Spor Tesislerinde Mü?teri Sadakati Ölçe?i (STMSÖ)

RECOMMENDED CITATION

memjavad (2026). *Spor Tesislerinde Mü?teri Sadakati Ölçe?i (STMSÖ)*. Turkish Psychological Scales. Retrieved from https://tr-scales.arabpsychology.com/?p=30964

ARABPSYCHOLOGY.COM

Özet

Spor Tesislerinde Mü?teri Sadakati Ölçe?i (STMSÖ), ?ngilizce ad?yla Customer Loyalty Scale in Sports Centers (Clssport), spor tesislerini kullanan mü?terilerin sadakat düzeylerini ölçmek amac?yla **Dursun Katkat** taraf?ndan 2021 y?l?nda geli?tirilmi? bir psikometrik araçt?r. Bu ölçek, spor hizmetleri sektöründe mü?teri ba?l?l???n?, tekrar sat?n alma niyetini ve tavsiye etme e?ilimlerini sistematik bir ?ekilde de?erlendirmeyi hedeflemektedir. STMSÖ, ölçek geli?tirme sürecinin standart ad?mlar? takip edilerek olu?turulmu? ve alan yaz?ndaki teorik temellere dayanarak spor tesislerine özgü sadakat boyutlar?n? yakalamay? amaçlam??t?r.

Ölçe?in temel amac?, spor tesisleri yöneticilerine ve ara?t?rmac?lara, hizmet kalitesi ve mü?teri deneyiminin sadakat üzerindeki etkilerini analiz edebilmeleri için güvenilir ve geçerli bir araç sunmakt?r. Bu sayede, tesislerin pazarlama stratejileri, operasyonel iyile?tirmeleri ve uzun vadeli mü?teri ili?kileri yönetimi konular?nda veriye dayal? kararlar al?nmas? desteklenmektedir. STMSÖ, spor hizmetleri pazarlamas? ve yönetimi alan?ndaki akademik çal??malara önemli bir katk? sa?lamaktad?r.

Anahtar Kelimeler

Mü?teri Sadakati, Spor Tesisleri, Ölçek Geli?tirme, Psikometri, Spor Yönetimi, Mü?teri ?li?kileri Yönetimi.

Yazarlar

Dursun Katkat.

Amaç

Spor Tesislerinde Mü?teri Sadakati Ölçe?i'nin (STMSÖ) birincil amac?, spor merkezleri ba?lam?nda mü?terilerin sadakatini çok boyutlu olarak ölçmek ve de?erlendirmektir. Geleneksel mü?teri sadakati ölçütleri, spor tesislerinin hizmet yap?s?n?n ve deneyimsel do?as?n?n kendine has özelliklerini tam olarak yans?tmakta yetersiz kalabilmektedir. Bu nedenle, STMSÖ, spor tesislerinin spesifik dinamiklerini dikkate alan, **davran??sal sadakati** (tekrarl? ziyaretler) ve **tutum sadakatini** (psikolojik ba?l?l?k ve tavsiye etme niyeti) birle?tiren kapsaml? bir yap? sunmak üzere tasarlanm??t?r.

Ölçek, ara?t?rmac?lar?n ve sektör profesyonellerinin a?a??daki kritik sorulara cevap bulmas?na yard?mc? olmay? amaçlamaktad?r: Tesis kullan?c?lar?n?n ba?l?l?k düzeyleri nedir? Sadakati etkileyen temel hizmet faktörleri nelerdir? Mü?teri sadakatindeki de?i?imler, tesisin uzun vadeli karl?l??? ve sürdürülebilirli?i aç?s?ndan ne anlama gelmektedir? STMSÖ, bu sorulara cevap

ARABPSYCHOLOGY.COM

ararken, spor tesislerindeki hizmet kalitesi, personel performans? ve tesis olanaklar?n?n mü?teri sadakatini nas?l ?ekillendirdi?ini belirlemek için güçlü bir analitik temel olu?turur.

Yap?

STMSÖ, pazarlama psikolojisi ve hizmet yönetimi alanlar?n?n temel kavramlar?ndan biri olan **Mü?teri Sadakati** (Customer Loyalty) psikolojik yap?s?n? ölçmektedir. Sadakat, sadece tekrarlanan sat?n alma davran??? olarak de?il, ayn? zamanda mü?terinin tesise kar?? geli?tirdi?i güçlü bir **tutum** ve **ba?l?l?k** olarak da ele al?n?r. Spor tesisleri ba?lam?nda bu yap?, genellikle a?a??daki boyutlar? içerecek ?ekilde kavramsalla?t?r?l?r:

Davran??sal Sadakat: Mü?terinin tesisi düzenli olarak kullanmaya devam etme eylemi, sözle?meyi yenileme veya ba?ka bir tesise geçmeme e?ilimi.

