

T.C.
GAZİ ÜNİVERSİTESİ
SAĞLIK BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ
BEDEN EĞİTİMİ VE SPOR ANA BİLİM DALI

**REKREASYONEL SPOR/FİTNES PROGRAMI SUNAN
İŞLETMELERDE HİZMET KALİTESİ**

DOKTORA TEZİ

HAVVA DEMİREL

Tez Danışmanı

Doç.Dr. Metin YAMAN

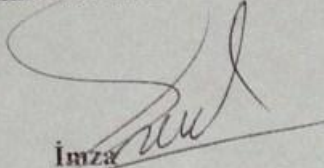
ANKARA 2013

Örnek : 3

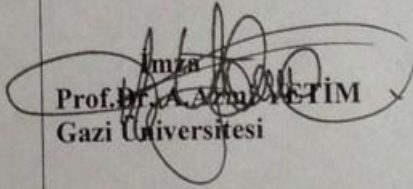
T.C.
GAZİ ÜNİVERSİTESİ
Sağlık Bilimleri Enstitüsü

Beden Eğitimi ve Spor Ana Bilim Dalı Doktora Programı
çerçevesinde yürütülmüş olan bu çalışma aşağıdaki jüri tarafından
Doktora Tezi olarak kabul edilmiştir.

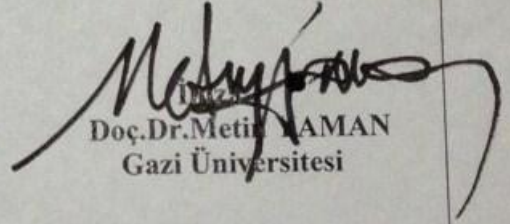
Tez Savunma Tarihi: 24/06/2013



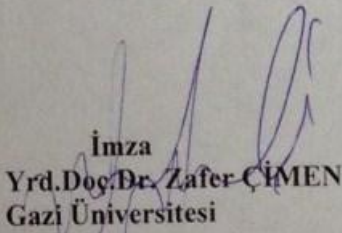
İmza
Prof. Dr. Erdal ZORBA
Gazi Üniversitesi
Jüri Başkanı



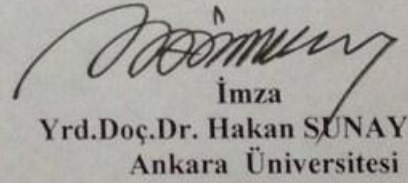
İmza
Prof. Dr. A. Azim METİM
Gazi Üniversitesi



İmza
Doç. Dr. Metin YAMAN
Gazi Üniversitesi



İmza
Yrd. Doç. Dr. Zafer ÇİMEN
Gazi Üniversitesi



İmza
Yrd. Doç. Dr. Hakan SUNAY
Ankara Üniversitesi

Mihalofca edyomuy.

İçindekiler

Kabul ve Onay	i
İçindekiler	ii
Şekiller Listesi.....	v
Tablolar Listesi.....	vi
Önsöz	viii
1.GİRİŞ	1
2. GENEL BİLGİLER	3
2.1. Kalite Kavramı ve Tanımı	3
2.1.1.Kalitenin Özellikleri	6
2.1.2. Kalitenin Boyutları	7
2.1.2.1. Teknik Kalite	8
2.1.2.2. Fonksiyonel Kalite	8
2.2. Hizmet Kavramı ve Tanımı	9
2.2.1.Hizmetin Özellikleri.....	11
2.2.1.1. Soyutluk	11
2.2.1.2. Ayrılmazlık	12
2.2.1.3. Değişkenlik.....	13
2.2.1.4. Dayanıksızlık ve Stoklanamazlık.....	13
2.2.2. Hizmet Kalitesi Boyutları	14
2.2.3. Hizmetin Sınıflandırılması	15
2.2.4.Hizmet Kalitesinin Ölçülmesi	19
2.3.Rekreasyonel Spor	22
2.3.1. Tanımı	22
2.3.2. Özellikleri.....	23

2.3.3. Sınıflandırılması	24
2.3.3.1. Yapısal Sınıflama	25
2.3.3.1.1. Kapalı Alan Rekreatif Spor Faaliyetleri.....	25
2.3.3.1.2. Açık Alan Rekreatif Spor Faaliyetleri.....	25
2.3.3.2. Yerel Sınıflama	27
2.3.3.2.1. Kentsel Rekreatif Spor Faaliyetleri	27
2.3.3.2.2. Kırsal Rekreatif Spor Faaliyetleri.....	28
2.4. Rekreatif Spor İşletmeciliği	28
2.4.1. Kamu ve Özel Sektör Rekreatif Spor İşletmeciliği	31
2.5. Rekreatif Spor İşletmelerinde Kalite	33
2.5.1. Program Bakımından	33
2.5.2. Tesis Bakımından	36
2.5.3. Personel Bakımından	36
2.5.4. Diğer Hizmetler Bakımından	37
3. GEREÇ VE YÖNTEM	39
3.1. Evren ve Örneklem.....	39
3.2. Veri Toplama Aracı.....	39
3.3. Verilerin Analizi.....	40
4. BULGULAR.....	41
5. TARTIŞMA	75
6. SONUÇ.....	83
7. ÖNERİLER	85
8. ÖZET	86
9. SUMMARY	88

10. KAYNAKLAR	90
11. EKLER	99
12.TEŞEKKÜR	103
13. ÖZGEÇMİŞ.....	104

Şekiller Listesi

ŞEKİL 1 : İSKANDİNAV MODELİ	10
-----------------------------------	----

Tablolar Listesi

Tablo1: Hizmetin tarih içinde tanımları	10
Tablo 2: Hizmetlerin Sınıflandırılmalarına Yönelik Çalışmalar	16
Tablo 3: Araştırmaya katılan üyelere ilişkin beklenen ve algılanan hizmet kalitesinin cinsiyetler bakımından karşılaştırılması	41
Tablo 4: Araştırmaya katılan üyelerin gelir seviyelerine göre ortalama ve standart sapmaları	42
Tablo 5: Araştırmaya katılan üyelere ilişkin beklenen ve algılanan hizmet kalitesinin gelir seviyeleri bakımından karşılaştırılması	43
Tablo 6: Araştırmaya katılan üyelerin eğitim seviyelerine göre ortalama ve standart sapmaları	44
Tablo 7: Araştırmaya katılan üyelere ilişkin beklenen ve algılanan hizmet kalitesinin eğitim seviyeleri bakımından karşılaştırılması.....	46
Tablo 8: Araştırmaya katılan üyelere ilişkin beklenen hizmet kalitesinin eğitim seviyeleri bakımından çoklu karşılaştırılması	47
Tablo 9: Araştırmaya katılan üyelere ilişkin algılanan hizmet kalitesinin eğitim seviyeleri bakımından çoklu karşılaştırılması	48
Tablo 10: Araştırmaya katılan üyelere ilişkin algılanan hizmet kalitesinin eğitim seviyeleri bakımından çoklu karşılaştırılması	49
Tablo 11: Araştırmaya katılan üyelerin üyelik süresine göre ortalama ve standart sapmaları	51
Tablo 12: Araştırmaya katılan üyelere ilişkin beklenen ve algılanan hizmet kalitesinin üyelik süresi bakımından karşılaştırılması	52
Tablo 13: Araştırmaya katılan üyelere ilişkin beklenen hizmet kalitesinin üyelik süreleri bakımından çoklu karşılaştırılması.....	53
Tablo 14: Araştırmaya katılan üyelere ilişkin algılan hizmet kalitesinin üyelik süreleri bakımından çoklu karşılaştırılması.....	55
Tablo 15: Araştırmaya katılan üyelerin tesislerden faydalanma süresine göre ortalama ve standart sapmaları	56
Tablo 16: Araştırmaya katılan üyelere ilişkin beklenen ve algılanan hizmet kalitesinin işletmelerden faydalandığı süre bakımından karşılaştırılması ..	58
Tablo 17: Araştırmaya katılan üyelere ilişkin beklenen hizmet kalitesinin işletmelerden faydalandığı süre bakımından çoklu karşılaştırılması.....	59

Tablo 18: Araştırmaya katılan üyelere ilişkin algılanan hizmet kalitesinin işletmelerden faydalandığı süre bakımından çoklu karşılaştırılması	60
Tablo 19: Araştırmaya katılan üyelerin işletmeleri kullanım sıklığına göre ortalama ve standart sapmaları	62
Tablo 20: Araştırmaya katılan üyelere ilişkin algılanan ve beklenen hizmet kalitesinin işletmelerden hangi sıklıkla faydalandığı süre bakımından karşılaştırılması	63
Tablo 21: Araştırmaya katılan üyelere ilişkin beklenen hizmet kalitesinin işletmelerden faydalanma sıklıkla bakımından çoklu karşılaştırılması	65
Tablo 22: Araştırmaya katılan üyelerin işletmeleri kullanım süresine göre ortalama ve standart sapmaları	66
Tablo 23: Araştırmaya katılan üyelere ilişkin beklenen ve algılanan hizmet kalitesinin işletmelerde bulunduğu kullanım süresi bakımından karşılaştırılması	68
Tablo 24: Araştırmaya katılan üyelere ilişkin beklenen hizmet kalitesinin işletmelerde bulunduğu kullanım süresi bakımından çoklu karşılaştırılması	69
Tablo 25: Araştırmaya katılan üyelere ilişkin algılanan hizmet kalitesinin işletmelerde bulunduğu kullanım süresi bakımından çoklu karşılaştırılması	70
Tablo 26: Araştırmaya katılan üyelere ilişkin algılanan hizmet kalitesinin işletmelerde bulunduğu kullanım süresi bakımından çoklu karşılaştırılması	71
Tablo 27: Araştırmaya katılan üyelere ilişkin algılanan hizmet kalitesinin işletmelerde bulunduğu kullanım süresi bakımından çoklu karşılaştırılması	72
Tablo 28: Araştırmaya katılan üyelere ilişkin algılanan hizmet kalitesinin işletmelerde bulunduğu kullanım süresi bakımından çoklu karşılaştırılması	73

Önsöz

Son yıllarda spora ve sporcuya verilen önem ile birlikte sağlık, ekonomi, şehirleşme ve sanayileşmenin de gelişmesiyle rekreasyonel hizmetlere olan talep ve bilincin arttığı Türkiyede de özellikle büyük kentlerde kalabalık şehir hayatının zorluklarıyla baş etmede rekreasyonel sportif hizmet ve programlara ve bu programlardaki çeşitliliklere olan talebinde aynı oranda arttığı gözlemlenmektedir.

Günümüzde sanayileşme ile iş gücünün yerini insandan ziyade makinaların üstlenmiş olması hareket azlığına bağlı olarak bireylerde değişik sağlık problemlerini de beraberinde getirmekte, böylelikle bedensel aktiviteler bireysel açıdan önem kazanmaktadır. Dolayısıyla, hem katılım hemde seyir açısından hayatın içinde önemli bir yer tutan spor, geniş bir pazar haline gelmiştir. Ekonominin önemli sektörlerinden biri olan ve kar amacı güden ya da gütmeyen birçok organizasyonda geniş bir yelpaze içerisinde müşterilere sunulan spor hizmetleri; fizyolojik, psikolojik, sosyolojik ve ekonomik olarak doğrudan yâda dolaylı olarak insanları etkilemekte, buna bağlantılı olarak spora olan farkındalığı geliştirmektedir.

Günümüzde malların çeşitliliği yanında rekreasyonel spor hizmetlerinde de büyük bir çeşitlenme görülmektedir. Hem hizmetlerdeki çeşitlilik hemde işletmelerin sayısındaki artış, rekabeti artırmakta ve hizmetlerin sunumunda işletmeleri diğerlerinden farklı olmaya zorlamaktadır. Rekreasyonel spor hizmeti hazırlayıp sunan bir işletmenin rekabet avantajı kazanacağı en belirgin yol, rakiplerden daha nitelikli hizmet üretmek ya da başka bir ifadeyle, tüketici beklentilerine cevap verebilmektir.¹

Hizmetin soyut, değişken, stoklanamaz ve ayrılmaz oluşu hizmetteki kalitenin ölçülmesinide zorlaştırmaktadır. Ancak rekreasyonel spor hizmeti sunan bir işletme de tüketici tarafından nasıl değerlendirildiğini yâda artı ve eksilerinin neler olduğunu bilmezse,

tesadüflerle ya piyasa içinde yer alacak yâda yok olacaktır. Nitekim hizmet kalitesi ölçülmek zorundadır.¹ Yapılan ölçümler sonucunda rekreasyonel spor işletmelerinden yararlanan kitlelerin kalite algı ve beklentileri değerlendirilerek spor işletmeleri yeniden yapılandırılmalıdır.

Ülkemizde gelişmekte olan rekreasyonel spor hizmetleri alanındaki çalışmaların sınırlı olması araştırmanın önemini artırmakta, nitelikli rekreasyonel spor talebinin her geçen gün artması, bu alanda kaliteli hizmet veren işletmelere olan ihtiyacı da beraberinde getirmektedir. Rekreasyonel spor hizmetleri sunma konusunda, kamu kaynaklarının potansiyel ve fiili talebi yeterince karşılayamaması halinde bu piyasadan pay almak isteyen özel sektörün girişimleri de artmaktadır. Aynı zamanda yarı kurumsal hizmet olma özelliği ile toplumsal fayda da oluşturan bu pazara ciddi yatırımlar yapmak isteyen girişimciler için eldeki araştırma sonuçları veri sağlama özelliği de taşıyacağından hem ilgili alanlarda başvuru kaynağı olarak kullanılabilir hem de benzeri çalışmalara ışık tutacaktır.

1.GİRİŞ

Rekreasyonel anlamda spor bilinci dünyada hızla gelişen bir olgudur. Teknolojik gelişmeler ve insanların refah düzeylerinin artması doğal olarak hizmet sektörünün önemini de her geçen gün daha çok ön plana çıkarmaktadır. Dolayısıyla hane halkı gelirlerinin artması, toplumun bu anlamdaki yaşam biçimlerini yönlendirmektedir.

Günümüzde faaliyet gösteren spor işletmeleri ayakta kalabilmek için müşteri ihtiyaç ve isteklerini karşılamak ve hatta ötesine geçmek gerekliliğinin farkındadır. Müşteriler toplam hizmet süreci boyunca, çeşitli dallarda işletme çalışanlarıyla, işletme ortamıyla ve sunulan hizmetle etkileşim içindedirler ve müşteriler, bu etkileşim içinde hizmeti algılar. Hizmet sektöründe kalite ölçümü, mal üretimindeki kalite ölçümü kadar kolay olmamakta, içinde psikolojik, sosyal ve insani değerler barındıran boyutlar taşımaktadır.

Müşteri istek ve ihtiyaçlarına uygunluk şeklinde tanımlanabilen kalite, özellikle hizmet veren işletmelerin merkezinde yer almış bir kavramdır. Hizmet kalitesi, verilen hizmet seviyesinin müşteri beklentileri ile ne kadar iyi eşleştiğinin bir ölçüsü ya da müşteri beklentilerine uyumlu bir yapı içinde karşılık verme yetisidir. Dolayısıyla müşteri profili de beraberinde değişkenlik göstermektedir. Yoğun rekabet ortamının yaşanması, işletmelerin varlıklarını sürdürebilmeleri için, müşteri odaklı stratejiler geliştirmelerini zorunlu kılmaktadır. Müşteri avantajı sağlamada başarılı olan işletmeler ayakta kalırken, başarısız olanlar pazardan çekilmektedir.

Bugün ülkelerin hemen hepsi rekreasyonel sporu boş zamanları değerlendirme yanında, daha sağlıklı nesiller için önemli bir yatırım aracı olarak görmekte, dolayısıyla bu alanda daha yoğun ve dikkatli yatırım yapmaya özen göstermektedir.

Sunulan hizmette kalitenin iyileştirilmesi konusunda hizmetlerin kendine has özellikleri nedeniyle, spor işletmelerinde kalitenin tanımlanması ve ölçülmesi göreceli olarak zor olduğundan akademik çevrelerce ilgi çekmiş ve birçok model geliştirilmeye çalışılmıştır.

Bu çalışma; rekreasyonel spor/fitness programı sunan işletmelerin tüketicilerinin aldıkları hizmete ilişkin algılamaları ile onların hizmetten beklentilerini tespit etmek ve demografik özelliklere göre hizmet beklentilerinin farklılık gösterip göstermediğini ortaya koymak amacı ile gerçekleştirilmiş bir çalışmadır.

2. GENEL BİLGİLER

2.1. Kalite Kavramı ve Tanımı

Son yıllarda en çok önem gören konulardan biri hizmette kalitedir. Çünkü spor işletmeleri de faaliyet amaçlarına ulaşabilmek için kaliteli hizmet üretmek durumundadırlar. Ancak hizmetler, mallardan farklı özelliklere sahip oldukları için imalata yönelik kalite çalışmaları ve kalite tanımları ile hizmet kalitesinin anlaşılması mümkün olamamaktadır. Kalite denetimi ve kalite yönetimine, imalat işletmelerinden farklı bir yaklaşım getirmek gerekmektedir. Batı'da, özellikle Amerika Birleşik Devletleri ve İskandinav ülkelerinde 1980'li yıllardan bu yana hizmet kalitesi ile ilgili araştırmaların arttığı gözlenmektedir.²

Kalite sözcüğü kullanım amacına göre değişik anlamlar ifade edebilmektedir. Birçok kişiye göre pahalı, lüks, az bulunur, üstün nitelikte gibi kavramlarla eş anlamlı olan kalite için birçok kitap ve makalede pek çok değişik tanımlama yapılmıştır.³

Juran kaliteyi "kullanıma uygunluk" şeklinde tanımlarken, Deming, kaliteyi "bugünkü ve gelecekteki müşteri gereksinimlerinin hedeflenmesi" olarak tanımlamaktadır. Günümüzde kalitenin tanımında müşterinin bakış açısı, sürekli değişen istek ve gereksinimlerinin karşılanması önem kazanmaktadır.⁴

Fiziksel ürünler için yapılan bir kalite tanımlaması hizmetler için doğru bir yaklaşım olmayacaktır. Hizmet kalitesinin nasıl olduğu hizmeti üreten çok o hizmeti alanlar tarafından belirlenir ve üretilen hizmet tüketicilerin beklentilerine cevap verdiği ölçüde beğeni kazanır.⁵

Yaşam düzeyi, zevkler, gelenekler, toplumsal yapı, eğitim, program gibi çok sayıda unsurların etkisi altında kalan kalite, ülkeden ülkeye değişmekte ve farklı yapılar sergilemektedir. Tüketicinin ürün ve hizmetler için kullandıkları kalite kelimesinin ifade edeceği anlamlar farklı olacağından, herhangi bir ürünün üretiminde, tüketicinin arayacağı

niteliklerin göz önüne alınması gerekir. Bu açıdandır ki kalite kişisel bir kavramdır. Ancak ürünün ölçülebilen, belirlenebilen ve çoğu kez kalite ölçütleri veya mevzuatlarla belirlenen kalitesi ise nesnel kalitedir.⁶

Genel bir tanım yapmak gerekirse kalite, üretildiği yerde tüketilen bir iş veya eylem, bir başarı gücü, sosyal olay veya çaba olarak tanımlanabilir.²

Kalite, şu anki konumu itibariyle mevcut yönetim çevrelerinde bir slogan halini almıştır. Bir malın ya da hizmetin tüketici isteklerine uygunluk derecesi şeklinde tanımlanabilen kalite⁷, günümüzde önemli bir rekabet aracı olup, hem mal hem de spor hizmeti üreten işletmeler için önem taşımaktadır.

Toplum ve toplumu oluşturan insan unsuru üzerindeki etki derecesine bağlı olarak kalite kavramının önemi artmakta ve kapsamı genişlemektedir.⁸

Bir ürünün veya hizmetin kalitesini ne mühendisler, ne tasarımcılar ne de muhasebeciler belirlemektedir. Ürünün veya hizmetin kalite düzeyi pazardaki müşteriler tarafından belirlenmektedir. İşletmelerin temel amaçlarından bir tanesinin kâr elde etmek olduğu düşünülürse, bu amaca ulaşmak için satışların artırılması gerekliliği açıkça görülmektedir. Bu da şüphesiz müşterileri ürünün veya hizmetin kalitesine ikna etmekle mümkün olmaktadır. Sonuçta ürünün veya hizmetin kalitesinin onu kullanacak olan müşteri tarafından değerlendirileceği bir gerçektir. Günümüzde en yaygın olan kalite tanımının 'müşteri beklentilerinin karşılanması' oluşu da, bu gerçeği göstermektedir.⁹

Farklı araştırmacılar tarafından yapılan kalite tanımları beş değişik yaklaşımla ele alınmıştır.^{10, 11, 12}

- Olağan sınırları aşan (mükemmellik bildiren) kalite yaklaşımı: Bu yaklaşıma göre kalite, yalnızca deneyimler ile anlaşılabilen ve doğal olarak gelişen bir mükemmelliktir. Bir baksa ifade ile kalite

görüldüğünde anlaşılabilen ancak tanımlanamayan bir olgudur. Mal veya hizmetin eşsiz özelliklere sahip olması gerektiği vurgulanmaktadır. Ancak, bu yaklaşımda kaliteyi belirleyen unsurlar tanımlanmamış olduğundan sınırlı uygulama alanına sahiptir.

- Ürün odaklı kalite yaklaşımı: Burada kalite bir mal veya hizmet paketi içerisindeki faydalı (ise yarar) birimler olarak tanımlanmaktadır. Bu tanım, hizmetteki faydalı birimlerin miktarına (sayısına) ya da hizmetin somut özelliklerine dayanmaktadır. Bu nedenle, kaliteli bir hizmet daha düşük kaliteli bir hizmete göre daha fazla faydalı birime sahiptir. Ancak, ürüne dayalı kalite yaklaşımlarının iki temel dezavantajı vardır. Birincisi; kalitenin nesnel değerlendirmeler ile tanımlanması, ikincisi; her müşterinin aynı hizmeti isteyeceğinin varsayılmasıdır. Müşteriler genellikle farklı zevk ve tercihlere sahip olduğundan kaliteye ilişkin beklentileri de farklı olmaktadır.

- Süreç veya arz odaklı kalite yaklaşımı: Bu yaklaşıma göre kalite gereksinimlere uygunluktur. Bu tanım, daha ziyade standart mal ya da hizmet üreten işletmeler (posta hizmetleri, toplu taşımacılık, finansal hizmetler ve hızlı yemek hizmeti gibi) için geçerlidir. Burada, ürün olarak elde edilen sonucun istenilen özelliklere ne derece uygun olduğu konusu önemlidir. Örneğin; bir havayolu firmasının uçuşlarında gidilecek yere zamanında varış özelliğini ön plana çıkarması durumunda, bu hizmetin kalitesi havayolu firmasının belirttiği varış saatleri ile gerçek varış saatlerinin karşılaştırılması ile belirlenebilir.

- Müşteri odaklı kalite yaklaşımı: Bu yaklaşımda kalite müşteri gereksinimlerinin karşılanması veya amaca uygunluk şeklinde tanımlanmaktadır.

Bu yaklaşım, işletmenin müşteri gereksinimlerini belirleme ve bu gereksinimleri karşılama yeteneğine odaklanmaktadır. Müşteri odaklı kalite tanımı, sağlık, eğitim, danışmanlık, eğlence ve konaklama işletmeleri

gibi müşteri ile yüksek düzeyde ilişki gerektiren, beceri ve bilgi temeline dayanan, emek-yoğun hizmetler sunan işletmeler için oldukça uygundur.

- Değer odaklı kalite yaklaşımı: Bu yaklaşıma göre kalite, üreticiye maliyet ve müşterinin ödediği fiyat olarak tanımlanmaktadır. Kalite, fiyat ve kullanıma hazır olma (availability) bakımından müşteri gereksinimlerinin karşılanması şeklinde de ele alınmaktadır. Müşteriler karar verme sürecinde kalite, fiyat ve kullanıma hazır olma unsurlarına göre değerlendirme yapmaktadır.

2.1.1.Kalitenin Özellikleri

Kalite üzerine yapılan araştırmalardan elde edilen bilgiler ışığında, birbirinden farklı sekiz kalite özelliği şu şekilde belirlenmiştir.¹³

- Performans: Ürünün temel özelliklerini ve ürün/ hizmetin işlevini yerine getirebilme kabiliyetini ifade eder. Örneğin; otomobil için; hız, konfor, televizyon için; görüntü ve ses performans özellikleridir. Hizmet işletmelerinde ise performans, servis hızı ve bekleme süresi gibi özellikleri ifade eder. Ürünün performans özellikleri genellikle ölçülebilen özellikler olduğu için benzer ürünler arasında performans açısından nesnel bir sınıflandırma yapılabilmektedir.

- Diğer Unsurlar (Özellikler): Ürünün veya hizmetin çekiciliğini sağlayan diğer özelliklerdir. Dolayısıyla, ürün veya hizmetin temel fonksiyonunu tamamlayan unsurları içermektedir.

- Uygunluk: Ürünün tasarımının ve işleyiş özelliklerinin önceden belirlenmiş belgelere ve standartlara uyup uymama derecesidir ve tüketici ya da kullanıcıya kalitenin teknik boyutu hakkında fikir vermektedir.

- Güvenilirlik: Ürünün kullanım süresi içerisinde tüm fonksiyonlarını tam olarak yerine getirip getirmediğinin ölçüsüdür. Dolayısıyla, güvenilirlik ürünün bu süre boyunca performansının ve tamamlayıcı özelliklerinin sürekliliği anlamına gelmektedir.

- Dayanıklılık: Bir ürünün kullanım ömrünün uzunluğu ile ilgilidir. Ancak rekreasyonel spor/fitness programı sunan işletmelerde tüketiciye üründen ziyade hizmet sunulmaktadır ve hizmetler birer performans olarak nitelendirildikleri için dayanıklılıkları yoktur.

- Hizmet Görürlük: Ürüne ilişkin sorun ve şikâyetlerin kolay çözülebilirliği anlamındadır. Ürün ile ilgili sorunlara doğru çözümler bulunamaması, işletmenin şikâyetleri ele alma tarzı ve süresi tüketicilerin ürün kalitesini değerlendirmelerinde etkili olmaktadır.

