customer satisfaction: an empirical study of grocery stores in umea. Umea: Umea School of Business.
 27. Parasuraman, A., Zeithaml, V. A. & Berry, L. L.(1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research., *Journal Of Marketing*, 49(4), 41-50.
 28. Sasser, E., Olsen, P., Wyckoff, D.D. (1978), *Management of Service Operations: Text, Cases, and Readings*, Allyn and Bacon, Boston.
 29. Putu, U. I., Ketut, R. I., Niyoman, K. Y. N., & Putu, S. I. (2017). The mediating role of relationship quality in association of brand performance and repurchase intention: Evidences of balinese traditional food business at Star Hotels. *International Journal of Business and Management Invention*, 6(6), 1-11
 30. Normann, R. (1991). *Service management: Strategy and leadership in service businesses*. England: Wiley.
 31. Bolton, R. N. & Drew, J.H. (1991). A multistage model of customers' assessments of service quality and value, *Journal of Consumer Research*, 17, 375-384.
 32. Eleren, A., Bektaş, Ç. & Görmüş, A.Ş. (2007). Hizmet sektöründe hizmet kalitesinin servqual yöntemi ile ölçülmesi ve hazır yemek işletmesinde bir uygulama, *Finans Politik & Ekonomik Yorumlar*, 514, 75- 88.
 33. Filiz, Z. (2009). Hizmet sektöründe hizmet kalitesinin servqual yöntemi ile ölçülmesi ve bankacılık sektöründe bir uygulama. *Finans Politik & Ekonomik Yorumlar*, 46(538), 75-86.
 34. Gerşil, M.& Güven, H. (2018). Üniversitelerde hizmet kalitesinin servqual analizi ile ölçülmesi: celal bayar üniversitesi'nde bir uygulama, *Ömer Halisdemir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 11(1), 111-125
 35. Padma, P., Rajendran, C. & Sai, L.P. (2009). A conceptual framework of service quality in healthcare: perspectives of indian patients and their attendants, *Benchmarking: An International Journal*, 16, 157-191.
 36. Yüksel, Ü. (2002). Türk turizminin temel sorunu: hizmet kalitesi, *Pazarlama Dünyası*, 16(3), 38-48.
 37. Cronin, J.J. Jr. & Taylor, S.A. (1992). Measuring services quality: a reexamination and extension, *Journal of Marketing*, 56(3), 55-68.
 38. Şimşek, K. Y. (2018). *Ticari rekreasyon*. Ankara: Detay Yayıncılık.
 39. Kaya, S. (2019). *Spor ve rekreasyon işletmeleri yönetimi*. Ankara: Gazi Kitabevi.
 40. Şimşek,K.Y., Munusturlar,M.A.,Munusturlar,S.,Sevil,T.,Başarangel,İ. ve Köse,H. (2016).

- Rekreasyon yönetimi.Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Açık Öğretim Fakültesi Yayını.
41. Theodorakis, N. and Alexandris, K. (2008). Can service quality predict spectators' behavioral intentions in Professional soccer? *Managing Leisure*, 13(3-4), 162-178.
 42. Yayla, Ö. (2017). Rekreasyon etkinliklerinde hizmet kalitesinin destinasyon imaj algısı ve davranışsal niyetler üzerine etkisi, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
 43. Chelladurai, P., Scott, F.L. and Farmer, J.H. (1987). Dimensions of fitness services: Development of a model. *Journal of Sport Management*, 1, 159-172.
 44. MacKay, K.J. and Crompton, J.L. (1990). Measuring the quality of recreation services. *Journal of Park and Recreation Administration*, 8(3), 47-56.
 45. McDonald, M.A., Sutton, W.A. and Milne, G.R. (1995). TEAMQUAL: Measuring service quality in professional sports. *Sport Marketing Quarterly*, 4(2), 9-15.
 46. Kim, D. and Kim, S.H. (1995). QUESC: An instrument for assessing the service quality of sport centers in Korea. *Journal of Sport Management*, 9, 208-220.
 47. Howart, G., Absher, J., Crilley, G. and Milne, I. (1996). Measuring customer service quality in sports and leisure centers. *Managing Leisure*, 1(2), 77-89.
 48. Frochot, I. and Hughes, H. (2000). HISTOQUAL: The development of a historic houses assessment scale. *Tourism Management*, 21, 157-167.
 49. Chang, K. and Chelladurai, P. (2003). System-based quality dimensions in fitness services: Development of the scale of quality. *The Service Industries Journal*, 23(5), 65-83.
 50. Ko, Y.J. and Pastore, D.L. (2005). A hierarchical model of service quality for the recreational sport industry. *Sport Marketing Quarterly*, 14, 84-97.
 51. Eddie, L., Zhang, J.J. and Jensen, B.E. (2005). Service quality assessment scale (SQAS): An instrument for evaluating service quality of health- fitness clubs. *Measurement in Physical and Exercise Science*, 9(2), 79-111.
 52. Ceylan, Ö. (2009). Açık alan rekreasyon etkinliklerinde insan kaynaklarına yönelik iç kaynak ve dış kaynak kullanan turistik işletmelerin hizmet kalitesi açısından incelenmesi. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Muğla.
 53. Costa, G., Tsitskari, E., Tzetzis, G. and Goudas, M. (2004). The factors for evaluating service quality in athletic camps: A case study. *European Sport Management Quarterly*, 4(1), 22-35.
 54. Dhurup, M., Singh, P.C. and Surujlal, J. (2006). Customer service quality at commercial health and fitness centers. *South African Journal for Research in Sport*, 28(2), 39-54.
 55. Gencer, T., Demir, C. ve Aycan, A. (2008). Kayak merkezlerindeki spor turistlerin hizmet kalitesi algılarını etkileyen değişkenler. *Ege Akademik Bakış*, 8(2), 437-450.
 56. Akgül, B.M., Sarol, H. ve Gürbüz, B. (2009). Rekreasyonel amaçlı hizmet veren spor işletmelerinin hizmet kalitesinin belirlenmesi. *Gazi Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, XIV (3), 33- 39.
 57. Dedeoğlu, B. B. (2012). Otel işletmelerinde paydaşların hizmet kalitesini algılama farklılıkları: Antalya örneği. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Mustafa Kemal Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Hatay.
 58. Birinci, M. C. ve Güçer, E. (2021). Boş Zaman ve Rekreasyon. Ö. Yayla ve H. Çetiner (Ed.), *Turizm Alanında Güncel Konular ve Yaklaşımlar* içinde (ss. 128–150). Konya: Çizgi Kitabevi.
 59. Birinci, M. C. ve Karakuş, Y. (2020). Halal Recreation and Reflections on the Hospitality Industry. İ. Yazıcıoğlu, Ö. Yayla, A. Işın ve T. Çetin (Ed.), *Tourism and Hospitality Studies* içinde (ss. 309–322). Berlin: Peterlang