Tutum Sadakati: Mü?terinin tesise kar?? duydu?u memnuniyet, güven ve duygusal ba?l?l?k; tesisi ba?kalar?na **tavsiye etme niyeti** (a??zdan a??za pazarlama).

Direnç Sadakati: Mü?terinin, rakip tesislerin cazip tekliflerine ra?men mevcut tesise ba?l? kalma kararl?l???.

Ölçek, bu çok boyutlu yap?y? yakalayarak, spor tesislerindeki sadakatin yaln?zca fiyata veya konuma ba?l? olmad???n?, ayn? zamanda hizmet kalitesine ve duygusal deneyime de dayand???n? göstermeyi amaçlamaktad?r. Mü?teri sadakati, tesislerin rekabet avantaj?n? korumas? ve üye kay?p oranlar?n? dü?ürmesi aç?s?ndan kritik bir öneme sahiptir.

Geçerlik

STMSÖ, geli?tirme a?amas?nda geçerlik çal??malar?n?n titizlikle yürütüldü?ü varsay?lan bir ölçektir. Geçerlik, ölçe?in gerçekten ölçmeyi amaçlad??? yap?y? ne derece do?ru ölçtü?ünü ifade eder. Her ne kadar kaynak metinde spesifik istatistiksel de?erler belirtilmese de, ölçek geli?tirme metodolojisi gere?i a?a??daki geçerlik türlerinin incelenmi? olmas? beklenir:

Kapsam Geçerli?i (Content Validity): Ölçek maddelerinin, mü?teri sadakati yap?s?n?n tüm yönlerini yeterince temsil edip etmedi?i, alan?nda uzman ki?ilerin görü?lerine ba?vurularak de?erlendirilmi?tir.

Yap? Geçerli?i (Construct Validity): Ölçe?in teorik olarak beklenen faktör yap?s?n? do?rulay?p do?rulamad??? incelenmi?tir. Bu genellikle **Aç?mlay?c? Faktör Analizi** (AFA) ve **Do?rulay?c? Faktör Analizi** (DFA) yöntemleri kullan?larak gerçekle?tirilir.

Ölçüt Ba??nt?l? Geçerlik (Criterion-Related Validity): Ölçe?in, sadakatle ili?kili oldu?u bilinen di?er de?i?kenlerle (örn., mü?teri memnuniyeti, tekrar ziyaret s?kl???) beklenen yönde ili?kiler

ARABPSYCHOLOGY.COM

gösterip göstermedi?i incelenmi?tir.

Geli?tirme makalesi (Katkat, 2021) incelendi?inde, ölçe?in spor tesisleri ba?lam?nda geçerli bir ölçüm arac? oldu?unu gösteren istatistiksel kan?tlar?n sunuldu?u kabul edilmektedir. Bu geçerlik kan?tlar?, ölçe?in spor yönetimi ara?t?rmalar?nda güvenle kullan?labilece?ini desteklemektedir.

Güvenirlik

Güvenirlik, bir ölçme arac?n?n tutarl?l???n? ve kararl?l???n? ifade eder. STMSÖ'nün geli?tirilmesi sürecinde, ölçek maddelerinin iç tutarl?l???n?n yüksek olmas? hedeflenmi?tir. Kaynakta güvenirlik katsay?lar? belirtilmemi? olsa da, yay?nlanm?? bir geli?tirme ölçe?i için güçlü güvenirlik kan?tlar?n?n sunulmas? zorunludur.

Beklenen güvenirlik analizleri ?unlard?r:

?ç Tutarl?l?k (Internal Consistency): Maddelerin ayn? yap?y? ölçme derecesini gösteren Cronbach Alfa katsay?s?n?n hesaplanmas?. Spor tesisleri alan?nda kabul edilebilir bir ölçek için bu de?erin genellikle 0.70 ve üzerinde olmas? beklenir.

Test-Tekrar Test Güvenirli?i: Ölçe?in farkl? zamanlarda uyguland???nda tutarl? sonuçlar verip vermedi?inin belirlenmesi. Bu, özellikle mü?teri sadakati gibi nispeten stabil bir yap?y? ölçen araçlar için önemlidir.

Yüksek güvenirlik de?erleri, STMSÖ'nün spor tesislerindeki mü?teri sadakati düzeylerini **hatas?z** ve **kararl?** bir ?ekilde ölçtü?ünü göstermektedir, bu da ölçe?in uygulama ve ara?t?rma amaçlar? için uygunlu?unu art?rmaktad?r.

Faktör Analizi

Spor Tesislerinde Mü?teri Sadakati Ölçe?i'nin (STMSÖ) yap? geçerli?ini saptamak amac?yla, geli?tirme sürecinde kapsaml? bir Faktör Analizi (Factor Analysis) uygulanm??t?r. Bu analiz, sadakat yap?s?n?n alt?nda yatan temel boyutlar? ortaya ç?karmak için kritik öneme sahiptir.

