

T.C
FIRAT ÜNİVERSİTESİ
SAĞLIK BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ
BEDEN EĞİTİMİ VE SPOR ANABİLİMDALI

YEREL YÖNETİMLERE AİT FITNESS
MERKEZLERİNDE ALGILANAN
HİZMET KALİTESİ (ELAZIĞ İL
ÖRNEĞİ)

Yüksek Lisans Tezi

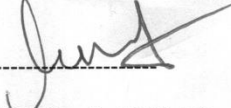
İDRİS AKKOYUN

2015

ONAY SAYFASI

Prof. Dr. Mustafa KAPLAN

Sağlık Bilimleri Enstitüsü Müdürü
Bu tez Yüksek Lisans Tezi standartlarına uygun bulunmuştur.

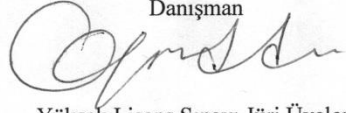

Prof. Dr. Cengiz ARSLAN

Beden Eğitimi ve Spor
Anabilim Dalı Başkanı

Tez tarafımızdan okunmuş, kapsam ve kalite yönünden Yüksek Lisans Tezi olarak kabul edilmiştir.

Doç. Dr. Cemal GÜNDOĞDU

Danışman


Yüksek Lisans Sınavı Jüri Üyeleri

Doç. Dr. Cemal GÜNDOĞDU

Doç. Dr. Bilal ÇOBAN

Doç. Dr. Uğur ABAKAY





TEŞEKKÜR

Yapmış olduğum tez çalışmasında en büyük payı olan, yardımlarını hiçbir zaman esirgemeyen ve bana her konuda destek olan danışmanım Sayın Doç. Dr. Cemal GÜNDOĞDU'ya teşekkürlerimi borç bilirim.

Tezimi tamamlamamda yaptıkları katkılardan dolayı Sayın Yrd.Doç.Dr. Evrim ÇELEBİ'ye,tez çalışmam için bana yardımcı olan fitness salonlarındaki hocalarıma, Gençlik Hizmetleri ve Spor İl Müdürlüğü'nde çalışan personel arkadaşlarıma ve Elazığ Belediyesi Kadın Spor Merkezinde çalışan Esra Akkoyun ve Funda Nacak hocama katkı ve ilgilerinden dolayı çok teşekkür ederim.

Ders döneminde bana yardımcı olan ve anlayış gösteren Doç. Dr. M. Fatih KARAHÜSEYİNOĞLUhocama ve daire arkadaşım Murat POLAT abime şükranlarımı bir borç bilirim.

Bu zor çalışmamın her evresinde maddi manevi desteklerini hiçbir zaman esirgemeyen aileme, eşim Esra AKKOYUN'a ve biricik oğlum Yusuf Talha AKKOYUN'ateşekkür ederim.

İÇİNDEKİLER

	Sayfa No
BAŞLIK SAYFASI	I
ONAY SAYFASI	Hata! Yer işareti tanımlanmamış.
TEŞEKKÜR	III
İÇİNDEKİLER	IV
TABLO LİSTESİ	VII
KISALTMALAR LİSTESİ	X
1. ÖZET	1
2. ABSTRACT	3
3. GİRİŞ	6
3.1. Hizmet Kavramı	6
3.1.1. Hizmetin tanımı	6
3.1.2. Hizmetin Özellikleri	6
3.1.2.1. Soyutluk	7
3.1.2.2. Dayanıksızlık (Bekletilememe):	7
3.1.2.3. Hizmetin değişkenliği (Heterojenlik)	8
3.1.2.4. Ayrılmazlık (Eşzamanlı Üretme ve Tüketme)	8
3.1.3. Hizmet Sektörü ve Hizmet İşletmeleri	8
3.2. Spor ve Spor İşletmeleri	9
3.3. Spor Hizmetleri	11
3.3.1. Spor Hizmetlerinin Sınıflandırılması	11
3.3.1.1. Seyre Yönelik Spor Hizmetleri	12
3.3.1.2. Katılıma Dayalı Spor Hizmetleri	13
3.3.1.2.2. Profesyonel Spor	13
3.4. Kalite Kavramı	14
3.4.1. Hizmet Kalitesi	15
3.4.1.1. Hizmet Kalitesi Ölçüm Modelleri	16
3.4.2. Sporda Hizmet Kalitesi	20
3.4.3. Yerel Yönetimler ve Hizmet Kalitesi	21
3.5. Belediyeler ve Spor	22
3.5.1. Belediyenin Tanımı ve Özellikleri	22
3.5.2. Belediyelerin Görev ve Sorumlulukları	22

3.5.3. Belediyelerin Spor Hizmetlerinin Yürütülmesi İle İlgili Yasal Sorumlulukları

24

4. GEREÇ VE YÖNTEM	27
4.1. Araştırmanın Türü	27
4.2. Araştırmanın Yapıldığı Yer ve Zaman	27
4.3. Evren ve Örneklem	27
4.4. Veri Toplama Araçları	28
4.5. Verilerin Değerlendirilmesi	28
4.6. Araştırmanın Etik Yönü	29
4.7. Araştırmanın Maliyeti	29
5. BULGULAR	30
5.1. Fitness merkezi üyelerinin genel demografik özelliklerine ilişkin tanımlayıcı bulgular	30
5.2. Fitness merkezi üyelerinin, fitness merkezlerine yönelik hizmet kalitesi algısına ilişkin bulgular	36
6. TARTIŞMA	51
6.1. Fitness merkezi üyelerinin genel demografik özelliklerine ilişkin tanımlayıcı bulguların tartışması	51
6.2. Fitness merkezi üyelerinin, fitness merkezlerine yönelik hizmet kalitesi algısına ilişkin bulguların tartışması	55
7. KAYNAKLAR	62
8. EKLER	66
9. ÖZGEÇMİŞ	68

TABLO LİSTESİ

Tablo 1.	Araştırma kapsamına alınan üyelerin demografik özelliklerinin dağılımı	30
Tablo 2.	Fitness merkezi üyelerinin aktif olarak spor yapma ve fitness merkezine gelme nedenlerinin dağılımı	31
Tablo 3.	Fitness merkezi üyelerinin aktif olarak spor yapma durumlarının yaş, cinsiyet ve eğitim düzeyine göre dağılımı	32
Tablo 4.	Fitness merkezi üyelerinin aktif olarak spor yapma durumlarının meslek ve gelir durumlarına göre dağılımı	32
Tablo 5.	Fitness merkezi üyelerinin fitness merkezine gelme nedenlerinin yaşa göre dağılımı	33
Tablo 7.	Fitness merkezi üyelerinin fitness merkezine gelme nedenlerinin eğitim düzeyine göre dağılımı	34
Tablo 8.	Fitness merkezi üyelerinin fitness merkezine gelme nedenlerinin çalışma durumuna göre dağılımı	35
Tablo 9.	Fitness merkezi üyelerinin fitness merkezine gelme nedenlerinin aylık gelire göre dağılımı	35
Tablo 10.	Araştırma kapsamına alınan üyelerin hizmet kalitesi algısı toplam puan ve alt ölçek puanlarının dağılımı	36
Tablo 11.	Araştırma kapsamına alınan üyelerin fiziksel çevre kalitesi puan ortalamalarının yaş ve eğitim düzeyine göre dağılımı	37
Tablo 12.	Araştırma kapsamına alınan üyelerin cinsiyet, çalışma durumu ve aylık gelirlerine göre fiziksel çevre kalitesi puan ortalamalarının dağılımı	37
Tablo 13.	Araştırma kapsamına alınan üyelerin fiziksel çevre kalitesi puan ortalamalarının aktif olarak spor yapma durumlarına göre dağılımı	38
Tablo 14.	Araştırma kapsamına alınan üyelerin fiziksel çevre kalitesi puan ortalamalarının fitness merkezine gelme nedenlerine göre dağılımı	38
Tablo 15.	Araştırma kapsamına alınan üyelerin ortam koşulları kalitesi puan ortalamalarının yaş ve eğitim düzeyine göre dağılımı	39
Tablo 16.	Araştırma kapsamına alınan üyelerin ortam koşulları kalitesi puan ortalamalarının cinsiyet, çalışma durumu ve aylık gelirlerine göre dağılımı	39
Tablo 17.	Araştırma kapsamına alınan üyelerin ortam koşulları kalitesi puan ortalamalarının aktif olarak spor yapma durumlarına göre dağılımı	40
Tablo 18.	Araştırma kapsamına alınan üyelerin ortam koşulları kalitesi puan ortalamalarının fitness merkezine gelme nedenlerine göre dağılımı	40

Tablo 19. Araştırma kapsamına alınan üyelerin egzersiz alet-ekipman kalitesi puan ortalamalarının yaş ve eğitim düzeyine göre dağılımı	41
Tablo 20. Araştırma kapsamına alınan üyelerin egzersiz alet-ekipman kalitesi puan ortalamalarının cinsiyet, çalışma durumu ve aylık gelirlerine göre dağılımı	41
Tablo 21. Araştırma kapsamına alınan üyelerin egzersiz alet-ekipman kalitesi puan ortalamalarının aktif olarak spor yapma durumlarına göre dağılımı	42
Tablo 22. Araştırma kapsamına alınan üyelerin egzersiz alet-ekipman kalitesi puan ortalamalarının fitness merkezine gelme nedenlerine göre dağılımı	42
Tablo 23. Araştırma kapsamına alınan üyelerin program kalitesi puan ortalamalarının yaş ve eğitim düzeyine göre dağılımı	43
Tablo 24. Araştırma kapsamına alınan üyelerin program kalitesi puan ortalamalarının üyelerin cinsiyet, çalışma durumu ve aylık gelirlerine göre dağılımı	43
Tablo 25. Araştırma kapsamına alınan üyelerin program kalitesi puan ortalamalarının aktif olarak spor yapma durumlarına göre dağılımı	44
Tablo 26. Araştırma kapsamına alınan üyelerin program kalitesi puan ortalamalarının fitness merkezine gelme nedenlerine göre dağılımı	44
Tablo 27. Araştırma kapsamına alınan üyelerin etkileşim kalitesi puan ortalamalarının yaş ve eğitim düzeyine göre dağılımı	45
Tablo 28. Araştırma kapsamına alınan üyelerin etkileşim kalitesi puan ortalamalarının cinsiyet, çalışma durumu ve aylık gelirlerine göre dağılımı	45
Tablo 29. Araştırma kapsamına alınan üyelerin etkileşim kalitesi puan ortalamalarının aktif olarak spor yapma durumlarına göre dağılımı	46
Tablo 30. Araştırma kapsamına alınan üyelerin fitness merkezine gelme nedenlerine göre etkileşim kalitesi puan ortalamalarının dağılımı	46
Tablo 31. Araştırma kapsamına alınan üyelerin çıktı (sonuç) kalitesi puan ortalamalarının yaş ve eğitim düzeyine göre dağılımı	47
Tablo 32. Araştırma kapsamına alınan üyelerin çıktı (sonuç) kalitesi puan ortalamalarının cinsiyet, çalışma durumu ve aylık gelirlerine göre dağılımı	47
Tablo 33. Araştırma kapsamına alınan üyelerin çıktı (sonuç) kalitesi puan ortalamalarının aktif olarak spor yapma durumlarına göre dağılımı	48

Tablo 34. Araştırma kapsamına alınan üyelerin çıktı (sonuç) kalitesi puan ortalamalarının fitness merkezine gelme nedenlerine göre dağılımı	48
Tablo 35. Araştırma kapsamına alınan üyelerin ölçek toplam puan ortalamalarının yaş ve eğitim düzeyine göre dağılımı	49
Tablo 36. Araştırma kapsamına alınan üyelerin cinsiyet, çalışma durumu ve aylık gelirlerine göre toplam puan ortalamalarının dağılımı	49

KISALTMALAR LİSTESİ

ASQC : Amerikan Kalite Kontrol Derneği

EOQC : Avrupa Kalite Kontrol Organizasyonu

ISO : Uluslararası Standart Bürosu

SERVQUAL: Service Quality

SERVPERF : Service Performance

1.ÖZET

Bu araştırma Elazığ il merkezinde yerel yönetimlere ait hizmet veren fitness merkezlerine üye olan bireylerin bu merkezlere yönelik hizmet kalitesi algılarının belirlenmesi amacıyla yapılmıştır.

Tanımlayıcı tipteki araştırma Elazığ il merkezinde yerel yönetimlere ait hizmet veren 7 spor merkezine üye 503 kişi ile yürütülmüştür. Verilerin toplanmasında kişisel bilgi formu ile “Spor-Fitness Merkezleri Algılanan Hizmet Kalitesi Ölçeği” kullanılmıştır. Uçan (2007) tarafından geliştirilen ölçek 31 maddeden ve 6 alt ölçekten oluşmaktadır. 5’li likert tipi ölçeğin toplam puanı 31-155 arasında değişmektedir. Yüksek puan hizmetten memnuniyeti göstermektedir. Anketler, araştırmaya katılmayı kabul eden üyelere uygulanmış ve yüz yüze görüşme yöntemiyle doldurulmuştur. Veriler istatistik paket programında değerlendirilmiş sayı, yüzde ve ortalama olarak ifade edilmiştir. Analizde parametrik test varsayımlarını yerine getirdiği için bağımsız gruplarda t testi ve tek yönlü varyans analizi kullanılmıştır. $P<0.05$ anlamlılık düzeyi olarak kabul edilmiştir.

Araştırma kapsamına alınan üyelerin ölçeğin tamamından aldıkları puan ortalaması 125.0 ± 15.6 ’dır (min. 59-maks.155). Alt ölçek puanları incelendiğinde üyelerin fiziksel çevre kalitesi puan ortalaması 27.9 ± 4.8 (min. 14-maks.35), ortam koşulları kalitesi puan ortalaması 12.4 ± 2.1 (min.5-maks.15), egzersiz alet-ekipmanlarına ait puan ortalaması 11.4 ± 2.4 (min.3- maks.15), program kalitesi puan ortalaması 10.8 ± 2.7 (min.4-maks.15), etkileşim kalitesi puan ortalaması 40.9 ± 6.8 (min.10-maks.50), çıktı (sonuç) kalitesi puan ortalaması 21.6 ± 3.7 (min.5-maks.25) olarak belirlenmiştir.

Üyelerin fiziksel çevre kalitesi puan ortalamaları yaş, cinsiyet ve eğitim düzeyine göre incelendiğinde, cinsiyet değişkenine göre anlamlı farklılık olduğu belirlenmiştir. Buna göre erkek üyelerin puan ortalaması bayan üyelerden yüksek çıkmıştır. Yaş grupları ve eğitim düzeylerine göre fark anlamlı değildir. Ortam koşulları kalitesi ve egzersiz alet-ekipman kalitesi puan ortalamaları, yaş grupları, cinsiyet ve eğitim düzeylerine göre benzer dağılım göstermiştir. Fiziksel çevre kalitesi, ortam koşulları kalitesi ve egzersiz alet-ekipman kalitesi puan ortalamaları, fitness merkezi üyelerinin çalışma durumu ve aylık gelir durumlarına göre anlamlı bir farklılık göstermemiştir. Üyelerin yaş ve eğitim düzeylerine göre program kalitesi, etkileşim kalitesi, çıktı (sonuç) kalitesi ve toplam puan ortalamaları benzerlik gösterirken, üyelerin cinsiyetine göre etkileşim kalitesi, çıktı (sonuç) kalitesi ve toplam puan ortalamaları anlamlı farklılık göstermiştir ve erkek üyelerin puan ortalaması bayan üyelerden yüksek bulunmuştur. Çıktı (sonuç) kalitesi ve toplam puan ortalamalarının üyelerin çalışma durumuna göre anlamlı farklılık oluşturmuştur. Söz konusu farklılık serbest meslekte çalışan üyelerden kaynaklanmaktadır ve bu üyelerin puan ortalamaları memur statüsünde çalışan ve çalışmayan üyelerden yüksektir. Program kalitesi, etkileşim kalitesi, çıktı kalitesi ve toplam puan ortalamaları üyelerin aylık gelir durumuna göre anlamlı bir farklılık oluşturmamıştır.

Bu sonuçlar doğrultusunda fitness merkezi çalışanları tarafından belirli periyotlarla düzenlenecek anketlerle hizmet kalitesine yönelik üyelerden geri bildirim alınması, bayan üyelerin beklentilerinin daha fazla olması göz önüne alınarak bu beklentilere yönelik hizmet geliştirmeleri önerilebilir.

Anahtar Kelimeler: Spor, hizmet kalitesi, müşteri memnuniyeti, fitness merkezi

2.ABSTRACT

**PERCEIVED QUALITY OF SERVICE IN THE FITNESS
CENTERS OF LOCAL GOVERNMENTS: CASE OF PROVINCE OF
ELAZIĞ**

This study was conducted to identify the perceptions of fitness center members regarding the quality of service of fitness centers of the local governments in the Province of Elazığ, Turkey.

This descriptive study was conducted with 503 individuals, who were members of 7 sports centers of the local governments in the province of Elazığ. Personal Information Form and "Sports-Fitness Centers Perceived Quality of Service Scale" were used for data collection. The scale developed by Uçan (2007) consists of 31 items and 6 sub-scales. The scores taken in this 5-point Likert-type scale varies between 31 and 155. Higher scores indicate satisfaction with the service. Questionnaires were applied via face to face interviews to the members who agreed to participate in the study. Data were evaluated by a statistical software package, and numbers, percentages and means were used for the analysis. One-way ANOVA and independent samples t-test was used in the analysis since it fulfills the assumptions of parametric tests. A probability level of $p<0.05$ was used to indicate statistical significance.

The total mean score taken in the scale by the members included in the study was 125.0 ± 15.6 (min. 59-max. 155). Looking at the scores taken in the sub-scales, the mean score taken in the physical environmental quality sub-scale was found to be 27.9 ± 4.8 (min. 14-max. 35), the mean score in the quality of ambient conditions was 12.4 ± 2.1 (min. 5 - max. 15), the mean score taken in the exercise

tools-equipment sub-scale was 11.4 ± 2.4 (min. 3-max. 15), the mean program-quality score was 10.8 ± 2.7 (min. 4-max. 15), the mean interaction-quality score was 40.9 ± 6.8 (min. 10-max. 50), and the mean output (result) quality score was found to be 21.6 ± 3.7 (min. 5-max. 25).