- Estetik: Kısaca, ürünün albenisi ve tüketicilerin beş duyusuna hitap edebilme yeteneğidir. Renk, biçim gibi özellikler ürünün performansını doğrudan etkilememekle birlikte, tüketici beğenisine yönelik estetik özellikler olarak nitelendirilebilir.

- İtibar (algılanan kalite):Ürünün geçmiş performansı ile ilgilidir. Tüketiciler her zaman ürünün tüm özelliklerine ilişkin ayrıntılı bilgiye sahip olmadıklarından, böyle durumlarda karar vermelerinde dolaylı birtakım ölçütler önemli rol oynamaktadır. Örneğin; ürün ya da marka imajı gibi faktörler ürünün kalitesinin tüketici tarafından olumlu veya olumsuz algılanmasında son derece önemlidir.

2.1.2. Kalitenin Boyutları

Yapılan araştırmalarda genellikle kalitenin teknik ve fonksiyonel boyutları üzerinde durulduğu görülmektedir. Grönroos, kaliteyi teknik kalite ve fonksiyonel kalite olarak ele almıştır.¹⁴ Kotler,P.,Amstrong,G., teknik ve fonksiyonel kaliteden bahsetmiş ancak bunun yanında sosyal kaliteden de bahsetmiştir.¹⁵

Ghobadian ve arkadaşları 1994 yılında kalite boyutlarını incelerken hizmet dağıtım sürecinin kalitesi (fonksiyonel kalite) ile hizmet sonucuna işaret eden kalite (teknik kalite) arasındaki farkın ortaya konması gerektiğini vurgulamışlardır.¹¹

Schroder ise 1993'te bu konuda değişik bir yaklaşıml geliştirmiştir. Schroeder'e göre ister mal ister hizmet üretimi söz konusu olsun kalite denince akla tasarım kalitesi (retim öncesi kalite), uygunluk kalitesi (ihtiyaca cevap verebilme), ürün özellikleri ve satış sonrası hizmetler (alan hizmeti) olmak üzere dört boyut gelmekte ve bu boyutların hepsi işletme faaliyetlerinin başarısında genellikle eşit düzeyde önem taşımaktadır.¹⁶

Beklenen hizmet, müşterilerin sunulan hizmete yönelik beklentilerinden, algılanan hizmet ise, müşteriye sunulan hizmetin nasıl sunulduğuna yönelik algılardan oluşmaktadır. Grönroos tarafından ileri sürülen İskandinav yaklaşımlında "işlevsel kalite" ve "teknik kalite" algılanan hizmet kalitesinin boyutları olarak kabul edilmektedir.

2.1.2.1. Teknik Kalite

Teknik kalite, sonuç kalitesini hedef almakta ve hizmet alıcısının ne elde ettiği sorusunun yanıtını karşılamaktadır. Burada söz konusu olan, sunulan hizmetin teknik özelliklerine dayanan ölçülebilir verilerdir.¹⁷ Rekreatyonel spor hizmeti sunan bir işletmede bu kavram müşterinin faydalandığı aletler, soyunma odaları, duşlar vb. alanların somut özelliklerini ifade etmektedir.

2.1.2.2. Fonksiyonel Kalite

Hizmetin sunum süreci fonksiyonel kalitedir ve teknik kalitenin nasıl sunulduğu ile ilgilidir. Hizmetin sunumu esnasında müşteri ile işletme personeli arasında yasanan çeşitli etkileşimler fonksiyonel kalite kapsamında değerlendirilir.¹⁸

Rekreatyonel spor faaliyeti sunan bir işletmeye gelen müşterilerin karşılanması, bilgilendirilmesi, işletmenin tanıtılması gibi aşamalarda müşteri ile karşılıklı yaşanacak olan etkileşimler de fonksiyonel kalitenin kapsamındadır. Bir işletme ne kadar yüksek teknik

kalite ve donanıma sahip olursa olsun fonksiyonel kalite yetersiz ise müşterinin tatminsizliği engellenemez. Bu anlamda fonksiyonel kalitenin önemi daha da anlaşılır olmaktadır.

Fonksiyonel kalite, yalnızca hizmeti veren personelin müşteriler ile olan etkileşiminden ibaret değildir, aynı zamanda hizmet sürecinin müşteri ihtiyaçlarını karşılayacak şekilde tasarlanmasını da kapsamaktadır. Müşterilere dostça davranan, işinde yeterli, samimi ve güler yüzlü hizmet personeli kötü tasarlanmış hizmet sistemini düzeltemez. Eğer müşteri beklentilerinden biri program zamanının uygunluğu ise ve hizmet zaman açısından uygun ise müşteri olumlu kalite algılamasına sahip olur. Dolayısıyla, kalitenin bu boyutu müşterinin hizmeti nasıl değerlendirdiği esasına dayanan bir ölçüm olduğundan daha zor olabilmektedir.¹⁹

Hizmetin fonksiyonel kalitesinin teknik kaliteye kıyasla algılanan kalite üzerinde çok daha etkili olduğu vurgulanmaktadır. Buna gerekçe olarak, müşterinin aldığı hizmetin teknik kalitesini değerlendirmek için gerekli teknik ya da mekanik bilgi birikimine sahip olmadığı gösterilmektedir.²⁰

2.2. Hizmet Kavramı ve Tanımı

Hizmet, genel olarak üretildiği yerde tüketilen bir iş veya eylem, sosyal olay veya çaba²² olarak da tanımlanabilir. Diğer bir tanımda hizmet, “ insan gereksinimlerinin giderilerek, yarar ve doyum sağlayan, soyut faaliyetler bütünü”, daha geniş bir yaklaşımla “ insanların ya da insan gruplarının gereksinimlerini gidermek maksadıyla, belirli bir fiyattan satışa sunulan ve herhangi bir malın mülkiyetini gerektirmeyen, yarar ve doyum sağlayan soyut faaliyetler bütünü”²¹ olarak belirtilmektedir.

Grönross (1984) hizmetin; doğasından kaynaklanan, genellikle az ya da çok soyut özellikte olan, müşteri ile hizmeti sunan kişi ya da hizmeti sağlayan sistem arasındaki etkileşimden oluşan müşterinin

sorunlarının çözümünü sağlayan bir faaliyet ya da faaliyetler serisi olduğunu belirtmektedir. ¹⁴

Hizmet tanımının yapılmasını, hizmetlerin doğasından kaynaklanan ve hizmetleri mallardan ayıran bazı önemli özellikler zorlaştırmaktadır. Parasuraman ve ark. (1985) mal ve fiziksel ürün kalitesi ile ilgili bilgiler, hizmet ve hizmet kalitesi kavramlarının anlaşılmasında ve açıklanmasında yetersiz kaldığını belirtmektedir. ²²

Hizmet kavramının tanımları incelendiğinde; hizmetin soyut özelliğe sahip olduğu ve tüketiciye çeşitli yönlerden fayda sağladığı gibi ortak noktalarının olduğu göze çarpmaktadır. Hizmetleri mallardan ayıran dört önemli özellik göze çarpmaktadır. Bunlardan ilki hizmetlerin elle tutulamaz yani soyut oluşudur. Satın almadan önce hizmetlere dokunulamaz, görülemez ve değeri hesaplanamaz. Yani hizmet alımı tecrübe etmeye dayalıdır. İkincisi üretim ve tüketimin birbirinden ayrılabilmesi yani eşzamanlı olmasıdır. Üçüncü özelliği özellikle emek içeriği fazla olanların heterojen olmaları, dördüncü özelliği ise dayanıksızlık yani depolanamaz olmasıdır.¹

Tablo1: Hizmetin tarih içinde tanımları²³

Fizyokratlar (- 1750)	Tarımsal üretim dışındaki tüm faaliyetler
Adam Smith (1723-90)	Somut (dokunabilir) bir ürünle sonuçlanmayan tüm faaliyetler
J. B. Say (1716- 1832)	Ürünle fayda ekleyen, tüm imalat dışı faaliyetler
Alfred Marshall (1842-1924)	Yaratıldığı anda varlık bulan mallar
Batı ülkeleri (195-60)	Bir malın biçiminde değişikliğe yol açmayan hizmetler
Çağdaş tanım	Bir malın biçiminde değişikliğe yol açmayan bir faaliyet

2.2.1.Hizmetin Özellikleri

Hizmet kavramının daha anlaşılır olması açısından hizmetlerin sahip olduğu birtakım özelliklerden de bahsetmek gerekmektedir. Örneğin, “imalâta dayalı işletmelerde şimdi veya ileri bir tarihte tüketilmek üzere depolanabilir nitelik taşıyan somut ürünler elde edilirken, hizmet işletmelerinde, birçoğu üretilmeleri sırasında tüketiciye doğrudan değer sağlayan bir iş ya da bir çaba gibi soyut çıktılar ortaya konmaktadır ²⁴” Hizmetleri somut mallardan ayıran özellikler arasında en fazla üzerinde durulanlar; soyutluk, ayrılmazlık, değişkenlik, dayanıksızlık ve stoklanamazlıktır. ²⁵ Öte yandan hizmeti kullanarak tatmin olmuş bir tüketicinin bu konudaki tecrübesi o tüketicinin çevresindeki kişilere yapacağı tavsiyelerini de beraberinde getirecektir.

Dolayısıyla hizmet işletmeleri, müşterilerini, kendilerini çevresindeki insanlara tavsiye etmesi için motive etmelidir. ²⁶

2.2.1.1. Soyutluk

Soyutluk kavramı, hizmet ile ürünü birbirinden ayıran birincil derecede özelliktir. Bu kavramı ilk kullanan J.B.Say'dir. Hizmet, insanların beş duyu organı tarafından somut olarak kolayca algılanamayan, soyut nitelikteki etkinliklerdir. ²⁷ Bir restoranda yenilen akşam yemeğinde müşteriye sunulan hizmeti sadece yenilen yemek oluşturmaz, bunun yanı sıra iç dizaynının güzelliği ve rahatlığından, çalışanların davranışları, yemeğin sunulduğu malzemelerin temizlik ve kullanışlılığı, oturlan sandalyenin rahatlığı ve park yerinin bulunmasına kadar pek çok ayrıntı bu hizmet kavramı içinde yer almaktadır. Bu nedenle restorandaki hizmeti, bir üründe olduğu gibi gözle inceleyerek veya çalıştırarak algılayıp görmek mümkün değildir. ²⁸ Tüketiciler hizmetlerin bu özelliğinden dolayı hizmet hakkında fikir sahibi olabilmek için somut ipuçları bulmaya çalışırlar. Bu amaçla, hizmetin verildiği ortamın fiziksel şartları, hizmeti veren personelin dış görünüşü, hizmet vermede kullanılan araç-gereçler ve mevcut müşteriler gibi unsurlardan yararlanırlar. Dolayısıyla, hizmetlerin satın

alınmasında karar vermede soyut özellikler somut ürün özelliklerine kıyasla daha önemlidir. Bu durum, işletmelerin vaatlerine sadık kalmaları konusundaki sorumluluklarını arttırmaktadır.

2.2.1.2. Ayrılmazlık

Hizmetler kendilerine özgü bir biçimde eş zamanlı olarak üretilir ve tüketilir. Bu ifade ile eş zamanlıdan kasıt, üretim ve tüketimin aynı zamanda gerçekleştiğidir. Böylece hizmetler, müşteriye sunulduğu anda bitmiş olan bir süreci ifade etmektedirler. Hizmeti satın alan kişi ne talep ettiğini ve ne beklediğini açıkça belirterek, hizmetin üretilmesine katkıda bulunmaktadır. Bu nedendir ki hizmetin başarısı büyük ölçüde hizmeti üreten ve satın alan arasındaki ilişkiye bağlıdır. Mamüller önce üretilmekte, sonra satılmakta ve en sonunda da tüketilmekte iken hizmetler ise önceden ya da o anda talep edilip satılmakta, sonra eş zamanlı olarak tüketilmektedir.²⁷ Üretimin ve tüketimin eş zamanda gerçekleşmesinin bir sonucu olarak hizmet üretenler kendilerini, sunulan hizmetin bir parçası ve müşterileri de hizmet deneyiminin önemli bir girdisi olarak görmektedirler.²⁹

Tüketicinin gözü önünde olan hizmet üretimi süreci hizmet ile ilgili eksiklikleri gizleme olanağını da ortadan kaldırdığından hizmetin sunumu sırasında doğabilecek aksaklıkların giderilerek hizmetin yeniden üretilmesi de mümkün olamamaktadır. Tüketici bizzat üretim sürecinde yer aldığından ve sunulan hizmetin kalitesi onun subjektif değerlendirmelerine bağlı olduğundan işletme yönetimi kalite konusunda sınırlı kontrol imkânına sahiptir.

Ayrılmazlık özelliğinin bir istisnası vardır. Hizmet, hizmetin yaratıcısını ve satıcısını temsil eden bir kişi tarafından satılabilir.³⁰

2.2.1.3. Değişkenlik

Hizmetler genellikle insanlar tarafından üretilen performanslar olduklarından aynı hizmetin iki ayrı sunumunun aynı olması olanaksızdır. Hizmetlerin kalite ve içerikleri hizmet yaratandan bir diğerine, müşteriden müşteriye, hatta günden güne değişebilmektedir. Hizmeti oluşturan personel genellikle hizmetin kendisidir. Her müşterinin beklentileri ve hizmet deneyimleri farklıdır. Dolayısıyla hizmetlerde türdeş olmama çoğunlukla insan etkileşimlerinin bir sonucudur. Bu durumda hizmet performansının kişilere, zamana ve kişilere göre değişme olasılığının her zaman bulunduğu söylenebilir. ³¹

Bir hizmetin kalitesi ve maliyeti üreticiden tüketiciye, tüketiciden tüketiciye ve günden güne değişebilmektedir. ³²

Bu yüzden hizmetlerin kalitesini kontrol etmek ve tutarlı bir kaliteyi temin etmek, üretilen herhangi bir malın kalitesini kontrol etmekten çok daha zordur. ³³

2.2.1.4. Dayanıksızlık ve Stoklanamazlık

Dayanıksızlık hizmetlerin stoklanamaması, saklanamaması, iade edilememesi ve yeniden satılamaması anlamına gelir. Bir turdaki boş koltuklar, bir oteldeki boş odalar kaybedilmiş kapasite anlamına gelir. Belirli bir zamanda kullanılamayan bu kapasite daha sonra kullanılmak veya satılmak için tutulamaz. Rekreatif spor hizmeti sunan işletmelerde ise talebin düzensiz oluşu hizmetlerin dayanıksızlığını artırır. Hizmetlere karşı talep yıl içinde mevsimlere, haftanın günlerine ve hatta gün içinde saatlere göre değişebilir. Hizmetlerin dayanıksızlığı ve talebin inişli çıkışlı olması hizmet işletmesi yöneticilerinin arz ve talebi eşleştirmek için hizmet planlaması, fiyatlandırma ve satış çabalarına ilişkin önlemler almasını gerektirir. ³⁴ Mal üretiminde böyle bir durum söz konusu değildir. Mallar bir başka gün satılmak üzere depolanıp stoklanabilir, ya da tüketici

memnun kalmazsa geri alınabilir. Birçok hizmet için bu mümkün olamamaktadır.³³

2.2.2. Hizmet Kalitesi Boyutları

Hizmet kalitesi literatüründe hizmet kalitesinin değişik boyutları üzerinde durulmaktadır. Ancak bu konuda en fazla kabul gören çalışma Parasuraman ve arkadaşlarının yapmış olduğu çalışmadır.³⁵ Çalışmalarında hizmet kalitesini önce fiziksel varlıklar, güvenilirlik, heveslilik (isteklilik), yeterlilik, nezaket, inanılabilirlik, güvenilirlik, ulaşılabilirlik, iletişim ve müşteriye anlama olmak üzere on boyutta ele almışlar, daha sonra, Parasuraman ve arkadaşları, yaptıkları istatistiksel analizler sonucunda bazı boyutlar arasında dikkate değer korelasyon olduğunu görmüşler ve hizmet kalitesiyle ilgili on boyutu beş boyut içerisinde incelemişlerdir.³⁶ Bu boyutlar;

- **Güvenilirlik (Reliability):** Hizmetin söz verildiği zaman ve şekilde tam olarak yerine getirilmesi.

- **Güven telkin etme (Assurance):** Personelin yeterli bilgiye sahip olması ve müşteriye güven vermesi.

- **Anında hizmet (Responsiveness):** Müşteriye yardımda istekli olma ve hizmetin en kısa sürede yerine getirilmesi.

- **Fiziksel özellikler (Tangibles):** Fiziksel olanaklar, donanım ve personelin dış görünüşü.

- **Empati (Empathy):** Müşterilere önem verme, onlar ile yakından ve kişisel olarak ilgilenme, personelin kendini müşterinin yerine koyması.

Grönroos (1984) yılında hizmet kalitesini fonksiyonel ve teknik olmak üzere iki başlık altında ele almış ve incelemiştir. Bu anlamda teknik kaliteyi hizmetin etkili performansına yansıyan üretim sürecinin teknik sonucu olarak değerlendirirken fonksiyonel kaliteyi, hizmetin kişiye verdiği anlamlı performans olarak değerlendirmiştir. Yani teknik kalite

müşterinin ne aldığı, fonksiyonel kalite de nasıl aldığı cevabını verecek olgulardır.¹⁴

Bir başka bakış açısı da Lehtinen ve arkadaşları tarafından belirlenmiş iki hizmet kalitesi yaklaşımıdır. Bu yaklaşımlardan biri; fiziksel kalite, işlevsel kalite ve şirket kalitesi olmak üzere üç boyutlu hizmet kalitesi yaklaşımıdır. Fiziksel kalite, hizmetin fiziksel öğeleri olan materyaller ve tesisleri kapsarken işlevsel kalitede müşteri ile hizmet örgütünün işlevsel öğeleri olan kişileri kapsamaktadır. Üçüncü öğe olan şirket kalitesi hizmet örgütünün geçmişten beri oluşan kalite boyutlarını göstermektedir. Şirket kalitesi diğer iki kalite elemanına göre daha kalıcı ve sabittir. Diğer yaklaşım olan iki boyutlu hizmet kalitesi ise; süreç kalitesi ve çıktı kalitesidir. Süreç kalitesi müşterinin hizmet üretim süreci içerisindeki katılımının niteleyici olarak değerlendirmesidir. Bu süreçte müşterinin katılımı az yada çok olabilir. Bu katılım ise müşterinin hizmet üretim sürecindeki rolünü göstermektedir. Son olarak çıktı kalitesi de müşterinin hizmeti üretim süreci sonucunu değerlendirmesidir. Bu çıktı somut ya da soyut olarak iki kategoriye ayrılacaktır. Yazarlar, bu boyutlarla yaptıkları araştırma sonucunda, hizmetin kalitesinin müşterinin deneyimlerini sübjektif olarak algılamasına bağlı olduğunu ve belirtilen öğelerin kişiden kişiye değişeceğini belirtmişlerdir.³⁷

2.2.3. Hizmetin Sınıflandırılması

Hizmetler farklı özelliklere sahip oldukları gibi işletmelerin ürettikleri hizmet çeşidinin anlaşılmasının o işletmenin etkinliğini arttıracak temelinde dayalı üretim biçiminde, hizmet verene ve araç-gerece göre hizmetler iki grupta sınıflandırılır.²¹

- Hizmet üretiminde teknik araç ve gereçlerin kullanıldığı hizmetler:
 - Otomatik makinelerle sunulan hizmetler,

- Niteliksiz iş gücü tarafından kullanılan makinelerle sunulan hizmetler,
- Nitelikli iş gücü tarafından kullanılan makinelerle sunulan hizmetler.
- Hizmet üretiminde insan gücünden yararlanılan hizmetler:
 - Niteliksiz insan gücü gerektiren hizmetler,
 - Nitelikli insan gücü gerektiren hizmetler,
 - Uzman insan gücü gerektiren hizmetler (spor hizmetleri)

Hizmetler yapılarına, işletmenin müşteri ile ilişki türüne, işletmenin esnekliğine ve insiyatifine göre de değişik şekillerde sınıflandırılmışlar ve bu konuda araştırmacılar pek çok sınıflandırma örnekleri sunmuşlardır.

Tablo 2: Hizmetlerin Sınıflandırılmalarına Yönelik Çalışmalar³⁸

Yazar	Önerilen Sınıflandırma	Yorum
Judd (1964)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Malı kiralamakla ilgili hizmetler(belirli bir zaman dönemi için bir ürüne sahip olma ve kullanma hakkı) 2. Kişinin sahip olduğu mallarla ilgili hizmetler(Müşterinin sahip olduğu ürünlerin geliştirilmesi yâda onarımı) 3. Mal dışındaki hizmetler(kişisel deneyimler) 	İlk ikisi çok spesifik ancak üçüncü kategori çok geniş. Sigortacılık, bankacılık, yasal danışmanlık ve muhasebe gibi hizmetleri göz ardı etmekte
Rathmell (1974)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Satıcı türü 2. Alıcı türü 3. Satın alma güdöleri 4. Satın alma uygulamaları 5. Hizmetlerin ne derece regüle edildiği 	Bu sınıflandırma aynı biçimde mallarada uygulanabilir, spesifik olarak hizmetlere özgü bir sınıflandırma değildir.
Shostack (1977) Sasser (1978)	<ul style="list-style-type: none"> • Herhangi bir ürün paketi nde fiziksel malların ve dokunulmaz hizmetlerin oranı 	Bu sınıflandırma çok az sf hizmet yâda saf mal olduğunu vurgular
Hill (1977)	<ol style="list-style-type: none"> 1. İnsanları etkileyen yâda malları etkileyen hizmetler 2. Hizmetin geçici yâda kalıcı etkileri 3. Bu etkilerin tersine çevrilebilir yâda çevrilemez oluşu 4. Fiziksel etkileri, beyinsel etkileri 5. Bireysel yâda kolektif etkileri 	Bu sınıflandırma hizmetin fayda yapısı üzerinde durur ve bunların beşide hizmetin ulaştırma/tüketim çevresindeki farklılıklar üzerinde durur.

Tablo 2' nin devamı

Thomas (1978)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Temel olarak ekipmana dayalı hizmetler <ol style="list-style-type: none"> a. Makineye dayalı (araba yıkama gibi) b. Vasıfsız operatörler tarafından gerçekleştirilen hizmetler (kuru temizleme, taksi) c. Vasıflı personel tarafından yerine getirilen (havayolları gibi) hizmetler 2. Temel olarak insana dayalı hizmetler <ol style="list-style-type: none"> a. Vasıfsız iş gücü (bahçe bakımı) b. Vasıflı iş gücü (bakım onarım) c. Profesyonel iş gücü (dişçi, avukat) 	Pazarlamadan çok faaliyet temelinde dayalı bir sınıflandırma olmasına rağmen ürün niteliklerini anlamada faydalı bir yol sunar.
Chase (1978)	<ul style="list-style-type: none"> • Hizmeti ulaştırma sürecinde müşteriyle ilişkinin derecesi <ol style="list-style-type: none"> a. Yüksek ilişki (sağlık hizmetleri, otel ve restoran) b. Düşük ilişki (posta hizmetleri, toptancılık) 	Bu sınıflandırma yüksek ilişkiye dayalı hizmetlerde ürün değişikliğinin kontrol etmenin zor olduğunu gösterir. Çünkü müşteri hizmet süreci içinde daha çok yer almaktadır ve müşteri talebin zamanlaması nı ve hizmetin niteliklerini daha çok etkiler.
Grönroos (1979)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Hizmetin çeşidi <ol style="list-style-type: none"> a. Profesyonel hizmetler b. Diğer hizmetler 2. Müşteri türü <ol style="list-style-type: none"> a. Bireyler b. Örgütler 	Aynı hizmetin (örneğin sigorta ve finansal hizmetler gibi) hem bireylere hemde örgütlere sunabileceğine dikkat çeker.
Kotler (1980)	<ol style="list-style-type: none"> 1. İnsana dayalı yada ekipmana dayalı sunulan hizmetler 2. Müşterinin hizmetin sunulduğu yerde bulunmasının önem derecesi 3. Kişisel ihtiyaçları yada işletme ihtiyaçları 4. Özel yada kamu hizmetleri, kar amaçlı yada kar amaçsız hizmetler 	Bu sınıflandırma önceki çalışmaların bir sentezini yapmaktadır ve hizmet örgütünün amaçlarındaki farklılığın bilincindedir.
Lovelock (1980)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Hizmete karşı talebin özellikleri <ol style="list-style-type: none"> a. Hizmet verilenin kişiler yada nesnelere olması b. Talep/arz dengesizliklerinin derecesi c. Müşteriler ve hizmet sağlayanlar arasındaki ilişkilerin sürekli yada geçici olması 2. Hizmetin içeriği yada faydaları <ol style="list-style-type: none"> a. Fiziksel ürünlerin hizmetin içinde yer alma derecesi- Kişisel hizmetin hizmet bütünü içindeki yeri b. Tek hizmetler yada hizmet demetleri c. Faydaların zamanlaması ve süresi 3. Hizmet ulaştırma prosedürleri <ol style="list-style-type: none"> a. Kapasitenin paylaşılması (rezervasyona dayalı yada ilk gelene ilk verir anlayışına dayalı hizmetler) b. Hizmetin bağımsız yada kolektif tüketimi c. Kapasitenin tek bir yerde yada çeşitli yerlerde sunumu d. Zaman göre yada göreve göre tanımlanan işlemler e. Hizmeti ulaştırılma esnasında müşterinin bulun asının zorluk derecesi 	Önceki sınıflandırmaların bir sentezi ve bazı yeni şemalar eklenmiş. Herbir sınıflandırma içine bazı kategoriler eklenmiş. Hizmet verilen nesnenin tanımlanmasının en temel sınıflandırma yaklaşımı olduğu fikrindedir. Birden fazla sınıflandırma kriterinin bir matris içinde birleştirilmesinin pazarlama açısından çok değerli olduğunu belirtmektedir.

