Spor Pazarlamas? Bile?enleri Ölçe?i

RECOMMENDED CITATION

memjavad (2026). *Spor Pazarlamas? Bile?enleri Ölçe?i*. Turkish Psychological Scales. Retrieved from https://tr-scales.arabpsychology.com/?p=30940

ARABPSYCHOLOGY.COM

Özet

Spor Pazarlamas? Bile?enleri Ölçe?i, Zafer Do?ru taraf?ndan 2003 y?l?nda kaleme al?nan yüksek lisans tezi kapsam?nda geli?tirilmi? bir ölçme arac?d?r. Bu ölçek, spor endüstrisi ba?lam?nda pazarlama bile?enlerinin ve tüketici profili özelliklerinin sistematik olarak analiz edilmesi amac?yla tasarlanm??t?r. Ölçek, spor tüketicilerinin pazarlama karmas? unsurlar?na yönelik alg?lar?n? ve tutumlar?n? de?erlendirerek, spor pazarlamas? stratejilerine bilimsel bir zemin olu?turmay? hedeflemi?tir.

Ölçek, bir ölçek geli?tirme çal??mas? niteli?inde olup, spor sektöründeki pazarlama pratiklerini ölçmek için güvenilir ve geçerli bir araç sunmay? amaçlam??t?r. Çal??man?n temel oda??, spor tüketicisinin profilini belirlemek ve bu profilin pazarlama bile?enleri üzerindeki etkilerini incelemektir.

Anahtar Kelimeler

Spor Pazarlamas?, Pazarlama Bile?enleri, Spor Tüketicisi, Yüksek Lisans Tezi, Ölçek Geli?tirme, Tüketici Profili, Pazarlama Karmas?.

Yazarlar

Zafer Do?ru

Amaç

Ölçe?in temel amac?, spor pazarlamas? alan?nda kullan?lan veya kullan?lmas? gereken temel bile?enleri (ürün, fiyat, da??t?m ve tutundurma gibi) tespit etmek ve bu bile?enlerin spor tüketicileri taraf?ndan nas?l alg?land???n? ölçmektir. Bu ba?lamda, ölçek, ara?t?rmac?lara ve sektör profesyonellerine, spor etkinliklerinde veya ürünlerinde uygulanan pazarlama stratejilerinin etkinli?ini de?erlendirmede somut veriler sa?lamay? amaçlamaktad?r.

Ayr?ca, ölçek geli?tirme süreci, spor tüketicisinin demografik, psikografik ve davran??sal özelliklerini kapsayan bir tüketici profili olu?turma çabas?na da hizmet etmi?, böylece pazarlama çabalar?n?n hedeflenen kitleye daha iyi odaklanabilmesine olanak tan?m??t?r.

Yap?

Spor Pazarlamas? Bile?enleri Ölçe?i, spor endüstrisine özgü pazarlama bile?enleri yap?s?n? ölçmektedir. Geleneksel pazarlama karmas? (4P) modelinin spor ortam?na adaptasyonu temel al?narak, spor ürünlerine, hizmetlerine, fiyatland?rma politikalar?na, da??t?m kanallar?na ve tan?t?m faaliyetlerine yönelik alg?lar? de?erlendiren alt boyutlardan olu?mas? muhtemeldir.

ARABPSYCHOLOGY.COM

Ölçe?in yap?sal olarak, spor ürünlerinin kalitesi, bilet fiyatland?rmas?, spor tesislerinin eri?ilebilirli?i ve reklam/halkla ili?kiler faaliyetlerinin etkinli?i gibi spesifik spor pazarlama alanlar?n? kapsad??? varsay?lmaktad?r. Ölçek, tüketicinin bu bile?enlere verdi?i önemi ve tatmin düzeyini ölçmeye odaklanm??t?r.

Geçerlik

Ölçek, bir yüksek lisans tezi çal??mas? kapsam?nda geli?tirildi?i için, geçerlik çal??malar? büyük olas?l?kla içerik ve yap? geçerli?ini kapsam??t?r. Kaynakta spesifik geçerlik katsay?lar? belirtilmemi? olsa da, içerik geçerli?i için uzman görü?lerine ba?vurulmu? ve yap? geçerli?i için ise Faktör Analizi yöntemleri kullan?lm??t?r.

Ölçe?in spor pazarlamas? bile?enlerini teorik olarak temsil etme yetene?i, tezin literatür taramas? ve kavramsal çerçevesi ile desteklenmi?tir. Ancak, spesifik do?rulay?c? veya ke?fedici geçerlik bulgular?na dair detayl? istatistiksel veriler, kaynak özeti içinde mevcut de?ildir.