Looking at the mean physical environment quality scores of the members based on the age, gender and educational level, a significant difference was found in the gender variable. Accordingly, the mean scores of male members were found to be higher than of the female members. The difference was not significant according to age groups and educational level. The mean quality scores of ambient conditions and exercise tools-equipment showed a similar distribution according to age groups, gender and educational level. There was no significant difference in the mean scores of the quality of the physical environment, quality of ambient conditions, and quality of exercise tool-equipment according to employment status and monthly income of the members of fitness centers. Although there were similarities between mean total scores of program quality and output (result) quality according to age and educational levels of members, there was significant difference in the mean interaction quality, output (result) quality and total scores according to the genders of members, and the mean scores of male members were found to be higher than of female members. There was a significant difference in the mean output (result) quality score and total score according to the employment status of the members. The difference is caused by self-employed members, and the mean scores of these members are higher than of unemployed or white-collar members. And, there was no difference between the

mean program quality, interaction quality, output quality and total scores in terms of monthly incomes of the members.

In line with these results, it can be suggested that feedbacks should be received through surveys given by the fitness center staff periodically regarding the service quality, and the services towards female members should be improved, considering the higher expectations of female members.

Keywords: Sports, service quality, customer satisfaction, fitness center

3. GİRİŞ

3.1.Hizmet Kavramı

3.1.1.Hizmetin tanımı

Yaşamımızın her aşamasında farklı şekillerde karşımıza çıkan hizmet kavramı ilk kez 1700'li yıllarda Fransız filozoflar tarafından sistemli bir şekilde ele alınarak tarımsal faaliyetlerin dışında kalan tüm faaliyetler olarak tanımlanmıştır. Ancak bu tanımlama günümüz koşulları için pek uygun görünmemektedir (1, 2).

Hizmet, tüketici ihtiyaçlarının tatmin edilmesi amacıyla oluşturulan ve maddi niteliği olmayan bir üründür. Bir başka tanımda hizmet, tüketicilerin mülkiyetle ilişkisi olmaksızın satın aldıkları faydalar olarak ifade edilmiştir (3).

Gereksinimleri karşılama ve üretildiği anda tüketilme özelliğine sahip her türlü etkinlik olan hizmet; insanların gereksinimlerini karşılamak amacıyla, belirli bir fiyattan satışa sunulan ve herhangi bir malın mülkiyetini gerektirmeyen, yarar ve doyum oluşturan soyut faaliyetler bütünüdür (4).

Hizmet temelde soyut olan ve üreticisinin tüketicisine bir yarar ya da etkinlik sunması biçiminde gerçekleşen bir üretimdir (5). Ekonomide fiziksel özelliğe sahip malın tersine, elle tutulamayan ve saklanması mümkün olmayan, insan ihtiyaçlarının giderilmesi amacıyla üretilen veya organize edilen faaliyetlerdir. Üretilen çıktının mülkiyetinin olmaması hizmeti üründen ayrılan temel bir özelliktir (6).

3.1.2. Hizmetin Özellikleri

Hizmetlerin özellikleri soyutluk, dayanıksızlık, hizmetin değişkenliği, heterojenlik ve ayrılmazlık başlıkları altında ele alınabilir.

3.1.2.1. Soyutluk

Hizmetin satın alındıktan sonra tüketicinin kullanım hakkını edineceği tecrübeyi ya da tüketimini anlatır (7). Hizmetin en belirgin özelliği soyut olmasıdır. Soyutluk hizmetin elle tutulamaz, görülemez, duyulamaz, bir ölçü birimiyle ifade edilemez, sergilenemez, paketlenemez ve taşınamaz olduğu anlamına gelir. Bu özellik hizmetlerin pazarlanmasını somut mallara göre farklılaştırır. Hizmetlerin somut hale getirilmesi için, hizmeti temsil eden somut araçların oluşturulması, reklam gibi etkinliklerde fiziksel simgelerin kullanılması gibi yöntemler kullanılabilir (5, 8).

3.1.2.2. Dayanıksızlık (Bekletilememe):

Hizmetler nesnelere çok deneyimler olduğu için saklanamazlar. Soyut olmanın bir sonucu olarak hizmetler, sunulmadan önce ve sonra varlıklarını korumazlar. Bir başka ifadeyle hizmetler daha sonra gerçekleştirilecek bir satış için saklanamazlar ve stoklanamazlar. Hizmetler sunuldukları sırada kullanılmazlarsa başka bir zaman kullanıma sunulamazlar ve bu nedenle boşa harcanırlar. Dayanıksızlık özelliği işletmelerin değişmez maliyetlerinin yükselmesine, birim başına düşen harcamaların artmasına yol açabilir (5, 9).

Hizmetlerde talep yıl içerisinde değişiklik gösterir. Talebin düzensiz oluşu hizmetin dayanıksızlığının artmasına neden olur. Bu durumlarda en iyi korunma yolu, işletmenin arz ve talebi dengelemeye çalışarak rekabet üstünlüğü sağlamasıdır. Örneğin talebin az olduğu dönemlerde, fiyat düşürme, az personel çalıştırma; talebin yoğun olduğu dönemlerde, geçici ek personel çalıştırma, yarım gün çalışan personel bulma yoluna gidilebilir (10).

3.1.2.3. Hizmetin değişkenliği (Heterojenlik)

.Hizmetlerin üretim biçimi insanların davranışlarından etkilenmektedir. Hizmetin niteliği onu üreten insanın bilgi, beceri ve yeteneklerinden bağımsız düşünülemez. Aynı kişinin ürettiği hizmetler bile birbirinden farklı olabilir. Bu durum hizmeti sunan kişinin ruhsal durumu, mevcut iş yükü, müşterinin hizmetle ilgili olarak işbirliği yapma derecesi ve kişilik özellikleri gibi çeşitli faktörlerden kaynaklanabilir. Değişkenlik özelliğine bağlı olarak, hizmetler için belirli bir standart oluşturmak ve kalite kontrol faaliyetlerini gerçekleştirmek güçleşmekte ve bir problem alanı olarak karşımıza çıkmaktadır (8,10,11).

3.1.2.4. Ayrılmazlık (Eşzamanlı Üretim ve Tüketme)

Ayrılmazlık, hizmetin gerçekleşmesi sırasında hem üreticinin hem de tüketicinin aynı yerde aynı zamanda bulunmaları anlamına gelir. Hizmetler insanlar tarafından üretildikleri ve tüketildikleri için birbirinden ayrılması mümkün değildir. Hizmetlerin üretimi, satın alınması, kullanılması ve değerlendirilmesi kısa aralıklarla gerçekleşmektedir. Müşterilerin bir işletmeden hizmet satın almaları için işletmeye gitmeleri ya da işletmede çalışan personellerin müşterilerinin ayağına gelmesi gerekmektedir. Örneğin sağlık hizmetinin sunulduğunda, bir hastalığın tedavi edilebilmesi için hem doktorun hem de hastanın bir arada bulunmaları gerekir (8,12).

3.1.3. Hizmet Sektörü ve Hizmet İşletmeleri

Ekonomik faaliyetin yerine getirilmesinde çok önemli bir role sahip olan hizmetler geniş bir alanı kapsamaktadır. Eğitimden sağlığa, danışmanlıktan mühendisliğe birçok alan hizmet sektörünün içerisinde yer almaktadır. Taşımacılık, iletişim gibi altyapı hizmetleri herhangi bir işletme için destek

sağlarken, eğitim, sağlık ve eğlence hizmetleri firmalara kaliteli işgücü sağlanması açısından etkili olmakta, bazen de firmaların rekabet gücünü artırıcı bir etki yaratmaktadır (13). Hizmet sektörünün giderek önem kazanması ve ülke ekonomilerinde büyük pay sahibi olması bu sektörün ekonomi içerisindeki ağırlığının bir gelişmişlik ölçütü olarak önem kazanmasına yol açmıştır (2). Hizmet endüstrileri günümüzde bir yandan istihdama, diğer yandan gayri safi milli hasılayayı sağladıkları katkıları vasıtasıyla batı ekonomilerinin hakim bir özelliği haline gelmiştir (14)

3.2.Spor ve Spor İşletmeleri

Spor bireylerin bedensel, ruhsal ve sosyal olarak dengeli ve sağlıklı olabilmelerini temin eden en önemli aktivitedir. Spor sayesinde büyük kitlelere ulaşılmakta, insanlara ortak duygular yaşatarak barışın, anlayışın ve bir arada olunabileceği mesajlarının verildiği bir alan olarak kabul edilmektedir. Dünyanın ortak dili olan spor, ekonomik değeri ile doğrudan ve dolaylı etkileriyle kendisini büyük bir sektör konumuna taşıyarak çok önemli bir konuma kavuşmuştur. Ülkelerin gelişmişlik göstergelerinden biri olan spor, sanayileşme ve beraberinde gelen hızlı kentleşmenin birey ve toplum üzerindeki etkileriyle mücadelede çok önemli bir faktördür (15).

Spor işletmeleri verdikleri hizmetlerin karşılığında maddi anlamda bir kazanç elde etseler bile genel olarak, spor işletmelerine gelen insanların sportif ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla kurulurlar. Bazı ülkelerde sporun bir kamu hizmeti olarak görüldüğü düşünülürse, devlet tarafından kurulan ve işletilen spor işletmelerinin esas amacı ise sporu geniş halk kitlelerine yayarak toplumsal hizmet ve sosyal fayda yaratmaktır (16).

Sağlıklı olmak, sporu insanlarda bir alışkanlık haline getirmek ve insanların yeteneklerinin geliştirilmesine yardımcı olmak için spor yapmanın gerekli olduğu tüm toplum kesimlerince bilinmektedir.Spor çok eski medeniyetlerden beri yapılmış olmasına rağmen spor işletmesi kavramı günümüze ait bir kavramdır (17).

Tarım toplumundan sanayi toplumuna geçişle birlikte köylerden kentlere göçler artmış ve insanlar köylerde yaptıkları yürüyüş, bahçe işleri, hayvancılık gibi fiziksel aktiviteleri yapmadığı ya da yapamadığı için hareketsiz bir yaşam sürmeye başlamıştır. . Bu durum insanlarda birtakım sağlık sorunlarına neden olmuştur. Bu sağlık sorunlarının önüne geçmek, günlük hayatın stresinden uzaklaşmak için ve diğer birçok nedenden dolayı spor işletmeleri, spor tesisleri ve spor alanları kurulmuştur ve kurulmaya devam etmektedir (18).

Genel olarak işletme, üretim faktörlerini planlı ve sistemli bir şekilde bir araya getirerek mal ya da hizmet üretimi amacı güden üretim birimleridir. Bir başka ifadeyle işletme, kar elde etmek, topluma hizmet etmek, satış gelirlerini artırmak, büyümek ve varlığını sürdürmek ve sosyal sorumluluklarını yerine getirmek amacıyla üretim faktörlerinin bir araya getirildiği ve tüketicilerin ihtiyaç duyduğu ürünlerin üretildiği ekonomik, teknik, sosyal ve hukuki birimlerdir (8,18).

Spor işletmeleri ise, insanların sosyal hayatlarını şekillendirmek, farklı spor aktiviteleri düzenlemek için yapılandırılmış kurumlardır. Sporun yaygınlaştırılması için spor işletmelerine çok büyük görevler düşmektedir. Spor işletmelerinin amacı, kaliteli ve çeşitli branşlara özgü hizmetler sunarak, bu

hizmetlerden faydalanan ya da faydalanmak isteyen insanların memnuniyetini sağlamaya yardımcı olmaktadır (16).

Spor işletmeleri sportif mallar satmakla birlikte genel anlamda spor işletmelerinin tüketiciye sundukları ürün hizmettir. Spor işletmelerinin hizmet sunuş biçimi açısından diğer işletmelerden ayrıldığı noktalar olduğu için spor hizmeti kavramını incelemek yararlı olacaktır (18).

3.3. Spor Hizmetleri

Her geçen gün gelişen ve çeşitlenen modern spor, günümüzde toplumların ilgisinidaha çok çekerek geniş kitleleri arkasından sürüklemektedir (19).Günümüzde spor, kişisel ve toplumsal sağlığı koruyucu ve geliştirici nitelikleriyle önemli bir hizmet sektörü olarak kabul görmektedir. Özellikle de medyanın etkisiyle karlı bir reklam ve tanıtımaracı haline gelen spor, bir taraftan geniş kitlelerin yoğun ilgisini çeken bir gösteri ve eğlence faaliyeti olarak tüketim sektörüne dönüşürken, diğer taraftan önemli miktarda finans hareketlerinin yaşandığı cazip bir ekonomik faaliyet alanı haline gelmektedir (20). Teknolojik gelişmelerin sporun bir endüstri haline dönüşmesinde büyük etkisi olmuş ve spora olan yönelimi hızla artırmıştır. Spor, yeteneği olanlara para ve statü kazanma yolunu açarken, izleyiciler için de bir eğlence kaynağı olmaktadır (21). Özellikle gelişmiş ülkelerde spor hizmetleri, hizmet ekonomisi içinde önemli bir yer tutmaktadır (22).

3.3.1. Spor Hizmetlerinin Sınıflandırılması

Hizmetlerin çok çeşitli şekillerde sunuluyor olması, hizmetleri kendisine has özelliklerine göre sınıflandırmayı gerekli hale getirmektedir. Hizmetin bir boyutu olan spor hizmetlerine yönelik olarak da farklı bakış açılarıyla sınıflamalar

yapılmıştır. Yıldız, literatürde yer alan sınıflamaları da dikkate alarak, spor hizmetlerini geniş ve sistematik bir çerçevede ele alarak sınıflamış ve spor hizmetlerini “seyre yönelik spor hizmetleri” ve “katılıma dayalı spor ve fiziksel etkinlik hizmetleri” olarak ikiye ayırmıştır (21).

3.3.1.1.Seyre Yönelik Spor Hizmetleri

Seyir, genel olarak amatör ve profesyonel spor faaliyetlerinin düzenlendiği ortamlarda gerçekleşmekle birlikte, ilerleyen teknolojinin getirdiği kitle iletişim araçları seyir olayını farklı mekânlara da taşıyabilmektedir. Seyre yönelik spor hizmetleri tek disiplinli veya multidisipliner olabilmektedir. Stadyumda gerçekleştirilen bir futbol müsabakası tek disipline, olimpiyat organizasyonlarında gerçekleşen olimpiyat oyunları ise multidisipliner hizmetlere örnek olarak verilebilir (23).

Seyre yönelik spor hizmetlerinde; serbest zamanı değerlendirme, sosyalleşme, spora ve takıma bağlılık gibi olgular seyircilerin motivasyonunu sağlayan unsurlar arasındadır. Seyre yönelik spor hizmetlerinin gerçekleşebilmesi için fiziki ortam, organizasyon, oyuncu ve seyircilerin hazır bulunması ve faaliyetlerin gerçekleşmesi gibi koşulların oluşması gerekir. Seyre yönelik spor hizmetleri ulusal (lig maçları gibi) ve uluslararası organizasyonlar(dünya şampiyonaları, olimpiyatlar gibi) olmak üzere iki şekilde gerçekleşmektedir. Ulusal organizasyonlar aynı toplum içerisinde gerçekleşirken, uluslararası organizasyonlar farklı toplumların bir araya gelmesiyle gerçekleşmektedir (19, 21).

3.3.1.2. Katılıma Dayalı Spor Hizmetleri

Katılım, kişinin fiziksel etkinlik ve sportif faaliyetleri bizzat kendisinin gerçekleştirmesidir. Özellikle sporun fonksiyonel hale gelmesi katılımı mümkün olmaktadır. Bu hizmet türünün temel nitelikleri; insan gücüne dayanıyor olması, özel ekipman gerektirmesi, bir programın olması, para kazanma ve statü sağlama, sağlıklı olma ve eğlenme gibi kişisel ihtiyaçları gidermesi olarak sıralanabilir (18, 21).

Katılıma dayalı sporları da elit spor, profesyonel spor, amatör spor ve kitle sporu olarak dört başlık altında incelemek mümkündür.

3.3.1.2.1. Elit Spor

Elit spor, belirli yaşlarda ve yeterli düzeyde yeteneğe sahip olan bireylerin, çeşitli kurallar çerçevesinde yapabildiği spor hizmetleri içerisinde yer alır. Bu hizmetler sporcuların belirli bir performans düzeyine erişmesini zorunlu kılmaktadır. Uzun bir zaman dilimi içerisinde belirli bir performansa ulaşmak için zaman harcayan sporcular ya da takımlar belirli programlar dâhilinde, ulusal ve uluslararası organizasyonlardan oluşan çeşitli resmi ve özel yarışma ya da müsabakalarda yer alırlar (21).

3.3.1.2.2. Profesyonel Spor

Profesyonel spor, sporu bir kariyer olarak tercih eden ve belirli bir maddi kazanç elde etmek için sportif yarışmalarda yer alan sporcu, antrenör, teknik adam ve kurumlardan oluşmakta ve bireylere statü sağlamaktadır. Bu tür sporlar bireysel veya takım halinde belirli bir programa dayalı olarak yarışma/müsabaka organizasyonları şeklinde gerçekleşir. Örneğin NBA basketbol ligi, Amerikan futbolu gibi. Profesyonel spor bir yandan diğer mal ve hizmetlerin

pazarlanmasınaönemli katkılar sağlarken diğeryandan masörlük, spor hekimliğı gibi yan meslek gruplarının oluşmasını da sağlamıştır (21).

3.3.1.2.3. Amatör Spor

Kazanç amacıyla veya bir para ödülünü ve belirli bir geliri sağlamak niyetiyle yapılmayan spor faaliyetleri amatör spor olarak kabul edilebilir (24). Ancak günümüzde basketbol, futbol gibi birçok spor çeşidi, sporcularına maddi imkanlar sağlamakta, bu yönüyle de yarı profesyonel bir görüntü ortaya koymaktadır. Aynı zamanda birçok firma, yaptığı sponsorluk çalışmalarıyla amatör spora maddi bir kaynak temin ederek, bazı spor dallarının yarı profesyonel hale gelmesine imkan sağlamaktadır (25).

3.3.1.2.4. Kitle Sporu

Her yaştan toplum kesimine hitap eden kitle sporu, özel yetenek gerektirmeyen ve bireylerin serbest zamanlarında yaptıkları etkinlikleri ifade etmektedir. Bu etkinlikler genelde, eğlenmek, hoşça vakit geçirmek, sosyalleşmek ve sağlıklı olmak amacıyla yapılmaktadır (21).

3.4. Kalite Kavramı

Kalite Latince "nasıl oluştuğı" anlamına gelen "qualis" kelimesinden gelmektedir. Buna göre kalite hangi ürün veya hizmet için kullanılıyorsa, onun ne olduğunu ifade etmektedir. Günümüzde daha çokiyi oluşu ve üstünlüğü belirtmek için kullanılan kalitenin genel bir tanımı yapılacak olursa; bir ürün veya hizmetin belirlenen veya olabilecek ihtiyaçları karşılama kabiliyetine dayanan özelliklerin toplamıdır şeklinde ifade edilebilir(26).