Tablo 2' nin devamı

Lovelock (1980)	<ol style="list-style-type: none">1. Hizmet akdinin yapısı<ol style="list-style-type: none">a. İnsanlara yada nesnelere yönelik somut hareketlerb. İnsanlara yada nesnelere yönelik soyut hareketler2. Müşterilerle ilişkiler<ol style="list-style-type: none">a. Hizmeti sürekli ulaştırmab. Ayrı işlemler (bir işlem bazındaki ilişkiler)c. Üyelik ilişkileri3. Hizmetin ulaştırılmasında kişiye görelilik ve insiyatif<ol style="list-style-type: none">a. Müşteri ilişkileri personeli tarafından kullanılan insiyatifb. Hizmetin kişiye özel olması4. Talebin arzla ilişkisinin yapısı<ol style="list-style-type: none">a. Arzın sınıflandırılmış olma derecesib. Talepteki dalgalanmaların derecesi5. Hizmet ulaştırma yöntemleri<ol style="list-style-type: none">a. Hizmetin tek tada çok yerde ulaştırılmasıb. Hizmetin hizmeti sağlayana yada müşterilerin isteklerine göre ulaştırılması	<p>Bu sınıflandırma şeması hizmetin karmaşık yapısını gösterir ve yönetsel amaçlar için faydalı bir sınıflandırmadır.</p>
Schmenner (1986)	<ol style="list-style-type: none">1. Etkileşim ve hizmetin kişiye özel olma derecesi<ol style="list-style-type: none">a. Daha azb. Daha yüksek2. Emek yoğunluğu derecesi<ol style="list-style-type: none">a. Düşükb. Yüksek	<p>Bazı hizmetlerin daha kişiye özel olarak üretilebileceği ve daha yoğun emek olabileceğini vurgulamaktadır. Okuyucu nun mevcut stratejik ve taktiksel yetenekleri anlamasına yardımcı olmaktadır.</p>
Vandermerve ve Chadwick (1989)	<ol style="list-style-type: none">1. Müşteri/üretici etkileşiminin derecesi<ol style="list-style-type: none">a. Daha azb. Daha çok2. Malların görelilik olarak bulunma derecesi<ol style="list-style-type: none">a. Pür hizmetlerb. Mallar aracılığıyla ulaştırılan yada mala bağlı hizmetlerc. Mallara sarılı hizmetler	<p>Hizmet işletmeciliğinde mal bileşeninin rolünün ve öneminin farkında bir sınıflandırmadır.</p>

2.2.4.Hizmet Kalitesinin Ölçülmesi

Hizmet kalitesinin ölçümü, işletmeler açısından çok önemlidir. Sunulan hizmetlerin kalitesinin ölçülememesi, kalitenin iyileştirilememesi anlamına gelmektedir. Kalitenin müşterinin satın alma davranışlarını önemli ölçüde etkilediği gerçeği, hizmet kalitesini değerlendirmek için ölçmek gerekliliğini ortaya çıkarmıştır.³⁹

Hizmetlerin pazarlanması literatüründeki, bugüne kadar en çok tartışılan ve ihtilafli olan konu, hizmet kalitesi algısının ölçülmesi ve kavramsallaştırılması konusudur. Kalitenin ve kalitede sürekliliğin sağlanabilmesi, hizmet kalitesinin doğru olarak ölçülebilmesi ile mümkün olmaktadır. Literatürde hizmet kalitesi algısının nasıl ölçülebileceği ile ilgili önemli gelişmeler kaydedilmiştir ancak; kaliteli hizmet üretmek için gerekli olan hizmet kalitesinin ölçümü, pazarlama literatüründe araştırmacılar arasında hep tartışma konusu olmuştur ve bu tartışmalar devam etmektedir.⁴⁰ Hizmet kalitesinin ölçümünün zor olması ve ölçüm modellerinin birbirlerinden oldukça farklı oluşları tartışmaya açık oluşunun esas konusu olmaktadır.

İşletmelerde insanların tutum ve davranışlarını sayısallaştırmak, anlamlı sonuçlar çıkarmak her zaman için zor olmuştur. Ayrıca, genel tanım ve kavramları hakkında dahi tam olarak bir fikir birliği sağlanamamış olan hizmet kalitesi olgusu hakkında bir ölçüm sürecini geliştirmek çok daha zor olmaktadır.

Günümüze kadar hizmet kalitesinin ölçülmesi için pek çok model geliştirilmiştir. Bu modellerle hizmet kalitesini ölçmeye yönelik birçok çalışma yapılmıştır.⁴¹

Söz konusu çalışmalardan, 1985 yılında geliştirilen Servqual modeli, diğer adıyla fark analizi, uygulamada en yaygın olarak kullanılan modeldir.⁴²

SERVQUAL (Service: Hizmet, Quality: Kalite) Parasuraman, Zeithaml ve Berry tarafından geliştirilen çok boyutlu ve kapsamlı bir modeldir. Parasuraman, Zeithaml ve Berry bu kavrama hizmet kalitesi ölçümü konusunda daha geniş bir açıdan bakarak, öncelikle onu tanımlamaya ve onu etkileyen faktörleri bulmaya, daha sonra da ölçülebilir hale getirmek için her hizmet türüne uygulanabilecek genel bir model geliştirmeye çalışmışlardır. Bu model, bu konuda yapılan çalışmalar içerisinde konuyu ele alış tarzı, kapsamı ve geçerliliği bakımından göze çarpan ilk ve en kapsamlı araştırmadır.

Modelde “kaliteli” olarak tanımlanabilen bir hizmette bulunması gereken özellikler araştırılmış ve 22 madde elde edilmiştir. Tüketicilerin hizmeti almadan önce belirlenen bu değişkenler hakkında çeşitli beklentileri bulunmakta, hizmeti aldıktan sonra, beklentileri ile aldıkları hizmeti kıyaslamaktadırlar. Alınan hizmet beklentilerini karşılıyor ise hizmetin kaliteli olduğu, eğer hizmet beklentileri karşılamıyorsa arada bir boşluk olduğu sonucuna varılmakta ve böylece tatminsizlik söz konusu olmaktadır. Bu nedenle Servqual’a “Boşluk” modeli de denilmektedir.³¹

Hizmet Kalitesi=Algılanan Hizmet Kalitesi – Beklenen Hizmet Kalitesi olarak ifade edilmektedir.

Bu araştırmada, müşterilerin hizmetle ilgili beklentilerinin iki ayrı seviyede olabileceği sonucuna varılmıştır. Bunlar; “beklenen” ve “algılanan” hizmet seviyeleridir.

Arzulanan hizmet seviyesi, müşterilerin almayı umdukları hizmet iken, yeterli görülen hizmet, müşterilerin kabul edilebilir buldukları ve alacaklarını tahmin ettikleri hizmet seviyesidir. Tolerans bölgesi kavramı ise, arzu edilen ve yeterli görülen hizmet seviyesini birbirinden ayırmaktadır. Dolayısıyla, tolerans bölgesi müşterilerin tatmin edici olarak nitelendirdikleri hizmet seviyesidir. Müşteriler, bu seviyenin altındaki hizmetlerden tatmin olmayacaklardır. Algılanan ve arzu edilen beklenti arasındaki farkı hizmet üstünlüğünün ölçümü olarak ifade eden

Parasuraman ve arkadaşları, algılanan ve minimum beklenti arasındaki farkı da hizmet yeterliliğinin ölçümü olarak ifade etmektedirler.⁴³

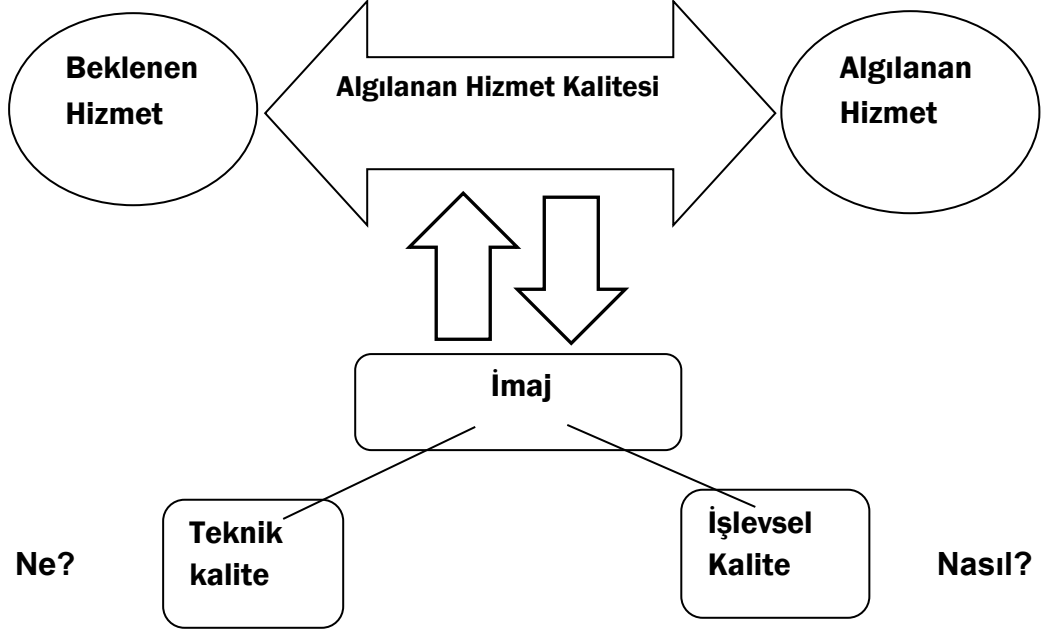
Araştırmacılar genellikle iki yaklaşımdan birini uyarlama yoluna gitmişlerdir. Bunlardan birincisi; Grönroos tarafından 1984 yılında geliştirilen “İskandinav yaklaşımı”, ikincisi; Parasuraman, Zeithaml ve Berry’nin 1985 yılında geliştirip 1988 yılında yeniden düzenledikleri “Amerikan Yaklaşımı”dır.⁴⁴

Christian Grönroos'a göre temel olarak bir hizmetin kalitesinin müşteriler tarafından algılanan şekliyle ilgili iki boyutu bulunmaktadır. Bunlar hizmetin; teknik ya da sonuçla ilgili boyutu ve işlevsel ya da süreçle ilgili boyutudur.¹⁴

Grönroos, kalitenin algılanması söz konusu olduğunda imajın bir süzgeç olduğunu vurgulamaktadır. Grönroos’a göre genellikle hizmet sunucusu markaların ya da distribütörlerin arkasına saklanamaz. Çoğu durumda müşteri işletmeyi, kaynaklarını ve faaliyet biçimlerini fiilen görecektir. Dolayısıyla şirket veya yerel imaj hizmetler için çok önemlidir ve kalitenin algılanışını çeşitli biçimlerde etkileyebilir. Hizmet sunucusu iyi olan ve olumlu bir imajı olan işletmelerde küçük hatalar müşteriler tarafından affedilecektir. Ancak hataların sıklıkla tekrarlanması halinde imaj bozulacaktır.⁵⁵

Grönroos “hizmet kalitesi ölçüm modelini”, “reddetme modelinden” adapte etmiştir Grönroos (1984)’un “İskandinav Yaklaşımı”na göre algılanan hizmet kalitesi, beklenen hizmet ve algılanan hizmeti içermektedir.⁵⁵

Beklenen hizmet, müşterilerin sunulan hizmete yönelik beklentilerinden, algılanan hizmet ise, müşteriye sunulan hizmetin nasıl sunulduğuna yönelik algılardan oluşmaktadır. Grönroos tarafından ileri sürülen İskandinav yaklaşımında “işlevsel kalite” ve “teknik kalite” algılanan hizmet kalitesinin boyutları olarak kabul edilmektedir.⁵⁵



Şekil 1: İskandinav Modeli⁵⁵

Grönroos (1984)'un bu modelinde ifade edilen “teknik kalite” hizmet işlevinin çıktısını yani, müşterinin hizmet karşılaşmasından ne aldığı ile ilgilidir. İşlevsel kalite ise hizmetin nasıl sunulduğu, yani hizmet sunumu sırasındaki etkileşimde oluşan müşteri algısını açıklamaktadır.

2.3.Rekreasyonel Spor

2.3.1. Tanımı

Genel olarak spor; kişinin psikolojik, fizyolojik ve sosyolojik gelişimini sağlayan fiziksel ya da zihinsel faaliyetlerde bulunduğu aktiviteler şeklinde tanımlanabilmektedir.

Rekreatif spor ise; bireylerin sağlıklı olmak, fiziksel, zihinsel, ruhsal ve sosyal fayda sağlamak üzere yaptıkları sportif etkinlikleri herhangi bir spor merkezinde yâda açık alanlarda maddi bir karşılık ödeyerek veya ödemedi gerçekteşirmeleridir. ⁴⁵

Sanayileşmiş toplumlarda çalışma ve çalışma dışı süreler bir düzene sahip olduğundan iş görenlerin bedensel ve ruhsal yönden

yenilenebilmeleri için aktif veya pasif katılabilecekleri boş zaman etkinliklerinde rekreatif spor faaliyetleri önemli yer tutmaktadır.⁴⁶

Endüstrileşme ile birlikte çalışan insanın yapacağı iş azalmakta ve dolayısıyla bedensel, ruhsal sorunlar artmaktadır. Karşılaşılan bu olumsuzluklar insanda stres, kalp-damar ve sinir sistemi hastalıkları, hava kirliliği olan yerlerde ise; solunum sistemi hastalıklarının meydana gelmesi ve aşırı beslenme gibi negatif görüntülerin büyümesine neden olmaktadır. Bu durum, iş veriminin yükselmesi ve her şeyden önce insan olarak mutlu olabilmek için kişide farklı etkinliklerle uğraşma eğilimini güdülemektedir. Bütün bu olumsuzlukların giderilmesinde ise; rekreatif etkinlikler arasında büyük avantajlara sahip rekreatif sporlar ön plana çıkmaktadır.⁴⁷

2.3.2. Özellikleri

Bireyin kendini ifade etmesine imkan veren, yaratıcılığını artıran, yeni tecrübeler kazandıran, arkadaşlık ilişkilerinin kurulmasını sağlayan, sosyal çevresinin çapını artıran, mutlu ve sağlıklı bireyler yetişmesini sağlayan, üretkenliği artıran rekreasyonel sporlar aynı zamanda, bireyin ruh sağlığının gelişmesine ve düzenlenmesine yardım eder, hayatı geliştirme ve anlamlı hale getirmeyi amaçlar, yeni bilgi ve beceriler kazandırarak kişiyi verimli kılar ve verimliliğini artırır.⁴⁸

Rekreasyonel sporlara katılım bireyin ayıracağı zamana, parasal imkânlar, toplumun değişen kültürel yapısına göre farklılıklar göstermektedir. Bireyin etkinlik seçiminde yaşanan çevre, yakın çevrede var olan imkânlar, ailenin sosyo ekonomik düzeyi, yörenin gelenek ve görenekleri, bireyin yaşı ve cinsiyetinin yanı sıra, kendi kişilik özellikleri ve arkadaş çevresi de oldukça önemlidir.⁴⁹

Rekreasyonel spor bireyin bedensel, ruhsal ve sosyal gelişimini sağlayan bir eylem biçimidir ve her ne kadar bireysel gibi

görünsede imkân, ortam, hedef ve yapılış biçimiyle sosyaldır ve sosyal bir çevrede yapılır.

Yapılan literatür incelemelerinden çıkarılan sonuçlarla rekreasyonel sporun özellikleri;

- Rekreasyonel spor, bir aktivitedir.
- Boş zamanlarda yapılır.
- Gönüllü katılım gerektirir, (zorunluluk olursa Rekreasyonel bir etkinlik olmaz).
- Zevk verir.
- Ruhsal ve bedensel anlamda yenilenmeyi sağlar ya da yenilenmeye yardımcı olur.
- Bir tatmin elde edilir.
- Deneyim elde edilir, (bir sonraki boş zaman aktivitesini seçmemize ve geliştirmemize yardımcı olur), şeklinde sıralanabilir.

Bu özelliklerinden dolayıdır ki rekreasyonel sporlar, modern toplumlarda, boş zamanların değerlendirilmesinde en çok başvurulan yollardan biridir.

2.3.3. Sınıflandırılması

Boş zamanları değerlendirme deneyimleri olarak tanımlanan rekreasyonun yapısal, yerel v.b değişik açılardan birçok sınıflandırılması yapılmıştır. Önemli olan ve göz ardı edilmemesi gereken nokta, rekreasyonel spor faaliyetlerinin özellikleri bakımından birden çok sınıflamanın içerisinde yer alabileceğidir. Örneğin havuzda yapılan bir yüzme aktivitesi sportif bir sınıflamaya dahil edilebileceği gibi aynı zamanda, kentsel, aktif, sağlık gibi sınıflamalara da dahil edilebilir.

2.3.3.1. Yapısal Sınıflama

Yapısal anlamda aktivitenin yapıldığı mekân olarak, Evde mi? Bir spor salonunda mı? Çimenlik bir arazide mi? Dağda mı? v.b. sorulara cevap veren sınıflama türüdür. Bir başka ifadeyle rekreasyonel spor faaliyetinin yapıldığı fiziksel mekân özelliklerine göre ayrıldığı sınıflamadır. Bu sınıflamadan hareketle kapalı ve açık alan olmak üzere iki başlık altında ele alınmaktadır.

2.3.3.1.1. Kapalı Alan Rekreasyonel Spor Faaliyetleri

Kapalı alan rekreasyonu denilince akla ilk gelen genel görüş, binalarda ya da üzeri bir çeşit çatı sistemi ile kapatılmış kapalı mekanlarda yapılan, rekreasyonel aktivite çeşididir.⁵⁰

Bu türde bir faaliyet için düzenlenmiş bir çevre gerekir. Kapalı yüzme havuzunda yüzmek, kapalı bir mekân da satranç oynamak, kapalı spor salonunda basketbol oynamak, bir fitness salonunda ağırlık çalışmak, v.b. aktivitelerdir.

2.3.3.1.2. Açık Alan Rekreasyonel Spor Faaliyetleri

Açık alanlarda/açık doğal çevrelerde yapılan aktivitelerdir.⁵¹

Açık Alan (Outdoor) Rekreasyonu, göreceli olarak, doğa tarafından karakterize edilmiş şehir dışında kalan alanlarda yapılan aktiviteler olarak tanımlamaktadır.⁵⁰

Açık alan rekreasyon aktiviteleri için çok çeşitli örnekler verilebilir;

- Balonla gezme
- Bot / yat gezisi
- Bungee jumping
- Kano yapma
- Kanyon Geçişi

- Kampçılık
- Trekking (Konaklamalı doğa yürüyüşleri)
- Hiking (Günübirlik doğa yürüyüşleri)
- Mağaracılık
- Kaya Tırmanışı
- Zirve Tırmanışı
- Buz Tırmanışı
- Yüzme
- Rüzgâr sörfü
- Bisiklete binme
- Balık avlama
- Arazi aracı ile arazide dolaşma
- Ata binme
- Jet ski
- Nehir veya deniz kayağı
- Uçurtma uçurma
- Dağ bisikleti ile dolaşma
- Orienteering (Doğa da yön bulma)
- Paraşüt
- Yamaç paraşütü
- Piknik
- Durgunsu Kanosu
- Rafting
- Aletli Sualtı dalışı (Scuba diving)

- Rekreatif atıcılık
- Kaykay / Rollerblade
- Kar Kayağı
- Snorkel ile denizde gezinme
- Sörf
- Gezi

2.3.3.2. Yerel Sınıflama

Günümüz insanının şehir yaşantısında sürekli beton binalarda dört duvar arasında çalışmaktan, sürekli bir kargaşa içerisinde bulunmaktan dolayı stres altında olduğu bir gerçektir. Dolayısıyla şehir insanları doğaya karşı olan özlemlerini, boş zamanlarını kırsal alanlarda geçirmek istemektedirler. Aynı zamanda kırsal bölgede yaşayan insanların şehir ortamını merak etmeleri, şehir ortamının buldukları çevreye göre hayatlarını daha kolaylaştırdığını düşünmeleri neticesinde boş zamanlarını şehir ortamında geçirmeye çalıştıklarını görmekteyiz. Fakat hem şehirde yaşayan insanların kırsal bölgelere gitmek için, hem de kırsal alanda yaşayan bireylerin şehir ortamına girmeleri için her zaman boş vakitleri yeterli olmayabilir. Bu yüzden yaşadıkları alanda kalıp boş zamanlarını bu alanlarda da geçirebilmektedirler. Dolayısıyla yapılan rekreatif aktiviteleri, gerçekleştirildikleri yerel alanlar olarak kentsel ve kırsal olarak iki başlık altında sınıflandırabilmekteyiz.

2.3.3.2.1. Kentsel Rekreatif Spor Faaliyetleri

Kentsel Rekreatif, kent sınırları içerisinde özellikle merkez de, açık veya kapalı alanlarda yapılan aktivitelerdir. Daha çok kısa süreli boş zamanlarda ve insanların yakın çevrelerinde kolayca ulaşabilecekleri faaliyetlerden oluşmaktadır. Şehir parklarında gerçekleştirilen sportif faaliyetler, okulun futbol veya basketbol sahalarında aktiviteler gerçekleştirmek, şehirde bisiklet ile dolaşmak, rekreatif amaçlı şehir

içi yürüyüşleri, kampçılık faaliyetleri, kış sporları, dünya şampiyonaları, müsabakalar yâda spor karşılaşmalarını izlemek, doğa sporları aktivitelerine katılmak gibi rekreasyonel spor faaliyetleri kentsel rekreasyon sınıflandırması içinde konumlandırılabilir.

2.3.3.2.2. Kırsal Rekreasyonel Spor Faaliyetleri

Kirlenmemiş, temiz ve el değmemiş yörelere, manzarayı seyretmek, hayvanları, bitki örtüsünü veya kültürü incelemek, spor yapmak gibi özel amaçlarla gerçekleştirilen faaliyetlerdir.⁵²

Özellikle kentte yaşayan bireylerin günlük sıkıntılardan uzaklaşmak için kırsal bölgelere yaptıkları gezileri, rekreasyonel amaçlı spor etkinliklerini kapsamaktadır. Kentsel alanlarda, özellikle büyük kentlerde yaşayanların, kırsal rekreasyon faaliyetlerine giderek artan bir oranda katılmakta olduğu görülmektedir. Yapılan araştırmalarda, kırsal alan rekreasyonuna en çok katılımın gençler ve eğitim aşamalarından (Formal eğitim) geçmiş kişilerin olduğu ortaya konmaktadır. Elbette bu kişilerin mali durumları ile bu faaliyetlere katılma oranları arasında belirli bir paralellik vardır.⁵³

Giderek kirlenen kentlerin yaşanmaz hale gelmesi, kırsal rekreasyon gibi insan ile doğayı yakınlaştıran rekreasyonel spor türlerinin genişlemesine yol açmaktadır.⁵⁴

2.4. Rekreasyonel Spor İşletmeciliği

Genel bir tanımla işletme, kişilerin ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla üretim faktörlerini uyumlu bir biçimde bir araya getiren, ekonomik mal/hizmet üreten ve pazarlamak için faaliyette bulunan kuruluştur.⁵⁵

Spor işletmesi ise, kişi veya kurumların sportif ihtiyaçlarını karşılamak üzere üretim faktörlerini bir araya getirerek hizmet veya mamul üreten, bunları pazarlayan, sonunda maddi veya manevi bir kar elde etmeyi amaçlayan iktisadi, teknik, sosyal ve hukuki birimdir.⁵⁶

Dolayısı ile spor işletmesi spor hizmeti vermek veya mamul satmak amacı ile spor malzemeleri veya ihtiyaca yönelik malzemelerle donatılmış yerdir.⁵⁷ Bu işletmelerin önemli hedeflerinden biri; boş zaman uğraşısı olarak kitlelere sağlıklı spor yapma imkânı vermektir.

Çoğu işletmelerde genellikle kar amacı güdülmektedir. Ancak bunun yanında kaliteli bir hizmet sunumunun da öngörüldüğü işletmeler oldukça fazladır. Spor işletmeleri temelde insanların spor ihtiyaçlarını karşılamak üzere kurulmuş olmalarına rağmen verdikleri hizmetlerin karşılığında maddi kazanç sağlamayı da hedeflemektedirler.⁵⁸

Temelde en uygun fiyat ve zamanda müşterilerin spor konusundaki beklenti ve ihtiyaçlarını karşılayacak tarzda hizmet tasarlayıp sunmak durumunda olan spor işletmelerinin, müşteri ihtiyaçlarını karşılayabilecek düzeyde hizmet verebilmeleri için müşteri talep ve beklentilerini muazzam derecede tespit edip, bunları sağlayabilecek pazar bilgilerini de elde etmeleri gerekmektedir.⁵⁹

Mevcut sistemi, belirlenen hedefler doğrultusunda çalıştırmak, kuruluş performansını yükseltmeye imkân veren sistemleri kurmak ve geliştirmek, yönetim kademesinde yer alan her ferdin temel görevidir.⁶⁰ Bu nedenle işletmeci ya da yönetici durumundaki kişi yâda kişilerin bu talep ve beklentileri önceden bilmeleri, pazar bilgileri konusunda işletmeyi yönlendirmeleri gerekmektedir.

Bir işletmenin kuruluş aşamasında uygulanması gereken ilk adım, birtakım sorulara cevaplar aranmasıdır. Bunlardan ilki fizibilite çalışması yapılarak hedeflerin belirlenmesidir. Fizibilite çalışmasında işletme aşağıdaki kriterleri göz önünde bulundurmak zorundadır.⁶¹

Eğer işletmenin yapımı onaylanırsa,

İşletmenin mali uygunluğu (bazı tesislerin işletilmesinin yanında bazılarının atıl kaldığı hatırlanmalı)

Eğer yeterli para olduğu takdirde;

İşletmeyi kim kullanacak,

İşletme ne çeşit aktivitelere kullanılacak.