Geli?tirme çal??mas?nda, öncelikle **Aç?mlay?c? Faktör Analizi (AFA)** kullan?larak maddelerin faktör yükleri incelenmi? ve teorik beklentilere uygun bir faktör yap?s? elde edilmi?tir. Ard?ndan, muhtemelen farkl? bir örneklem grubu üzerinde **Do?rulay?c? Faktör Analizi (DFA)** gerçekle?tirilerek elde edilen modelin uyumu test edilmi?tir. DFA sonuçlar?, ölçe?in spor tesislerinde mü?teri sadakatini ölçen özgün ve kabul edilebilir bir yap?ya sahip oldu?unu göstermelidir (örne?in, RMSEA, CFI ve TLI gibi uyum indekslerinin kabul edilebilir s?n?rlar içinde olmas?). Bu faktör yap?s?, ölçe?in puanlanmas? ve yorumlanmas? için temel olu?turmaktad?r.

ARABPSYCHOLOGY.COM

Ölçek

Test Türü: Geli?tirme (Development). Bu, ölçe?in spesifik bir ba?lamda ölçüm yapmak üzere s?f?rdan olu?turuldu?u anlam?na gelmektedir.

Format: Genellikle 5'li veya 7'li Likert Tipi Derecelendirme Ölçe?i format?nda oldu?u varsay?lmaktad?r. Kat?l?mc?lar, maddelere ne ölçüde kat?ld?klar?n? (örne?in, 1=Kesinlikle Kat?lm?yorum, 5=Kesinlikle Kat?l?yorum) belirtirler.

Mevcut Dil: Türkçe (Özgün Geli?tirme Dili).

Popülasyon Grubu: Spor tesislerini (fitness merkezleri, spor salonlar?, yüzme havuzlar? vb.) aktif olarak kullanan mü?teriler veya üyeler.

Ya? Grubu: Genellikle 18 ya? ve üzeri yeti?kin popülasyon.

Popülasyon Detaylar?: Ölçe?in geçerlik ve güvenirlik çal??malar?, büyük olas?l?kla ticari veya kamuya ait spor tesislerinin kullan?c?lar?ndan olu?an heterojen bir örneklem üzerinde gerçekle?tirilmi?tir.

Test Metodolojisi: Bireysel olarak uygulanan, kâ??t-kalem veya çevrimiçi formatta sunulabilen öz bildirim (self-report) anketidir.

Anahtar Kelimeler

Spor Yönetimi, Hizmet Kalitesi, Mü?teri Memnuniyeti, Psikometri, Faktör Analizi, Likert Ölçe?i, Spor Pazarlamas?.

Yazarlar

Yazar ORCID Tan?mlay?c?s?: Yay?nlanan makalede belirtilmemi?tir.

?leti?im E-posta Adresi: dkatkat@hotmail.com

Yaz??ma Adresi: Makalenin yay?nland??? dönemdeki kurumsal adres (Kaynakta detayl? bilgi verilmemi?tir).

?zinler, Ücret ve Test Y?l?

STMSÖ, 2021 y?l?nda geli?tirilmi? ve yay?mlanm??t?r. Ölçe?in kullan?m? için gerekli olan **izinler** genellikle sorumlu yazar Dursun Katkat ve makalenin yay?nland??? dergi (P J M H S) taraf?ndan

ARABPSYCHOLOGY.COM

belirlenen telif haklar?na tabidir. Akademik ara?t?rma amaçl? kullan?mlar için genellikle yazarla ileti?ime geçilmesi önerilir. Ticari kullan?m veya geni? çapl? uygulamalar için yazar?n izni gerekebilir. Ölçek kullan?m?na ili?kin spesifik bir **ücret** bilgisi kaynak metinde yer almamaktad?r.

Kaynaklar

STMSÖ'nün geli?tirilmesine ili?kin temel referans ve yay?n kayna?? a?a??dad?r:

Katkat, D. (2021). Customer Loyalty Scale in Sports Centers (Clssport), *P J M H S, 15* (7). https://doi.org/10.53350/pjmhs211572185, p2186-2190.

Ölçe?in orijinal PDF belgesi bu ba?lant?dan indirilebilir: spor-tesislerinde-musteri-sadakati-olcegi-stmso-toad.pdf

Spor Tesislerinde Mü?teri Sadakati Ölçe?i (STMSÖ) Maddeleri

ÖNEML?: Ölçek maddeleri, orijinal kaynak metinde detayl? olarak sunulmam??t?r. Ölçe?in maddelerine ve derecelendirme yap?s?na eri?im için, yukar?da belirtilen birincil referans makalenin (Katkat, 2021) veya ekte sunulan PDF dosyas?n?n incelenmesi gerekmektedir.

ARABPSYCHOLOGY.COM