Amerikan Kalite Kontrol Derneği (ASQC) kaliteyi, bir mal ya da hizmetin belirli bir gerekliliği karşılayabilme yeteneklerini ortaya koyan özelliklerinin tümü olarak tanımlamıştır (27).

Avrupa Kalite Kontrol Organizasyonu (EOQC) kaliteyi, bir mal veya hizmeti ekonomik bir yoldan üreten ve tüketici isteklerine cevap veren bir üretim sistemi olarak tanımlamaktadır. Bu durumda bir mal ya da hizmet, alıcısının isteklerine ne kadar uygunluk gösteriyorsa bir anlamda o kadar kaliteli demektir (28).

Uluslararası Standart Bürosu (ISO)'nun kalite için yaptığı tanım: “kalite, bir mal ya da hizmetin belirli bir gereksinimi karşılayabilme yeteneklerini ortaya koyan karakteristiklerin tümüdür.” şeklindedir (www.kascert.com).(29)

Uzun yıllar kalitenin tarihi gelişimine ürün kalitesine odaklı çalışmalar hakimken, 1980'li yılların ortalarından itibaren, hizmet pazarlamasının gelişmesiyle birlikte hizmet kalitesi üzerinde çalışmalar yapılmaya başlanmıştır. Kalite günümüz işletmeleri açısından vazgeçilmez bir özellik haline gelmiştir. Serbest rekabet piyasası kaliteyi sürekli geliştirerek önemli hale getirmekte ve işletmeleri de buna uymaya zorlamaktadır (30).

3.4.1.Hizmet Kalitesi

Hizmet kalitesi, verilen hizmetin müşteri beklentilerinin ne kadarını karşılayabildiğinin bir ölçütüdür (31).

Günümüzde, müşterilere kaliteli hizmet sunmak ve alınan hizmetten memnuniyeti üst seviyelere çıkarmak pazarlamada başarıya ulaşmanın iki önemli unsurunu oluşturmaktadır. Dünya genelinde yapılan üretim içerisinde müşteri memnuniyeti kavramının müşteri bağlılığı üzerine olan etkisinin önem kazanması

ve hizmet sektörünün payının giderek artması firmaların hizmet kalitesini geliştirme konusunda girişimlerde bulunmasını sağlamaktadır(32).

Bir hizmetin kaliteli olup olmadığını ortaya koymak için o hizmetin kaliteli olduğunu gösteren belirleyici özelliklere ihtiyaç vardır. Hizmetlerde kaliteyi oluşturan belirleyici özellikler her zaman net olarak ortaya konamasa da müşteriler aldıkları hizmetin kalitesini değerlendirirken bazı kriterleri esas almaktadır. Bu kriterle şu şekilde sıralanabilir: Kurumun güvenilirliği, müşteriyle doğrudan ilişki kuran personelin saygılı ve nazik olması, çalışanların müşteriye hizmet hakkında bilgi vermesi, hizmetin hatasız bir şekilde verilmesi için uygun altyapısının olması ve gerekli fiziksel koşulların sağlanması, müşterinin hizmet aldığı kuruma ulaşabilmesi, çalışanların müşterilere empati duyması, hizmetleri gerçekleştirebilmek için gereken bilgi, donanım, yetenek ve deneyime sahip olunması, çalışanların ve hizmeti alan müşterilerin kendilerini güvende hissetmeleri, personelin hizmet sunumundaki istekliliği, müşterilere saygı ve hoşgörü ile yaklaşarak kurumda çıkarlarının korunduğu hissini oluşturulması (33).

3.4.1.1. Hizmet Kalitesi Ölçüm Modelleri

İşletmeler başarılı olmak, zorlu rekabet koşullarına ayak uydurmak ve hizmet ettikleri pazarda ayakta kalabilmek için kaliteli hizmet algısına yönelmekte ve yeni arayışlara girmektedir. Önemi giderek artan hizmet sektörlerinde kalitenin yolu müşterinin kalite algısından geçmektedir. Hizmet sektörü bu algıyı olumlu yönde değiştirmek için kalite ölçümleri yapmaktadır. Bir işletme, mevcut kalite düzeyi hakkında doğru bilgilere ulaşabilirse, daha sonra yapılması gerekenler konusunda daha etkili adımlar atabilir. Hizmet kalitesinin ölçüsü, tüketici

algılamalarıdır. Müşterilerin hizmet sunumu hakkındaki algıladıkları kalite ile beledikleri kalite arasındaki fark, hizmet kalitesinin ölçüm indeksi olarak kabul görmektedir. Bu nedenle hizmet kalitesi iki değişkene bağımlıdır. Beklenen hizmet ve algılanan hizmet. Tüketici beklentileri ve algılarını bir araya getiren hizmetler, yüksek kaliteli olarak algılanırlar (33, 34).

Hizmet kalitesinin ölçümüne ilişkin birçok model geliştirilmiştir. Bu modeller:

1. Algılanan Hizmet Kalitesi Modeli
2. SERVQUAL Modeli
3. SERVPERF Modeli

3.4.1.1.1. Algılanan Hizmet Kalitesi Modeli

Bu model Grönroos tarafından geliştirilmiştir. Grönroos hizmet kalitesinin teknik, fonksiyonel ve imaj olarak üç boyutta değerlendirilmesini önermektedir. Teknik kalite; tüketicilerin hizmet firmasıyla etkileşiminin sonucunda gerçekte ne aldığıdır ve hizmet sunumundaki somut veridir. Tüketiciler hizmetin somut olmasından dolayı teknik kaliteyi daha objektif değerlendirebilirler. Fonksiyonel kalite; müşterilerin hizmeti nasıl aldığı ile ilgilidir ve hizmetin soyut kısmını oluşturduğu için tüketiciler tarafından nesnel olarak değerlendirilmektedir. Müşterilerin işletmeye bakış açıları kalite algılarını etkilemektedir. Hizmet firması tüketici zihninde pozitif bir imaja sahip ise yapılan küçük hatalar unutulacak, hataların sürekliliği halinde olumlu imaj zarar görecektir. Fonksiyonel kalite sayesinde işletmeler güçlü bir pazarlama faaliyeti elde etmektedir. Firma imajı, hizmet firmaları için çok önemlidir ve imaj; gelenek, ideoloji, ağızdan ağza iletişim ve halkla ilişkiler gibi faktörlerden etkilenen teknik ve fonksiyonel hizmet

kalitesinin sonucunda oluşabilir. Firma imajı değerlendirilirken bu iki kalite etkili olmaktadır. Firma imajı iyi olan bir işletme müşteri tarafından olumlu algılanmaktadır. Örneğin, marka bir mağazadan alınan kıyafette bir olumsuzluk olduğunda markanın oluşturduğu olumlu imajdan dolayı görmezden gelinebilir (33,36).

3.4.1.1.2. SERVQUAL Modeli

Parasuman, Zeithaml ve Berry (1985) tarafından geliştirilen bir kalite ölçөгüdür ve hizmet kalitesiyle ilgili çalışmaların çoğu bu modele dayanmaktadır. Bu modelde hizmet kalitesi müşteri odaklı ölçölür. Bu ölçekte esas amaç müşterinin hizmetten beklentileri ve hizmeti algılama düzeyleri arasındaki farkı belirlemektir. Bu farkın büyüklüğü hizmet kalitesi hakkında bilgi vermektedir. Bu ölçek ayrıca müşteri beklentilerinin ve algılamalarının öğrenilmesini sağlayarak bilginin müşteri ve yönetim arasında paylaşımında da kolaylık sağlamaktadır. Berry ve Parasuraman müşterinin hizmet kalitesini değerlemesini etkileyen beş ana unsur olduğunu kabul etmektedirler. Bunlar fiziksel görünüm, güvenilirlik, yanıt verebilirlik, güvence ve empatidir.

Fiziksel görünüm, kullanılan donanım, personel ve hizmet verilen yerin fiziki görünümünü ifade eder. Güvenilirlik, üstlenilen hizmetin kusursuz, güvenilir biçimde yerine getirme becerisini, yanıt verebilirlik; müşterilere karşı hevesli ve yardımsever olma, hizmeti zamanında ve çabuk yerine getirmeyi, güvence; çalışanların bilgili, nazik olması ve müşterilerde güven duygusu uyandırma becerilerini ve empati; kurumun müşterilere kişisel ilgi göstermesi ve duyarlılığını ifade etmektedir. Servqual Modeli, hizmetlerin doyurucu bir şekilde yerine getirilmesini engelleyen beş boşluk (açık-gedik) noktası olduğunu belirtir.

Müşteri beklentileri ve müşteri algılamaları arasındaki farklar bu boşlukları oluşturmaktadır (34,35,36).

Boşluk 1: Müşterinin beklentileri ile yönetimin bu beklentileri algılaması arasındaki farktan kaynaklanmaktadır.

Boşluk 2: Yönetimin müşteri beklentilerini algılaması ile algıların hizmet kalite özelliklerine dönüştürülmesi arasındaki farkı ifade etmektedir. Yönetimin algılanan müşteri beklentilerini icraatlara dönüştürmedeki yetersizliğinden, hizmet sunumundaki eksikliğinden kaynaklanmaktadır.

Boşluk 3: Hizmet kalite özellikleri ile hizmetin gerçek sunumu arasındaki farktır. Takım çalışmasının yetersizliği, zayıf eleman seçimi, tecrübesizlik gibi sebeplerden dolayı hizmet sunum performansının eksikliğinden kaynaklanmaktadır. İşe uygun olmayan eleman ve ekipman hizmet performansını olumsuz etkilemektedir. Hizmetin sunumunu yapan bu faktörler olumsuz olduğunda verilen hizmet müşteri beklentileri ile uyuşmamaktadır. Bu durum hizmet sunumunu yetersiz olmasına neden olmaktadır.

Boşluk 4: Hizmet sunumu ile hizmet hakkında müşterilere iletilen dışsal mesajlar arasındaki fark. Yönetimin hizmet sunumu sırasında müşteriye vaat ettiği hizmet kalitesini sağlayamaması, verdiği sözlerde durmaması sonucu müşterinin hayal kırıklığına uğramasından kaynaklanmaktadır. Bu durumda kurum, güven kaybına uğramaktadır.

Boşluk 5: Müşterinin beklediği hizmet kalitesi ile yönetimin sunduğu hizmet kalitesi arasındaki farktan oluşmaktadır. Bir başka ifadeyle müşterinin beklentileri ve algıları arasındaki farktır. Bu boşluk diğer

boşluklardan etkilenmekte ve diğer boşluklara göre belirlenmektedir. Yönetim müşteri beklentilerini her yönü ile karşılayamadığında imaj kaybına uğramaktadır.

Servqual ölçeği hizmetin algılanmasını ölçebildiği için hizmet kalitesinin iyileştirilmesinde önemli bir unsur oluşturmaktadır (22,34,36).

3.4.1.1.3.SERVPERF Modeli

Cronin ve Taylor (1992) tarafından geliştirilmiştir ve performans temelli bir hizmet kalitesi modelidir. Başarının algılanması üzerine kurulmuştur. Müşterinin sadece algılamasını ölçmektedir Cronin ve Taylor bu modelde müşteri tatmin kavramını gündeme getirmiştir. Bu model kalitenin beklenti değil sadece müşteri algılarından ölçülebileceğini ifade etmektedir. Müşterilerin hizmet sunumundaki performans sonucu elde ettiği tatminin algıladıkları hizmet kalitesini belirlediğini ve bunun uzun dönemli iyi bir gösterge olduğunu savunmaktadırlar. Servperfolçeğinde Servqual ölçeğinde bulunan hizmet kalitesinin beş boyutunu temel almaktadır. Veriler, performansa dayalı sorular sorularak elde edilmektedir (22,34,35,37).

3.4.2.Spor da Hizmet Kalitesi

Spor hizmetlerinde kalite, müşterilerin spora ilişkin beklentilerini karşılayabilme ya da bu beklentileri geçme yeteneği' olarak tanımlanabilir (38).

Artan yenilik talepleri rekabet koşulları, hizmet sunan işletmelerde kaliteyi sürekli olarak gündeme tutmaktadır. İşletmelerin varlıklarını sürdürebilmesi ve sürekli gelişmeleri için yüksek kalitede hizmet sunmaları gerekmektedir. Bu açıdan düşünüldüğünde hizmet sektörünün bir kolu olan spor organizasyonları; fiziksel özellikleri, insan kaynakları ve

ürettikleri programlarda kaliteyi birincil hedef olarak belirleyerek müşterilerine yüksek hizmet kalitesi sağlamak durumundadırlar (39).

Sportif faaliyetler bireylerin bedensel, ruhsal ve sosyal anlamda sağlıklı olmalarına önemli katkılar sağlamakta, bu katkıyı fark eden bireyler ise hızlı sportif faaliyetlere yönelmektedirler. Bu durum spor hizmetlerine yönelik pazarı geliştirmekte ve sportif faaliyetlere dayalı işletmelerde hizmet kalitesi olgusunu önemli hale getirmektedir (40).

3.4.3. Yerel Yönetimler ve Hizmet Kalitesi

Son yıllarda bütün ülkelerde politik, ekonomik, bilimsel ve teknolojik alanlarda meydana gelen değişiklikler, kamu yönetimlerinin yeniden ele alınmasını ve kurumların değişimini zorunlu hale getirmiştir. Özellikle 1960'lı yıllardan sonra kamu hizmetlerini kamu yararını göz önünde tutarak yerine getirebilecek, etkin, verimli ve hızlı çalışabilen bir sistem oluşturabilmek kamu yönetimini yeniden düzenleme çalışmalarının ana hedefleri arasında yerini almıştır (41).

Yerel yönetimler halkla en yakın ilişki içerisinde olan birimlerdir. Son yıllarda bu birimler, halka sundukları hizmetlerde iyileştirme sağlayabilmek için stratejiler geliştirmeye başlamışlardır. Yerel yönetim hizmetlerinin sunumunda vatandaşların memnuniyetinin ne derece sağlanabildiğinin ölçülebilmesi ve bu doğrultuda düzeltici ya da önleyici faaliyetler geliştirilerek, vatandaş odaklı bir hizmet sunumu gerçekleştirilmesi önemli hususlardan biridir(42). Bu çaba kamu kurumları arasında hizmet kalitesi çalışmalarına olan ilgiyi arttırmıştır (43).

3.5.Belediyeler ve Spor

3.5.1.Belediyenin Tanımı ve Özellikleri

2005 yılında düzenlenerek çıkarılan 5393 sayılı Belediye Kanunu'nda belediye; "belde sakinlerinin mahallî müşterek nitelikteki ihtiyaçlarını karşılamak üzere kurulan ve karar organı seçmenler tarafından seçilerek oluşturulan, idarî ve malî özerkliğe sahip kamu tüzel kişisini ifade eder" denmektedir. Bu kanuna göre nüfusu 5000 ve üzerinde olan yerleşim birimlerinde belediyeler kurulabilir ve il ve ilçe merkezlerinde belediyelerin kurulması zorunludur (44).

3.5.2.Belediyelerin Görev ve Sorumlulukları

5393 Sayılı Belediye Kanunu'nda 14. maddesinde belediyenin görevve sorumlulukları şu şekilde belirtilmiştir:

Belediye, mahallî müşterek nitelikte olmak şartıyla;

1. İmar, su ve kanalizasyon, ulaşım gibi kentsel alt yapı; coğrafi ve kent bilgi sistemleri; çevre ve çevre sağlığı, temizlik ve katı atık; zabıta, itfaiye, acil yardım, kurtarma ve ambulans; şehir içi trafik; defin ve mezarlıklar; ağaçlandırma, park ve yeşil alanlar; konut; kültür ve sanat, turizm ve tanıtım, gençlik ve spor orta ve yükseköğrenim öğrenci yurtları, sosyal hizmet ve yardım, nikâh, meslek ve beceri kazandırma; ekonomi ve ticaretin geliştirilmesi hizmetlerini yapar veya yaptırır. Büyükşehir belediyeleri ile nüfusu 100.000'in üzerindeki belediyeler, kadınlar ve çocuklar için konukevleri açmak zorundadır. Diğer belediyeler de mali durumları ve hizmet önceliklerini değerlendirerek kadınlar ve çocuklar için konukevleri açabilirler.

2. Devlete ait her derecedeki okul binalarının inşaatı ile bakım ve onarımını yapabilir veya yaptırabilir, her türlü araç, gereç ve malzeme ihtiyaçlarını karşılayabilir; sağlıkla ilgili her türlü tesisi açabilir ve işletebilir; mabetlerin yapımı, bakımı, onarımını yapabilir; kültür ve tabiat varlıkları ile tarihî dokunun ve kent tarihi bakımından önem taşıyan mekânların ve işlevlerinin korunmasını sağlayabilir; bu amaçla bakım ve onarımını yapabilir, korunması mümkün olmayanları aslına uygun olarak yeniden inşa edebilir. Gerektiğinde, sporu teşvik etmek amacıyla gençlere spor malzemesi verir, amatör spor kulüplerine ayni ve nakdî yardım yapar ve gerekli desteği sağlar, her türlü amatör spor karşılaşmaları düzenler, yurt içi ve yurt dışı müsabakalarda üstün başarı gösteren veya derece alan öğrencilere, sporculara, teknik yöneticilere ve antrenörlere belediye meclisi kararıyla ödül verebilir. Gıda bankacılığı yapabilir. Belediyelerin sporu teşvik etmek amacıyla yapacakları nakdi yardım, bir önceki yıl genel bütçe vergi gelirlerinden belediyeleri için tahakkuk eden miktarın; büyükşehir belediyeleri için binde yedisini, diğer belediyeler için binde on ikisini geçemez. Hizmetlerin yerine getirilmesinde öncelik sırası, belediyenin malî durumu ve hizmetin ivediliği dikkate alınarak belirlenir. Belediye hizmetleri, vatandaşlara en yakın yerlerde ve en uygun yöntemlerle sunulur. Hizmet sunumunda engelli, yaşlı, düşkün ve dar gelirlilerin durumuna uygun yöntemler uygulanır.
3. Belediye, kanunlarla münhasıran başka bir kamu kurum ve kuruluşuna verilmeyen mahallî müşterek nitelikteki her türlü görev ve hizmeti yapar veya yaptırır, gerekli kararları alır, uygular ve denetler (44).