Başlıca amaçları; kar elde etmek, hizmet vermek ve işletmenin yaşamını sürekli kılmak olan rekreasyonel spor işletmelerinin veriyor oldukları hizmetlerinin de üretim esnasında tüketilmesi gerekmektedir. Spor hizmetleri depolanamaz. İşletmeler sosyal fayda oluşturacak bir şekilde hizmet üreterek, insan ihtiyaçlarını karşılama niteliğine sahiptirler.⁶²

Amerika Birleşik Devletlerinde en büyük sektörler sıralamasında on birinci sırada yer alan spor; tüm dünya ülkelerinde ekonomik anlamda küçümsenemeyecek bir büyüklüğe sahiptir.⁶³ Rekreasyonel spor hizmetini bir ürün olarak ortaya koyan kamu işletmeleri, kar amacı gütmeyen işletmeler veya ticari işletmeler, bu programları hazırlayıp sunan kurum veya kuruluşlardır. Bunların hepsinde esas olan; hazırlayıp sunacakları programların tüketicilerce talebin devamı için kalitesinin iyi olarak algılanmasıdır.

Bir müşteri spor hizmeti hazırlayıp sunan işletmelerden hizmeti satın alıp tüketirken, işletmenin her kademesi ya da bölümü ile yüzyüze gelmez. Ancak, benzer hizmeti alanlarla karşılaşır ve onlara hizmetin nasıl sunulduğunu görür. Hizmetin hazırlanması ve yürütülmesi için her çevreyle de ilişki içinde değildir.⁶⁴

Sonuç olarak, pek çok tanımı yapılmış olan rekreasyonel spor işletmelerini “Üretim faktörlerinin planlı bir şekilde organize edilmesi ve tatbiki suretiyle, spor hizmetleri üreten ve sunan üniteye spor işletmesi denir⁶⁵” şeklinde tanımlamak mümkün olur.

2.4.1. Kamu ve Özel Sektör Rekreatif Spor

İşletmeciliği

Hızla gelişen sosyal sektörler arasında görülen spor hizmetleri, gelişmiş ülkelerin çoğunda sosyal fayda esasına dayandırılarak, devletlerin vatandaşlarına vermek zorunda olduğu kanuni bir hak yâda hizmet olarak görülmektedir. 1982 anayasasının 59. Maddesi ile bizim ülkemizde de böyle bir düzenleme yapılmıştır⁶⁶.

Kamu hizmetlerini daraltmak ya da genişletmek yetkisine sahip olmayan kamu yöneticileri, kamu hizmetlerini uygulamada güçlükler yaşamakta ve dolayısıyla hizmetleri herkese eşit olarak sunamamakta, kişiye göre farklı hizmet verememektedir⁶⁷.

Belirli yasa ve bürokratik engellemeler sonucu yeni gelişmelere ayak uyduramayan kamu kurumları devlet yâda kamu yararına çalıştıklarından, öncelikle sosyal faydayı gözetmek zorundadır. Kar-zarar ve verimlilik endişesi özel sektördeki gibi belirleyici değildir. Özel sektörde müşteri; bir örgütün ürettiği ürün yâda hizmeti satın alan kişi olarak tanımlanırken, kamu kurumlarının gerçek müşterilerinin kim olduğu, hizmetin kalitesinin nasıl ve hangi ölçütlerde ölçüleceği, müşterilerin memnuniyetini kimin ve neyin belirleyeceği ve vatandaşın müşteri olarak görülmesinin sosyal hak ve menfaatlerde neden olacağı dengesizlikler gibi konularda sorunlar, tereddütler, teknik ve felsefi düzlemde tartışmalar bulunmaktadır.⁶⁸ Uygulamada birbirinden bu kadar ayrı iki sektörün aynı kulvarda rekabet etmesi oldukça zordur. Amerika'da 1994-2000 yılları arasında yeni beşbol ve futbol stadyumlarının yapımı için 188 milyon doların harcandığı⁶⁹ ve bu tesisten sadece belli bir azınlığın aktif spor yaparak faydalanacağı, çoğunluğun ise yalnızca seyirci olarak katılımda bulunacağı düşünülürse kamu ve özel sektör arasındaki işletme anlayışındaki farklılıklar daha net ortaya çıkmış olacaktır.

Özel şahıslara ait spor işletmeleri sermayelerini sürekli olarak tüketerek ayakta kalamayacakları için üretime harcadıklarının

üzerinde bir geliri hedeflemek ve karşılamak zorundadır. İşletmelerde esas olan nokta, ister özel sektör, ister kamu sektörü olsun kaynakların tasarruflu kullanılması prensibinin ve işletme yönetimi ilkelerinin her iki alandaki spor işletmeleri içinde geçerli olduğudur.⁷⁰

Kamu işletmeleri herkese ve bütün topluma hizmet verme gibi bir zorunluluğu taşıırken, özel işletmelerin böyle bir zorunluluğunun bulunmaması iki işletme arasında müşteriler açısından da farklılıkların olduğunu ortaya koymaktadır. Müşteriyi kazanmak ve müşterinin devamlılığını sağlamak işletmenin menfaati gereğidir. Zarar eden özel bir spor işletmesinin ekonomik gücü olmadığından faaliyetlerine devam edebilmesi söz konusu değildir.⁷¹

Kamu ve özel spor işletmelerinde müşteri profili de oldukça önemli bir ayrımdır. Müşteri profili kullanıcı veya tüketicinin sosyal sınıfıyla direk olarak ilişkilendirildiğinden özel işletmeler hizmet verdikleri sınıfı dikkate almak zorundadırlar. Eğitim, meslek ve gelir müşterinin sosyal sınıfının belirleyicileri⁷²olarak ifade edilmektedir.

Kamu hizmetleri özellikle uygulama alanındaki güçlükler nedeniyle özel sektörde rekabette zorlanır. Kamu yöneticileri, kamu hizmetlerini daraltmak yâda genişletmek yetkisine sahip olmadıklarından bu hizmetleri herkese eşit olarak sunup, müşteriye göre farklı bir hizmet veremezler.⁷³

Devlet yâda kamu yararına çalıştıklarından, öncelikle sosyal fayda esasını gözetmek zorundadırlar ve bu nedenle kar-zarar veya verimlilik endişesi özel sektördeki gibi belirleyici değildir. Özel sektörde müşteri, o işletmeden hizmet alan kişi olarak kolaylıkla tanımlanabilirken kamuda durum bu kadar net değildir. Temelde olmasa da uygulamada birbirinden bu kadar farklı ve ayrı iki sektörün aynı kulvarda rekabet etmesi gerçekten oldukça zordur.

Kamunun sunmuş olduğu rekreasyonel spor faaliyetlerinden yararlanan kişilerin birer müşteri gibi görünmemesinin bir diğer sebebi ise, devletin verdiği hizmette bir lütufta bulunduğu zannıdır. Oysaki kamu hizmetlerinden yararlanan kişiler kamuya ücret ödemediği ya da cüzi bir miktarda ödeme yaptığı durumlarda dahi daha öncesinde vergilerle ödemelerini yapmış bulunmaktadırlar. Dolayısıyla hizmeti veren kurumun lütufta bulunuyormuşçasına ortaya koyduğu tavır, anlamsız bir hareket olarak değerlendirilebilir.⁷⁴

Kamu ve özel sektör arasındaki işletme anlayışı ve müşteriye algılama farkının yanında yatırımlarda da kendi bütçelerine göre farklılıklar vardır. İşletmelerde yapılan yatırımların daha sonra etkin şekilde kullanımı hem kamu hem de özel işletmelerde hesap edilmek zorundadır. Kamuya ait spor tesislerinde spor programları bir kamu hizmeti olarak sunulurken, işletme finansmanının sağlanamaması yüzünden sübvansede edilmesi kamu maliyesine büyük yük getirmektedir.⁷⁵

2.5. Rekreasyonel Spor İşletmelerinde Kalite

2.5.1. Program Bakımından

Spor işletmelerinde kalitenin anlaşılabilmesi için spor hizmetlerinin iyi bilinmesi gereklidir. Bir spor işletmesini diğer bir spor işletmesinden farklı kılan en önemli faktörlerden birisi, rakiplerden daha yüksek kalitede hizmet üretmesi ve sunmasıdır. Pek çok spor işletmesi, farklı ve istenen kalitede hizmet üretme ve sunma stratejisiyle rakiplerinden üstün duruma geçip, karlılıklarını sürekli kılarak, rekabette üstünlük yakalamaktadır. Oysa asıl önemli olan şey, tüketicilerin bekledikleri kalitedeki hizmeti onlara sunmaktır. Tüketiciler kendilerine sunulan hizmetle bekledikleri hizmeti her zaman karşılaştırmaktadır. Eğer verilen hizmet beklentilerin üzerinde gerçekleştirilmişse daha fazla tatmin olurlar ve o hizmeti almak isterler.⁷⁶

Spor işletmelerinde esas hizmet ile hizmeti etkileyen faktörler çok iyi dengelenmelidir. Bu sebeple spor işletmeleri insanların yüz yüze hizmet aldığı en son teknolojik gelişmelerin uygulandığı yalnızca beden aktivitesinin yapıldığı yerler değil, aynı zamanda insanların kendilerini iyi hissettikleri dinlenme merkezleridir.⁷⁷

Rekreasyonel spor/fitness hizmeti sunan işletmelerde hizmetin kalitesi bir takım olmazsa olmaz başlıklar altında değerlendirilir ve bu olmazsa olmaz dediğimiz başlıklar işletmelerde öncelikle program, tesis ve personel kalitesidir. Bir rekreasyonel spor işletmesinde program, tesis ve personel kalitesi yok ise o işletmenin hizmet kalitesi ölçümü de olmayan değerler üzerinden yapılamaz.

Grönroos'a göre; müşteri tarafından iki tür kalite değerlendirmesi yapılmaktadır. Kalitenin iki boyutundan biri olan teknik kalitede müşteri "neyi" alacağı sorusunun, fonksiyonel kalitede ise; "nasıl" alacağı sorusunun cevabını aramaktadır.⁷⁸ Spor işletmelerinde teknik kalite; sportif bilgi düzeyi, spor aletleri ve malzemeler konusundaki deneyim/teknoloji takibi, işletmede uygulanan sportif programlar hakkındaki bilimsel ya da güncel bilgileri içerebileceği gibi, spor yapılan alanın ergonomik özellikleri gibi konuları kapsayabilir. Bu durum tamamen müşteri portföyü ile ilgili bir durumdur. İşletmeler teknik kalite konusunda olabildiğince iyi hizmet sunmak durumundadır, çünkü müşterinin yapacağı olumsuz değerlendirmeler ve diğer müşterilerle paylaşacağı olumsuzluklar işletmenin kalite açığını da ortaya çıkaracaktır. Hiç bir müşterinin daha fazla ödeyerek daha az hizmet almak istemesi söz konusu olamaz. Bu durumda müşterinin kaybedilmesi yada rakip işletmeleri tercih etmesi kaçınılmazdır. Bu çerçeveden bakıldığında işletmelerin her bölümünde (resepsiyon, müşteri hizmetleri, satış pazarlama, sportif programlar, v.b.) yeniliklerin ve teknolojinin takip edilmesi zorunluluktur.

Hizmetin müşteriye ulaştırılmasında etkili olan esas faktörler kalitenin ikinci boyutu olan fonksiyonel kalite içinde yer almaktadır. Bunlar

işletmenin misyon, vizyon ve işletme stratejilerininide ortaya koymaktadır. İşletmenin kalite kültürüne sahip olması, müşteriye hizmet verebilecek yeterlilikte olması, bu yetkinlikte elemanlarının olması, pazarlama sonrası müşteri hizmetleri, işletmenin fiziki etkenleri, kuruluş yeri gibi müşteriye verilen hizmeti direkt etkileyen ve her müşterinin teknik kaliteye nazaran öncelikli olarak dikkate aldığı bu etkenler, fonksiyonel kalitenin belirleyicileridir. Çünkü her müşteri, spor işletmesinde verilen hizmetin teknik boyutları hakkında yeterli bilgi ve uzmanlığa sahip olmayabilir ancak; fonksiyonel kaliteyle ilgili bir konuda her müşteri yorum yapabilir. Bu hizmetin algılanan boyutunun kişiye göre değişken olabileceği ile ilgilidir. Genellikle müşterinin hizmeti algılaması (sunulan hizmetin kalitesi) esas olduğundan ⁷⁹ işletmenin kalitesini de müşteri açısından algılanan kalite belirler.

Müşterilerin spor işletmelerinde aldıkları hizmetin program kalitesinden başlıca beklentileri şu şekilde maddeleştirilebilir.

Verilen sportif faaliyet çeşitlerinin yeterli olması,

Uygun seviyede programların var olması,

Program zamanının çeşitli ve kendilerine uygun aralıkta olması,

Programların kalite ve içeriğinin tatmin edici olması,

Program uygulamasında kişi sayısı ve alanın yeterli olması,

Anlaşılmaktadır ki, programların kalite ve çeşitliliği, zamanında başlayıp başlamadığı, zamanında bitip bitmediği, müşteriler için uygun olup olmadığı programın kalitesinin belirlenmesinde ve işletmenin rakipleri arasında var olmasında oldukça önemli bir yer tutmaktadır.

Özellikle rekreasyonel spor/fitness hizmeti sunan işletmeler insanların yüz yüze hizmet aldığı, farklı kalite algılaması içinde olduğu, en son teknolojik gelişmelerin uygulandığı, beden aktivitelerinin yapıldığı

yerler olmakla birlikte aynı zamanda insanların kendilerini özel hissettikleri dinlenme merkezleri olduklarından, esas hizmet ile hizmeti direk veya dolaylı olarak etkileyecek faktörler çok iyi dengelenmelidir.

2.5.2. Tesis Bakımından

Rekreasyonel spor işletmelerinde hizmet kalitesi değerlendirme ölçüğü hazırlanırken görmezden gelinemez önemli boyutlardan biri de işletmenin tesis kalitesi boyutudur.

Spor işletmelerinden faydalanan müşteriler aynı zevk ve isteklere sahip olmadıklarından hizmet veren işletmelerin bu zevk, beklenti ve istekleri karşılayabilecek tesis ve donanıma sahip olması gerekir.

Rekreasyonel spor hizmeti hazırlayıp sunan bir işletmenin büyüklüğü, yerleşim alanının uygunluğu, park olanakları yada park alanının güvenliği, ısı ve aydınlatma kontrolü, çevrenin hoşluğu, araç gerecin modernliği, araç gereçlerin çeşitliliği, varlığı yada bakımı tesisin kalitesini belirleyecek alt boyutlardan bazılarıdır. Tesisin kalitesinin belirlenmesinde adı geçen boyutlar kullanıcıyı büyük ölçüde direk olarak etkileyeceğinden tüketici doygunluğu sağlanmalı, tesis aranır ve tercih edilir işletim düzeyine getirilmelidir.

2.5.3. Personel Bakımından

Rekreasyonel spor hizmeti hazırlayıp sunan işletmelerde program ve tesis kalitesi kadar önemli bir yer tutan ve kalitenin ölçülmesinde işletmenin hizmetlerinden ayrı tutamayacağımız bir başka kalite boyutu da personel kalitesidir.

Tutum, uzmanlık ve bir hizmet çalışanının gerçek davranışı bir tüketicinin hizmetlerin değerlendirmesindeki görüşünü değiştirebilir. Güncel modelde, tutum, davranış ve çalışanların uzmanlıkları bir alt boyuta dönüştürülür ki bu da çalışan ve müşterilerin arasındaki etkileşimdir.⁸⁰ Personel ve müşteri arasında yaşanan ilişki, diyalog yada etkileşim iyi veya kötü birincil kişiler tarafından diğer müşterilere

taşınabileceğinden müşteriler arasındaki etkileşim de oldukça önemli olmaktadır.

Müşterilerin bir hizmete yönelik kalite anlayışı diğer müşterilerin tutum ve davranışlarından etkilenip değişebilmekte ve spora katılım müşterilerin birbirini etkilediği, etkileşimde bulunduğu sosyal bir süreç olarak gerçekleşmektedir.

Rekreaasyonel spor işletmelerinde personel kalitesi, personellerin gerekli bilgi ve becerilere sahip olmasından, kıyafet ve kişisel temizliklerine, yardım etmeye istekli olmalarından üyelerle iletişim ve sabırlı olmalarına, nazik, şikâyetlere cevap verebilme ve müşterilere bireysel ilgiye hatta sunulan hizmette tutarlı olmaya kadar oldukça geniş alt boyutları olan bir hizmet kalitesi boyutudur.

Bir işletmenin ayakta kalabilmesi ve devamlılığını sürdürebilmesi için azınsanamayacak kadar değerli olan personel kalitesi boyutu en göz önündeki birincil personelden en arka plandaki personele kadar özenle ve titizlikle değerlendirilmelidir.

2.5.4. Diğer Hizmetler Bakımından

Rekreasyonel spor/fitness hizmeti sunan işletmelerin hizmet kalitesini belirleme ölçeğimizde kullanılan temel dört ana boyut olan program, tesis, personel ve soyunma odalarının yanında müşterilerin çalıştırana ve çalıştırmanın programlarına duyduğu güven, spor yapılan ortamın ses, ışık ve ısıtma sistemi, ulaşım ve kayıt kolaylığı, ücretlendirme, acil durum ve ilk yardım hizmetlerinin olması gibi diğer hizmetler şeklinde ayırıp sıralayabileceğimiz daha pek çok hizmet bulunmaktadır.

Hizmetlerin, ürünlerin ve faaliyetlerin sunulduğu diğer işletmelerde olduğu gibi spor işletmeleri için de önemlidir. Spor işletmelerinde her müşterinin beklentileri ve katılım sebepleri farklıdır. Kimi müşteri sağlıklı yaşam, kimi müşteri stres atmak, kimi müşteri boş

zamanlarını değerlendirmek ⁸¹ kimi müşteri de sosyal grup için programlara katılır. Hizmetin sınırsızlığının ve beklentilerinin en kısa zamanda karşılanıyor olması müşterinin o işletmeyi seçmesinde önemli bir rol etken olacaktır.

Spor tesisleri, müşteri merkezli hizmet sunan kurumlar olarak müşteri memnuniyetini sağlamak durumundadırlar. Spor hizmetlerinde kalite” müşterilerin spora ilişkin beklentilerini karşılayabilme ya da geçme yeteneği” olarak tanımlanmaktadır. ⁸² Müşteriler artan kalite beklentisinde olduklarından beklenen kaliteli hizmetin sunulmaması müşteri kaybıyla sonuçlanacaktır. ⁸³

Her işletme ister kar amaçlı olsun ister olmasın, bir iş anlayışı felsefesine sahiptir. İşletmelerin yada kişilerin işlerindeki başarı veya başarısızlıkları önemli ölçüde sahip oldukları felsefeden kaynaklanır. Eğer tutarlı bir felsefeden yoksun iseler ve felsefelerinin gereğini yapmıyor iseler başarılı olmaları beklenemez. Bir işletmenin felsefesinin temelinde üç eleman vardır. ⁸⁴ Bunlar; vizyon, misyon ve kültür değerleridir.

Vizyon; bir işletmenin uzun süre varlığını koruyabilmesi ve amaçlarına ulaşabilmesi açısından geleceğin düşünülmesi, gelecekteki fırsat ve tehditlerin öngörülmesi ve işletmenin uzun vadedeki başarısı için nasıl hareket etmesi gerektiğini gösterirken, misyon; işletmelerin işimiz nedir, ileride ne olacaktır ve ne olmalıdır, ne iş yapılacak, kim için yapılacak, varmak istediğimiz hedef nedir, müşterilerimiz kimlerdir ve bunların ortak buluşma noktaları nelerdir, gibi sorulara cevap veren bir kavramdır.

Vizyonu ve misyonu olmayan bir rekreasyonel spor/fitness işletmesinin yada herhangi bir işletmenin program, tesis ve personel kalitesinden bahsedilemeyeceği gibi kültürel değerlerden uzak bir işletmenin de hizmet kalitesinden söz edilemez.

3. GEREÇ VE YÖNTEM

3.1. Evren ve Örneklem

Araştırmanın evrenini Ankara ilindeki rekreasyonel spor/fitness programı sunan özel spor işletmeleri oluşturmaktadır.

Araştırmanın örneklemini ise rekreasyonel spor/fitness programı sunan işletmelerinden faydalanan toplam 623 üye oluşturmaktadır. Ankara'daki Özel spor işletmelerinden yararlanan toplamda n=274 erkek ile toplamda n=349 bayan üye tesadüfi örneklem yöntemiyle seçilmiştir.

3.2. Veri Toplama Aracı

Bu çalışmada veri toplama aracı olarak, Rekreasyonel spor/fitness hizmeti veren özel işletmelerden faydalanan erkek ve bayan üyelerin hizmet kalitesini algılama seviyelerinin, ulaşım, üyelik şekli, personel, program, tesisi kullanım sıklıklarına ve nedenlerine göre farklılaşma gösterip göstermediğini incelemek amacıyla Lam, (2000) tarafından geliştirilen ve Gürbüz, (2003) tarafından geçerlilik ve güvenilirliği Türkiye için yapılmış olan, (SQAS-T) “ Turkish Version of The Service Quality Assesments Scale” ölçeği kullanılmıştır.

Hizmet Kalitesi Değerlendirme Ölçeği 5 alt boyutlu olup 40 maddeden oluşmaktadır. Bu alt boyutlar; personel (9 madde), program (7 madde), soyunma odaları (5 made), tesis (13 madde), çocuk bakımı (6 madde)' dir. Bu çalışmada beş alt boyuttan 4'ü kullanılmıştır. Çalışma yapılan işletmelerde çocuk bakımı bölümü bulunmadığından çocuk bakımı alt boyutu kullanılmamıştır. Ölçek likert tipi olup, derecelendirmesi beklenen hizmet boyutunda 1(az önemli) ile 7(çok önemli) arasında, algılanan hizmet boyutunda ise, 1(zayıf) ile 7(mükemmel) arasındadır. Ayrıca, hizmet kalitesi değerlendirme ölçeği ile veriler toplanırken, araştırmaya katılan üyelerin kişisel bilgileri de elde edilmiştir. Bunlar; cinsiyet, gelir seviyeleri, eğitim seviyeleri, üyelik süreleri, işletmeden

faydalanma süreleri, işletmeyi kullanım sıklıkları, işletmede bulunduğu kullanım süreleridir. Rekreatyoneel spor/fitness hizmeti sunan işletmelere 1000 adet anket dağıtılmış, bunlardan 700 adet anket geri dönmüş fakat elde edilen anketlerden 623 adedi bu çalışma için kullanıma uygun bulunmuştur. Katılımcılara uygulanacak anket hakkında tüm bilgiler anlatılmış ve çalışmaya gönüllü olarak katıldıklarına dair onam formu doldurulmuştur.

3.3. Verilerin Analizi

Verilerin değerlendirilmesinde ve hesaplanmış değerlerin bulunmasında SPSS 16,0 istatistik paket program kullanılmıştır. Veriler ortalama ve standart sapmalar verilerek özetlenmiştir. Verilerin normal dağılım gösterip göstermediği One-Sample Kolmogorov-Smirnov testi ile test edilmiş ve verilerin normal dağılım gösterdiği tespit edilmiştir. Veriler normal dağılım gösterdiği için bağımsız değişkenler arasındaki farklılığın tespiti için Independent-sample T testi ve ANOVA testi kullanılmıştır. Bağımsız değişkenlere göre farklılığın neden kaynaklandığı ise çoklu karşılaştırma testlerinden Tukey testi ile tespit edilmiştir. Bu çalışmada hata düzeyi 0.05 olarak alınmıştır.

4. BULGULAR

Tablo 3: Araştırmaya katılan üyelere ilişkin beklenen ve algılanan hizmet kalitesinin cinsiyetler bakımından karşılaştırılması

Değişkenler	Cinsiyet	N	Ortalama	Std. Sapma	T	P		
Beklenen	Personel	Erkek	272	58,70	5,965	-2,120	0,034*	
		Kadın	349	59,96	8,281			
	Program	Erkek	273	44,47	5,891	-3,450	0,001*	
		Kadın	349	46,04	5,406			
	Soyunma odaları	Erkek	273	33,35	6,948	0,235	0,814	
		Kadın	350	33,25	3,023			
	Tesis	Erkek	273	82,84	9,730	-1,332	0,184	
		Kadın	350	83,85	9,133			
	Algılanan	Personel	Erkek	272	57,26	8,184	1,173	0,241
			Kadın	349	56,56	6,866		
Program		Erkek	273	41,80	6,682	-1,405	0,161	
		Kadın	350	42,49	5,520			
Soyunma odaları		Erkek	273	31,32	5,146	0,941	0,347	
		Kadın	349	30,90	5,841			
Tesis		Erkek	273	80,08	11,993	-0,199	0,842	
		Kadın	350	80,26	10,910			

*P<0,05

Tablo 3. incelendiğinde araştırmaya katılan üyelere ilişkin beklenen hizmet kalitesinin cinsiyetler bakımından karşılaştırılmasında, kadınlara ilişkin personele ve programa yönelik hizmet kalitesi puanları erkeklere ilişkin personele ve programa yönelik hizmet kalitesi puanlarından anlamlı derecede yüksek bulunmuştur (P<0,05). Buna karşın hizmet kalitesine yönelik diğer alt boyutların cinsiyetler bakımından karşılaştırılmasında erkek ve kadınlara yönelik, gerek beklenen gerekse

algılanan hizmet kalitesi puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olmadığı tespit edilmiştir ($P>0,05$).