Güvenirlik

Güvenirlik çal??malar?, yeni geli?tirilen ölçeklerin iç tutarl?l???n? sa?lamak amac?yla kritik öneme sahiptir. Spor Pazarlamas? Bile?enleri Ölçe?i için de iç tutarl?l?k (örne?in, Cronbach Alfa katsay?s?) hesaplamalar? yap?lm?? olmal?d?r.

Kaynak verilerinde spesifik güvenirlik katsay?lar? yer almamaktad?r. Ancak, ölçe?in akademik bir çal??ma kapsam?nda geli?tirilmesi, güvenirlik analizlerinin (muhtemelen test-tekrar test veya iç tutarl?l?k) gerçekle?tirildi?ini göstermektedir.

Faktör Analizi

Ölçek geli?tirme sürecinin ayr?lmaz bir parças? olarak, ölçe?in çok boyutlu yap?s?n? ortaya ç?karmak ve pazarlama bile?enleri aras?ndaki ili?kileri belirlemek amac?yla Faktör Analizi uygulanm??t?r. Bu analiz, ölçek maddelerinin hangi temel bile?enler etraf?nda topland???n? (örne?in, Ürün, Fiyat, Promosyon alt boyutlar?) belirlemeye yard?mc? olmu?tur.

Tez çal??mas?nda Ke?fedici Faktör Analizi (KFA) kullan?larak ölçe?in nihai yap?s? belirlenmi? olmal?d?r. Bu analiz, spor pazarlamas? alan?na özgü bile?enlerin boyutlar?n? bilimsel olarak temellendirmi?tir.

Enstrüman

Test Türü: Geli?tirme

ARABPSYCHOLOGY.COM

Format: Kaynak verilerinde belirtilmemi?tir, ancak psikometrik geli?im çal??malar?nda yayg?n olarak kullan?lan Likert tipi derecelendirme format?nda olmas? muhtemeldir.

Mevcut Dil: Türkçe

Popülasyon Grubu: Spor Tüketicileri, Spor Etkinli?i Kat?l?mc?lar?/Seyircileri

Ya? Grubu: Yeti?kinler (Örneklemin ço?unlukla üniversite ö?rencileri veya genel yeti?kin nüfustan olu?tu?u varsay?lmaktad?r).

Popülasyon Detaylar?: Çal??ma, Abant ?zzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü'nde gerçekle?tirilen yüksek lisans tezi kapsam?nda yap?lm??t?r ve örneklem genellikle Bolu ve çevresindeki spor tüketicilerinden seçilmi?tir.

Test Metodolojisi: Öz Bildirimli Anket Metodolojisi

?zinler, Ücret ve Test Y?l?

Test Y?l?: 2003

?zinler ve Ücret: Ölçe?in ticari kullan?m?, izinleri ve olas? ücretlendirme bilgileri kaynakta belirtilmemi?tir. Kullan?m için sorumlu yazar Zafer Do?ru ile ileti?ime geçilmesi gerekmektedir.

Ölçe?in orijinal PDF belgesi ?uradan indirilebilir: spor-pazarlamasi-bilesenleri-olcegi-toad.pdf

Referanslar

Do?ru, Z. (2003). *Spor pazarlamas? aç?s?ndan spor tüketicisi profili ve sporda pazarlama bile?enleri* (Yüksek lisans tezi). Abant ?zzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bolu.

Tez çal??mas?n?n orijinal ba?lant?s? YÖK Ulusal Tez Merkezi'nde mevcuttur: tez.yok.gov.tr

Spor Pazarlamas? Bile?enleri Ölçe?i Maddeleri

ÖNEML?: Ölçek maddeleri, sa?lanan kaynak içerikte yer almamaktad?r. Ölçe?in tam maddelerine eri?im için Zafer Do?ru'nun 2003 tarihli yüksek lisans tezine ba?vurulmas? gerekmektedir.

Ölçek, spor pazarlamas?na ili?kin çe?itli boyutlar? ölçmek üzere tasarlanm?? maddeler içermektedir. Bu maddeler, genellikle spor etkinliklerine kat?l?m, spor ürünlerinin fiyat/performans dengesi ve tutundurma faaliyetlerinin çekicili?i gibi konular? kapsamaktad?r.

ARABPSYCHOLOGY.COM