3.5.3.Belediyelerin Spor Hizmetlerinin Yürütülmesi İle İlgili Yasal Sorumlulukları

1982 Anayasasının “Gençliğin korunması” başlıklı 58’inci maddesinin ikinci fıkrasında devletin, gençleri alkol düşkünlüğünden, uyuşturucu maddelerden, suçluluk, kumar ve benzeri kötü alışkanlıklardan ve cehaletten korumak için gerekli tedbirleri alacağı belirtilmiştir. “Sporun geliştirilmesi ve tahkim” başlıklı 59’uncu maddesinde ise, devletin her yaştaki Türk vatandaşlarının beden ve ruh sağlığını geliştirecek tedbirleri alacağı, sporun kitlelere yayılmasını teşvik edeceği ve başarılı sporcuyu koruyacağı hükme bağlanmıştır. Anayasa’da gençliğin korunması ve sporun geliştirilmesi ile ilgili bu maddeler, Anayasa’nın “Sosyal ve Ekonomik Haklar ve Ödevler” bölümünde düzenlenmiştir.

Gençliğin korunması ve sporun geliştirilmesi ile ilgili olarak devlete düşen görevlerin bir kısmının gerçekleştirilmesi, mahalli idareler ve diğer kamu idarelerinin faaliyetlerinin ile bunlar tarafından spor kulüplerine yardım yapılmak suretiyle sağlanmaktadır. Spor, yapısı gereği mahalli ve müşterek bir hizmet alanıdır ve mevzuatımızda da mahalli idarelerin spor ile ilgili görev ve sorumlulukları bulunmaktadır.

5393 sayılı Belediye Kanunu’nun “Belediyenin görev ve sorumlulukları” başlıklı 14. maddesinde; Belediyelerin mahallî müşterek nitelikte olmak şartıyla; gençlik ve spor hizmetlerini yapacağı veya yaptıracığı, gerektiğinde amatör spor kulüplerine malzeme verip gerekli desteği sağlayacağı, her türlü amatör spor karşılaşmaları düzenleyeceği, yurt içi ve yurt dışı müsabakalarda üstün başarı gösteren veya derece alan sporculara belediye meclisi kararıyla ödül verebileceği belirtilmiş ve belediye hizmetlerinin yerine getirilmesinde öncelik sırasının

belediyenin malî durumu ve hizmetin ivediliğinin dikkate alınacağı belirtilmiştir.Kanununun 37'nci maddesinde Belediye başkanının, görevinin devamı süresince profesyonel spor kulüplerinin başkanlığını yapamayacağı ve yönetiminde bulunamayacağı yer almıştır.Belediye meclisinin görev ve yetkilerini düzenleyen 18. maddesinde spor gibi alanlarda faaliyet ve projeler gerçekleştirilmesi; bu çerçevede arsa, bina ve benzeri tesisleri yapma, yaptıрма, kiralama veya tahsis etmeye karar verme görev ve yetkisinin belediye meclisinde olduğu belirtilmiştir.Belediye hizmetlerine gönüllü katılımı düzenleyen 77. maddesinde belediyenin, spor hizmetlerinin yapılmasında beldede dayanışma ve katılımı sağlamak; hizmetlerde etkinlik, tasarruf ve verimliliği artırmak amacıyla gönüllü kişilerin katılımına yönelik programlar uygulamak ile görevli olduğu yer almıştır (15).

5216 sayılı Büyükşehir Belediye Kanunu'nun 7. maddesinde; büyükşehir belediyesinin görev, yetki ve sorumlulukları arasında büyük şehrin bütünlüğüne hizmet eden spor yerleri yapmak, yaptırmak, işletmek veya işlettirmek görevi yanında; gerektiğinde amatör spor kulüplerine malzeme vermek ve gerekli desteği sağlamak, amatör takımlar arasında spor müsabakaları düzenlemek, yurt içi ve yurt dışı müsabakalarında üstün başarı gösteren veya derece alan sporculara belediye meclisi kararıyla ödül vermek sayılmaktadır. Aynı maddede, ilçe ve ilk kademe belediyelerinin görev ve yetkileri arasında, spor yerleri ile parkları yapmak görevi sayılmıştır. "Büyükşehir Belediye Başkanı" başlıklı 17. maddesinde ise büyükşehir ve büyükşehir kapsamındaki ilçe ve ilk kademe belediye başkanlarının görevlerinin devamı süresince profesyonel spor kulüplerinin başkanlığını yapamayacakları ve yönetiminde bulunamayacakları

hususunu dzenlenmiŒtir. Aynı kanunun 27.maddesine göre sporu da içine alacak Œekilde, bykŒehir kapsamındaki belediyeler arasında hizmetlerin yerine getirilmesi bakımından uyum ve koordinasyonun, bykŒehir belediyesi tarafından sağlanacağı, yeni kurulan bykŒehir belediyelerinde, spor tesislerinin bykŒehir belediyesi ile bykŒehir kapsamındaki diğer belediyeler arasında dağılımına iliŒkin esasların, bykŒehir belediye meclisi tarafından belirleneceği ifade edilmiŒtir (15).

Sağlıklı yaŒam ve spor merkezleri tüm dünyada olduğu gibi Türkiye’de de sayıları giderek artan ve hizmet sektöründe geniŒ bir yer kaplayan sektör haline gelmiŒtir. Özellikle yoğun iŒ temposu ve hareketsiz yaŒantıya maruz kalan insanların fiziksel, sosyal ve zihinsel anlamda kendilerini tamamlamak için, sağlıklı yaŒam ve spor merkezlerine ciddi anlamda ilgi göstermektedir. Bunun yanı sıra reklam, televizyon programları ve ağızdan ağza pozitif iletiŒimin etkisiyle toplumumuzun büyük kısmında sağlık ve zindelik olgusuna yönelik farkındalık oluŒmakta, bu olguya önem veren bireyler son zamanlarda fitness merkezlerine yönelmektedirler. Fitness sektöründe hizmeti sunan iŒletmelerin artmasıyla birlikte, bu alanda da rekabet söz konusu olmuŒtur. Yoğun rekabet ortamında, iŒletmelerin varlıklarını sürdürebilmeleri için, mŒteri odaklı stratejiler geliŒtirmeleri bir zorunluluk haline gelmiŒtir (40,45).

4. GEREÇ VE YÖNTEM

4.1. Araştırmanın Türü

Bu araştırma Elazığ il merkezinde yerel yönetimlere ait hizmet veren fitness merkezlerine üye olan bireylerin bu merkezlere yönelik hizmet kalitesi algılarının belirlenmesi amacıyla tanımlayıcı olarak yapılmıştır.

4.2. Araştırmanın Yapıldığı Yer ve Zaman

Araştırma Elazığ il merkezinde yerel yönetimlere bağlı hizmet veren 7 fitness merkezinde yürütülmüştür. Araştırmanın saha çalışması Nisan-Mayıs 2015 tarihleri arasında iki aylık bir süreçte tamamlanmıştır.

4.3. Evren ve Örneklem

Bu araştırmanın evrenini Elazığ il merkezinde yerel yönetimlere ait hizmet veren 7 spor merkezine, üç aylık dönem için üye olan 1885 kişi oluşturmuştur. Araştırmanın evreniyle ilgili bilgiler fitness merkezlerinden alınmıştır. Örneklem sayısı $\alpha=0.05$ yanılma düzeyinde ± 0.03 sapma alınarak aşağıdaki formüle göre hesaplanmıştır (46).

$$n = \frac{Nt^2pq}{d^2(N-1) + t^2pq}$$

Bu formüle dayalı olarak örneklem büyüklüğü 503 kişi olarak belirlenmiş, 3 anket değerlendirme dışı bırakılmış ve 500 kişiyle araştırma tamamlanmıştır.

Örneklem grubuna ulaşmak için Elazığ il merkezinde yerel yönetimlere ait hizmet veren fitness merkezleri belirlenmiş, bu merkezlere gidilerek araştırmayı katılmayı kabul eden üyelere anket uygulanmıştır.

4.4. Veri Toplama Araçları

Literatür taraması yapılarak hazırlanan ve 38 sorunun yer aldığı anket formu iki bölümden oluşmaktadır.

Birinci bölümde üyelerin yaş, cinsiyet, eğitim düzeyi, meslek, aktif olarak spor yapma durumları ve fitness merkezine gelme nedenlerini belirlemeye yönelik kişisel bilgi formu bulunmaktadır.

İkinci bölümde üyelerin fitness merkezlerinin hizmet kalitesini değerlendirmeye yönelik ölçek soruları bulunmaktadır. Uçan (2007) tarafından geliştirilen “Spor-Fitness Merkezleri Algılanan Hizmet Kalitesi Ölçeği”31 maddeden ve 6 alt ölçekten oluşmaktadır. Bu ölçekler; fiziksel çevre kalitesi, ortam koşulları kalitesi, egzersiz alet ve ekipman kalitesi, etkileşim kalitesi, çıktı kalitesi ve program kalitesidir. 5’li likert tipi ölçeğin toplam puanı 31-155 arasında değişmektedir. Yüksek puan hizmetten memnuniyeti göstermektedir (47).

Veriler araştırmacı tarafından fitness merkezlerine gidilerek yüz yüze görüşme yöntemiyle toplanmıştır. Veri toplanırken öncelikle araştırmanın amacı uygulama yapılacak üyelere anlatılmış, form doldurmak isteyen üyelere formlar dağıtılmış ve gözetim altında doldurmaları sağlanmıştır. Soruların Cronbach alfa değeri 0.91 olarak belirlenmiştir.

4.5. Verilerin Değerlendirilmesi

Araştırmadan elde edilen veriler bilgisayar ortamına aktarılarak ve SPSS 15.0 paket programı kullanılarak analiz edilmiştir. Veriler sayı, yüzde ve ortalama olarak ifade edilmiş, analizde Pearson ki-kare, bağımsız gruplarda t testi ve tek

yönlü varyans analizikullanılmıştır. Sonuçların yorumlanmasında $p<0.05$ anlamlılık düzeyi ölçüt alınmıştır.

4.6. Araştırmanın Etik Yönü

Bu araştırmanın yürütülmesi için gerekli izin; 10.02.2015 tarihinde 09 nolu etik kurul kararı ile Fırat Üniversitesi Girişimsel Olmayan Araştırmalar Etik Kurulu'ndan izinalındıktan sonra araştırmanın saha çalışması yapılmıştır.

4.7. Araştırmanın Maliyeti

Araştırmanın ulaşım ve kırtasiye giderleri araştırmacı tarafından karşılanmıştır.

5. BULGULAR

Bu bölümde,Elazığ il merkezinde yerel yönetimlere ait hizmet veren fitness merkezlerine üye olan bireylerin bu merkezlere yönelik hizmet kalitesi algılarının belirlenmesi amacıyla yapılan araştırmadan elde edilen verilerin sunulmuştur. Veriler iki ana başlık altında incelenmiştir:

1. Fitness merkezi üyelerinin genel demografik özelliklerine ilişkin tanımlayıcı bulgular
2. Fitness merkezi üyelerinin fitness merkezlerine yönelik hizmet kalitesi algısına ilişkin bulgular

5.1. Fitness merkezi üyelerinin genel demografik özelliklerine ilişkin tanımlayıcı bulgular

Tablo 1. Araştırma kapsamına alınan üyelerin demografik özelliklerinin dağılımı

	Sayı(n=500)	%
Yaş		
15-25 yaş	85	17.0
26-35 yaş	137	27.4
36-45 yaş	161	32.2
46 yaş ve üzeri	117	23.4
Cinsiyet		
Erkek	201	40.2
Kadın	299	59.8
Eğitim Düzeyi		
İlköğretim	49	9.8
Lise	238	47.6
Lisans	169	33.8
Lisansüstü	44	8.8
Çalışma Durumu		
Çalışıyor	259	51.8
Çalışmıyor	241	48.2
Aylık Gelir Durumu		
1000 TL ve altı	226	45.2
1001-2000 TL	148	29.6
2001-3000 TL	86	17.2
3000 TL üzeri	40	8.0

Tablo 1’de araştırmaya dahil olan fitness merkezi üyelerinin yaş, cinsiyet, eğitim düzeyi, çalışma ve aylık gelir durumlarının dağılımı sunulmuştur. Fitness merkezi üyelerinin %55.6’sının 36 yaş ve üzerinde olduğu, %59.8’inin bayan üyelerden oluştuğu, %47.6’sınınlise mezunu olduğu, %51.8’inin gelir getiren bir işte çalıştığı ve %45.2’sinin aylık gelirinin 1000 liranın altında olduğu görölmektedir.

Tablo 2. Fitness merkezi üyelerinin aktif olarak spor yapma ve fitness merkezine gelme nedenlerinin dağılımı

	Sayı	%
Aktif olarak spor yapıyor musunuz?		
Evet	125	25.0
Hayır	375	75.0
Fitness merkezine gelme nedeniniz nedir?*		
Sağlıklı yaşamak	275	59.8
Boş zamanı değerlendirmek	168	36.5
Diğer	17	3.7

*Cevap vermeyenler analiz dışı tutulmuştur.

Araştırma kapsamına alınan fitness merkezi üyelerinin aktif olarak spor yapma durumlarının ve fitness merkezine gelme nedenlerinin dağılımı Tablo 2’de verilmiştir. Üyelerin %75.0’ı aktif olarak spor yapmadığını belirtirken, %59.8’i sağlıklı yaşamak için, fitness merkezine geldiğini ifade etmiştir.

Tablo 3. Fitness merkezi üyelerinin aktif olarak spor yapma durumlarının yaş, cinsiyet ve eğitim düzeyine göre dağılımı

	Aktif olarak spor yapıyor musunuz?				Toplam		X ²	p
	Evet		Hayır		N	%		
	N	%	N	%				
Yaş								
15-25 yaş	39	31.2	46	12.3	85	17.0	29.184	0.000
26-35 yaş	38	30.4	99	26.4	137	27.4		
36 yaş ve üzeri	48	38.4	230	61.3	278	55.6		
Cinsiyet								
Erkek	85	68.0	116	30.9	201	40.2	53.581	0.000
Bayan	40	32.0	259	69.1	299	59.8		
Eğitim Düzeyi								
İlköğretim	3	2.4	46	12.3	49	9.8	17.598	0.000
Lise	52	41.6	186	49.6	238	47.6		
Üniversite	70	56.0	143	38.1	213	42.6		
Toplam	125	25.0 ¹	375	75.0 ¹	500	100.0		

¹ Satır yüzdesi, diğerleri sütun yüzdesidir.

Fitness merkezi üyelerinin aktif olarak spor yapma durumları yaş cinsiyet ve eğitim düzeyine göre incelendiğinde anlamlı farklılık olduğu görülmektedir ($p < 0.05$, Tablo 3). Aktif olarak spor yapmadığını belirten üyelerin %61.3'ü 36 yaş ve üzeri grupta, %69.1'i bayan ve %49.6'sı lise mezunudur.

Tablo 4. Fitness merkezi üyelerinin aktif olarak spor yapma durumlarının meslek ve gelir durumlarına göre dağılımı

	Aktif olarak spor yapıyor musunuz?				Toplam		X ²	p
	Evet		Hayır		N	%		
	N	%	N	%				
Çalışma Durumu								
Çalışıyor	76	60.8	183	48.8	259	51.8	5.407	0.020
Çalışmıyor	49	39.2	192	51.2	241	48.2		
Aylık Gelir Durumu							13.595	0.000
2000 TL ve altı	78	62.4	296	78.9	374	74.8		
2000 TL üstü	47	37.6	79	21.1	126	25.2		
Toplam	125	25.0 ¹	375	75.0 ¹	500	100.0		

¹ Satır yüzdesi, diğerleri sütun yüzdesidir.

Fitness merkezlerine üye olan bireylerin aktif olarak spor yapma durumları çalışma ve aylık gelire göre anlamlı farklılık göstermiştir ($p<0.05$, Tablo 4). Buna göre aktif olarak spor yapan üyelerin %60.8'i gelir getiren bir işte çalışmaktadır. Aktif olarak spor yapmadığını belirten üyelerin %79.8'inin geliri aylık 2000 TL ve altındadır.

Tablo 5. Fitness merkezi üyelerinin fitness merkezine gelme nedenlerinin yaşa göre dağılımı

Fitness merkezine gelme nedenleri*	Yaş grubu				Toplam	
	36 yaş ve altı		36 yaş ve üzeri		N	%
	N	%	N	%		
Sağlıklı yaşamak	100	50.0	175	63.7	275	59.8
Boş zamanı değerlendirmek	86	43.0	82	31.5	168	36.5
Diğer	14	7.0	3	1.2	17	3.7
Toplam	200	43.5 ¹	260	56.5 ¹	460	100.0

$P=0.000X^2=20.185SD=2$

¹ Satır yüzdesi, diğerleri sütun yüzdesidir.

*Cevap belirtmeyenler analiz dışı tutulmuştur.

Araştırmaya katılan üyelerin fitness merkezine gelme nedenlerinin yaş gruplarına göre dağılımı incelendiğinde anlamlı farklılık olduğu görülmektedir ($p<0.05$, Tablo 5). Fitness merkezine sağlıklı yaşamak için geldiğini belirten üyelerin 36 yaş üzeri grup içindeki oranı %63.7 iken bu oran 36 yaş altı grupta %50.0'dır. Boş zamanı değerlendirmek için fitness merkezine geldiğini belirten üyelerin 36 yaş altındaki oranı %43.0 iken bu oran diğer yaş grubunda daha düşüktür (%31.5).

Tablo 6. Fitness merkezi üyelerinin fitness merkezine gelme nedenlerinin cinsiyete göre dağılımı

Fitness merkezine gelme nedenleri*	Cinsiyet				Toplam	
	Erkek		Kadın			
	N	%	N	%	N	%
Sağlıklı yaşamak	94	51.9	181	64.9	275	59.8
Boş zamanı değerlendirmek	81	44.8	87	31.2	168	36.5
Diğer	6	3.3	11	3.9	17	3.7
Toplam	181	39.3 ¹	279	60.7 ¹	460	100.0

P= 0.013 X²=8.726SD=2

¹ Satır yüzdesi, diğerleri sütun yüzdesidir.

*Cevap belirtmeyenler analiz dışı tutulmuştur

Araştırmaya katılan üyelerin fitness merkezine gelme nedenleri üyelerin cinsiyetine göre karşılaştırıldığında farkın anlamlı olduğu belirlenmiştir (p<0.05, Tablo 6). Kadın üyelerin %64.9'u sağlıklı yaşamak için fitness merkezine geldiğini belirtirken bu oran erkek üyelerde %51.9'dur. Erkek üyelerin %44.8'i boş zamanı değerlendirmek için fitness merkezine gelirken, bu oran kadın üyelerde %31.2'dir.