Tablo 4: Araştırmaya katılan üyelerin gelir seviyelerine göre ortalama ve standart sapmaları

Değişkenler		Ortalama	Std. sapma	
499 TL ve altı	Beklenen	Personel (N=22)	58,52	6,720
		Program (N=22)	43,82	8,716
		Soyunma odaları (N=22)	32,82	3,788
		Tesis (N=22)	82,27	13,750
	Algılanan	Personel (N=22)	56,77	9,087
		Program (N=22)	42,09	9,039
		Soyunma odaları (N=22)	30,68	6,058
		Tesis (N=22)	80,27	12,483
500-999 TL arası	Beklenen	Personel (N=116)	59,73	9,161
		Program (N=116)	45,79	8,793
		Soyunma odaları (N=116)	32,72	4,193
		Tesis (N=116)	83,63	8,232
	Algılanan	Personel (N=116)	57,66	10,318
		Program (N=116)	43,47	5,835
		Soyunma odaları (N=116)	31,76	4,765
		Tesis (N=116)	81,15	10,877
1000-1499 TL arası	Beklenen	Personel (N=243)	59,47	8,321
		Program (N=243)	45,11	4,527

Tablo 4' ün devamı		Soyunma odaları (N=243)			
			33,64	7,069	
			Tesis (N=243)	82,43	9,283
Algılanan		Personel (N=243)	56,93	6,462	
		Program (N=243)	42,13	5,266	
			Soyunma odaları (N=243)	31,28	6,274
			Tesis (N=243)	80,55	10,415
Beklenen		Personel (N=241)	59,26	5,166	
		Program (N=241)	45,52	4,303	
			Soyunma odaları (N=241)	33,27	2,725
			Tesis (N=241)	84,38	9,535
1500 TL ve üstü	Algılanan	Personel (N=241)	56,42	6,606	
		Program (N=241)	41,63	6,525	
			Soyunma odaları (N=241)	30,59	5,030
			Tesis (N=241)	79,34	12,436

Tablo 5: Araştırmaya katılan üyelere ilişkin beklenen ve algılanan hizmet kalitesinin gelir seviyeleri bakımından karşılaştırılması

Değişkenler			Kareler toplamı	Ortalama kare	F	P
Beklenen	Personel	Gelir seviyeleri arası	34,865	11,622	0,213	0,888
	Program	Gelir seviyeleri arası	95,461	31,820	0,989	0,398
	Soyunma odaları	Gelir seviyeleri arası	72,992	24,331	0,927	0,427
	Tesis	Gelir seviyeleri arası	491,861	163,954	1,861	0,135

Tablo 5' in devamı		Değişkenler	Gelir seviyeleri arası	120,240	40,080	0,717	0,542
Algılanan	Personel	Gelir seviyeleri arası	265,156	88,385	2,422	0,065	
	Program	Gelir seviyeleri arası	125,065	41,688	1,357	0,255	
	Soyunma odaları	Gelir seviyeleri arası	312,713	104,238	0,803	0,492	
	Tesis	Gelir seviyeleri arası					

Tablo 5. incelendiğinde araştırmaya katılan üyelere ilişkin beklenen ve algılanan hizmet kalitesinin gelir seviyesi bakımından karşılaştırılmasında, gelir seviyesi 499 ve altı, 500 – 999 TL, 1000 – 1499 TL ve 1500 TL ve üstü olan üyeler arasında beklenen ve algılanan hizmet kalitesine yönelik alt boyutlar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olmadığı tespit edilmiştir ($P>0,05$).

Tablo 6: Araştırmaya katılan üyelerin eğitim seviyelerine göre ortalama ve standart sapmaları

Değişkenler		Ortalama	Std. Sapma	
İlkokul	Beklenen	Personel (N=71)	59,48	4,491
		Program (N=71)	45,59	4,184
		Soyunma odaları (N=71)	33,51	2,535
		Tesis (N=71)	83,41	8,141
	Algılanan	Personel (N=71)	57,21	7,113
		Program (N=71)	42,44	6,292
		Soyunma odaları (N=71)	30,85	4,248
		Tesis (N=71)	82,04	8,857
Ortaokul	Beklenen	Personel (N=60)	58,77	5,933
		Program (N=60)	45,50	4,032

		Soyunma odaları (N=60)	33,35	2,246	
Tablo 6' nın devamı		Tesis (N=60)	84,07	6,257	
		Personel (N=60)	57,50	6,361	
		Program (N=60)	42,62	5,282	
	Algılanan	Soyunma odaları (N=60)	30,48	5,476	
		Tesis (N=60)	81,12	9,789	
Lise	Beklenen	Personel (N=205)	61,05	9,668	
		Program (N=205)	46,30	6,221	
		Soyunma odaları (N=205)	33,71	5,614	
		Tesis (N=205)	84,29	9,511	
	Algılanan	Personel (N=205)	58,11	6,075	
		Program (N=205)	43,21	4,963	
		Soyunma odaları (N=205)	32,21	4,107	
		Tesis (N=205)	82,94	10,380	
	Üniversite	Beklenen	Personel (N=285)	58,34	6,021
			Program (N=285)	44,58	5,785
Soyunma odaları (N=285)			32,94	5,632	
Tesis (N=285)			82,62	10,117	
Algılanan		Personel (N=285)	55,75	8,491	
		Program (N=285)	41,29	6,740	
		Soyunma odaları (N=285)	30,45	6,558	
		Tesis (N=285)	77,51	12,365	

Tablo 7: Araştırmaya katılan üyelere ilişkin beklenen ve algılanan hizmet kalitesinin eğitim seviyeleri bakımından karşılaştırılması

Değişkenler		Kareler toplamı	Ortalama kare	F	P	
Beklenen	Personel	Eğitim seviyeleri arası	899,660	299,887	5,633	0,001*
	Program	Eğitim seviyeleri arası	362,769	120,923	3,808	0,010*
	Soyunma odaları	Eğitim seviyeleri arası	74,780	24,927	0,950	0,416
	Tesis	Eğitim seviyeleri arası	361,729	120,576	1,366	0,252
Algılanan	Personel	Eğitim seviyeleri arası	700,630	233,543	4,246	0,006*
	Program	Eğitim seviyeleri arası	461,649	153,883	4,254	0,005*
	Soyunma odaları	Eğitim seviyeleri arası	399,904	133,301	4,404	0,004*
	Tesis	Eğitim seviyeleri arası	3906,297	1302,099	10,501	0,000*

*P<0,05

Tablo 7. incelendiğinde araştırmaya katılan üyelere ilişkin beklenen hizmet kalitesinin eğitim seviyesi bakımından karşılaştırılmasında, eğitim seviyesi ilkokul, ortaokul, lise ve üniversite olan üyeler arasında beklenen hizmet kalitesine yönelik alt boyutlardan personel ve programa ilişkin hizmet kalitesi puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiştir (P<0,05). Buna karşın, beklenen hizmet kalitesine yönelik alt boyutlardan soyunma odaları ve tesise ilişkin hizmet kalitesi puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olmadığı tespit edilmiştir (P>0,05). Algılanan hizmet kalitesine yönelik alt boyutlardan personel, program, soyunma odaları ve tesise ilişkin hizmet kalitesi puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiştir (P<0,05).

Tablo 8: Araştırmaya katılan üyelere ilişkin beklenen hizmet kalitesinin eğitim seviyeleri bakımından çoklu karşılaştırılması

Değişkenler	(I) eğitim	(J) eğitim	Ortalamalar farkı (I-J)	Std. hata	P
Personel	İlkokul	Ortaokul	0,712	1,280	0,945
		Lise	-1,570	1,005	0,401
		Üniversite	1,135	0,968	0,644
	Ortaokul	İlkokul	-0,712	1,280	0,945
		Lise	-2,282	1,071	0,145
		Üniversite	0,423	1,036	0,977
	Lise	İlkokul	1,570	1,005	0,401
		Ortaokul	2,282	1,071	0,145
		Üniversite	2,705*	0,668	0,000*
Beklenen	İlkokul	Ortaokul	0,092	0,988	1,000
		Lise	-0,709	0,775	0,797
		Üniversite	1,016	0,747	0,525
	Ortaokul	İlkokul	-0,092	0,988	1,000
		Lise	-0,801	0,827	0,767
		Üniversite	0,925	0,800	0,655
	Lise	İlkokul	0,709	0,775	0,797
		Ortaokul	0,801	0,827	0,767
		Üniversite	1,726*	0,515	0,005*

*P<0,05

Tablo 8. incelendiğinde araştırmaya katılan üyelere ilişkin beklenen hizmet kalitesinin eğitim seviyesi bakımından karşılaştırılmasında, eğitim seviyesi lise olan deneklerin personel ve program puanları eğitim seviyesi üniversite olan üyelerin personel ve program puanlarından anlamlı derecede yüksek bulunmuştur ($P < 0,05$). Eğitim seviyesi ortaokul, ilkokul, üniversite olan denekler arasında ise personel ve program bakımından anlamlı bir farklılık tespit edilmemiştir ($P > 0,05$).

Tablo 9: Araştırmaya katılan üyelere ilişkin algılanan hizmet kalitesinin eğitim seviyeleri bakımından çoklu karşılaştırılması

Değişkenler	(I) eğitim	(J) eğitim	Ortalamalar farkı (I-J)	Std. hata	P	
Algılanan	Personel	Ortaokul	-0,289	1,300	0,996	
		İlkokul	Lise	-0,896	1,021	0,817
			Üniversite	1,457	0,984	0,450
	Ortaokul	İlkokul	0,289	1,300	0,996	
		Lise	-0,607	1,089	0,944	
		Üniversite	1,746	1,053	0,347	
	Lise	İlkokul	0,896	1,021	0,817	
		Ortaokul	0,607	1,089	0,944	
		Üniversite	2,353 [*]	0,679	0,003 [*]	
	Program	İlkokul	Ortaokul	-0,180	1,055	0,998
			Lise	-0,771	0,827	0,788
			Üniversite	1,149	0,798	0,475
Ortaokul		İlkokul	0,180	1,055	0,998	

Tablo 9' un devamı

	Lise	-0,591	0,882	0,908
	Üniversite	1,329	0,854	0,405
	İlkokul	0,771	0,827	0,788
Lise	Ortaokul	0,591	0,882	0,908
	Üniversite	1,920*	0,549	0,003*

*P<0,05

Tablo 9. incelendiğinde araştırmaya katılan üyelere ilişkin algılanan hizmet kalitesinin eğitim seviyesi bakımından karşılaştırılmasında, eğitim seviyesi lise olan üyelerin personel ve program puanları eğitim seviyesi üniversite olan üyelerin personel ve program puanlarından anlamlı derecede yüksek bulunmuştur (P<0,05). Eğitim seviyesi ortaokul, ilkokul, üniversite olan üyeler arasında ise personel ve program bakımından anlamlı bir farklılık tespit edilmemiştir (P>0,05).

Tablo 10: Araştırmaya katılan üyelere ilişkin algılanan hizmet kalitesinin eğitim seviyeleri bakımından çoklu karşılaştırılması

Değişkenler	(I)	(J) eğitim	Ortalamlar farkı (I-J)	Std. hata	P
Algılanan Soyunma odaları	Lise	Ortaokul	0,362	0,965	0,982
		İlkokul	-1,364	0,757	0,274
		Üniversite	0,392	0,730	0,950
	Ortaokul	İlkokul	-0,362	0,965	0,982
		Lise	-1,725	0,807	0,142
		Üniversite	0,031	0,781	1,000
	İlkokul	Lise	1,364	0,757	0,274
		Ortaokul	1,725	0,807	0,142

Tablo 10' un devamı

		Üniversite	1,756	0,503	0,003*
		Ortaokul	0,926	1,953	0,965
	İlkokul	Lise	-0,900	1,532	0,936
		Üniversite	4,530	1,477	0,012*
		İlkokul	-0,926	1,953	0,965
Tesis	Ortaokul	Lise	-1,825	1,633	0,679
		Üniversite	3,604	1,582	0,104
		İlkokul	0,900	1,532	0,936
	Lise	Ortaokul	1,825	1,633	0,679
		Üniversite	5,430	1,017	0,000*

*P<0,05

Tablo 10. incelendiğinde araştırmaya katılan üyelere ilişkin algılanan hizmet kalitesinin eğitim seviyesi bakımından karşılaştırılmasında, eğitim seviyesi lise olan üyelerin soyunma odalarına ilişkin hizmet kalitesi puanları eğitim seviyesi üniversite olan deneklerin soyunma odalarına ilişkin hizmet kalitesi puanlarından anlamlı derecede yüksek bulunmuştur (P<0,05). Eğitim seviyesi ortaokul, ilkokul, üniversite olan denekler arasında ise soyunma odalarına ilişkin hizmet kalitesi puanları bakımından anlamlı bir farklılık tespit edilmemiştir (P>0,05). Ayrıca, araştırmaya katılan üyelere ilişkin algılanan hizmet kalitesinin eğitim seviyesi bakımından karşılaştırılmasında, eğitim seviyesi ilkokul ve lise olan üyelerin tesise ilişkin hizmet kalitesi puanları eğitim seviyesi üniversite olan üyelerin tesise ilişkin hizmet kalitesi puanlarından anlamlı derecede yüksek bulunmuştur (P<0,05). Eğitim seviyesi ortaokul, üniversite olan denekler arasında, eğitim seviyesi lise, ilkokul ve ortaokul olan üyeler arasında tesise ilişkin hizmet kalitesi puanları bakımından anlamlı bir farklılık tespit edilmemiştir (P>0,05).

Tablo 11: Araştırmaya katılan üyelerin üyelik süresine göre ortalama ve standart sapmaları

Değişkenler		Ortalama	Std. sapma	
1 yıldan az	Beklenen	Personel (N=229)	60,57	7,292
		Program (N=229)	45,72	4,666
		Soyunma odaları (N=229)	34,03	5,284
		Tesis (N=229)	84,42	10,107
	Algılanan	Personel (N=229)	57,33	8,883
		Program (N=229)	42,38	6,250
		Soyunma odaları (N=229)	30,93	6,375
		Tesis (N=229)	80,85	11,718
1 yıl	Beklenen	Personel (N=199)	58,91	6,347
		Program (N=199)	45,41	3,676
		Soyunma odaları (N=199)	33,25	6,052
		Tesis (N=199)	83,69	8,142
	Algılanan	Personel (N=199)	56,43	6,364
		Program (N=199)	42,55	5,166
		Soyunma odaları (N=199)	31,48	3,983
		Tesis (N=199)	80,53	8,814
2 yıl	Beklenen	Personel (N=124)	58,18	6,534
		Program (N=124)	44,74	5,345
		Soyunma odaları (N=124)	32,39	3,107
		Tesis (N=124)	81,35	9,281

Tablo 11' in devamı		Algılanan	Personel (N=124)	57,10	5,777
			Program (N=124)	42,06	4,875
			Soyunma odaları (N=124)	31,47	4,703
			Tesis (N=124)	80,82	10,206
		Beklenen	Personel (N=71)	59,17	10,654
			Program (N=71)	45,07	11,188
			Soyunma odaları (N=71)	32,66	4,246
			Tesis (N=71)	82,90	10,152
4 yıl ve daha fazla		Algılanan	Personel (N=71)	56,20	7,981
			Program (N=71)	40,77	8,916
			Soyunma odaları (N=71)	29,79	7,385
			Tesis (N=71)	75,92	16,773

Tablo 12: Araştırmaya katılan üyelere ilişkin beklenen ve algılanan hizmet kalitesinin üyelik süresi bakımından karşılaştırılması

Değişkenler		Kareler toplamı	Ortalama kare	F	P
Beklenen	Personel Üyelik süresi	548,609	182,870	3,398	0,018*
	Program Üyelik süresi	83,525	27,842	0,865	0,459
	Soyunma odaları Üyelik süresi	255,037	85,012	3,275	0,021*
	Tesis Üyelik süresi	790,739	263,580	3,009	0,030*
Algılanan	Personel Üyelik süresi	126,377	42,126	0,753	0,521
	Program Üyelik süresi	177,773	59,258	1,618	0,184
	Soyunma odaları Üyelik süresi	174,924	58,308	1,904	0,128

Tesis	Üyelik süresi	1469,725	489,908	3,829	0,010*
-------	---------------	----------	---------	-------	--------

Tablo 12. incelendiğinde araştırmaya katılan üyelere ilişkin beklenen hizmet kalitesinin üyelik süresi bakımından karşılaştırılmasında, üyelik süresi 1 yıl ve daha az, 2 yıl, 3 yıl, 4 yıl ve daha fazla olan üyeler arasında personel, soyunma odaları ve tesise ilişkin hizmet kalitesi bakımından istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiştir ($P<0,05$). Beklenen hizmet kalitesine ilişkin program alt boyutu bakımından ise üyelik süreleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olmadığı tespit edilmiştir ($P>0,05$). Araştırmaya katılan üyelere ilişkin algılanan hizmet kalitesinin üyelik süresi bakımından karşılaştırılmasında, üyelik süresi 1 yıl ve daha az, 2 yıl, 3 yıl, 4 yıl ve daha fazla olan üyeler arasında personel, soyunma odaları ve programa ilişkin hizmet kalitesi bakımından istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olmadığı tespit edilmiştir ($P>0,05$). Buna karşın, algılanan hizmet kalitesine ilişkin tesis alt boyutu bakımından ise üyelik süreleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiştir ($P<0,05$).

Tablo 13: Araştırmaya katılan üyelere ilişkin beklenen hizmet kalitesinin üyelik süreleri bakımından çoklu karşılaştırılması

Değişkenler		(I) Üyelik Süresi	(J) Üyelik süresi	Ortalamalar farkı (I-J)	Std. hata	P
Beklenen	Personel	1 yıldan daha az	1 yıl	1,660	0,712	0,092
			3 yıl	2,396	0,821	0,019*
			4 yıl ve daha fazla	1,406	0,997	0,494
		1 yıl	1 yıldan daha az	-1,660	0,712	0,092

Tablo 13' ün devamı		3 yıl	0,736	0,841	0,818
		4 yıl ve daha fazla	-0,254	1,014	0,994
		1 yıldan daha az	-2,396	0,821	0,019*
	3 yıl	1 yıl	-0,736	0,841	0,818
		4 yıl ve daha fazla	-0,990	1,093	0,802
		1 yıl	0,784	0,494	0,386
	1 yıldan daha az	3 yıl	1,643	0,568	0,021*
		4 yıl ve daha fazla	1,369	0,692	0,198
		1 yıldan daha az	-0,784	0,494	0,386
Soyunma odaları	1 yıl	3 yıl	0,859	0,583	0,454
		4 yıl ve daha fazla	0,584	0,704	0,840
		1 yıldan daha az	-1,643	0,568	0,021*
	3 yıl	1 yıl	-0,859	0,583	0,454
		4 yıl ve daha fazla	-0,275	0,758	0,984
		1 yıl	0,731	0,907	0,852
	1 yıldan daha az	3 yıl	3,064	1,044	0,018*
		4 yıl ve daha fazla	1,518	1,271	0,631
Tesis		1 yıldan daha az	-0,731	0,907	0,852
	1 yıl	3 yıl	2,334	1,071	0,130
		4 yıl ve daha fazla	0,787	1,294	0,929

Tablo 13' ün devamı		fazla			
		1 yıldan daha az	-3,064	1,044	0,018*
3 yıl	1 yıl	-2,334	1,071	0,130	
	4 yıl ve daha fazla	-1,547	1,393	0,683	

*P<0,05

Tablo 13. incelendiğinde araştırmaya katılan üyelere ilişkin beklenen hizmet kalitesinin personel, soyunma odaları ve tesis alt boyutları bakımından üyelik sürelerinin karşılaştırılmasında, üyelik süresi 1 yıl ve daha az olan üyelerin personel, soyunma odaları ve tesis alt boyutlarına ilişkin puanları, üyelik süresi 2 yıl, 3 yıl, 4 yıl ve daha fazla olan deneklerin puanlarından anlamlı derecede yüksek bulunmuştur (P<0,05). Üyelik süresi 1 yıl ve daha az, 1 yıl, 2 yıl, 4 yıl ve daha fazla olan üyeler arasında, üyelik süresi 1 yıl, 2 yıl, 3 yıl, 4 yıl ve daha fazla olan denekler arasında, istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olmadığı tespit edilmiştir (P>0,05).

Tablo 14: Araştırmaya katılan üyelere ilişkin algılanan hizmet kalitesinin üyelik süreleri bakımından çoklu karşılaştırılması

Değişkenler		(I) Üyelik Süresi	(J) Üyelik süresi	Ortalamalar farkı (I-J)	Std. hata	P
Algılanan Tesis	1 yıldan daha az	1 yıl		0,324	1,096	0,991
		3 yıl		0,029	1,261	1,000
		4 yıl ve daha fazla		4,936	1,536	0,008*
	1 yıl	1 yıldan daha az		-0,324	1,096	0,991
		3 yıl		-0,295	1,294	0,996

Tablo 14' ün devamı		4 yıl ve daha fazla	4,612	1,564	0,017*
		1 yıldan daha az	-0,029	1,261	1,000
3 yıl		1 yıl	0,295	1,294	0,996
		4 yıl ve daha fazla	4,907	1,683	0,019*

*P<0,05

Tablo 14. incelendiğinde araştırmaya katılan üyelere ilişkin algılanan hizmet kalitesinin tesis alt boyutu bakımından üyelik sürelerinin karşılaştırılmasında, üyelik süresi 4 yıl ve daha fazla olan üyelerin tesis alt boyutuna ilişkin puanları, üyelik süresi 1 yıldan daha az, 1 yıl ve 3 yıl olan üyelerin puanlarından anlamlı derecede düşük bulunmuştur (P<0,05). Üyelik süresi 1 yıl ve daha az, 1 yıl ve 3 yıl olan üyeler arasında ise istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olmadığı tespit edilmiştir (P>0,05).

Tablo 15: Araştırmaya katılan üyelerin tesislerden faydalanma süresine göre ortalama ve standart sapmaları

Değişkenler		Ortalama	Std. sapma	
1 yıldan az	Beklenen	Personel (N=302)	60,02	7,388
		Program (N=302)	45,70	4,384
		Soyunma odaları (N=302)	33,98	6,267
		Tesis (N=302)	84,31	9,987
1-2 yıl arası	Algılanan	Personel (N=302)	57,40	8,309
		Program (N=302)	42,66	5,928
		Soyunma odaları (N=302)	31,07	4,924
		Tesis (N=302)	81,39	10,715
1-2 yıl arası	Beklenen	Personel (N=217)	58,78	6,129

Tablo 15' in devamı		Program (N=217)	45,06	4,602
		Soyunma odaları (N=217)	32,78	3,234
		Tesis (N=217)	83,14	7,964
		Personel (N=217)	56,68	6,080
	Algılanan	Program (N=217)	42,45	4,737
		Soyunma odaları (N=217)	31,68	5,952
		Tesis (N=87)	80,62	9,647
3-4 yıl	Beklenen	Personel (N=87)	59,16	9,852
		Program (N=87)	45,33	10,120
		Soyunma odaları (N=87)	32,44	4,212
		Tesis (N=87)	81,11	10,322
	Algılanan	Personel (N=87)	55,25	7,749
		Program (N=87)	40,94	6,849
		Soyunma odaları (N=87)	29,86	6,329
		Tesis (N=87)	75,86	14,008
	Beklenen	Personel (N=9)	59,44	5,480
		Program (N=9)	43,78	5,540
		Soyunma odaları (N=9)	33,44	1,740
		Tesis (N=9)	82,67	7,263
5-6 yıl	Algılanan	Personel (N=9)	56,22	5,118
		Program (N=9)	36,89	12,170
		Soyunma odaları (N=9)	31,56	4,035
		Tesis (N=9)	81,11	19,959
7 yıl ve daha az	Beklenen	Personel (N=7)	55,43	7,547

Tablo 15' in devamı

	Program (N=7)	41,43	8,039
	Soyunma odaları (N=7)	30,14	7,313
	Tesis (N=7)	81,57	11,998
Algılanan	Personel (N=7)	60,57	3,645
	Program (N=7)	35,57	15,252
	Soyunma odaları (N=7)	27,71	7,088
	Tesis (N=7)	66,71	20,188

Tablo 16: Araştırmaya katılan üyelere ilişkin beklenen ve algılanan hizmet kalitesinin işletmelerden faydalandığı süre bakımından karşılaştırılması

	Değişkenler	Kareler toplamı	Ortalama kare	F	P
Beklenen	Personel İşletmelerden faydalandığı süreler arası	219,711	109,856	2,025	0,133
	Program İşletmelerden faydalandığı süreler arası	73,883	36,942	1,148	0,318
	Soyunma odaları İşletmelerden faydalandığı süreler arası	287,382	143,691	5,556	0,004*
	Tesis İşletmelerden faydalandığı süreler arası	727,630	363,815	4,155	0,016*
Algılanan	Personel İşletmelerden faydalandığı süreler arası	232,906	116,453	2,092	0,124
	Program İşletmelerden faydalandığı süreler arası	480,179	240,090	6,653	0,001*
	Soyunma odaları İşletmelerden faydalandığı süreler arası	230,218	115,109	3,775	0,023*
	Tesis İşletmelerden faydalandığı süreler arası	2551,360	1275,680	10,125	0,000*

*P<0,05

Tablo 16. incelendiğinde araştırmaya katılan üyelere ilişkin beklenen hizmet kalitesinin işletmelerden faydalandığı süre bakımından karşılaştırılmasında, işletmelerden faydalanma süresi 1 yıldan az, 1-2 yıl ve 3-4 yıl olan üyeler arasında soyunma odaları ve tesise ilişkin hizmet kalitesi bakımından istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiştir ($P<0,05$). Beklenen hizmet kalitesine ilişkin personel ve program alt boyutları bakımından ise işletmelerden faydalanma süreleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olmadığı tespit edilmiştir ($P>0,05$). Araştırmaya katılan üyelere ilişkin algılanan hizmet kalitesinin işletmelerden faydalanma süresi bakımından karşılaştırılmasında, işletmelerden faydalanma süresi 1 yıldan az, 1-2 yıl ve 3-4 yıl olan üyeler arasında program, soyunma odaları ve tesise ilişkin hizmet kalitesi bakımından istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiştir ($P<0,05$). Buna karşın, algılanan hizmet kalitesine ilişkin personel alt boyutu bakımından ise işletmelerden faydalanma süreleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olmadığı tespit edilmiştir ($P>0,05$).