Tablo 7. Fitness merkezi üyelerinin fitness merkezine gelme nedenlerinin eğitim düzeyine göre dağılımı

Fitness merkezine gelme nedenleri*	Eğitim düzeyi						Toplam	
	İlköğretim		Lise		Üniversite			
	N	%	N	%	N	%	N	%
Sağlıklı yaşamak	31	73.8	132	59.7	112	56.9	275	59.8
Boş zamanı değerlendirmek	11	26.2	79	35.7	78	39.6	168	36.5
Diğer	0	0.0	10	4.5	7	3.6	17	3.7
Toplam	42	9.1 ¹	221	48.0 ¹	197	42.8 ¹	460	100.0

P=0.248X²=5.412SD=4

¹ Satır yüzdesi, diğerleri sütun yüzdesidir

*Cevap belirtmeyenler analiz dışı tutulmuştur

Fitness merkezi üyelerinin eğitim düzeylerine göre fitness merkezine gelme nedenleri benzer dağılım göstermiştir ($P>0.05$, Tablo 7).

Tablo 8. Fitness merkezi üyelerinin fitness merkezine gelme nedenlerinin çalışma durumuna göre dağılımı

Fitness merkezine gelme nedenleri*	Çalışma durumu				Toplam	
	Çalışıyor		Çalışmıyor		N	%
	N	%	N	%		
Sağlıklı yaşamak	143	57.9	132	62.0	275	59.8
Boş zamanı değerlendirmek	100	40.5	68	31.9	168	36.5
Diğer	4	1.6	13	6.1	17	3.7
Toplam	247	53.7 ¹	213	46.3 ¹	460	100.0

$P=0.012$ $X^2=8.835$ $SD=2$

¹ Satır yüzdesi, diğerleri sütun yüzdesidir

*Cevap belirtmeyenler analiz dışı tutulmuştur

Fitness merkezine üye olan bireylerin çalışma durumuna göre fitness merkezine gelme nedenlerine bakıldığında çalışma durumunun anlamlı farklılık oluşturduğu gözlenmiştir ($p<0.05$, Tablo 8). Boş zamanını değerlendirmek için geldiğini belirten üyelerin çalışan grup içindeki oranı %40.5 iken çalışmayan grup içindeki oranı daha düşüktür (%31.9).

Tablo 9. Fitness merkezi üyelerinin fitness merkezine gelme nedenlerinin aylık gelire göre dağılımı

Fitness merkezine gelme nedenleri*	Aylık gelir durumu				Toplam	
	2000 TL ve altı		2000 TL üstü		N	%
	N	%	N	%		
Sağlıklı yaşamak	213	62.3	62	52.6	275	59.8
Boş zamanı değerlendirmek	113	33.0	55	46.6	168	36.5
Diğer	16	4.7	1	0.8	17	3.7
Toplam	342	74.3 ¹	118	25.7 ¹	460	100.0

$P=0.010$ $X^2=9.298$ $SD=2$

¹ Satır yüzdesi, diğerleri sütun yüzdesidir

*Cevap belirtmeyenler analiz dışı tutulmuştur

Araştırmaya katılan üyelerin fitness merkezine gelme nedenlerinin dağılımı aylık gelirlerine göre incelendiğinde fark anlamlı bulunmuştur ($p < 0.05$, Tablo 9). Geliri 2000 TL ve altında olan üyelerin %62.3'ü sağlıklı yaşamak için fitness merkezine geldiğini belirtirken bu oran diğer grupta %52.6'dır ve daha düşüktür. Geliri 2000 liranın üzerinde olan üyelerin %46.6'sı boş zamanını değerlendirmek için fitness merkezine geldiğini ifade ederken bu oran geliri 2000 lira ve altında olan grupta %33.0'dır.

5.2. Fitness merkezi üyelerinin, fitness merkezlerine yönelik hizmet kalitesi algısına ilişkin bulgular

Tablo 10. Araştırma kapsamına alınan üyelerin hizmet kalitesi algısı toplam puan ve altölçek puanlarının dağılımı

	Ort±SS	Minimum	Maksimum
Fiziksel çevre kalitesi	27.9±4.8	14	35
Ortam koşulları kalitesi	12.4±2.2	5	15
Egzersiz alet-ekipman kalitesi	11.4±2.4	3	15
Program kalitesi	10.8±2.7	4	15
Etkileşim kalitesi	40.9±6.8	10	50
Çıktı (sonuç) kalitesi	21.6±3.7	5	25
Toplam	125.0±15.6	59	155

Araştırma kapsamına alınan üyelerin ölçeğin tamamından aldıkları puanın ortalaması 125.0±15.6'dır (min. 59-maks.155). Alt ölçek puanları incelendiğinde üyelerin fiziksel çevre kalitesi puan ortalaması 27.9±4.8 (min. 14-maks.35), ortam koşulları kalitesi puan ortalaması 12.4±2.1 (min.5-maks.15), egzersiz alet-ekipmanlarına ait puan ortalaması 11.4±2.4 (min.3- maks.15), program kalitesi puan ortalaması 10.8±2.7 (min.4-maks.15), etkileşim kalitesi puan ortalaması

40.9±6.8 (min.10-maks.50), çıktı (sonuç) kalitesi puan ortalaması 21.6±3.7 (min.5-maks.25) olarak belirlenmiştir.

Tablo 11. Araştırma kapsamına alınan üyelerin fiziksel çevre kalitesi puan ortalamalarının yaş ve eğitim düzeyine göre dağılımı

		Fiziksel Çevre Kalitesi	P
		Ort±SS	
Yaş	15-25 yaş (n=85)	27.6±4.8	<i>F=0.189,</i> <i>P=0.828</i>
	26-35 yaş (n=137)	27.9±4.8	
	36 yaş ve üzeri (n=278)	27.9±4.9	
Eğitim Düzeyi	İlköğretim (n=49)	28.0±4.9	<i>F= 0.127,</i> <i>P=0.880</i>
	Lise (n=238)	28.0±4.9	
	Üniversite (n=213)	27.8±4.8	

Araştırma kapsamına alınan üyelerin fiziksel çevre kalitesi puan ortalamalarının yaş ve eğitim düzeyine göre dağılımına bakıldığında anlamlı bir farklılık oluşturmadığı, benzer dağılım oluşturduğu görülmektedir ($p>0.05$, Tablo 11).

Tablo 12. Araştırma kapsamına alınan üyelerin cinsiyet, çalışma durumu ve aylık gelirlerine göre fiziksel çevre kalitesi puan ortalamalarının dağılımı

		Fiziksel Çevre Kalitesi	P
		Ort±SS	
Cinsiyet	Bay (n=201)	28.6±4.2	<i>t=2.647,</i> <i>p=0.008</i>
	Bayan (n=299)	27.5±5.2	
Çalışma durumu	Çalışıyor (n=259)	28.2±4.8	<i>t=1.270,</i> <i>p=0.205</i>
	Çalışmıyor (n=241)	27.6±4.9	
Aylık Gelir Durumu	2000 TL ve altı (n=374)	27.9±4.9	<i>t=0.009,</i> <i>p=0.993</i>
	2000 TL üzeri (n=126)	27.9±4.8	

Tablo 12 incelendiğinde araştırma kapsamına alınan üyelerin fiziksel çevre kalitesi puan ortalamaları cinsiyete göre incelendiğinde anlamlı farklılık olduğu

görülmektedir ($p < 0.05$). Erkek üyelerin puan ortalaması bayan üyelere göre yüksek bulunmuştur. Üyelerin çalışma durumu ve aylık gelirlerine göre fiziksel çevre kalitesi puan ortalaması benzerlik göstermiştir ($p > 0.05$).

Tablo 13. Araştırma kapsamına alınan üyelerin fiziksel çevre kalitesi puan ortalamalarının aktif olarak spor yapma durumlarına göre dağılımı

		Fiziksel Çevre Kalitesi		P
		Ort±SS		
Aktif olarak spor yapıyor musunuz?	Evet (n=125)	28.5±4.6		$t=1.503, p=0.133$
	Hayır (n=375)	27.7±4.9		

Fitnes merkezi üyelerinin fiziksel çevre kalitesi puan ortalamaları, aktif olarak spor yapma durumlarıyla karşılaştırılmış ancak anlamlı farklılık bulunmamıştır ($p > 0.05$, Tablo 13)

Tablo 14. Araştırma kapsamına alınan üyelerin fiziksel çevre kalitesi puan ortalamalarının fitness merkezine gelme nedenlerine göre dağılımı

Fitness merkezine gelme nedenleri*	Fiziksel Çevre Kalitesi		P
	Ort±SS		
Sağlıklı yaşamak (n=275)	27.9±4.8		$F=0.029, P=0.972$
Boş zamanı değerlendirmek (n=168)	27.9±4.9		
Diğer (n=17)	27.7±4.8		

*Cevap belirtmeyenler analiz dışı bırakılmıştır

Araştırma kapsamına alınan üyelerin fiziksel çevre kalitesi puan ortalamalarının fitness merkezine gelme nedenlerine göre dağılımı farklılık göstermemiştir ($p > 0.05$, Tablo 14).

Tablo 15. Araştırma kapsamına alınan üyelerin ortam koşulları kalitesi puan ortalamalarının yaş ve eğitim düzeyine göre dağılımı

		Ortam Koşulları Kalitesi	
		Ort±SS	P
Yaş	15-25 yaş (n=85)	12.5±2.1	<i>F=0.089, P=0.914</i>
	26-35 yaş (n=137)	12.5±2.1	
	36 yaş ve üzeri (n=278)	12.4±2.2	
Eğitim Düzeyi	İlköğretim (n=49)	12.4±2.4	<i>F=0.399, P=0.672</i>
	Lise (n=238)	12.3±2.2	
	Üniversite (n=213)	12.5±2.0	

Tablo 15’de fitness merkezine üye olan bireylerin ortam kalitesi puan ortalamalarının yaş ve eğitim düzeylerine göre dağılımı verilmiştir. Puan ortalamalarının yaş gruplarına göre ve eğitim düzeyleri arasında benzerlik gösterdiği belirlenmiştir ($p>0.05$, Tablo 15).

Tablo 16. Araştırma kapsamına alınan üyelerin ortam koşulları kalitesi puan ortalamalarının cinsiyet, çalışma durumu ve aylık gelirlerine göre dağılımı

		Ortam Koşulları Kalitesi	
		Ort±SS	P
Cinsiyet	Bay (n=201)	12.5±1.9	<i>t=0.464,</i> <i>p=0.643</i>
	Bayan (n=299)	12.4±2.3	
Çalışma durumu	Çalışıyor (n=259)	12.5±2.0	<i>t=1.002,</i> <i>P=0.317</i>
	Çalışmıyor (n=241)	12.3±2.3	
Aylık Gelir Durumu	2000 TL ve altı (n=374)	12.5±2.1	<i>t=1.575,</i> <i>P=0.116</i>
	2000 TL üzeri (n=126)	12.2±2.2	

Araştırma kapsamına alınan üyelerin ortam koşulları kalitesi puan ortalamalarının cinsiyet, çalışma durumu ve aylık gelirlerine göre dağılımları incelendiğinde; cinsiyetin, çalışma durumunun ve aylık gelirin puan ortalamaları üzerinde anlamlı bir farklılık oluşturmadığı görülmektedir ($p>0.05$, Tablo 16).

Tablo 17. Araştırma kapsamına alınan üyelerin ortam koşulları kalitesi puan ortalamalarının aktif olarak spor yapma durumlarına göre dağılımı

		Ortam Koşulları Kalitesi	
		Ort±SS	P
Aktif olarak spor yapıyor musunuz?	Evet (n=125)	12.5±2.0	t=0.215, p=0.830
	Hayır (n=375)	12.4±2.2	

Fitness merkezi üyelerinin ortam koşulları kalitesi puan ortalaması, üyelerin aktif olarak spor yapma durumlarına göre dağılımının benzer olduğu belirlenmiştir ($p < 0.05$, Tablo 17).

Tablo 18. Araştırma kapsamına alınan üyelerin ortam koşulları kalitesi puan ortalamalarının fitness merkezine gelme nedenlerine göre dağılımı

Fitness merkezine gelme nedenleri*	Ortam Koşulları Kalitesi	
	Ort±SS	P
Sağlıklı yaşamak (n=275)	12.5±2.2	$F=0.865, P=0.422$
Boş zamanı değerlendirmek (n=168)	12.3±2.1	
Diğer (n=17)	12.0±2.2	

*Cevap belirtmeyenler analiz dışı bırakılmıştır

Tablo 18’de araştırma kapsamına alınan üyelerin ortam koşulları kalitesi puan ortalamalarının fitness merkezine gelme nedenlerine göre dağılımı incelendiğinde puan ortalamalarının birbirine çok yakın olduğu görülmektedir ($p > 0.05$).

Tablo 19. Araştırma kapsamına alınan üyelerin egzersiz alet-ekipman kalitesi puan ortalamalarının yaş ve eğitim düzeyine göre dağılımı

		Egzersiz Alet- Ekipman Kalitesi	
		Ort±SS	P
Yaş	15-25 yaş (n=85)	11.1±2.4	<i>F=1.899, P=0.151</i>
	26-35 yaş (n=137)	11.7±2.1	
	36 yaş ve üzeri (n=278)	11.3±2.5	
Eğitim Düzeyi	İlköğretim (n=49)	11.1±2.6	<i>F=1.311, P=0.271</i>
	Lise (n=238)	11.2±2.5	
	Üniversite (n=213)	11.6±2.2	

Fitness merkezine üye olan bireylerin egzersiz alet-ekipman kalitesi puan ortalamaları yaş gruplarına ve eğitim düzeylerine göre benzer dağılım göstermiştir ($p>0.05$, Tablo 19).

Tablo 20. Araştırma kapsamına alınan üyelerin egzersiz alet-ekipman kalitesi puan ortalamalarının cinsiyet, çalışma durumu ve aylık gelirlerine göre dağılımı

		Egzersiz Alet- Ekipman Kalitesi	
		Ort±SS	P
Cinsiyet	Bay (n=201)	11.4±2.1	<i>t=0.244, p=0.808</i>
	Bayan (n=299)	11.3±2.6	
Çalışma durumu	Çalışıyor (n=259)	11.5±2.2	<i>t=1.703, p=0.089</i>
	Çalışmıyor (n=241)	11.2±2.6	
Aylık Gelir Durumu	2000 TL ve altı (n=374)	11.4±2.5	<i>t=1.362, P=0.174</i>
	2000 TL üzeri (n=126)	11.1±2.6	

Araştırma kapsamına alınan üyelerin egzersiz alet-ekipman kalitesi puan ortalamalarının cinsiyet, çalışma durumu ve aylık gelirlerine göre dağılımı Tablo 20’de verilmiştir. Her üç değişken için puan ortalamalarının benzer dağılım gösterdiği görülmektedir ($p>0.05$).

Tablo 21. Araştırma kapsamına alınan üyelerin egzersiz alet-ekipman kalitesi puan ortalamalarının aktif olarak spor yapma durumlarına göre dağılımı

		Egzersiz Alet- Ekipman Kalitesi	
		Ort±SS	P
Aktif olarak spor yapıyor	Evet (n=125)	11.4±2.2	<i>t=-0.021,</i>
musunuz?	Hayır (n=375)	11.4±2.5	<i>p=0.983</i>

Araştırma kapsamına alınan üyelerin egzersiz alet-ekipman kalitesi puan ortalamalarının aktif olarak spor yapma durumlarına göre dağılımı anlamlı farklılık oluşturmamıştır ($p>0.05$, Tablo 21)

Tablo 22. Araştırma kapsamına alınan üyelerin egzersiz alet-ekipman kalitesi puan ortalamalarının fitness merkezine gelme nedenlerine göre dağılımı

Fitness merkezine gelme nedenleri*	Egzersiz Alet- Ekipman Kalitesi	
	Ort±SS	P
Sağlıklı yaşamak (n=275)	11.4±2.4	<i>F=1.125, P=0.326</i>
Boş zamanı değerlendirmek (n=168)	11.4±2.4	
Diğer (n=17)	10.5±2.6	

*Cevap belirtmeyenler analiz dışı bırakılmıştır

Tablo 22’de fitness merkezi üyelerinin egzersiz alet-ekipman kalitesi puan ortalamalarının fitness merkezine gelme nedenlerine göre dağılımı verilmiştir. Üyelerin puan ortalamaları birbirine çok yakındır ve anlamlı farklılık oluşturmamaktadır ($p>0.05$).

Tablo 23. Araştırma kapsamına alınan üyelerin program kalitesi puan ortalamalarının yaş ve eğitim düzeyine göre dağılımı

		Program Kalitesi	
		Ort±SS	P
Yaş	15-25 yaş (n=85)	10.7±2.8	<i>F=0.215, P=0.806</i>
	26-35 yaş (n=137)	10.9±2.5	
	36 yaş ve üzeri (n=278)	10.7±2.7	
Eğitim Düzeyi	İlköğretim (n=49)	10.4±2.9	<i>F=0.486, P=0.615</i>
	Lise (n=238)	10.8±2.7	
	Üniversite (n=213)	10.8±2.7	

Araştırma kapsamına alınan üyelerin program kalitesi puan ortalamaları üyelerin yaşlarına ve eğitim düzeylerine göre incelenmiş, analiz sonucuna göre puan ortalamaları istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır ($p>0.05$, Tablo 23).

Tablo 24. Araştırma kapsamına alınan üyelerin program kalitesi puan ortalamalarının üyelerin cinsiyet, çalışma durumu ve aylık gelirlerine göre dağılımı

		Program Kalitesi	
		Ort±SS	P
Cinsiyet	Bay (n=201)	10.7±2.3	<i>t=-0.627, p=0.531</i>
	Bayan (n=299)	10.8±2.9	
Çalışma Durumu	Çalışıyor (n=259)	10.9±2.5	<i>t=0.700, p=0.484</i>
	Çalışmıyor (n=241)	10.7±2.9	
Aylık Gelir Durumu	2000 TL ve altı (n=374)	10.9±2.8	<i>t=1.385, p=0.167</i>
	2000 TL üzeri (n=126)	10.5±2.3	

Fitness merkezlerine üye olan bireylerin program kalitesi puan ortalamaları, üyelerin cinsiyet, çalışma durumu ve aylık gelirlerine göre anlamlı farklılık oluşturmamıştır ($p>0.05$, Tablo 24).

Tablo 25. Araştırma kapsamına alınan üyelerin program kalitesi puan ortalamalarının aktif olarak spor yapma durumlarına göre dağılımı

		Program Kalitesi	
		Ort±SS	P
Aktif olarak spor yapıyor musunuz?	Evet (n=125)	10.6±2.5	$t=-0.860,$
	Hayır (n=375)	10.8±2.8	$p=0.390$

Tablo 25’de araştırma kapsamına alınan üyelerin program kalitesi puan ortalamalarının, üyelerin aktif olarak spor yapma durumlarına göre dağılımı verilmiştir. Puan ortalamalarının benzer dağılım gösterdiği belirlenmiştir ($p>0.05$).