Tablo 17: Araştırmaya katılan üyelere ilişkin beklenen hizmet kalitesinin işletmelerden faydalandığı süre bakımından çoklu karşılaştırılması

Değişkenler	(I) işletmelerden faydalanma süresi	(J) işletmelerden faydalanma süresi	Ortalamalar farkı (I-J)	Std.hata	P
Beklenen	1 yıldan az	1-2 yıl	1,197	0,452	0,023*
		3-4 yıl	1,611	0,580	0,016*
	1-2 yıl	1 yıldan az	-1,197	0,452	0,023*
		3-4 yıl	0,414	0,609	0,775
Tesis	1 yıldan az	1-2 yıl	1,167	0,832	0,340
		3-4 yıl	3,029	1,067	0,013*

Tablo 17' nin devamı

	1 yıldan az	-1,167	0,832	0,340
1-2 yıl				
	3-4 yıl	1,861	1,120	0,221

*P<0,05

Tablo 17. incelendiğinde araştırmaya katılan üyelere ilişkin beklenen hizmet kalitesinin soyunma odaları alt boyutu bakımından işletmelerden faydalanma sürelerinin karşılaştırılmasında, faydalanma süresi 1 yıldan az olan üyelerin soyunma odaları alt boyutuna ilişkin puanları, faydalanma süresi 1-2 yıl ve 3-4 yıl olan üyelerin puanlarından anlamlı derecede yüksek bulunmuştur (P<0,05). Faydalanma süresi 1-2 yıl ve 3-4 yıl olan denekler arasında ise istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olmadığı tespit edilmiştir (P>0,05). Araştırmaya katılan üyelere ilişkin beklenen hizmet kalitesinin tesis alt boyutu bakımından işletmelerden faydalanma sürelerinin karşılaştırılmasında, faydalanma süresi 1 yıldan az olan üyelerin tesis alt boyutuna ilişkin puanları, faydalanma süresi 3-4 yıl olan üyelerin puanlarından anlamlı derecede yüksek bulunmuştur (P<0,05). Faydalanma süresi 1-2 yıl ve 3-4 yıl olan üyeler arasında, faydalanma süresi 1 yıldan az ve 1-2 yıl olan denekler arasında, istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olmadığı tespit edilmiştir (P>0,05).

Tablo 18: Araştırmaya katılan üyelere ilişkin algılanan hizmet kalitesinin işletmelerden faydalandığı süre bakımından çoklu karşılaştırılması

Değişkenler	(I) işletmelerden faydalanma süresi	(J) işletmelerden faydalanma süresi	Ortalamalar farkı (I-J)	Std. hata	P
Algılanan Program	1 yıldan az	1-2 yıl	0,208	0,534	0,920
		3-4 yıl	2,437*	0,685	0,001*
	1-2 yıl	1 yıldan az	-0,208	0,534	0,920
		3-4 yıl	2,228*	0,719	0,006*

Tablo 18' in devamı

Soyunma odaları	1 yıldan az	1-2 yıl	-0,611	0,492	0,428
		3-4 yıl	1,205	0,630	0,136
	1-2 yıl	1 yıldan az	0,611	0,492	0,428
		3-4 yıl	1,816*	0,661	0,017*
Tesis	1 yıldan az	1-2 yıl	0,764	0,998	0,724
		3-4 yıl	5,687*	1,280	0,000*
	1-2 yıl	1 yıldan az	-0,764	0,998	0,724
		3-4 yıl	4,923*	1,343	0,001*

*P<0,05

Tablo 18. incelendiğinde araştırmaya katılan üyelere ilişkin algılanan hizmet kalitesinin program ve tesis alt boyutları bakımından işletmelerden faydalanma sürelerinin karşılaştırılmasında, faydalanma süresi 1 yıldan az olan üyelerin program ve tesis alt boyutlarına ilişkin puanları, faydalanma süresi 3-4 yıl olan üyelerin puanlarından anlamlı derecede yüksek bulunmuştur (P<0,05). Faydalanma süresi 1-2 yıl ve 3-4 yıl olan üyeler arasında ve 1 yıldan az ile 1-2 yıl olan üyeler arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olmadığı tespit edilmiştir (P>0,05). Araştırmaya katılan üyelere ilişkin algılanan hizmet kalitesinin soyunma odaları alt boyutu bakımından işletmelerden faydalanma sürelerinin karşılaştırılmasında, faydalanma süresi 1-2 yıl olan üyelerin soyunma odaları alt boyutuna ilişkin puanları, faydalanma süresi 3-4 yıl olan üyelerin puanlarından anlamlı derecede yüksek bulunmuştur (P<0,05). Faydalanma süresi 1 yıldan az olan üyeler ile faydalanma süresi 1-2 yıl olan denekler ve 3-4 yıl olan üyeler arasında, istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olmadığı tespit edilmiştir (P>0,05).

Tablo 19: Araştırmaya katılan üyelerin işletmeleri kullanım sıklığına göre ortalama ve standart sapmaları

Değişkenler		Ortalama	Std. sapma	
Haftada 1-2 defa	Beklenen	Personel (N=171)	60,37	6,885
		Program (N=171)	46,08	6,819
		Soyunma odaları (N=171)	33,62	2,359
		Tesis (N=171)	83,82	7,765
	Algılanan	Personel (N=171)	56,67	6,831
		Program (N=171)	41,71	5,461
		Soyunma odaları (N=171)	30,27	5,549
		Tesis (N=171)	79,50	10,354
Haftada 3-4 defa	Beklenen	Personel (N=300)	59,45	7,532
		Program (N=300)	45,57	4,008
		Soyunma odaları (N=300)	33,31	5,110
		Tesis (N=300)	84,12	9,680
	Algılanan	Personel (N=300)	56,85	8,284
		Program (N=300)	42,27	6,174
		Soyunma odaları (N=300)	31,38	5,786
		Tesis (N=300)	80,93	11,466
Haftada 5-6 defa	Beklenen	Personel (N=81)	57,75	8,122
		Program (N=81)	44,02	5,273
		Soyunma odaları (N=81)	33,21	8,696
		Tesis (N=81)	81,33	9,105

Tablo 19' un devamı

Hergün	Algılanan	Personel (N=81)	56,60	6,480
		Program (N=81)	41,94	6,983
		Soyunma odaları (N=81)	31,26	4,980
		Tesis (N=81)	79,36	11,499
	Beklenen	Personel (N=70)	58,79	6,705
		Program (N=70)	44,19	8,263
		Soyunma odaları (N=70)	32,56	4,564
		Tesis (N=70)	81,70	11,603
	Algılanan	Personel (N=70)	57,71	6,373
		Program (N=70)	43,29	5,794
		Soyunma odaları (N=70)	31,59	4,974
		Tesis (N=70)	79,59	13,240

Tablo 20: Araştırmaya katılan üyelere ilişkin algılanan ve beklenen hizmet kalitesinin işletmelerden hangi sıklıkla faydalandığı süre bakımından karşılaştırılması

Değişkenler		Kareler toplamı	Ortalama kare	F	P	
Beklenen	Personel	Tesisleri kullanma sıklığı	409,085	136,362	2,523	0,057
	Program	Tesisleri kullanma sıklığı	342,835	114,278	3,595	0,013*
	Soyunma odaları	Tesisleri kullanma sıklığı	56,802	18,934	0,721	0,540
	Tesis	Tesisleri kullanma sıklığı	734,100	244,700	2,790	0,040*
Algılanan	Personel	Tesisleri kullanma sıklığı	61,138	20,379	0,364	0,779

Tablo 20' in devamı

Program	Tesisleri kullanma sıklığı	130,677	43,559	1,187	0,314
Soyunma odaları	Tesisleri kullanma sıklığı	159,895	53,298	1,739	0,158
Tesis	Tesisleri kullanma sıklığı	327,122	109,041	0,840	0,472

*P<0,05

Tablo 20. incelendiğinde araştırmaya katılan üyelere ilişkin beklenen hizmet kalitesinin işletmelerden hangi sıklıkla faydalandığı süre bakımından karşılaştırılmasında, işletmelerden faydalanma sıklığı haftada 1-2 defa, haftada 3-4 defa, haftada 5-6 defa ve her gün olan üyeler arasında program ve tesise ilişkin hizmet kalitesi bakımından istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiştir (P<0,05). Beklenen hizmet kalitesine ilişkin personel ve soyunma odaları alt boyutları bakımından ise işletmelerden faydalanma sıklığı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olmadığı tespit edilmiştir (P>0,05). Araştırmaya katılan üyelere ilişkin algılanan hizmet kalitesinin işletmelerden faydalanma sıklığı bakımından karşılaştırılmasında, işletmelerden faydalanma sıklığı haftada 1-2 defa, haftada 3-4 defa, haftada 5-6 defa ve her gün olan üyelerr arasında personel, program, soyunma odaları ve tesise ilişkin hizmet kalitesi bakımından istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olmadığı tespit edilmiştir (P>0,05).

Tablo 21: Araştırmaya katılan üyelere ilişkin beklenen hizmet kalitesinin işletmelerden faydalanma sıklıkla bakımından çoklu karşılaştırılması

Değişkenler	(I) Tesisleri kullanma sıklığı	(J) Tesisleri kullanma sıklığı	Ortalamalar farkı (I-J)	Std. Hata	P	
Program	haftada 1-2 defa	haftada 3-4 defa	0,515	0,540	0,776	
		haftada 5-6 defa	2,057	0,760	0,035*	
		Her gün	1,896	0,800	0,084	
	haftada 3-4 defa	haftada 1-2 defa	-0,515	0,540	0,776	
		haftada 5-6 defa	1,542	0,706	0,129	
		Her gün	1,381	0,748	0,253	
	haftada 5-6 defa	haftada 1-2 defa	-2,057	0,760	0,035*	
		haftada 3-4 defa	-1,542	0,706	0,129	
		Her gün	-0,161	0,920	0,998	
	Beklenen	haftada 1-2 defa	haftada 3-4 defa	-0,301	0,897	0,987
			haftada 5-6 defa	2,485	1,263	0,201
			Her gün	2,119	1,329	0,382
haftada 3-4 defa		haftada 1-2 defa	0,301	0,897	0,987	
		haftada 5-6 defa	2,786	0,720	0,023*	
		Her gün	2,420	1,243	0,210	
haftada 5-6 defa		haftada 1-2 defa	-2,485	1,263	0,201	
		haftada 3-4 defa	-2,786	0,720	0,023*	
		Her gün	-0,367	1,528	0,995	

*P<0,05

Tablo 21. incelendiğinde araştırmaya katılan üyelere ilişkin beklenen hizmet kalitesinin program alt boyutu bakımından işletmelerden

faydalanma sıklığının karşılaştırılmasında, faydalanma sıklığı haftada 1-2 defa olan üyelerin program alt boyutuna ilişkin puanları, faydalanma sıklığı haftada 5-6 defa olan üyelerin puanlarından anlamlı derecede yüksek bulunmuştur ($P<0,05$). Buna karşın diğer karşılaştırmalarda ise üyeler arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olmadığı tespit edilmiştir ($P>0,05$). Araştırmaya katılan üyelere ilişkin beklenen hizmet kalitesinin tesis alt boyutu bakımından işletmelerden faydalanma sıklığının karşılaştırılmasında, faydalanma sıklığı haftada 3-4 defa olan üyelerin tesis alt boyutuna ilişkin puanları, faydalanma sıklığı haftada 5-6 defa olan üyelerin puanlarından anlamlı derecede yüksek bulunmuştur ($P<0,05$). Faydalanma sıklığı bakımından diğer karşılaştırmalarda ise üyeler arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olmadığı tespit edilmiştir ($P>0,05$).

Tablo 22: Araştırmaya katılan üyelerin işletmeleri kullanım süresine göre ortalama ve standart sapmaları

Değişkenler		Ortalama	Std. sapma	
1 saatten az	Beklenen	Personel (N=70)	60,11	4,151
		Program (N=70)	46,17	3,722
		Soyunma odaları (N=70)	34,00	2,140
		Tesis (N=70)	83,89	8,929
	Algılanan	Personel (N=70)	58,90	5,766
		Program (N=70)	43,41	4,933
		Soyunma odaları (N=70)	31,89	4,448
		Tesis (N=70)	82,89	8,305
1-2 saat	Beklenen	Personel (N=337)	59,60	4,773
		Program (N=337)	45,65	3,838

Tablo 22' nin devamı

		Soyunma odaları (N=337)	33,50	4,655
		Tesis (N=337)	84,02	9,306
	Algılanan	Personel (N=337)	56,89	6,218
		Program (N=337)	42,28	5,723
		Soyunma odaları (N=337)	31,14	4,573
		Tesis (N=337)	80,71	10,918
3-4 saat	Beklenen	Personel (N=145)	58,22	11,093
		Program (N=145)	44,09	5,962
		Soyunma odaları (N=145)	32,68	7,142
		Tesis (N=145)	81,63	9,282
	Algılanan	Personel (N=145)	55,34	10,457
		Program (N=145)	40,68	6,776
		Soyunma odaları(N=145)	30,04	5,747
		Tesis (N=145)	77,12	12,842
5-6 saat	Beklenen	Personel (N=48)	60,56	11,771
		Program (N=148)	46,54	12,197
		Soyunma odaları (N=48)	33,19	3,180
		Tesis (N=48)	83,46	10,673
	Algılanan	Personel (N=48)	57,08	7,202
		Program (N=48)	43,50	6,633
		Soyunma odaları (N=48)	31,27	6,108
		Tesis (N=48)	81,40	10,084
6 saatten az	Beklenen	Personel (N=23)	59,52	4,785

Tablo 22' nin devamı

	Program (N=23)	43,91	8,426
	Soyunma odaları (N=23)	32,26	5,925
	Tesis (N=23)	83,96	9,655
Algılanan	Personel (N=23)	59,52	4,541
	Program (N=23)	43,83	6,422
	Soyunma odaları (N=23)	33,96	13,196
	Tesis (N=23)	80,96	15,487

Tablo 23: Araştırmaya katılan üyelere ilişkin beklenen ve algılanan hizmet kalitesinin işletmelerde bulunduğu kullanım süresi bakımından karşılaştırılması

Değişkenler		Kareler toplamı	Ortalama kare	F	P
Beklenen	Personel İşletmede bulunma süresi	299,361	99,787	1,841	0,139
	Program İşletmede bulunma süresi	316,979	105,660	3,320	0,020*
	Soyunma odaları İşletmede bulunma süresi	116,957	38,986	1,489	0,216
	Tesis İşletmede bulunma süresi	605,312	201,771	2,295	0,077
Algılanan	Personel İşletmede bulunma süresi	697,299	232,433	4,226	0,006*
	Program İşletmede bulunma süresi	582,283	194,094	5,395	0,001*
	Soyunma odaları İşletmede bulunma süresi	282,964	94,321	3,097	0,026*
	Tesis İşletmede bulunma süresi	2041,660	680,553	5,358	0,001*

*P<0,05

Tablo 23. incelendiğinde araştırmaya katılan üyelere ilişkin beklenen hizmet kalitesinin işletmelerde bulunduğu kullanım süresi bakımından karşılaştırılmasında, işletmelerde bulunduğu kullanım süresi 1 saat ve daha az, 1-2 saat ve 3-4 saat ve 5-6 saat olan üyeler arasında programa ilişkin hizmet kalitesi bakımından istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiştir ($P < 0,05$). Beklenen hizmet kalitesine ilişkin personel, soyunma odaları ve tesis alt boyutları bakımından ise işletmelerde bulunduğu kullanım süresi arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olmadığı tespit edilmiştir ($P > 0,05$). Araştırmaya katılan üyelere ilişkin algılanan hizmet kalitesinin işletmelerde bulunduğu kullanım süresi bakımından karşılaştırılmasında, işletmelerde bulunduğu kullanım süresi 1 saat ve daha az, 1-2 saat ve 3-4 saat ve 5-6 saat olan üyeler arasında personel, program, soyunma odaları ve tesise ilişkin hizmet kalitesi bakımından istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiştir ($P < 0,05$).

Tablo 24: Araştırmaya katılan üyelere ilişkin beklenen hizmet kalitesinin işletmelerde bulunduğu kullanım süresi bakımından çoklu karşılaştırılması

Değişkenler	(I) işletmelerde bulunduğunuz kullanım süresi	(J) işletmelerde bulunduğunuz kullanım süresi	Ortalamalar farkı (I-J)	Std. Hata	P
Beklenen Program	1 saatten az	1-2 saat	0,517	0,741	0,898
		3-4 saat	2,082	0,821	0,056
		5-6 saat	0,481	0,950	0,958
	1-2 saat	1 saatten az	-0,517	0,741	0,898
		3-4 saat	1,565	0,561	0,028*
		5-6 saat	-0,035	0,737	1,000
	3-4 saat	1 saatten az	-2,082	0,821	0,056

Tablo 24' ün devamı

1-2 saat	-1,565	0,561	0,028*
5-6 saat	-1,600	0,817	0,205

*P<0,05

Tablo 24. incelendiğinde araştırmaya katılan üyelere ilişkin beklenen hizmet kalitesi alt boyutlarından program bakımından işletmelerde bulunduğu kullanım süresinin karşılaştırılmasında, işletmelerde bulunduğu kullanım süresi 1-2 saat olan üyelerin puanları 3-4 saat olan deneklerin puanlarından anlamlı derecede yüksek bulunmuştur (P<0,05). Buna karşın üyelerin işletmelerde bulunduğu kullanım süresi bakımından diğer karşılaştırmalarda anlamlı bir farklılık olmadığı tespit edilmiştir (P>0,05).

Tablo 25: Araştırmaya katılan üyelere ilişkin algılanan hizmet kalitesinin işletmelerde bulunduğu kullanım süresi bakımından çoklu karşılaştırılması

Değişkenler	(I) işletmelerde bulunduğunuz kullanım süresi	(J) işletmelerde bulunduğunuz kullanım süresi	Ortalamalar farkı (I-J)	Std. Hata	P
Algılanan Personel	1 saatten az	1-2 saat	2,013	0,975	0,166
		3-4 saat	3,555	1,079	0,006*
		5-6 saat	1,027	1,249	0,844
	1-2 saat	1 saatten az	-2,013	0,975	0,166
		3-4 saat	1,542	0,737	0,157
		5-6 saat	-0,987	0,969	0,739
	3-4 saat	1 saatten az	-3,555	1,079	0,006*
		1-2 saat	-1,542	0,737	0,157
		5-6 saat	-2,528	1,074	0,087

*P<0,05

Tablo 25. incelendiğinde araştırmaya katılan üyelere ilişkin algılanan hizmet kalitesi alt boyutlarından personel bakımından işletmelerde bulunduğu kullanım süresinin karşılaştırılmasında, işletmelerde bulunduğu kullanım süresi 1-2 saat olan üyelerin puanları 3-4 saat olan deneklerin puanlarından anlamlı derecede yüksek bulunmuştur (P<0,05). Buna karşın üyelerin işletmelerde bulunduğu kullanım süresi bakımından diğer karşılaştırmalarda anlamlı bir farklılık olmadığı tespit edilmiştir (P>0,05).

Tablo 26: Araştırmaya katılan üyelere ilişkin algılanan hizmet kalitesinin işletmelerde bulunduğu kullanım süresi bakımından çoklu karşılaştırılması

Değişkenler	(I) işletmelerde bulunduğunuz kullanım süresi	(J) işletmelerde bulunduğunuz kullanım süresi	Ortalamalar farkı (I-J)	Std. Hata	P	
Algılanan Program	1 saatten az	1-2 saat	1,135	0,788	0,474	
		3-4 saat	2,738	0,873	0,010*	
		5-6 saat	-0,191	1,010	0,998	
		1 saatten az	-1,135	0,788	0,474	
		1-2 saat	3-4 saat	1,603	0,596	0,037*
		5-6 saat	-1,327	0,783	0,328	
	3-4 saat	1 saatten az	-2,738	0,873	0,010*	
		1-2 saat	-1,603	0,596	0,037*	
		5-6 saat	-2,930	0,869	0,004*	

*P<0,05

Tablo 26. incelendiğinde araştırmaya katılan üyelere ilişkin algılanan hizmet kalitesi alt boyutlarından program bakımından

işletmelerde bulunduğu kullanım süresinin karşılaştırılmasında, işletmelerde bulunduğu kullanım süresi 3-4 saat olan üyelerin puanları 1 saatten az, 1-2 saat ve 5-6 saat olan üyelerin puanlarından anlamlı derecede düşük bulunmuştur ($P<0,05$). Buna karşın üyelerin işletmelerde bulunduğu kullanım süresi bakımından diğer karşılaştırmalarda anlamlı bir farklılık olmadığı tespit edilmiştir ($P>0,05$).

Tablo 27: Araştırmaya katılan üyelere ilişkin algılanan hizmet kalitesinin işletmelerde bulunduğu kullanım süresi bakımından çoklu karşılaştırılması

Değişkenler		(I) işletmelerde bulunduğunuz kullanım süresi	(J) işletmelerde bulunduğunuz kullanım süresi	Ortalamalar farkı (I-J)	Std. Hata	P
Algılanan Soyunma odaları	1 saatten az	1-2 saat	1-2 saat	0,746	0,725	0,733
			3-4 saat	1,844	0,803	0,100
			5-6 saat	-0,255	0,930	0,993
		1-2 saat	1 saatten az	-0,746	0,725	0,733
			3-4 saat	1,099	0,548	0,188
			5-6 saat	-1,001	0,721	0,507
	3-4 saat	1 saatten az	1 saatten az	-1,844	0,803	0,100
			1-2 saat	-1,099	0,548	0,188
			5-6 saat	-2,099	0,799	0,044*

* $P<0,05$

Tablo 27. incelendiğinde araştırmaya katılan üyelere ilişkin algılanan hizmet kalitesi alt boyutlarından soyunma odaları bakımından işletmelerde bulunduğu kullanım süresinin karşılaştırılmasında, işletmelerde bulunduğu kullanım süresi 3-4 saat olan üyelerin puanları 5-6 saat olan üyelerin puanlarından anlamlı derecede yüksek bulunmuştur ($P<0,05$). Buna karşın üyelerin işletmelerde bulunduğu kullanım süresi

bakımından diğer karşılaştırmalarda anlamlı bir farklılık olmadığı tespit edilmiştir ($P>0,05$).

Tablo 28: Araştırmaya katılan üyelere ilişkin algılanan hizmet kalitesinin işletmelerde bulunduğu kullanım süresi bakımından çoklu karşılaştırılması

Değişkenler	(I) işletmelerde bulunduğu kullanım süresi	(J) işletmelerde bulunduğu kullanım süresi	Ortalamalar farkı (I-J)	Std. Hata	P
Algılanan Tesisi	1 saatten az	1-2 saat	2,179	1,480	0,455
		3-4 saat	5,762	1,640	0,003*
		5-6 saat	1,632	1,898	0,826
		1 saatten az	-2,179	1,480	0,455
		3-4 saat	3,582	1,119	0,008*
		5-6 saat	-0,547	1,472	0,982
	3-4 saat	1 saatten az	-5,762	1,640	0,003*
		1-2 saat	-3,582	1,119	0,008*
		5-6 saat	-4,129	1,632	0,056

* $P<0,05$

Tablo 28. incelendiğinde araştırmaya katılan üyelere ilişkin algılanan hizmet kalitesi alt boyutlarından tesis bakımından işletmelerde bulunduğu kullanım süresinin karşılaştırılmasında, işletmelerde bulunduğu kullanım süresi 3-4 saat olan deneklerin puanları 1 saatten az ve 1-2 saat olan üyelerin puanlarından anlamlı derecede düşük bulunmuştur ($P<0,05$). Buna karşın üyelerin işletmelerde bulunduğu kullanım süresi bakımından diğer karşılaştırmalarda anlamlı bir farklılık olmadığı tespit edilmiştir ($P>0,05$).

Verilerin Analizi

Verilerin değerlendirilmesinde SPSS 16,0 istatistik paket program kullanılmıştır. Veriler ortalama ve standart sapmalar verilerek özetlenmiştir. Verilerin normal dağılım gösterip göstermediği One-Sample Kolmogorov-Smirnov testi ile test edilmiş ve verilerin normal dağılım gösterdiği tespit edilmiştir. Veriler normal dağılım gösterdiği için bağımsız değişkenler arasındaki farklılığın tespiti için bağımsız gruplarda T testi ve ANOVA testi kullanılmıştır. Bağımsız değişkenlere göre farklılığın neden kaynaklandığı ise çoklu karşılaştırma testlerinden Tukey testi ile tespit edilmiştir. Bu çalışmada anlamlılık düzeyi 0.05 olarak alınmıştır.

5. TARTIŞMA

Çalışmanın bu bölümünde araştırma kapsamına alınan, Ankara ilinde rekreasyonel spor hizmeti veren özel spor işletmelerindeki üyelere ait kişisel bilgiler ile bu spor merkezlerindeki hizmet kalitesini algılama ve beklenti düzeyleri arasındaki ilgi istatistikî bulguları ile tartışılmıştır.

Elde edilen bulgulara göre araştırmaya katılanların % 56,0'ı bayan, %43,9'u erkektir. Bu sonuçlar spor merkezlerini kullanan kişiler arasında cinsiyet bakımından önemli bir fark olmadığına, katılım oranlarının birbirine yakın olmasından erkeklerinde kadınlar kadar dış görünüş ve sağlıklarına değer verdiklerinin bir göstergesidir. Köşker'in (2010) ve Yüzgenç'in(2010)yılında yapmış olduğu çalışma bizi desteklemektedir.^{85,86}

Araştırmaya katılan üyelerin beklenen hizmet kalitesinin cinsiyetler bakımından karşılaştırılmasında, bayanların program ve personel hizmet kalitesi puanları erkeklerin program ve personel hizmet kalitesi puanlarından yüksektir. Yüzgenç'in(2010) çalışmasında elde etmiş olduğu sonuç bizim çalışmamızı destekler niteliktedir ve gözlenen farklılık kadınlar lehinedir. Başka bir ifade ile kadınlar, program ve personel boyutunda beklentilerinin daha çok karşılandığını düşünmektedirler. Diğer alt boyutlara yönelik hizmet kalitesi puanlarında beklenen ve algılanan hizmet kalitesi açısından anlamlı bir farklılık bulunamamıştır. Greenwell ve arkadaşları(2004)'na göre bayan müşterilerin memnuniyetleri, kullandıkları tesislerin fiziksel ortamı ve hizmet sunan çalışanına odaklıdır.⁸⁷ Bayanların program ve personel boyutunda hizmette kaliteden beklentilerinin erkeklerden daha yüksek olması yoğunluklarından dolayı hedefe hem daha kısa sürede ulaşmak istemeleri, hem de yapısal farklılıklarından dolayı daha sıcak, samimi ve güvenilir bir ortam beklentilerinin yüksek olması ile de ilişkilendirilebilir.