Tablo 26. Araştırma kapsamına alınan üyelerin program kalitesi puan ortalamalarının fitness merkezine gelme nedenlerine göre dağılımı

Fitness merkezine gelme nedenleri*	Program Kalitesi	
	Ort±SS	P
Sağlıklı yaşamak (n=275)	11.0±2.8	
Boş zamanı değerlendirmek (n=168)	10.6±2.6	$F=1.302, P=0.273$
Diğer (n=17)	10.2±2.7	

*Cevap belirtmeyenler analiz dışı bırakılmıştır

Araştırmaya dahil olan üyelerin program kalitesi puan ortalamalarının fitness merkezine gelme nedenlerine göre dağılımına bakıldığında, sağlıklı yaşamak için fitness merkezine geldiğini belirten üyelerin puanı en düşük olmakla birlikte, istatistiksel olarak anlamlı farklılık oluşturmamıştır ($p>0.05$, Tablo 26).

Tablo 27. Araştırma kapsamına alınan üyelerin etkileşim kalitesi puan ortalamalarının yaş ve eğitim düzeyine göre dağılımı

		Etkileşim Kalitesi	
		Ort±SS	P
Yaş	15-25 yaş (n=85)	40.9±6.5	<i>F=2.499,</i> <i>P=0.083</i>
	26-35 yaş (n=137)	42.1±6.2	
	36 yaş ve üzeri (n=278)	40.5±7.3	
Eğitim Düzeyi	İlköğretim (n=49)	41.4±6.3	<i>F=0.423,</i> <i>P=0.655</i>
	Lise (n=238)	40.7±6.9	
	Üniversite (n=213)	41.1±7.0	

Tablo 27’de araştırmaya alınan üyelerin etkileşim kalitesi puan ortalamalarının yaş ve eğitim düzeyine göre dağılımı görülmektedir. 26-35 yaş arasında yer alan üyelerin puan ortalaması diğer yaş gruplarından yüksektir ancak farklılık anlamlı değildir. Üyelerin eğitim düzeylerine göre puan ortalamaları benzer dağılım göstermiştir ($p>0.05$).

Tablo 28. Araştırma kapsamına alınan üyelerin etkileşim kalitesi puan ortalamalarının cinsiyet, çalışma durumu ve aylık gelirlerine göre dağılımı

		Etkileşim Kalitesi	
		Ort±SS	P
Cinsiyet	Bay (n=201)	42.4±4.6	<i>t=3.884,</i> <i>p=0.000</i>
	Bayan (n=299)	40.0±7.9	
Çalışma durumu	Çalışıyor (n=259)	41.5±7.0	<i>t=1.659,</i> <i>p=0.098</i>
	Çalışmıyor (n=241)	40.4±6.8	
Aylık Gelir Durumu	2000 TL ve altı (n=374)	40.9±7.0	<i>t=-0.240,</i> <i>p=0.811</i>
	2000 TL üzeri (n=126)	41.1±6.6	

Araştırmaya dahil olan üyelerin etkileşim kalitesi puan ortalamalarının, üyelerin cinsiyet, çalışma durumu ve aylık gelirlerine göre dağılımı Tablo 28’de verilmiştir. Erkek üyelerin puan ortalaması kadın üyelerden anlamlı düzeyde

yüksektir ($p<0.05$). Üyelerin puan ortalaması çalışma durumu ve aylık gelirlerine göre benzer dağılım göstermiştir ($p>0.05$).

Tablo 29. Araştırma kapsamına alınan üyelerin etkileşim kalitesi puan ortalamalarının aktif olarak spor yapma durumlarına göre dağılımı

		Etkileşim Kalitesi	
		Ort±SS	P
Aktif olarak spor yapıyor musunuz?	Evet (n=125)	41.6±5.9	$t=1.186, p=0.236$
	Hayır (n=375)	40.8±7.2	

Tablo 29'da araştırma kapsamına alınan üyelerin etkileşim kalitesi puan ortalamalarının üyelerin aktif olarak spor yapma durumlarına göre dağılımı verilmiştir. Aktif olarak spor yaptığını belirten üyelerin puan ortalaması daha yüksek olmakla birlikte, farklılık anlamlı bulunmamıştır ($p>0.05$).

Tablo 30. Araştırma kapsamına alınan üyelerin fitness merkezine gelme nedenlerine göre etkileşim kalitesi puan ortalamalarının dağılımı

Fitness merkezine gelme nedenleri*	Etkileşim Kalitesi	
	Ort±SS	P
Sağlıklı yaşamak (n=275)	41.3±7.0	$F=0.887, P=0.413$
Boş zamanı değerlendirmek (n=168)	40.8±7.0	
Diğer (n=17)	39.1±6.3	

*Cevap belirtmeyenler analiz dışı bırakılmıştır

Üyelerin etkileşim kalitesi puan ortalaması, fitness merkezlerine gelme nedenlerine göre incelendiğinde, sağlıklı yaşamak için fitness merkezine geldiğini belirten üyelerin puanları daha yüksek olduğu görülmektedir ancak bu durum istatistiksel olarak anlamlı değildir ($p>0.05$, Tablo 30).

Tablo 31. Araştırma kapsamına alınan üyelerin çıktı (sonuç) kalitesi puan ortalamalarının yaş ve eğitim düzeyine göre dağılımı

		Çıktı (Sonuç)	
		Kalitesi	
		Ort±SS	P
Yaş	15-25 yaş (n=85)	21.1±3.8	<i>F=1.430,</i> <i>P=0.240</i>
	26-35 yaş (n=137)	22.0±3.2	
	36 yaş ve üzeri (n=278)	21.5±3.7	
Eğitim Düzeyi	İlköğretim (n=49)	22.0±3.5	<i>F=0.437,</i> <i>P=0.646</i>
	Lise (n=238)	21.5±3.8	
	Üniversite (n=213)	21.5±3.5	

Tablo 31’de araştırma kapsamına alınan üyelerin çıktı (sonuç) kalitesi puan ortalamalarının yaş ve eğitim düzeyine göre dağılımı verilmiştir. Üyelerin yaş gruplarına ve eğitim düzeylerine göre puan ortalamalarının dağılımı benzerlik göstermektedir ($p>0.05$).

Tablo 32. Araştırma kapsamına alınan üyelerin çıktı (sonuç) kalitesi puan ortalamalarının cinsiyet, çalışma durumu ve aylık gelirlerine göre dağılımı

		Çıktı	
		(Sonuç)Kalitesi	
		Ort±SS	P
Cinsiyet	Bay (n=201)	22.3±2.7	<i>t=3.986, p=0.000</i>
	Bayan (n=299)	21.0±4.1	
Çalışma Durumu	Çalışıyor (n=259)	22.0±3.6	<i>t=2.540, p=0.011</i>
	Çalışmıyor (n=241)	21.1±3.7	
Aylık Gelir Durumu	2000 TL ve altı (n=374)	21.5±3.8	<i>t=-0.890,</i> <i>p=0.374</i>
	2000 TL üzeri (n=126)	21.8±3.4	

Üyelerin çıktı (sonuç) kalitesi puan ortalamalarının cinsiyet, çalışma durumu ve aylık gelirlerine göre dağılımı Tablo 32’de görülmektedir. Erkek üyelerin puan ortalaması kadın üyelerden, çalışan üyelerin puan ortalaması

çalışmayan üyelere yüksektir ve farklılık anlamlıdır ($p<0.05$). Üyelerin aylık gelir durumları, çıktı kalitesi puan ortalamaları üzerinde etkili bir faktör olarak bulunmamıştır ($p>0.05$).

Tablo 33. Araştırma kapsamına alınan üyelerin çıktı (sonuç) kalitesi puan ortalamalarının aktif olarak spor yapma durumlarına göre dağılımı

		Çıktı (Sonuç) Kalitesi	
		Ort±SS	P
Aktif olarak spor yapıyor musunuz?	Evet (n=125)	21.8±3.3	$t=0.880$, $p=0.379$
	Hayır (n=375)	21.5±3.8	

Araştırmaya katılan üyelerin çıktı (sonuç) kalitesi puan ortalamalarının, üyelerin aktif olarak spor yapma durumlarına göre dağılımı incelendiğinde puan ortalamalarının birbirine çok yakın olduğu görülmektedir ($p>0.05$, Tablo 33).

Tablo 34. Araştırma kapsamına alınan üyelerin çıktı (sonuç) kalitesi puan ortalamalarının fitness merkezine gelme nedenlerine göre dağılımı

Fitness merkezine gelme nedenleri*		Çıktı (sonuç) Kalitesi	
		Ort±SS	P
Sağlıklı yaşamak (n=275)		21.6±3.7	$F=0.060$, $P=0.942$
Boş zamanı değerlendirmek (n=168)		21.6±3.7	
Diğer (n=17)		21.8±4.0	

*Cevap belirtmeyenler analiz dışı bırakılmıştır

Tablo 34 incelendiğinde fitness merkezi üyelerinin çıktı (sonuç) kalitesi puan ortalamalarının fitness merkezine gelme nedenlerine göre dağılımına bakıldığında anlamlı farklılık olmadığı, dağılımın benzer olduğu görülmektedir ($p>0.05$).

Tablo 35. Araştırma kapsamına alınan üyelerin ölçek toplam puan ortalamalarının yaş ve eğitim düzeyine göre dağılımı

		Toplam puan	
		Ort±SS	P
Yaş	15-25 yaş (n=85)	123.9±16.9	<i>F=1.612, P=0.201</i>
	26-35 yaş (n=137)	127.0±13.0	
	36 yaş ve üzeri (n=278)	124.3±16.4	
Eğitim Düzeyi	İlköğretim (n=49)	124.3±16.5	<i>F=0.152, P=0.859</i>
	Lise (n=238)	124.6±16.2	
	Üniversite (n=213)	125.4±14.9	

Tablo 35 incelendiğinde ölçek toplam puan ortalamasının 26-35 yaş arası grupta daha yüksek olduğu ancak bu farklılığın anlamlı olmadığı görülmektedir ($p>0.05$). Eğitim düzeyine göre ise üyelerin toplam puan ortalaması benzer dağılım göstermiştir ($p>0.05$)

Tablo 36. Araştırma kapsamına alınan üyelerin cinsiyet, çalışma durumu ve aylık gelirlerine göre toplam puan ortalamalarının dağılımı

		Ölçek Toplam Puan	
		Ort±SS	P
Cinsiyet	Bay (n=201)	127.9±11.9	<i>t=3.449, p=0.001</i>
	Bayan (n=299)	123.0±17.5	
Çalışma Durumu	Çalışıyor (n=259)	126.5±14.9	<i>t=2.242, p=0.025</i>
	Çalışmıyor (n=241)	123.4±16.3	
Aylık Gelir Durumu	2000 TL ve altı (n=374)	125.1±15.8	<i>t=0.353, p=0.724</i>
	2001 TL üzeri (n=126)	124.6±15.4	

Araştırma kapsamına alınan üyelerin ölçek toplam puan ortalamaları cinsiyete göre karşılaştırıldığında erkek üyelerin puan ortalamasının anlamlı düzeyde yüksek olduğu belirlenmiştir ($p<0.05$). Üyelerin ölçek toplam puan ortalamaları üyelerin çalışma durumu ve aylık gelirlerine göre incelendiğinde, çalışan üyelerin

toplam puan ortalamalarının anlamlı düzeyde yüksek olduğu ($p<0.05$) ancak aylık gelir durumunun anlamlı bir farklılık oluşturmadığı belirlenmiştir ($p>0.05$, Tablo 36).

Tablo 37. Araştırma kapsamına alınan üyelerin ölçek toplam puan ortalamalarının aktif olarak spor yapma durumlarına göre dağılımı

		Ölçek Toplam Puan	
		Ort±SS	P
Aktif olarak spor yapıyor musunuz?	Evet (n=125)	126.3±14.3	$t=1.070, p=0.285$
	Hayır (n=375)	124.5±16.1	

Tablo 37'ye bakıldığında araştırma kapsamına alınan üyelerin ölçek toplam puan ortalamalarının aktif olarak spor yapma durumlarına göre dağılımı görülmektedir. Aktif spor yapan üyelerin puan ortalaması yüksek olmakla birlikte istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır ($p>0.05$).

Tablo 38. Araştırma kapsamına alınan üyelerin ölçek toplam puan ortalamalarının fitness merkezine gelme nedenlerine göre dağılımı

Fitness merkezine gelme nedenleri*	Ölçek Toplam Puan	
	Ort±SS	P
Sağlıklı yaşamak (n=275)	125.8±15.5	$F=0.787, P=0.456$
Boş zamanı değerlendirmek (n=168)	124.7±15.8	
Diğer (n=17)	121.3±16.5	

*Cevap belirtmeyenler analiz dışı bırakılmıştır

Araştırmaya dahil olan üyelerin ölçek toplam puan ortalamaları, fitness merkezine gelme nedenlerine göre karşılaştırılmış anlamlı bir farklılık bulunmamıştır ($p>0.05$, Tablo 38).

6.TARTIŞMA

Elazığ il merkezinde yerel yönetimlere ait hizmet veren fitness merkezlerine üye olan bireyleri kapsayan araştırma bulgularının tartışması iki ana başlık altında sunulmuştur:

1. Fitness merkezi üyelerinin genel demografik özelliklerine ilişkin tanımlayıcı bulguların tartışması
2. Fitness merkezi üyelerinin fitness merkezlerine yönelik hizmet kalitesi algısına ilişkin bulguların tartışması

6.1. Fitness merkezi üyelerinin genel demografik özelliklerine ilişkin tanımlayıcı bulguların tartışması

Araştırma kapsamına alınan fitness merkezi üyelerinin %55.6'sı 36 yaş ve üzeri grupta yer almaktadır (Tablo 1). Bu bulgu Elazığ ilinde orta yaş ve üstü bireylerin fitness merkezlerini daha çok tercih ettiğini göstermektedir. Araştırma bulgumuzdan farklı olarak, Manisa kent merkezinde yapılan bir çalışmada 36 yaş üstü üyelerin oranı %17.1, Eskişehir'de yapılan çalışmada 36 yaş üstü üyelerin oranı %14.7 olarak belirlenmiştir (48,49).

Araştırmaya katılan fitness merkezi üyelerinin %59.8'ini kadınlar oluşturmaktadır (Tablo 1). Yakın bir bulgu olarak Ayas'ın çalışmasında üyelerin %54.1'ini kadınlar oluşturmaktadır (50). Öztürk ve arkadaşlarının çalışmasında kadın üyelerin oranı %43.6, Katırcı ve Oyman'ın çalışmasında %39.4, Arğan ve Köse'nin çalışmasında %39.1, Yıldız'ın çalışmasında (2012) %38.1'dir (45,49,51,52). Yıldız ve Tüfekçi'nin yaptıkları çalışmada fitness merkezi üyelerinin %48.3'ü kadındır (53). Solmaz ve Aydın'ın çalışmasında kadın üyelerin oranı %27.0'dır (54). Bu oranlar araştırma bulgumuzdan daha düşüktür. Bu farklılık,

araştırmanın yapıldığı illerin sosyo demografik özelliklerden kaynaklanıyor olabilir.

Araştırmaya katılan üyelerin eğitim düzeyleri incelendiğinde yarıya yakınının (%47.6) lise mezunu, %42.6'sının üniversite mezunu olduğu görülmüştür (Tablo 1). Arğan ve Köse'nin çalışmasında lise mezunu üyelerin oranı %25.1, üniversite mezunu üyelerin oranı %74.5 olarak bulunmuştur (51). Lapa ve Baştaç'ın (2012) çalışmasında lise ve dengi okullardan mezun üyelerin oranı %40.4, üniversite mezunu üyelerin oranı %59.6 olarak belirlenmiştir (55).Beşikçi ve arkadaşlarının çalışmasında üyelerin %76.4'ü yükseköğrenime sahiptir (48).Solmaz ve Aydın'ın çalışmasında lise mezunu üyelerin oranı %19.0, yükseköğretim de okumuş üyelerin oranı %67.3'tür (54). Ayas'ın çalışmasında lise mezunu üyelerin oranı %27.1, yükseköğretimde okumuş üyelerin oranı ise %70.6 olarak bulunmuştur (50).Katırcı ve Onağ'ın çalışmasında lise mezunlarının oranı %9.2, yükseköğretim mezunlarının oranı %90.8'dir (49). Bu sonuçlar araştırma bulgumuzdan farklılık göstermektedir.

Fitness merkezi üyelerinin %51.8'i gelir getiren bir işte çalışmaktadır. Üyelerin aylık gelirleri incelendiğinde %45.2'sinin aylık geliri 1000 liranın altında, %54.8'inin geliri 1000 liranın üzerindedir (Tablo 1). Türkiye Eylül 2015açlık sınırı 1361 lira olarak belirlenmiştir. Buna göre üyelerin %45.2'si açlık sınırının altında gelire sahiptir (56).Literatür incelendiğinde Solmaz ve Aydın'ın çalışmasında aylık geliri 1000 liranın altında olan üyelerin oranı %30.5,Ayas'ın çalışmasında aylık geliri 1000 liranın altında olan üyelerin oranı %42.2 olarak bulunmuştur (50,54).

Araştırma kapsamına olan üyelerin %75.0'ı aktif olarak spor yapmadığını belirtirken, %59.8'i sağlıklı yaşamak için, fitness merkezine geldiğini ifade etmiştir (Tablo 2).Solmaz ve Aydın'ın çalışmasında üyelere fitness merkezlerine gelme nedenleri sorulmuş üyelerin %75.2'si sağlıklı bir yaşam için cevabını vermiştir (54).Bu sonuç araştırma bulgumuzla benzerlik göstermektedir. Ayas'ın çalışmasında sağlıklı bir yaşam için fitness merkezine geldiğini belirten üyelerin oranı %50.8'dir ve araştırma bulgumuzdan düşüktür (50).

Fitness merkezi üyelerinin aktif olarak spor yapma durumları yaşa göre anlamlı farklılık olduğu belirlenmiştir(Tablo 3). Aktif olarak spor yapmadığını belirten üyelerin %61.3'ü 36 yaş ve üzeri gruptadır. Yaşın ilerlemesiyle birlikte spor yapma oranı da azalmaktadır.Pepe ve Kuru'nun çalışmasında,spor yapanların yaşlarının 16-21 sınırları içerisinde yoğunlaştığı, 24 yaştan itibaren de anlamlı bir azalmanın olduğu görülmüştür (57). Bu bulgu araştırmamızla paralellik göstermektedir.

Bir toplum içinde kadının spora katılımı, kadının o toplum içerisindeki genel statüsünün bir göstergesidir. Dünya genelinde de kadının konumu ve kendisine biçilen roller düşünüldüğünde, spor içinde kadının sporcu özelliğinden önce cinsiyetiyle değerlendirildiği söylenebilir. Araştırmaya katılan bayan üyelerin %32.0'ı aktif olarak spor yaptığını belirtirken bu oran erkek üyelere %68.0'dır ve fark anlamlıdır (Tablo 3).

Araştırmada aktif olarak spor yaptığını belirten üyelerin %56.0'ı üniversite mezunudur. Bunu sırasıyla %41.6 ile lise mezunları %2.4 ile ilkokul mezunları izlemiştir (Tablo 3).Eğitim seviyesinin yükselmesiyle birlikte spora verilen

önemin arttığı görülmektedir. Pepe ve Kuru'nun çalışması araştırma bulgumuzu desteklemektedir (57).

Fitness merkezlerine üye olan bireylerin aktif olarak spor yapma durumları çalışma ve aylık gelire göre anlamlı farklılık göstermiştir (Tablo 4). Buna göre aktif olarak spor yapan üyelerin %60.8'i gelir getiren bir işte çalışmaktadır. Aktif olarak spor yapmadığını belirten üyelerin %79.8'inin geliri aylık 2000 TL ve altındadır. Bu bulgular sosyo-ekonomik yapının spora katılım düzeyini etkilediğini göstermektedir.

Araştırmaya katılan üyelerin fitness merkezine gelme nedenlerinin yaş gruplarına göre dağılımı incelendiğinde anlamlı farklılık olduğu görülmektedir ($p<0.05$, Tablo 5). Fitness merkezine sağlıklı yaşamak için geldiğini belirten üyelerin 36 yaş üzeri grup içindeki oranı %63.7 iken bu oran 36 yaş altı grupta %50.0'dır. Bu bulgu yaşın ilerlemesiyle birlikte sağlığı korumanın, geliştirmenin daha öncelikli olduğunu göstermektedir. Ayas'ın çalışmasında sağlıklı olmak için fitness merkezine geldiğini belirten üyelerin oranı 46-55 yaş grubunda daha yüksek çıkmıştır ve araştırma bulgumuzu desteklemektedir (50).

Araştırmaya katılan üyelerin fitness merkezine gelme nedenleri üyelerin cinsiyetine göre karşılaştırıldığında farkın anlamlı olduğu belirlenmiştir (Tablo 6). Kadın üyelerin %64.9'u sağlıklı yaşamak için fitness merkezine geldiğini belirtirken bu oran erkek üyelerde %51.9'dur. Erkek üyelerin %44.8'i boş zamanı değerlendirmek için fitness merkezine gelirken, bu oran kadın üyelerde %31.2'dir. Farklı bir bulgu olarak Ayas'ın çalışmasında, sağlıklı olmak için fitness merkezine geldiğini belirten bayan üyelerin oranı %37.8 iken erkek üyelerde bu oran %66.9 olarak bulunmuştur (50).

Fitness merkezine üye olan bireylerin çalışma durumuna göre fitness merkezine gelme nedenlerine bakıldığında çalışma durumunun anlamlı farklılık oluşturduğu gözlenmiştir (Tablo 8). Boş zamanını değerlendirmek için geldiğini belirten üyelerin çalışan grup içindeki oranı %40.5 iken çalışmayan grup içindeki oranı daha düşüktür (%31.9).

Araştırmaya katılan üyelerin fitness merkezine gelme nedenlerinin dağılımı aylık gelirlerine göre incelendiğinde fark anlamlı bulunmuştur (Tablo 9). Geliri 2000 TL ve altında olan üyelerin %62.3'ü sağlıklı yaşamak için fitness merkezine geldiğini belirtirken bu oran diğer grupta %52.6'dır ve daha düşüktür. Geliri 2000 liranın üzerinde olan üyelerin %46.6'sı boş zamanını değerlendirmek için fitness merkezine geldiğini ifade ederken bu oran geliri 2000 lira ve altında olan grupta %33.0'dır. Geliri daha düşük olan üyeler öncelikle sağlıklı yaşamak için fitness merkezlerine geldiğini belirtirken, gelirin artmasıyla birlikte daha sosyal amaçlara yönelim olduğu görülmektedir. Farklı bir bulgu olarak Ayas'ın çalışmasında üyelerin fitness merkezlerine gelme nedenleri üyelerin aylık gelirlerine göre benzer dağılım göstermiştir (50).

6.2. Fitness merkezi üyelerinin, fitness merkezlerine yönelik hizmet kalitesi algısına ilişkin bulguların tartışması

Fitness sektöründe hizmeti sunan işletmelerin artmasıyla birlikte, tüm sektörlerde olduğu gibi bu alanda da rekabet söz konusu olmuştur. Yoğun rekabet ortamında, işletmelerin varlıklarını sürdürebilmeleri için, müşteri odaklı stratejiler geliştirmeleri bir zorunluluk haline gelmiştir. Rekabette başarılı olan işletmeler hayatta kalırken, başarısız olanlar pazardan çekilmek durumunda kalmaktadır. Bu durum hizmet kalitesinin müşteri üzerindeki etkisini gündeme getirmektedir (53).

Verilen hizmet ile algılanan hizmet kalitesini doğru değerlendirmek, müşteri memnuniyetinin konusunu oluşturmaktadır. Müşteri memnuniyeti, müşterinin beklentilerinin yerine getirilmesidir. Beklentilerin pozitif yönde karşılanması personel-müşteri etkileşiminin sağlanması, fiziksel çevre etkileri ve alınan hizmetin sonucunda olumlu duygular yaratılması ile açıklanabilir (58). Araştırmaya dahil olan üyelerin hizmet kalitesi algısı alt ölçek puanları ve toplam puan ortalamaları incelendiğinde; hizmet kalitesinin boyutlarını oluşturan fiziksel çevre kalitesi, ortam koşulları kalitesi, egzersiz alet-ekipman kalitesi, program kalitesi, etkileşim kalitesi ve çıktı (sonuç) kalitesi puanlarının ortalamasının üzerinde olduğu görülmektedir (Tablo 10). Bu sonuç araştırma kapsamındaki üyelerin hizmet kalitesinden memnun olduklarının bir göstergesidir.

Hizmet kalitesinin bir boyutunu oluşturan fiziksel çevre kalitesi, fitness merkezlerinin fiziki ortam şartlarıyla ilgilidir ve bekleme, dinlenme alanlarının, soyunma odaları ve duşların, spor yapılan alanların niteliğini ifade etmektedir (47).Örneğin soyunma odaları ve duşların yeterli sayıda olması, temizliği, spor yapılan alanların temiz ve havalandırılmış olması gibi. Spor yapılan mekanların sağlıklı ve güvenli koşullara sahip olup olmaması spor yapma alışkanlığının geliştirilmesi kadar önemlidir. Sağlıksız ve güvensiz mekanlarda yapılan sportif etkinlikler kişileri olumsuz etkileyecek; belki de bu alışkanlıklardan uzaklaşmalarına neden olacaktır (59). Araştırmamızda üyelerin fiziksel çevre kalitesiyle ilgili puanları bazı demografik değişkenlere göre incelenmiş, yaşa, eğitim düzeyine, çalışma durumuna ve aylık gelir düzeyine göre puan ortalamaları benzerlik gösterirken, erkek üyelerin puan ortalaması bayan üyelerden anlamlı düzeyde yüksek bulunmuştur (Tablo 11, Tablo 12).Erkek üyeler fiziksel çevre

koşullarını bayan üyelerden daha olumlu değerlendirmişlerdir. Bu durum bayan üyelerin fitness merkezlerinin fiziksel koşullarıyla ilgili beklentilerinin daha fazla olmasıyla ilgili olabilir. Araştırma bulgumuzdan farklı olarak Yüzgenç ve Özgül'ün (2014) gençlik merkezlerinin sunduğu spor hizmetlerinin kalitesini değerlendirdikleri çalışmasında bayan üyelerin soyunma odalarına ilişkin hizmet kalitesi algı düzeyi erkek üyelerden yüksek bulunmuştur. Aynı çalışmada araştırma bulgumuzla benzer şekilde eğitim düzeyi ve hane gelirine göre anlamlı bir farklılık bulunmamıştır (60). Memiş'in (2002) spor tesislerinde müşteri memnuniyetini incelediği çalışmasında soyunma odalarının temizliğine ilişkin görüşlerin kadın ve erkek üyeler arasında anlamlı farklılık gösterdiği ve bayan üyelerin daha olumlu görüş bildirdiği belirlenmiştir (61).

Fitness merkezi üyelerinin fiziksel çevre kalitesi puan ortalamaları üyelerin aktif olarak spor yapma ve fitness merkezine gelme nedenlerine göre benzer dağılım göstermiştir (Tablo 13, Tablo 14).

Fiziksel çevre koşullarıyla yakından ilgili bir boyut olan ortam koşulları kalitesi, genel olarak fitness Merkezinin havalandırmasının, aydınlatmasının ve ısıısının yeterli düzeyde sağlanmasını ifade etmektedir (47). Araştırma bulgumuza göre fitness merkezleri ortam koşulları konusunda üyelerin beklentilerini iyi düzeyde karşılamış görünmektedir. Ortam koşulları kalite algısı üyelerin yaşına, cinsiyetine, eğitim düzeylerine, çalışma durumlarına, aylık gelir durumlarına, aktif olarak spor yapma ve fitness merkezlerine gelme nedenlerine göre benzer dağılım göstermiştir (Tablo 15, Tablo 16, Tablo 17, Tablo 18).

Fitness merkezleri hizmet kalitesi algısının üçüncü boyutunu egzersiz alet-ekipman kalitesi oluşturmaktadır. Fitness merkezinde kullanılan egzersiz alet

ekipmanlarının yeterli sayıda, çeşitlilikte, modernlikte olması, güvenli ve her zaman çalışabilir durumda olmasını ifade etmektedir. Müşteriler, hizmetin hem üretimi hem de tüketimi sırasında, fiziksel çevreden etkilenmektedir. Bu yüzden müşteriler program ve hizmetleri değerlendirirken hizmet sunum ortamındaki somut fiziksel göstergeleri (ortam dizaynı, ekipmanların özellikleri, ambiyans vb.) kullanırlar (47,62). Araştırma bulgumuz fitness merkezi üyelerinin egzersiz alet ve ekipman kalitesini olumlu yönde değerlendirdiklerini göstermektedir. Üyelerin yaş, cinsiyet, eğitim düzeyi, çalışma durumu, aylık gelir düzeyleri, aktif olarak spor yapma ve fitness merkezlerine gelme nedenlerine göre bu boyuta özgü hizmet kalitesi algıları farklılık göstermemiştir (Tablo 19, Tablo 20, Tablo 21, Tablo 22).

Program kalitesi boyutu, fitness merkezi üyelerinin, bu merkezlere geliş amaçlarını ve bu merkezlerde kendilerine sunulan program ve aktivitelerin, içerik ve niteliğini belirtmektedir. Fitness merkezinde sunulan program ve aktivitelerin çeşitliliği, programların yenilikleri takip eden güncel nitelikte olması ve sunulan programların uygulama saatlerinin ve günlerinin üyelerin istek ve ihtiyaçlarına uygunluğu bu boyutta yer almaktadır. Müşteri memnuniyetinin sağlanmasında egzersiz programların müşteri beklentilerine göre hazırlanması önem taşımaktadır. Diğer yandan beklentilere uygun ve farklı çeşitlilikte hazırlanmış programlar müşteri motivasyonunu da sağlamaktadır (40,47). Araştırmamızda üyelerin program kalitesi puan ortalamaları yaş, cinsiyet, eğitim düzeyi, çalışma durumu ve aylık gelir düzeyine göre benzer dağılım göstermiştir (Tablo 23, Tablo 24, Tablo 25, Tablo 26).

Spor merkezlerinde hizmet kalitesini etkileyen önemli faktörlerden biri de etkileşim kalitesidir. Etkileşim kalitesi, spor merkezi üyelerinin etkileşimde oldukları spor eğitmenleri/antrenörler ve diğer personelin, işleriyle ilgili yeterli bilgiye sahip

olmaları, tüm personelin saygılı, kibar ve güler yüzlü olmaları, üyelerin ihtiyaç ve şikayetleri ile ilgilenmeleri, işlerini severek yapmaları, düzgün giyimli ve görünümlü olmalarını içermektedir (47). Araştırmamızda üyelerin etkileşim kalitesi puan ortalaması ortanın üzerinde çıkmıştır (Tablo 2). Tüfekçi'nin (2010) çalışmasında fitness merkezinde hizmet kalitesiyle ilgili en az sorunun personelle ilgili olduğu sonucuna ulaşılmıştır (40). Araştırmamızda üyelerin fitness merkezlerinde etkileşim kalitesi algısı yaşa ve eğitim düzeyine göre farklılık göstermezken (Tablo 27), cinsiyet değişkenine göre erkek üyelerin lehine anlamlı farklılık olduğu belirlenmiştir (Tablo 28). Bu sonuç fitness merkezlerinde çalışan personelin erkek üyelerle daha olumlu bir etkileşim içinde oldukları şeklinde yorumlanabilir. Güdül'ün (2008) çalışmasında fitness merkezi üyelerine antrenörlerin bilgi düzeyini yeterli bulup bulmadıkları sorulmuş, üyelerin tamamı yakını yeterli bulduğunu belirtmiştir. Üyelerin aynı soruya verdikleri cevap, yaş ve cinsiyet değişkenine göre farklılık göstermemiştir (63). Memiş'in (2002) çalışmasında ise bayan müşteriler personelin iletişime yönelik daha olumlu görüş bildirmişlerdir (61). Üyelerin etkileşim kalitesi puan ortalamaları, çalışma durumları, aylık gelir düzeyleri, spor yapma durumları ve fitness merkezine gelme nedenlerine anlamlı farklılık göstermemiştir (Tablo 28, Tablo 29, Tablo 30)

Çıktı (sonuç) kalitesi boyutu, spor-fitness merkezi üyelerinin devam ettikleri merkezden, amaçları doğrultusunda aldıkları hizmetlerin sonunda, kafalarında oluşan düşünce ve değerlendirmeleri içermektedir. Üyelerin spor yaptıktan sonra kendilerini iyi ve sağlıklı hissetmeleri, katılım amaçlarını gerçekleştirdiklerini düşünmeleri, kendileri adına iyi bir şeyler yaptıklarını hissetmeleri ve güzel vakit geçirdiklerini düşünmeleri çıktı (sonuç) kalitesi boyutuna örnek olarak verilebilir (47). Araştırmamızda üyelerin çıktı (sonuç) kalitesi puan ortalamaları cinsiyet ve çalışma

durumuna göre anlamlı farklılık göstermiştir (Tablo 32). Buna göre erkek üyeler bayan üyelere göre, serbest meslekte çalışanlar memur statüsünde çalışan ve hiç çalışmayan üyelere göre hedeflerine daha çok ulaştıklarını ifade etmektedir. Erkek üyelerin hedeflerine daha çok ulaşmış olması bu üyelerin egzersizler sırasında eğitmenlerinden daha çok yararlandıkları şeklinde yorumlanabilir. Araştırma bulgumuzdan farklı olarak Kumartaşlı ve Atabaş'ın (2014) çalışmasında bayan üyelerin erkek üyelere göre daha yüksek oranda, fitness salonundaki beklentilerine cevap aldıkları sonucuna ulaşılmıştır (64).

Araştırma kapsamına alınan fitness merkezi üyelerinin ölçeğin tamamından aldıkları puanların ortalaması cinsiyet ve üyelerin çalışma durumuna göre anlamlı farklılık oluşturmuştur (Tablo 36). Erkek üyelerin puan ortalaması bayan üyelerden, çalışan üyelerin puanı çalışmayanlardan yüksek bulunmuştur.

Bu bulgular doğrultusunda fitness merkezlerine üye olan bireylerin bu merkezlere yönelik hizmet kalitesi algılarının ortamın üzerinde olduğu belirlenmiştir. Üyelerin ortam kalitesi, egzersiz alet-ekipman kalitesi, program kalitesi boyutlarına ait görüşleri yaş, cinsiyet, eğitim düzeyi, çalışma durumu ve gelir düzeyi değişkenlerine göre farklılık göstermezken, üyelerin cinsiyeti fiziksel çevre kalitesi, etkileşim kalitesi ve çıktı (sonuç) kalitesi boyutlarında, çalışma durumları ise çıktı (sonuç) kalitesi boyutunda etkili bulunmuştur.

Bu sonuçlar doğrultusunda;

- Fitness merkezi çalışanları tarafından belirli periyotlarla düzenlenecek anketlerle hizmet kalitesine yönelik üyelere geri bildirim alınması,
- Fitness merkezlerinde üyelere, istek ve şikayetlerini iletebilecekleri birimlerin oluşturulması ve bu konuda bilgi verilmesi

- Fitness merkezlerinde görev yapan personele hizmet içi eğitimlerin verilmesi, bu eğitimlerle bilgi ve yeteneklerinin geliştirilmesinin sağlanması
- Bayan üyelerin beklentilerinin daha fazla olması göz önüne alınarak bu beklentilere yönelik hizmet geliştirilmesi önerilebilir.