Aslan'ın (2006) seçilmiş üniversitelerin spor ve fitness merkezleri arasında hizmet kalitesini belirlemek amacıyla yapmış olduğu çalışma program, personel, tesis ve soyunma odaları alt boyutlarında cinsiyetler açısından anlamlı bir farklılık olmadığı sonucuna varmıştır.⁸⁸

Kim ve Kim'in (1995) spor ve fitness merkezlerinde yapmış olduğu araştırmasında hizmet kalitesi algısının cinsiyetler açısından farklılık göstermediği, özel ve kamu spor tesisi kullanıcılarının da hizmet kalitesi algı düzeylerinin temelde aynı olduğu bulunmuştur.⁸⁹

Theodorakis, Alexandris, Rodriguez,Sarmiento (2004) Portekiz'de ki spor kulüplerinde müşteri memnuniyetini ölçmek ve demografik unsurlarla karşılaştırmak amacıyla bir araştırma yapmışlar ve bu araştırmanın bulgularına göre, cinsiyete yönelik tesis boyutunda istatistiksel anlamda farklılık tespit etmişlerdir. Erkeklerde tesisler boyutunda daha yüksek puanlar elde edilmiştir. Yani, kadınlar erkeklere göre hizmetten daha az memnun görünmektedirler.⁹⁰

Gelir seviyeleri bakımından beklenen ve algılanan hizmet kalitesine yönelik alt boyutlar arasında anlamlı bir farklılık olmadığı tespit edilmiştir. Bu da gösteriyor ki kişilerin az ya da çok kazanması beklenti ya da algılarını değiştirmiyor. Gelir seviyeleri ile hizmet kalitesi puanları arasında bir ilişkinin olmadığı, başka bir ifade ile gelir seviyeleri ile hizmetten beklenen ya da algılanan arasında bir orantının olmadığı sonucuna varılabilir.

Ardıç ve ark.'nın(2004) yaptığı araştırma bulguları çalışmamız bulguları ile aynıdır. Üyelerin algıladıkları genel hizmet kalitesi ile gelir düzeyleri arasında anlamlı bir fark bulunamamıştır.⁹¹

Ancak; Ceyhun'un(2006) araştırmasına göre, gelir düzeyi arttıkça program alt boyutunda memnuniyet azalmaktadır.⁷⁷

Yüzgenç'in (2010) çalışması hizmet kalitesi değerlendirme ölçeği genel puanlarının sadece personel alt boyutunda üyelerin gelir düzeylerinden etkilendiğini göstermektedir. Personele ilişkin hizmet kalitesi algı düzeyleri geliri yüksek üyelere, gelir düzeyi düşük üyelere daha yüksektir. Başka bir ifade ile yüksek gelir sahibi üyeler beklentilerinin daha iyi karşılandığını düşünmektedirler.

Eğitim seviyeleri bakımından, program ve personel alt boyutuna ilişkin hizmet kalitesi puanlamalarında beklenen hizmet kalitesinde istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiş, eğitim seviyeleri lise olan üyelerin program ve personel alt boyutuna ilişkin beklentilerinin eğitim seviyeleri üniversite olan üyelerin beklentilerinden yüksek olduğu görülmüştür.

Ceyhun'un (2006) çalışmasında, eğitimi üniversite olan üyelere elde edilen puanlar, lise düzeyindeki üyelere elde edilen puanlardan daha yüksektir. Ceyhun'a(2006) göre eğitimi üniversite olan üyeler daha iyi bir eğitim aldıklarından, personel ile daha kolay ve etkin iletişim kurabilirler ve bu durum lise mezunlarına göre daha yüksek puanlar vermelerinin nedeni olabilir.⁷⁷ sonucuna varmıştır.

Yüzgenç'in(2010) araştırmasına göre, eğitim açısından hizmet kalitesi incelendiğinde sadece personel alt boyutunda anlamlı bir farklılık bulunmuştur. Gözlenen bu farklılık eğitim düzeyi üniversite olan üyeler lehine olmuştur. Yani eğitim seviyeleri yüksek olan üyelerin personele ilişkin beklentilerinin daha çok karşılandığı söylenebilir.

Bizim araştırmamızda eğitim açısından personel alt boyutuna bakıldığında varılan sonuç Yüzgenç'in çalışmasında varılan sonucu destekler niteliktedir.

Eğitim seviyeleri bakımından, program ve personel alt boyutuna ilişkin algılanan hizmet kalitesi puanlamalarında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiş, eğitim seviyeleri lise olan

üyelerin program ve personel alt boyutuna ilişkin algılarının üniversite olan üyelerin algılarından yüksek olduğu görülmüştür.

Eğitim seviyeleri bakımından soyunma odaları alt boyutuna ilişkin algılanan hizmet kalitesi puanlamalarında eğitim seviyesi lise olan üyelerin eğitim seviyesi üniversite olan üyelerin soyunma odalarına ilişkin hizmet kalitesi puanlarından anlamlı derecede yüksek bulunmuştur. Bu durum program ve personel alt boyutlarından çıkarılan sonuçla ilişkilendirilebilir. Kişilerin eğitim seviyeleri düştükçe beklenti ve algılarındaki puanları yükselmektedir.

Eğitim seviyeleri bakımından eğitim seviyeleri lise olan üyelerin beklentileri personel ve program boyutunda üniversite göre daha yüksek, algılamaları ise soyunma odaları boyutunda daha yüksek çıkmıştır.

Eğitim seviyeleri ilkokul ve lise olan üyelere tesise ilişkin algılanan hizmet kalitesi puanları üniversite olan üyelere daha yüksek çıkmıştır.

Eğitim seviyeleri ilkokul, ortaokul ve lise olan üyelerin algı ve beklentilerinin üniversite eğitimi almış olan üyelere anlamlı derecede yüksek çıkmasının nedeni işletmeden faydalanma amaçlarının program, personel, tesis ve soyunma odaları boyutlarına bağlı olmadığını akla getirmektedir.

Beklenen hizmet kalitesinin üyelik süreleri bakımından karşılaştırılmasında üyelik süreleri 1 yıl ve daha az olan üyelerin personel, soyunma odaları ve tesis alt boyutlarında 2 yıl, 3 yıl, 4 yıl ve daha fazla olan üyelere göre daha yüksek bulunmuştur.

Başka bir ifade ile üyelik süreleri 1 yıl ve daha az olan üyelerin işletmelerdeki hizmet kalitesi beklentileri 2 yıl, 3 yıl, 4 yıl ve daha fazla üyelik süresi olan üyelere daha yüksektir.

Bu sonuçlardan hareketle işletmelerden beklentileri yüksek olan üyeler üyelik sürelerini 1 yıl ve daha az gibi bir zaman aralığında karşılanabileceğini düşünüyor olabilirler.

Tesis alt boyutu bakımından üyelik sürelerinin karşılaştırılmasında üyelik süreleri 4 yıl ve daha fazla olan üyelerin algılanan hizmet kalitesi puanları üyelik süreleri 1 yıldan daha az, 1 yıl ve 3 yıl olan üyelerin puanlarından daha düşük bulunmuştur. Sonuç olarak işletmelerden beklentileri düşük olan üyelerin üyelik sürelerini daha uzun zaman aralıklarında tercih etmeleri göz önünde bulundurulduğunda algılarının da düşük olduğu görülmektedir. Üyelerin üyelik süreleri arttıkça işletmelerden beklentileri de artmaktadır..

Üyelerin işletmelerden faydalanma sürelerine bakıldığında faydalanma süreleri 1 yıldan az olanların soyunma odalarından beklentilerinin 1-2 yıl, 3-4 yıl olan üyelerin beklentilerinden anlamlı derecede yüksek olduğu görülmektedir.

Üyelerin işletmelerden faydalanma süreleri uzadıkça işletmelerden hangi ölçülerde faydalanabilecekleri konusunda da bir yargı oluşuyor ve beklentileri de faydalanma süreleri ile orantılı olarak azalıyor olabilir.

Tesis alt boyutu bakımından işletmelerden faydalanma süresi 1 yıldan az olan üyeler faydalanma süresi 3-4 yıl olan üyelerden daha yüksek beklenti içindedirler.

İşletmelerden faydalanma süresi 1 yıldan az olan üyelerin algılanan hizmet kalitesi puanları program ve tesis alt boyutlarında faydalanma süresi 3-4 yıl olan üyelerin puanlarından daha yüksek bulunmuştur. İşletmelerden faydalanma sürelerinin uzaması üyelerin algılanan hizmet kalitesi puanlarını düşürmektedir. Faydalanma sürelerinin uzaması ile ilgili olarak program ve tesis alt boyutlarında hizmet kalitesi puanlarının düşmesi üyelerin işletmedeki eksiklik ve aksaklıkları daha iyi

tespit etme fırsatı bulmalarından kaynaklanıyor olabilir. Bu sonuçtan hareketle, işletmeler zaman içinde kendilerini yenileme ve geliştirme çabalarını gözden geçirmelidirler.

Ceyhun'un (2006) yaptığı araştırmaya göre, üyelerin işletmelerden faydalanma süreleri arttıkça memnuniyetleri azalmaktadır. Yani, üyeler işletmelerde kaldıkları süre içinde hizmet kalitesi açısından işletmeleri yetersiz görmektedir.⁹

Memiş, Ekinci'nin (2007)yaptığı araştırmada da 1 yıl ve üzeri zamandır işletmelerden faydalanan üyelerin hizmet kalitesinin devamlılığının zamanla azaldığı şeklinde bir sonuca varıldığı görülmektedir.¹⁰

Soyunma odaları alt boyutunda da algılanan hizmet kalitesi puanları faydalanma süresi 1-2 yıl arası olan üyelere göre daha yüksektir.

Üyelerin faydalanma sıklıklarına program alt boyutu açısından bakıldığında faydalanma sıklığı haftada 1-2 defa olan üyelerin beklentilerinin faydalanma sıklığı haftada 5-6 defa olan üyelere göre daha yüksektir. Buradan, işletmelerden daha az sıklıkla faydalanan üyelerin programdan beklentilerinin de daha çok olduğu sonucu ortaya çıkmaktadır. Faydalanma sıklığı az olan üyelerin programdan beklentilerinin yüksek olması daha fazla zaman ayıramamalarından dolayı daha verimli bir program beklentisi içinde olmaları ile ilişkilendirilebilir.

Ceyhun'un(2006) yaptığı araştırma, üyelerin tesislerden faydalanma sıklıkları tesis, personel ve soyunma odaları alt boyutlarında incelendiğinde tesislerden faydalanma sıklıkları arttıkça, memnuniyetinde arttığı yönündedir.⁹

Tesis alt boyutu bakımından faydalanma sıklığı haftada 3-4 defa olan üyelerin beklentileri de faydalanma süresi haftada 5-6 defa olan üyelere daha yüksektir.

Beklenen ve algılanan hizmet kalitesi işletmelere ulaşım süreleri bakımından karşılaştırıldığında program, personel, tesis ve soyunma odaları alt boyutlarında hiçbir anlamlılık ifade etmemektedir. Üyelerin gelir düzeylerinin program, personel, tesis ve soyunma odaları altboyutlarında algılanan ve beklenen hizmet kalitesi olarak bir farklılık göstermediği görülmektedir. Buradan sonuçla günümüzde spor artık bir araç değil amaç olmuştur.

Yüzgenç'in (2010) araştırması da araştırmamızla benzer sonuçlar elde etmiştir. Üyelerin işletmelere ulaşım sürelerindeki farklılıklar genel algılanan ve beklenen hizmet kalitesi puanlarını değiştirmemektedir. Ancak, Hizmet kalitesi değerlendirme ölçeği alt boyutları incelendiğinde sadece soyunma odaları alt boyutunda bir farklılık gözlenmiştir. Tesise daha kolay ulaşabilen üyelerin soyunma odalarına ilişkin hizmet kalitesi algı düzeyleri, daha geç ulaşım süresine sahip üyelere daha yüksektir.

Memiş, Ekenci'nin (2007) araştırmalarında spor merkezlerinin tercih edilme sebeplerinin en önemli etkenlerinden birinin ulaşım kolaylığı olduğu vurgulanmaktadır.⁹²

İşletmeye ulaşım süreleri üyelerin beklenti ve algılarını etkilememektedir.

Araştırmaya katılan üyelere işletmede buldukları kullanım süresi 1-2 saat olan üyelerin program bakımından beklentileri, kullanım süresi 3-4 saat olan üyelerin beklentilerinden daha yüksektir. Algılanan hizmet kalitesi puanları da personel alt boyutu bakımından değerlendirildiğinde 1-2 saat olan üyelerin 3-4 saat olan üyelerin puanlarından yine yüksektir.

Kullanım süreleri 1-2 saat olan üyelerin program boyutunda beklenen hizmet kalitesi puanları 3-4 saat olanlardan daha yüksek iken, personel alt boyutunda algılanan hizmet kalitesi puanları daha yüksektir.

Kullanım süresi 3-4 saat olan üyelerin algılanan hizmet kalitesi puanları program bakımından incelendiğinde kullanım süresi 1 saatten az, 1-2 saat ve 5-6 saat olan üyelerin puanlarından düşük bulunmuştur.

Soyunma odaları bakımından ise algılanan hizmet kalitesi kullanım süresi 3-4 saat olanlarda 5-6 saat olanlardan daha yüksektir.

Algılanan hizmet kalitesi tesis alt boyutu ile incelendiğinde kullanım süresi 3-4 saat olan üyelerde 1 saatten az ve 1-2 saat olan üyelerden daha düşük olarak tespit edilmiştir. Üyelerin işletmelerde kaldıkları süre uzadıkça tesis ile ilgili algıları da düşmektedir. Başlangıçta daha yüksek olan algılama puanlarının zamanla düşmesi beklentilerinin işletme tarafından karşılanmış olduğu ya da zaman içerisinde beklentilerinin ne kadarına cevap alabileceklerinin tespiti ile ilgili olduğu söylenilebilir.

6. SONUÇ

Beklenen hizmet kalitesinin cinsiyetler bakımından karşılaştırılmasında bayanların personel ve program puanları yüksek çıkarken diğer alt boyutlarda algılanan ve beklenen hizmet kalitesi değerlendirmesinde bir farklılık bulunamamıştır.

Araştırmada gelir düzeyleri açısından beklenen ve algılanan hizmet kalitesi incelendiğinde bir farklılık bulunamamıştır.

Beklenen hizmet kalitesinin eğitim seviyesi bakımından karşılaştırılmasında eğitimi lise olanların personel ve program puanları, üyelik süreleri bakımından karşılaştırılmasında üyelik süreleri 1 yıl ve daha az olan üyelerin personel, soyunma odaları ve tesis alt boyutlarına ilişkin puanları, işletmelerden faydalandığı süre bakımından karşılaştırılmasında faydalanma süresi 1 yıldan az, 1-2 yıl ve 3-4 yıl olan üyeler arasında soyunma odaları ve tesise ilişkin puanları, faydalanma süreleri 1 yıldan az olan üyelerin soyunma odaları puanları, faydalanma süreleri 1-2 yıl ve 3-4 yıl olan üyeler arasında tesis puanları yüksek bulunmuştur.

Yine beklenen hizmet kalitesinin işletmelerden faydalanma sıklığının karşılaştırılmasında faydalanma sıklığı haftada 1-2 defa olan üyelerin program puanları, 3-4 defa olan üyelerin tesis puanları yüksek bulunmuştur.

Beklenen hizmet kalitesinin işletmelerde bulunulan kullanım süresi bakımından karşılaştırılmasında kullanım süresi 1-2 saat olan üyelerin program puanları yüksek bulunmuştur.

Algılanan hizmet kalitesinin eğitim seviyesi bakımından karşılaştırılmasında eğitim seviyesi lise olanların personel ve program puanları, soyunma odaları puanları, eğitim seviyesi ilkokul ve lise olanların tesise ilişkin puanları, işletmelerden faydalanma süreleri bakımından karşılaştırılmasında faydalanma süresi 1 yıldan az olan üyelerin program ve tesis puanları, 1-2 yıl olan üyelerin üyelerin soyunma odaları puanları yüksek bulunmuştur.

Algılanan hizmet kalitesinin işletmelerde bulunduğu kullanım süresinin karşılaştırılmasında işletmelerde bulunduğu kullanım süresi 1-2 saat olan üyelerin personel puanları ile 3-4 saat olan üyelerin soyunma odaları puanları yüksek bulunmuştur.

Algılanan hizmet kalitesinin üyelik süreleri bakımından karşılaştırılmasında üyelik süresi 4 yıl ve daha fazla olan üyelerin tesis puanları, işletmelerde bulunduğu kullanım süresinin karşılaştırılmasında ise işletmelerde bulunduğu kullanım süresi 3-4 saat olan üyelerin program puanları düşük bulunmuştur.

Günümüzde birçok spor işletmesi, müşteri kazanmak ve müşterilerini “kaliteli hizmet” sunarak memnun etmek için yarışmaktadır. Bir spor işletmesinin başarısını belirleyen kriter müşterilerine sunduğu hizmetin kalitesidir.⁹³

Spor işletmelerinden faydalanan üyelerin yalnız teknik donanımlar ile değil aynı zamanda işletme yönetimi ve çalışanları ile de yakından ilgili oldukları hususu gözardı edilmemelidir. Araştırmamızda gerçekleştirmiş olduğumuz hizmet kalitesi değerlendirme çalışmalarının işletmeler tarafından belirli zaman aralıkları ile yapılması hizmette kalitenin devamlılığı açısından kaçınılmaz bir gerekliliktir.

Araştırmamızdan elde ettiğimiz sonuçlarda gördükki; rekreasyonel spor/fitness programı sunan işletmelerden faydalanan üyelerin üyelik süreleri, işletmelerden faydalanma süreleri, faydalanma sıklıkları ve işletmelerde buldukları süreler bakımından süre arttıkça üyelerin beklenti seviyeleri düşmektedir. Eğitim seviyelerine göre beklenti ve algılarının karşılaştırılmasında yine aynı sonuç elde edilmekte, eğitim seviyeleri arttıkça üyelerin beklenti seviyeleri düşmektedir.

İncelenen birçok araştırma sonucu, algılanan hizmet kalitesinin müşteri tatminini pozitif yönde etkilediğini göstermiştir. Dolayısıyla müşterilerin devamlılığını oluşturmak isteyen rekreasyonel spor/fitness programı sunan işletmeler, hem algılanan hizmet kalitesini hem de müşteri tatminini etkileyen özelliklere yöntem ve uygulamalara yer vermek zorundadırlar.⁹⁴

7. ÖNERİLER

- 1- Türkiye genelinde rekreasyonel spor hizmeti veren özel spor işletmelerinde ilgili araştırma yapmak
- 2- Rekreasyonel spor hizmeti veren kamu işletmelerinde ilgili araştırma yapmak.
- 3- Kamu kurumları spor işletmeleri ile özel spor işletmelerinde hizmet kalitesi karşılaştırılması bilimsel çalışmalara katkı sağlayacaktır.
- 4- Rekreasyonel spor/fitness hizmeti sunan işletmelerde müşteri memnuniyeti ile ilgili bu tür çalışmalara daha dikkatle yaklaşılmasının sağlanması.
- 5- Spor işletmelerinde işletmeleri rakiplerinden ayıran en belirgin özellikler arasında yer alan çalışan ve yönetici kalitesinin de göze ardı edilmemesi.

8. ÖZET

Rekreasyonel Spor/Fitness Programı Sunan İşletmelerde Hizmet Kalitesi

Bu çalışmada; özel spor işletmelerinden faydalanan üyelerin sunulan hizmetten beklenti ve algılarının cinsiyet, gelir düzeyleri, eğitim seviyesi, üyelik süreleri, faydalanma süreleri, kullanım sıklıkları, ulaşım süreleri ve işletmede bulunma sürelerine göre program, personel, soyunma odaları ve tesisler alt boyutları ile araştırılması ve işletmelerdeki hizmet kalitesinin ölçülmesi amaçlanmıştır.

Ölçüm aracı olarak, Gürbüz (2003) tarafından geliştirilen (SQAS-T) "Turkish Version of The Service Quality Assessments Scale" Hizmet Kalitesi Değerlendirme Ölçeği kullanılmıştır.

Verilerin değerlendirilmesinde ve hesaplanmış değerlerin bulunmasında SPSS 16,0 istatistik paket program kullanılmıştır. Verilerin normal dağılım gösterip göstermediği One-Sample Kolmogorov-Smirnov testi ile test edilmiştir. Bağımsız değişkenler arasındaki farklılığın tespiti için Independent-Sample T testi ve ANOVA testi kullanılmıştır. Bağımsız değişkenlere göre farklılığın neden kaynaklandığı ise çoklu karşılaştırma testlerinden Tukey testi ile tespit edilmiştir. Anlamlılık düzeyi 0,05 olarak alınmıştır.

Çalışmadaki mevcut veriler, Ankara ilindeki özel spor işletmelerinden 274 erkek, 349 bayan üye üzerinde anket uygulaması yapılarak elde edilmiştir.

Üyelerin eğitim seviyelerine bakıldığında beklenen hizmet kalitesi sadece program ve personel bakımından farklılık gösterirken, algılanan hizmet kalitesi personel, program, soyunma odaları ve tesisler bakımından farklılık göstermiştir.

Üyelik sürelerine bakıldığında, beklenen hizmet kalitesi, personel, soyunma odaları ve tesisler alt boyutlarında, algılanan hizmet kalitesi ise; tesisler bakımından farklılık göstermiştir.

İşletmelerden faydalanılan süre açısından bakıldığında beklenen hizmet kalitesi soyunma odaları ve tesisler bakımından, algılanan hizmet kalitesi ise; program, soyunma odaları ve tesisler bakımından farklılık göstermiştir.

Üyelerin İşletmeleri kullanma sıklılıklarına bakıldığında brklenen hizmet kalitesi program ve tesisler bakımından, kullanım süreleri yani işletmelerde buldukları sürelere bakıldığında ise program bakımından farklılık göstermiştir. İşletmelerde buldukları kullanım süreleri açısından bakıldığında algılanan hizmet kalitesi personel ve ve soyunma odaları bakımından, üyelik süreleri açısından bakıldığında ise program ve tesisler bakımından farklılık göstermiştir.

Ankara ilinde yapmış olduğum bu araştırmada spor işletmelerinden faydalanan üyelerin, işletmelerden beklentilerinin yüksek olduğu anlaşılmıştır. Ancak bunun yanında algılanan hizmet kalitesi puanlarında bazı boyutlar açısından düşük olduğu görülmüştür. Bir araç olmaktan çıkıp artık bir amaç haline gelen sporun kullananlar açısından önemi ve hizmet kalitesinin ölçülebilirliği de göz önünde bulundurularak spor işletmeleri de bu konuda hem kendileri hem de toplum için gereken hassasiyeti göstermelidirler. Aksi düşünülduğünde ayakta kalmaları yada devamlılıkları düşünülemez.

Anahtar Kelimeler: Rekreasyon, spor, hizmet kalitesi.

9. SUMMARY

The Service Quality of the Companies Providing Recreational Sport/ Fitness Programme

In this study, it is aimed to study the private sports centre members' expectations and perceptions about the service quality given according to gender, economic conditions, educational background, membership duration, duration and frequency of use, time of transportation, and time spent in the centre with sub-dimensions of staff, changing rooms and the facility; and the quality of service in the centres.

As measurement means, Turkish Version of The Service Quality Assessment Scale (SQAS-T) developed by Gürbüz (2003) was used.

For data analysis SPSS16, 0 statistical packet programme was used. The data was tested for normal distribution with One-Sample Kolmogorov-Smirnov test. To study the difference among the independent variables Independent-Sample T test and ANOVA test was used. The reasons of the differences according to the independent variables were studied with multiple comparison test- Tukey test. The error level was taken as 0, 05.

The current data of the study was gained from the questionnaires of 274 male, 349 female members of random private sports centres in Ankara.

When the educational background of the members is studied, the expected service quality differs only in programme and staff; whereas the perceived service quality differs in staff, programme, changing rooms and the facility.

When the duration of membership is studied, the expected service quality differs in staff, changing rooms and facility sub-dimensions; and perceived service quality differs in terms of facility.

When the duration of use is studied, the expected service quality differs in changing rooms and facility; perceived service quality differs in terms of programme, changing rooms and facilities.

When the centres' frequency of use of the members is studied, the expected service quality differs in programme and facilities; on the other hand when the duration of use of the members- namely the time spent in the centres is studied, it differs in terms of programme. From the aspect of time spent in the centres, the perceived service quality differs in staff and changing rooms; when it is studied from the aspect of membership durations, it differs in programme and facilities.

In this research studied in Ankara. It is concluded that the expectations of the sports centres' members are high. However, it was also concluded that the perceived service quality scores are low in terms of some sub-dimensions. Taking the importance of sports which has become an aim rather than a means, and measurable service quality into consideration; the sports centres should show the necessary sensitivity to the point for themselves and the society. Otherwise; it is impossible for them to survive or to move along.

Key Words: Recreation, sport, service quality.

10. KAYNAKLAR

1. ALTAN Ş., EDİZ A. M., “**Servgual Analizi ile Toplam Hizmet Kalitesinin Ölçümü ve Yüksek Eğitimde bir Uygulama**” 12. Ulusal Kalite Kongresi Kalder-Türkiye Kalite Derneği, 13-15 Ekim, 2003.
2. UYGUÇ N., **Hizmet Sektöründe Kalite Yönetimi**, İzmir: Dokuz Eylül Yayınları; 1998.
3. MERTER M. E., **Toplam Kalite Yönetimi**, Atlas Yayınları, 2006, s. 15.
4. HURLEY R.; "**TQM and Marketing: How Marketing Operation in Quality Companies**"; Journal of Marketing, July, 1994, s.43.
5. KARAHAN K., **Hizmet Pazarlaması**, 1. Baskı, Beta Basım A.Ş., 2000.
6. ŞİMŞEK M., **Kalite Yönetimi**, 2. baskı. İstanbul: Alfa basım yayım dağıtım; 2001.
7. TOSUN K., **İşletme Yönetimi**, 6. baskı. Ankara: Savaş Yayınları; 1992.
8. TEKİN M., **Toplam Kalite Yönetimi**, 3. Baskı, Ankara: Seçkin basın yayın dağıtım; 2004.
9. ZEHİR, **a.g.e.**, s. 3.
10. AKBABA, A., **Konaklama işletmelerinde Kalite Fonksiyon Göçerimi**, Yayınlanmamış Doktora Tezi, D.E.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir, 2003.
11. GHOBADIAN, A., SPELLER, S. & Jones, M., **Service Quality Concept and Models**, International Journal of Quality & Reliability Management, 1994, 11(9), pp.43-66.
12. İÇÖZ O., **Hizmet Pazarlaması**, Turhan Kitabevi: Ankara 2005.
13. DOĞAN Ö., **Kalite Uygulamalarının İşletmelerin Rekabet Gücü Üzerine Etkisi**, D.E.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 2000, ss.1-228.

14. GRÖNROOS, C., **A Service Quality Model And Its Marketing Implementations**, European Journal of Marketing, 1984, 18 (4), 36-44.
15. KOTLER, P., Amstrong, G., **Marketing**, International Edition, Prentice Hall, 2003.
16. SCHROEDER, R. G., **Operations Management: Decision Making in the Operations Function**. McGraw-Hill: New York, 1993.
17. YÜKSEL, Ü., **Türk Turizminin Temel Sorunu: Hizmet Kalitesi**. Pazarlama Dünyası, 3, Mayıs-Haziran, 2002, ss.38-49.
18. YILMAZ İ., **Otel İşletmelerinde Hizmet Kalitesinin Müşteriler ve Yöneticiler Açısından Ölçülmesi**, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilimdalı Turizm İşletmeciliği Programı, Doktora Tezi.
19. OLSEN, M., West, J. ve Tse, E. C. Y., **'Managing Service Quality, Strategic Management in the Hospitality Industry,'** Second Edition, John Wiley & Sons: Canada, 1993.
20. PATRICK, M. L. (1996). **"The Measurement and Understanding of the Zone of Tolerance in Expected Service Quality: An Application in the Tourism Industry"** Yayımlanmamış Doktora Tezi, Kent State University Graduate School of Management, USA.
21. ÇİMEN Z, Gürbüz B., **Spor Hizmetlerinde Toplam Kalite Yönetimi**. Ankara: Alp Yayınevi; 2007. s. 117-20.
22. PARASURAMAN, Parasuraman A., Zeithaml V.A., Berry L.L. **"A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research"**, Journal of Marketing, 1985, 49 (4): 41–50.
23. COWELL D., **The Marketing of Services**, London: William Heinemann Ltd., 1984., s.21.
24. EKENCİ G., İMAMOĞLU A. F., **Spor İşletmeciliği**, Nobel Yay.,Ankara 2002, s.60.

25. KOTLER vd., 1999;647-650.
26. MUCUK, İ., **Pazarlama İlkeleri**. 13. Basım. İstanbul: Türkmen Kitabevi, 2001.
27. GÜMÜŞOĞLU, PIRNAR, AKAN ve AKBABA, **a.g.e.**, s. 16.
28. SEYRAN D., **Hizmet Kalitesi Modeller ve Hizmet Kalitesine Yeni Bir Bakış Açısı**, Kalder Yayınları, İstanbul 2004, s. 19–20.
29. ORAL ve YÜKSEL, **a.g.e.**, s. 10.
30. FERMAN M., "Hizmet Pazarlaması Üzerine Genel Değerlendirmeler", **Pazarlama Dünyası**, Y.2, Ocak/Şubat, 1988, s. 7.
31. ÖZTÜRK, S.A., **Hizmet Pazarlaması**, Ekin Yayın, Eskişehir, 2007, s.21.
32. SEYRAN D., **Hizmet Kalitesi Modeller ve Hizmet Kalitesine Yeni Bir Bakış Açısı**, Kalder Yayınları, İstanbul 2004, s. 22
33. ZEİTHAML V. A., BİTNER M.J. "**Services Marketing**". 2nd Edition. Irwin Mcgraw-Hill.
34. ÖZTÜRK, S.A., **Hizmet Pazarlaması**, Ekin Yayın, Eskişehir, 2007, s.27.
35. PARASURAMAN, A., ZEİTHAML, V. A. & BERRY L. L., "**SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality**". Journal of Retailing, 1988, 64 (1), pp.12-40.
36. ACUNER, S. A., **Bir Hizmet Kalitesi Ölçüm Metodu Olarak SERVQUAL**. Anahtar, Agustos 2004, ss.6-7.
37. LEHTİNEN, U. ve LEHTİNEN, J.R. (1991). "**Two Approaches to Service Quality Dimensions**". The Service Industries Journal. Vol.11, No.3. Ss.287-303.
38. GRONROOS C., **Service Management and Marketing**, Massachusetts: Lexington Books, 1990, s.32-33.

39. BOZDAĞ, ALTAN ve ATAN, a.g.e., s. 4.
40. DEĞERMEN, H. A., **Hizmet Ürünlerinde Kalite, Müsteri Tatmini ve Sadakati (Hizmet Kalitesi ile Müsteri Sadakatinin Sağlanması ve GSM Sektöründe Bir Uygulama)**, İstanbul, Türkmen Kitabevi, 1. Baskı, 2006.
41. ARDIÇ K. ve BAŞ T., **“Sağlık Sektöründe Hizmet Kalitesinin (Müşteri Tatmininin) Ölçülmesi (Sakarya Doğum ve Çocuk Bakımevi Hastanesinde Bir Uygulama)**, (www.geocities.com/ceteris_paribus_tr/ardic8.doc),(Online erişim tarihi:30.04.2007), s.4.
42. ÖRS H., “Kurumsal Bankacılık Sektöründe Algılanana Toplam Hizmet Kalitesini Ölçmeye Yönelik Olarak Gelistirilen Çok Parçalı Bir Ölçek”, **Pazarlama Dünyası**, Yıl:17, Sayı 2003-3, Mayıs- Haziran, s.16
43. CARUANA A., EWING M. T. & RAMASESHAN B., **"Assessment of the Three-Column Format SERVQUAL: An Experimental Approach"**, Journal of Business Research, 2000, 49, pp.57 65.
44. BRADY M.K., CRONİN J. J. **“Some New Thoughts on Conceptualizing Perceived Service Quality: A Hierarchical Approach”**, Journal of Marketing, 65: 34- 49, 2001.
45. BİÇER T., **Sporda Toplam Kalite Yönetimi ve Futbol Uygulamaları**, Beyaz Yayınları, 1. Baskı, İstanbul 2008, s.108.
46. KARAKÜÇÜK S., **Rekreasyon Boş Zamanları Değerlendirme**, Gazi Kitabevi, 5. Baskı, Ankara 2005, s.48.
47. KARAKÜÇÜK S., **Rekreasyon Boş Zamanları Değerlendirme**, Gazi Kitabevi, 5. Baskı, Ankara 2005, s.177.
48. YETİM A., **Sosyoloji ve Spor**, Topkar Matbaacılık, Ankara,2000, s.167.

49. GÖKMEN H., AÇIKALIN A., KOYUNCU N., **Yükseköğrenim Örencilerinin Serbest Zaman Etkinlikleri Kendilerini Gerçekleştirme Düzetleri**, M.E.G.S.B. Yayınları, s. 456, Ankara 1985.
50. MIECZKOWSKI Z., **World Trends in Tourism and Recreation**, Peter Lang Publishing, New York, 1990.
51. DOUGHERTY N. J., **Outdoor Recreation Safety**, Human Kinetics, 1998
52. TAVMERGEN. P., ÖZDEMİR P., **Çevre Korumasına Yönelik Turizm Uygulamaları: Yeşil Otelcilik, Doga Turizmi ve ISO 14000**, Turizmde Seçme Makaleler:33, Turizm Geliştirme ve Eğitim Vakfı Yayını No:50, İstanbul, 1999 s.22.
53. SAGCAN M., **Rekreasyon ve Turizm**, Cumhuriyet Basımevi, İzmir, 1986.
54. KOZAK N., KOZAK A. M., KOZAK M., **Genel Turizm İlkeler - Kavramlar**, Detay Yayıncılık, Ankara, 2001.
55. CAN H, TUNCER D, AYHAN D., **Genel İşletmecilik Bilgileri**. Ankara, Siyasal Kitabevi; 1996. s. 4.
56. **Spor Yöneticiliği Bölümü Öğrenci Ve Mezunları Portalı**. [internetten].Ocak2009].Elektronik adresi:<http://www.sporyoneticiligi.com/sporisletmesi-nedir.html?wscr=1280x800>
57. DEVECİOĞLU S, GÜNDOĞDU C., **Human Resources Planning In Sports Enterprises**, Journal of New World Sciences Academy, 2009, 1: 10-20.
58. EKENCİ G., İMAMOĞLU F., **Spor İşletmeciliği**, Alp Ofset Matbaacılık Ltd.Şti., Ankara, 1998,s.6.
59. İMAMOĞLU F., **Toplam Kalite Yönetimi Anlayışı Açısından Spor Hizmetleri**”,Gazi Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi,Cilt 3,Sayı:2,Nisan 1998,S.58.

60. ŞİMŞEK M., “ **Kalite ve Sürekli Kaizen**”,Standard,Sayı:471,Mart 2001,s.19.
61. ARTHUR D., **Sport Event and Facility Management in “The Business of Sport Management”**,Edited by; Beech John&Chadwick Simon, Chapter:13,Harlow,2004,p.334
62. RAMAZANOĞLU F., **Sporda Sosyal Alanlar**, Ankara: Bıçaklar Kitabevi;2004. s. 7-57.
63. SHANNON J. R., “**Sports Marketing; An Examination Of Academic Marketing Publication**”, Journal of Services Marketing, Volume 13 Number:6, USA, 1999,p.517.
64. İSLAMOĞLU H., CANDAN B., HACIEFENDİOĞLU Ş., AYDIN K., **Hizmet Pazarlaması**, Beta Yayıncılık, 1. Baskı, İstanbul 2006, s.218.
65. SERARSALAN M. Z., ”Spor İşletmeciliği Üzerine Genel Değerlendirmeler”, **Spor Araştırmaları Dergisi**, Cilt: 2, Sayı:3, İstanbul, Aralık 1998, s. 95.
66. **Gerekçeli 1982 Anayasası**, Filiz Kitabevi, İstanbul, 1997, s. 102.
67. ERYILMAZ B., **Kamu Yönetimi**, Akademik Kitabevi, II. Baskı, İzmir,1995, s. 31.
68. BALCI , **Kamu Yönetiminde Çağdaş Yaklaşımlar**, Seçkin Yayın cılık, Ankara,2003,s.246.
69. RAPPAPORT J., WILKERSON C., “ **What Are the Benefits Of Hosting a Major League Sports Franchise?**”, Economic Review, Issue QI,2001, p. 68.
70. EKENCİ G., İMAMOĞLU F., **Spor İşletmeciliği**, Alp Ofset Matbaacılık Ltd.Şti., Ankara, 1998,s.7.
71. GENÇ T., **Kamu Yönetimi**, Seçkin Dağıtım, Ankara,1998,s.20.

72. SOLOMON M. R., RABOLT N. J., **Consumer Behaviour:In Fashion**, Prentice Hall, New Jersey, 2004, p. 244.
73. ERYILMAZ B., **Kamu Yönetimi**, Akademik Kitabevi, II. Baskı, İzmir,1995, s.102.
74. TÜTÜNCÜ Ö., DOĞAN Ö. İ., "Müşteri Tatmini Kapsamında Öğrenci Memnuniyetinin Ölçülmesi ve Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Uygulaması" **Dokuz Eylül Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, Cilt.5, Sayı.4, Ekim-Aralık 2003, s.131.
75. EKENCİ G., GÖZEN M., "Türkiyede Spor Tesis ve Hizmetlerinin Özelleştirilmesi", **BESBD**, Cilt.5,Sayı.2, Nisan2000, s.77
76. ÇAKIRER M., **Hastanelerde Hizmet Kalitesi Ve Hizmet Kalitesinin Ölçümü**.[intenetten].[Ocak2009].http://skidorgtr/index2.php?option=com_docman&task=_view &gid=17.
77. CEYHUN S., **Spor İşletmelerinde Hizmet Kalitesi**, Doktora Tezi, Ankara: Gazi Üniversitesi; 2006.
78. GRÖNROOS C., "**A Service Quality Model nd Its Marketing Implications**", European Journal of Marketing, Volume 18,Number 4,1984,p.39.
79. UYGUÇ N., **Hizmet Sektöründe Kalite Yönetimi Stratejik Bir Yaklaşım**, Eylül Yayınları, 1.Baskı, İzmir, 1988, s.79.
80. PASTORE D. L., YONG J. K., "A Hierarchical Model of Service Quality for the Recreational Sport Industry", **Sport Marketing Quarterly**. West Virginia University. 2005; 14: 84-97.
81. GÜNDOĞDU C, DEVECİOĞLU S. ve ark., **Spor İşletmelerinde İnsan Kaynakları Planlaması**, Journal of New World Sciences Academy 2009,4(1):10-20.
82. BALCI V., **Spor Pazarlaması**, Ankara, Bağırhan Yayınevi, 2005.

83. GİRGINER N., ŞAHİN B., ve ark., "Spor Tesislerinde Kuyruk Problemine Yönelik Bir Benzetim Uygulaması", **Spor Bilimleri Dergisi**, Hacettepe 2007;18 (1):13-30.
84. İSLAMOĞLU H., CANDAN B., HACİEFENDİOĞLU Ş., AYDIN K., **Hizmet Pazarlaması**, Yazın Matbaacılık, 1. Baskı, İstanbul, 2006, s.26.
85. DEMİR KÖŞKER E., **Rekreasyonel Spor Hizmeti Veren İşletmelerde Kalite Ölçeği;Geçerlilik Güvenirlik Çalışması**, Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi, Ankara 2010.
86. YÜZGENÇ A., **Yerel Yönetimlerin Sunduğu Spor Hizmetlerinde Hizmet Kalitesi**, Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi, Ankara 2010.
87. GREENWELL, FINK, PASTORE DL, **Perceptions of the Service Experience: Using Demographic and Psychographic Variables to Identify Customer Segments**, Sport Marketing Quarterly 2004; 11(4): 233-241.
88. ASLAN M., **Determination Of The Service Quality Among Sport And Fitness Centers Of The Selected Universities**, Submitted To Ankara: Middle East Technical University, Ankara 2006.
89. KIM D., KIM SY., **An Instrument For Assessing The Service Quality Of Sport Centers In Korea**, Journal of Sport Management 1995;9:208-220.
90. THEODORAKIS N, ALEXANDRIS K, RODRIGUEZ P, SARMENTO PJ, **Measuring Customer Satisfaction in the Context of Health Clubs in Pottugal**, International Sports Journal. Winter 2004; 8(1):44-53.
91. ARDIÇ K,YÜKSEL F, ÇEVİK O. ve ark. **“Belediyelerde Hizmet Kalitesinin Vatandaş Tatmininin Ölçülmesi Tokat Belediyesinde Bir Uygulama**, Çağdaş Yerel Yönetimler Dergisi, 2004;13(3):80.

92. MEMİŞ A., Ekenci G.Spor Merkezlerinde Müşteri Memnuniyeti Ankara İli Örneği, Gazi BESBD 2007;12(1):33-48.
93. KO YJ. PSTORE DL. A Hierarchical Model of Service Quality for the Recreational Sport Industry. Sport Marketing Quarterly 2005: 14(2): 84-97.
94. GÜRBÜZ E. BÜYÜKKEKLİK A. AVCILAR MY. TOKSARI M. Algılanan hizmet kalitesinin tatmin ve davranışsal niyet üzerindeki etkisi: Niğde ilindeki süpermarketler üzerine ampirik bir çalışma. Ege Akademik Bakış 2008: 8(2): 785-812.

11. EKLER

Ek -1

Değerli Katılımcı;

Bu araştırma size daha iyi hizmet sunması amacıyla gerçekleştirilmektedir. Bütün bilgiler gizli tutulacak ve sadece bu araştırma için kullanılacaktır. Sorulara vereceğiniz dürüst ve samimi cevaplar önemlidir. Gösterdiğiniz ilgi ve katılımlarınız için teşekkür ederiz.

KİŞİSEL BİLGİ FORMU

1. Cinsiyetiniz?

Erkek	Kadın
-------	-------

2. Aylık ortalama geliriniz?

499 TL. ve altı	500-999 TL.	1000-1499 TL.	1500 TL. ve üstü
-----------------	-------------	---------------	------------------

3. Eğitim Durumunuz?

İlk	Orta	Lise	Üniversite
-----	------	------	------------

4. Üyelik Süreniz?

1yıl ve daha az	1 yıl	2 yıl	3 yıl	4 yıl ve daha fazla
-----------------	-------	-------	-------	---------------------

5. Ne kadar zamandır bu işletmeden faydalaniyorsunuz?

1 yıldan az	1-2 yıl arası	3-4 yıl arası	5-6 yıl arası
-------------	---------------	---------------	---------------

6. Ortalama ne sıklıkla tesisleri kullanıyorsunuz?

Haftada 1-2 defa	Haftada 3-4 defa	Haftada 5-6defa	Her gün
------------------	------------------	-----------------	---------

7. İşletmede bulunduğunuz kullanım süreniz?

1 saatten az	1-2 saat	3-4 saat	5-6 saat	6 saatten fazla
--------------	----------	----------	----------	-----------------

İşletmelerde Size Sunulan Hizmet, İhtiyaç ve Beklentilerinize Yönelik Ölçek

(1) Hiç önemli değil (2)Önemli değil(3)Biraz önemli (4)Önemli (5) Çok önemli

Çalıştırıcıya güven duyma	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Çalıştırıcıların üyelerine ayırdığı zaman	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Çalıştırıcıların programlarına güven duyma	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Spor yapılan ortamın havalandırma ve ses düzeni	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Dinlenme ortamının (cafe,büfe..) bulunması	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Kişisel bakım birimlerinin bulunması (kuaför vs.)	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Ulaşım kolaylığı	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Ücretlendirme	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Kayıt kolaylığı	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
İşletmenin tanınmışlığı	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Acil durum ve ilk yardım hizmetlerinin bulunması	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)

Ek -2

HİZMET KALİTESİ DEĞERLENDİRME ÖLÇEĞİ

Açıklama: Aşağıda üye olduğunuz işletmenin çeşitli yönleri ile ilgili ifadeler bulunmaktadır. Her ifadeyi dikkatle okuyarak düşüncenizi belirten rakamı daire içine alarak cevaplandırınız.

* **GD:** Bu sorunun bu işletme için geçerli olmadığını belirtmektedir.

	BEKLENEN HİZMET Bu Sizin İçin Ne Kadar Önemli?							ALGILANAN HİZMET Kulübünüz Ne Kadarını Yaptı?								
	Az Önemli	Önemli	Çok Önemli					Zayıf	Orta	Mükemmel						
PERSONEL																
1.Gerekli bilgi ve becerilere sahip olmak	1	2	3	4	5	6	7	GD	1	2	3	4	5	6	7	GD
2.Temizlik ve kıyafet	1	2	3	4	5	6	7	GD	1	2	3	4	5	6	7	GD
3.Yardım etmeye istekli olmak	1	2	3	4	5	6	7	GD	1	2	3	4	5	6	7	GD
4.Sabır	1	2	3	4	5	6	7	GD	1	2	3	4	5	6	7	GD
5.Üyelerle iletişim	1	2	3	4	5	6	7	GD	1	2	3	4	5	6	7	GD
6.Şikayetlere cevap vermek	1	2	3	4	5	6	7	GD	1	2	3	4	5	6	7	GD
7. Nezaket	1	2	3	4	5	6	7	GD	1	2	3	4	5	6	7	GD
8.Eğitmenlerin müşterilere bireysel ilgisi	1	2	3	4	5	6	7	GD	1	2	3	4	5	6	7	GD
9.Sunulan hizmette tutarlı olmak	1	2	3	4	5	6	7	GD	1	2	3	4	5	6	7	GD
PROGRAM																
1.Programların çeşitliliği	1	2	3	4	5	6	7	GD	1	2	3	4	5	6	7	GD
2.Uygun seviyede programların varlığı	1	2	3	4	5	6	7	GD	1	2	3	4	5	6	7	GD
3.Program zamanının uygunluğu	1	2	3	4	5	6	7	GD	1	2	3	4	5	6	7	GD
4.Programların kalitesi ve içeriği	1	2	3	4	5	6	7	GD	1	2	3	4	5	6	7	GD
5.Sınıf mevcudunun uygunluğu	1	2	3	4	5	6	7	GD	1	2	3	4	5	6	7	GD
6.Arka plan müziği(varsa)	1	2	3	4	5	6	7	GD	1	2	3	4	5	6	7	GD
7.Alan yeterliliği	1	2	3	4	5	6	7	GD	1	2	3	4	5	6	7	GD
SOYUNMA ODALARI																
1.Soyunma dolaplarının varlığı	1	2	3	4	5	6	7	GD	1	2	3	4	5	6	7	GD
2.Genel bakım	1	2	3	4	5	6	7	GD	1	2	3	4	5	6	7	GD
3.Duşların temizliği	1	2	3	4	5	6	7	GD	1	2	3	4	5	6	7	GD
4.Soyunma odalarına ulaşım	1	2	3	4	5	6	7	GD	1	2	3	4	5	6	7	GD
5.Güvenlik	1	2	3	4	5	6	7	GD	1	2	3	4	5	6	7	GD
TESİS																
1.Yerleşim uygunluğu	1	2	3	4	5	6	7	GD	1	2	3	4	5	6	7	GD
2.Çalışma saatleri	1	2	3	4	5	6	7	GD	1	2	3	4	5	6	7	GD
3.Park olanakları	1	2	3	4	5	6	7	GD	1	2	3	4	5	6	7	GD
4.Binaya giriş	1	2	3	4	5	6	7	GD	1	2	3	4	5	6	7	GD
5.Park alanının güvenliği	1	2	3	4	5	6	7	GD	1	2	3	4	5	6	7	GD
6.İsı kontrolü	1	2	3	4	5	6	7	GD	1	2	3	4	5	6	7	GD
7.Aydınlatma kontrolü	1	2	3	4	5	6	7	GD	1	2	3	4	5	6	7	GD
8.Çevrenin hoşluğu	1	2	3	4	5	6	7	GD	1	2	3	4	5	6	7	GD
9.Araç-gerecin modernliği	1	2	3	4	5	6	7	GD	1	2	3	4	5	6	7	GD
10.İşaret ve yönlendirmenin yeterliliği	1	2	3	4	5	6	7	GD	1	2	3	4	5	6	7	GD
11.Araç-gereç çeşitliliği	1	2	3	4	5	6	7	GD	1	2	3	4	5	6	7	GD
12.Antrenman araç-gereçlerinin varlığı	1	2	3	4	5	6	7	GD	1	2	3	4	5	6	7	GD

Ek - 3

Sayın Yrd. Doç. Dr. Bülent Gürbüz
Ahi Evran Üniversitesi
Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokulu Öğretim Üyesi
KIRŞEHİR

2003 yılında spor işletmelerinde hizmet kalitesini ölçmek için yapmış olduğunuz (SQAS-T) "Turkish Version of The Quality Assesments Scale" ölçeğini, Gazi Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü Beden Eğitimi ve Spor Anabilim Dalı doktora tez çalışmamda kullanmak istiyorum. Bilimsel yardımlarınız için teşekkür eder anketinizi kullanmam hususunda müsaadelerinizi arz ederim.



Arş. Gör. Havva Demirel

Araştırmada kullanılması planlanan ölçeğin kullanılmasında
bir sakınca yoktur.

Bülent
Yrd. Doç. Dr. Bülent Gürbüz

12.TEŞEKKÜR

Doktora eğitimimin her aşamasında sabır, güven, bilgi ve deneyimleri ile beni yönlendiren değerli tez danışmanım Doç.Dr. Metin YAMAN Hocam'a, harcadığı emek ve bana kazandırdıkları için Prof.Dr. Erdal Zorba Hocam'a çalışmalarımın her aşamasında benden desteklerini esirgemeyen Prof.Dr. Azmi Yetim Hocam ve Doç.Dr. Fatih Yenel Hocam'a minnettarım. Tezimde ölççeğini kullanmama izin veren Yrd. Doç.Dr. Bülent Gürbüz Hocam'a da en içten teşekkürlerimi sunarım.

Çalışmalarımın stresli ve yoğun olduğu dönemlerinde beni sabırla ve nezaketle destekleyen eşim ve çocuklarıma sonsuz şükranlarımı sunarım.

13. ÖZGEÇMİŞ

1970 yılında Aksaray'da doğdu. İlk, orta ve lise öğrenimini Konya'da tamamladı.

1989 yılında Konya Selçuk Üniversitesi Beden Eğitimi ve Spor Yüksek Okuluna girerek 1993 yılında mezun oldu. Aynı yıl Konya ilinde özel bir okulda öğretmenlik mesleğine başladı ve atamaların yapılması ile Konya Beyşehir'de öğretmenlik yaptı. 1995 yılında öğretmenlik mesleğinden ayrılarak, Erzurum Atatürk Üniversitesi Beden Eğitimi ve Spor Yüksek Okulunda Arş. Gör. olarak göreve başladı. Aynı üniversitede Sağlık Bilimleri Enstitüsü Fizyoloji Ana Bilim Dalında yüksek lisansını tamamladı. 2005 yılında Konya Selçuk Üniversitesi Beden Eitimi ve Spor Yüksek Okuluna geçti. 2008'de Gazi Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsünde Spor Yöneticiliği alanında doktora eğitimine başladı.

Konya Selçuk Üniversitesi Beden Eğitimi ve Spor Yüksek Okulunda Arş. Gör. olarak görev yapmaktadır. Evli ve iki çocuk annesidir.