7. KAYNAKLAR

1. Korkmaz E (2006). Otellşletmelerinin Yiyecek-İçecek Hizmetlerinde Dış Kaynak Kullanımı (OUTSOURCING): Hizmet Kalitesine Yönelik Yöneticive Müşteri Algılamalarının Antalya Örneği ile Değerlendirilmesi. Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
2. Zengin E. Erdal A (2000). Hizmet Sektöründe Toplam Kalite Yönetimi. Kafkas Üniversitesi Dergisi, 11(1):43-56.
3. Devebakan N. Aksaraylı M (2003). Sağlık İşletmelerinde Algılanan Hizmet Kalitesinin Ölçümünde SERVQUAL Skorlarının Kullanımı ve Özel Altınordu Hastanesi Uygulaması. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi 5(1):38-54.
4. Yıldız Y. Onağ AO. Onağ Z (2013). Spor ve Rekreasyon Hizmetlerinde Algılanan Hizmet Kalitesinin İncelenmesi: Fitness Merkezi Örneği. Uluslararası Hakemli Beşeri ve Akademik Bilimler Dergisi, 2(3):114-130.
5. <http://notoku.com/hizmet-kavrami-ve-pazarlama-stratejileri/#ixzz3rBKVoD6d> (Erişim tarihi: 11.11.2015).
6. <https://tr.wikipedia.org/wiki/Hizmet> (Erişim tarihi: 11.11.2015).
7. Üner MM (1994). "Hizmet Pazarlamasında Pazarlama Karması Elemanları Değişiklik Gösterir mi?" Pazarlama Dünyası, 8(43):3.
8. <http://www.muhasabedersleri.com/ekonomi/hizmet.html> (erişim tarihi: 11.11.2015).
9. Belgin Ö. Hizmet Sektöründe Verimlilik (<http://www.bilisimdergisi.org/s127/pdf/112-115.pdf>) (erişim tarihi: 11.11.2015).
10. http://sasgem.org/sasgem/index.php?option=com_content&view=article&id=53:hizmetlerin-tanimi-ve-ozellikler&catid=16:salk-ekonomisi&Itemid=58 (Erişim tarihi: 11.11.2015).
11. Helvacıoğlu N (1999). Bankalarda Halkla İlişkiler Faaliyetlerinin Hizmet Kalitesine ve Müşteri Memnuniyetine Etkileri. Yüksek Lisans Tezi. Afyon Kocatepe Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü.
12. <https://alparslanozmen.files.wordpress.com/2013/03/hizmet-pazarlamasc4b1-1-hafta.ppt> (Erişim tarihi: 20.11.2015)
13. http://www.musiad.org.tr/F/Root/burcu2014/Ara%C5%9Ft%C4%B1rmalar%20Yay%C4%B1n/Pdf/Sekt%C3%B6r%20Kurullar%C4%B1/Hizmet_Sektor_Raporu_2009.pdf (Erişim Tarihi: 11.11.2015).
14. http://www.ekodialog.com/hizmet_ekonomisi/hizmet_ekonomisi_gelisimi.html (Erişim Tarihi: 11.11.2015).
15. <http://www.sayder.org.tr/e-dergi-mahalli-idarelerin-sporla-ilgili-isleri-ve-spor-kuluplerine-yardimlari-12-29.pdf> (Erişim Tarihi: 13.11.2015).
16. Ramazanoğlu F. Öcalan M (2005). Spor İşletmelerinde İşletmecilik ve Personel Yönetimi Anlayışı. Doğu Anadolu Bölgesi Araştırmaları, 36-40.
17. Ay O (2013). Parklarda Bulunan Egzersiz Alanlarını Kullanmanın Yararları ve Zararları Burdur İl Merkezi Çalışması. Yüksek Lisans Tezi. Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü.

18. Kutanis ÖR. Çakal M (2015) Spor İşletmelerinde Çalışanlar İşkolik mi? İstanbul Örneği. Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi. 6(12):20-26.
19. Akçay E (2014). Bir Fitness Merkezi Üyelerinin Hizmet Kalitesine Yönelik Beklenti ve Algıları. Yüksek Lisans Tezi. Yakın Doğu Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü.
20. Gündoğdu C. Devecioğlu S (2008). Spor Hizmetlerinin Genel Ekonomi Çerçevesinde Görünümü. Doğu Anadolu Bölgesi Araştırmaları,117-124.
21. Yıldız SM (2009). Spor ve Fiziksel Etkinlik Hizmetleri: Genel Bir Sınıflama. Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimleri Enstitüsü Dergisi.12(22):1-10.
22. Yıldız SM (2009). Katılıma Dayalı Spor Hizmetlerinde Hizmet Kalitesi Modelleri. Ege Akademik Bakış. 9 (4): 1213-1224.
23. Seraslan DMZ. Seraslan MZ.(2009). Futbol pazarlaması. TFF-FGM Futbol Eğitim Yayınları.
24. <http://www.futbolekonomi.com/index.php/haberler-makaleler/hukuk/172-murat-baaran/249-tuem-yoenleriyle-spor-futbol-sektorunde-sponsorluk-ve-vergi-uygulamalar.html?start=10> (Erişim tarihi:12.11.2015).
25. Aksu F (2005). Spor İşletmelerinde Marka Oluşturma. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Marmara Üniversitesi Sağlık Bilimler Enstitüsü.
26. <https://tr.wikipedia.org/wiki/Kalite> (Erişim tarihi:12.11.2015).
27. Çavdar E (2009). Yükseköğretimde Hizmet Kalitesi Unsurları ve Bir Uygulama. Niğde Üniversitesi İİBF Dergisi, (2):2: 100-115.
28. http://www.mmo.org.tr/resimler/dosya_ekler/66167d00aab91bb_ek.pdf?tipi=2&turu=X&sube=2 (Erişim Tarihi:12.11.2015).
29. http://www.kascert.com/goster.aspx?metin_id=800 (Erişim Tarihi:12.11.2015)
30. Usta R. Memiş S (2009). Hizmet Kalitesi ve Marka Bağlılığı Arasındaki İlişki Üzerine Müşteri Tatmininin Aracılık Etkisi. Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi.
31. Parasuraman A. Zeithaml VA.Berry LL (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. Journal ofMarketing. 49(4), 41-50.32.
32. Yağcı Mİ, Duman T (2006). Hizmet Kalitesi - Müşteri Memnuniyeti İlişkisinin Hastane Türlerine Göre Karşılaştırılması: Devlet, Özel Ve Üniversite Hastaneleri Uygulaması. Doğuş Üniversitesi Dergisi, 7 (2): 218-238.
33. Hayva S (2015). Rekabetçiliğin Hizmet Kalitesine Etkisi: Kahramanmaraş İli Kamu Ve Özel Hastanelerinde Bir Araştırma. Yüksek Lisans Tezi. Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
34. Gürbüz E. Ergülen A (2006). Hizmet Kalitesinin Ölçümü ve Grönroos Modeli Üzerine Bir araştırma. İÜ. Siyasal Bilgiler Fakültesi 35:173-190.
35. https://tr.wikipedia.org/wiki/Hizmet_kalitesi#GR.C3.96NROOS_MODEL.C4.B0 (Erişim tarihi:20.11.2015).
36. http://archive.ismmmo.org.tr/docs/YAYINLAR/kitaplar/pazarlama/6_b%C3%B6l%C3%BCm_6.pdf (Erişim tarihi:20.11.2015).
37. Kılıç B. Eleren A (2009). Turizm Sektöründe Hizmet Kalitesi Ölçümü Üzerine Bir Literatür Araştırması. Uluslararası Alanya İşletme Fakültesi Dergisi 1,1.

38. Çimen Z. Gürbüz B (2007). Spor Hizmetlerinde Toplam Kalite Yönetimi. Alp Yayınevi, Ankara.
39. Yıldız SM (2008). Spor Hizmetleri Kalitesini Değerlendirmede Kullanılabilecek Hizmet Kalitesi Modelleri ve Ölçüm Araçları. Gazi Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi, 8(3), 38-48.
40. Tüfekçi Ö (2010). Fitness Merkezleri Müşterilerinin Hizmet Kalitesine Yönelik Beklenti ve Algılarının Değerlendirilmesi. Yüksek Lisans Tezi. Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
41. Akçakaya M. Yücel N. (2007). Değişim Mühendisliği ve Türk Kamu Yönetiminde Uygulanabilirliği, Sayıştay Dergisi, Sayı: 3(66-67):3-34.
42. Henden HB. Henden R (2005). Yerel Yönetimlerin Hizmet Sunumlarındaki Değişim ve E-Belediyecilik, Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, 4(14):48-66.
43. Kurgun A. Özdemir A. Kurgun H. Bakıcı Z (2008). Belediyelerde Hizmet yeterliliğinin ve Hizmet kalitesinin Artırılmasını Etkileyen Faktörlerin Analizi: İzmir Karşıyaka Belediyesinde Uygulama. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi 10(2):29-54.
44. <http://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.5393.pdf> (Erişim tarihi: 12.11.2015).
45. Öztürk H. Adiloğulları İ. Ay SM (2011). Sağlıklı Yaşam ve Spor Merkezi Müşterilerinin Tatmin Düzeylerinin Bazı Demografik Değişkenler Açısından İncelenmesi. Celal Bayar Üniversitesi Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi. 6(2):31-38.
46. Sumbüloğlu K. Sumbüloğlu V (2009). Biyoistatistik. Hatiboğlu Basım ve Yayım San. Tic. Ankara.
47. Uçan Y (2007). Spor- Fitness Merkezlerinin Algılanan Hizmet Kalitesi Ölçeğinin Geliştirilmesi. Doktora Tezi. Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
48. Beşikçi T. Onağ Z. Güzel P. Bilgiç G. Fitness Merkezi Müşterilerinin Müşteri Değerinin Müşteri Tatmini Aracılığıyla Marka Sadakati ve Müşteri İlişkileri Yönetimi Performansı Üzerindeki Etkilerinin İncelenmesi: Manisa İli Örneği. (www.sporbilimleri.uok2015.com)
49. Katırcı H. Oyman M (2011). Spor Merkezlerinde Tüketici Tatmini Ve Sadakat. Niğde Üniversitesi Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi. 5(2):90-100.
50. Ayas S. (2013). Rekreasyon Amaçlı Spor Tesisi Olarak Fitness Merkezlerinde Müşteri Profilini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma (Edirne İli Örneği). Yüksek Lisans Tezi. Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
51. Argan M. Köse H (2009). Sporcu Besin Desteklerine (Sports Supplements) Yönelik Tutum Faktörleri: Fitness Merkezi Katılımcıları Üzerine Bir Araştırma. Hacettepe Spor Bilimleri Dergisi. 20 (4), 152-164.
52. Yıldız Y (2012). Fitness Merkezlerinde Müşteri Tatmininin Müşteri Sadakati Üzerindeki Etkisinin Araştırılması. Selçuk Üniversitesi Beden Eğitimi ve Spor Bilim Dergisi, 14 (2): 217-222.
53. Yıldız SM. Tüfekçi Ö (2010). Fitness merkezi Müşterilerinin Hizmet kalitesine Yönelik Beklenti ve Algılarının Değerlendirilmesi. Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi. 13 (24):1-11.

54. Solmaz B. Aydın BO (2012). Popüler Kültür ve Spor Merkezlerine Yönelik Bir Araştırma. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi, 1(4): 67-81.
55. Lapa TY. Baştaç E (2012). Antalya’da Fitness Merkezlerine Devam Eden Bireylerin Yaş, Cinsiyet ve Eğitimlerine Göre Bu Merkezlere Yönelik Hizmet Kalitesi Değerlendirilmelerinin İncelenmesi.Pamukkale Journal of Sport Sciences. 3(1):42-52
56. <http://www.turkis.org.tr/EYLUL-2015-ACLİK-ve-YOKSULLUK-SINIRI-d809> (Erişim tarihi: 14.10.2015).
57. Pepe H. Kuru E (2001). Spor Yapan ve Yapmayan Bayanların Sosyo-Ekonomik Seviyelerinin Araştırılması. G.Ü. Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi. 21(3):209-221.
58. Özkan SE (2013). Türkiye’deki Fitness Merkezlerinde Hizmet Kalitesi Beklentilerinin İncelenmesi. Yüksekisans Tezi. Bahçeşehir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
59. Gündoğdu C (2007). Yüzme Havuzlarında Güvenlik ve Yönetimi. Doktora Tezi.Gazi Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü.
60. Yüzgenç AA. Özgül SA (2014). Yerel Yönetimlerin Sunduğu Spor Hizmetlerinde Hizmet Kalitesi (Gençlik Merkezleri ve Aile yaşam Gençlik Merkezleri Örneği). Hacettepe Spor Bilimleri Dergisi. 25 (2), 79–93.
61. Memiş UA (2002). Spor Tesislerinde Müşteri Memnuniyeti. Yüksek Lisans Tezi. Gazi Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü.
62. Ko YJ. Dona L. Pastore (2005). A Hierarchical Model of Service Quality for the Recreational Sport Industry. Sport Marketing Quartely. 14, 84–97.
63. Güdül N (2008). Fitness Salonlarına Gidenlerin Beklentileri (Bursa İli Örneği).Yüksek Lisans Tezi. Afyonkarahisar Kocatepe Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü.
64. Kumartaşlı M. Atabaş EG (2014). Spor Merkezi Fitness Salonunu Kullanan Bireylerin Beklentilerinin Değerlendirilmesi. International Journal of Science Culture and Sport. Special Issue 1.

8.EKLER

Anket formu

GENEL AÇIKLAMA

Değerli Spor-Fitness katılımcısı;

Bu anketteki soruların amacı devam ettiğiniz spor-fitness merkezindeki koşulların hizmet kalitesi açısından algılanma düzeyinin belirlenmesi amaçlanmaktadır. Elde edilen veriler bilimsel bir araştırmada kullanılacaktır. Aşağıdaki sorulara vereceğiniz doğru ve samimi cevaplardan dolayı teşekkür ederim.

Tez Danışmanı:

Doç. Dr. Cemal GÜNDOĞDU

Yüksek Lisans Öğrencisi:

İdris AKKOYUN

1-Cinsiyetiniz:

Bay Bayan

2-Yaşınız:

15-25 25-35 35-45 45 ve üzeri

3-Eğitim Durumunuz:

İlköğretim Lise ve dengi okullar Lisans Yüksek Lisans

4-Kendinizi hangi gelir düzeyinde görüyorsunuz?

0-1000 1001-2000 2001-3000 3001 ve üstü

5-Mesleğiniz:.....

6-Daha önce aktif (Lisanslı) spor yaptınız mı ?

Evet Hayır

7-Spor-Fitness salonuna gelme amacınız nedir?

- Sağlıklı yaşamak
- Boş zamanlarımı değerlendirmek
- Sosyal çevre edinmek
- Sportif başarı elde etmek
- Hoşça vakit geçirip eğlenmek
- Diğer.....

SPOR-FİTNESS MERKEZLERİ ALGILANAN HİZMET KALİTESİ ÖLÇEĞİ

Aşağıda sizin halen devam ettiğiniz spor-fitness merkezi hakkında bazı ifadeler bulunmaktadır. Lütfen bu ifade edilen durumlarla ilgili olarak beklentilerinizin hangi derecede karşılanıp karşılanmadığını,



(1) Hiç Katılmıyorum
(2) Az Katılıyorum
(3) Orta Derecede katılıyorum
(4) Çok Katılıyorum
(5) Tamamen Katılıyorum,
seçeneklerinden uygun değeri (1)-(2)-(3)-(4)-(5) daire içerisine alarak işaretleyiniz.

		Tamamen Katılıyorum	Çok Katılıyorum	Orta Derecede Katılıyorum	Az Katılıyorum	Hiç Katılıyorum
1	Bu merkezdeki bekleme ve dinlenme alanları (yerleri) yeterli ve rahattır.	5	4	3	2	1
2	Bu merkezdeki soyunma odaları ve duşlar her zaman temizdir.	5	4	3	2	1
3	Bu merkezdeki soyunma odaların ve duşların havalandırması yeterlidir.	5	4	3	2	1
4	Bu merkezdeki soyunma odalarında yeterli alan ve yeterli sayıda duş vardır.	5	4	3	2	1
5	Bu merkezdeki duşlarda her zaman bol sıcak su vardır.	5	4	3	2	1
6	Bu merkezdeki soyunma dolapları yeterli sayıdadır.	5	4	3	2	1
7	Bu merkezde spor yapılan alanlar memnun edici düzeyde temizdir.	5	4	3	2	1
8	Bu merkezin havalandırması yeterlidir.	5	4	3	2	1
9	Bu merkezin aydınlatması yeterlidir.	5	4	3	2	1
10	Bu merkezin ısısı hava koşullarına uygun şekilde ayarlanmaktadır.	5	4	3	2	1
11	Bu merkezdeki egzersiz alet ve ekipmanları yeterli sayıdadır.	5	4	3	2	1
12	Bu merkezdeki egzersiz alet ve ekipmanları ihtiyaçlara uygun ve çeşitlidir .	5	4	3	2	1
13	Bu merkezdeki egzersiz alet ve ekipmanları modernidir.	5	4	3	2	1
14	Bu merkezde sunulan programlar/aktiviteler oldukça çeşitlidir.	5	4	3	2	1
15	Bu merkezdeki programlar/aktiviteler günceldir (popüler ve yenilikleri takip eden)	5	4	3	2	1
16	Bu merkezdeki program ve aktiviteler üyelerin istek ve ihtiyaçlarına cevap verecek gün ve saatlerde düzenlenmektedir.	5	4	3	2	1
17	Bu merkezdeki spor eğitmenleri/antrenörler yeterli bilgiye sahip işini bilen kişilerdir.	5	4	3	2	1
18	Bu merkezdeki spor eğitmenleri/antrenörler hareketlerin nasıl yapılacağı hakkında bilgi verirler.	5	4	3	2	1
19	Bu merkezdeki spor eğitmenleri/antrenörler bireysel olarak üyelerle ilgilenirler ve yanlış bir hareket yaptığınızda uyarıp düzeltirler.	5	4	3	2	1
20	Bu merkezdeki spor eğitmenleri/antrenörler fiziksel görünümü düzgün, sportif kişilerdir.	5	4	3	2	1
21	Bu merkezdeki spor eğitmenleri/antrenörler özenli ve temiz giyimlidir.	5	4	3	2	1
22	Bu merkezdeki tüm personel kibar ve saygılıdır.	5	4	3	2	1
23	Bu merkezdeki tüm personel güler yüzlü ve samimidir.	5	4	3	2	1
24	Bu merkezdeki tüm personel işleriyle ilgili yeterli bilgiye sahiptir.	5	4	3	2	1
25	Bu merkezdeki tüm personel sorun ve şikayetler ile anında ilgilenir.	5	4	3	2	1
26	Bu merkezdeki tüm personel işlerini seyerek yapar.	5	4	3	2	1
27	Bu merkezde spor yaptıktan sonra kendim için bir şeyler yaptığımı hissediyorum.	5	4	3	2	1
28	Bu merkezde spor yaptıktan sonra kendimi daha sağlıklı ve iyi hissediyorum.	5	4	3	2	1
29	Bu merkezde spor yaptıktan sonra katılım amacımı gerçekleştirdiğimi düşünüyorum.	5	4	3	2	1
30	Bu merkezde spor yapmamın yaşantıma olumlu değişiklikler getirdiğini düşünüyorum.	5	4	3	2	1
31	Bu merkezde spor yaparken iyi vakit geçirdiğimi düşünüyorum.	5	4	3	2	1

9. ÖZGEÇMİŞ

KİŞİSEL BİLGİLER

Doğum Tarihi 1987
Medeni Durum Evli
Askerlik Durumu Tamamlandı

İŞ TECRÜBESİ

2006-2015 -Elazığ Belediyesi Özel kalem müdürlüğü, Basın ve Halkla İlişkiler Müd.

- Elazığ Belediyesi Basketboll ve futbol takımları yönetiminde bulunmak.

-Elazığ Belediyesi Kadın spor fitness merkezlerinin kurulması ve çalıştırılması

2015--Artitel İletişim Hiz.San.ve Tic. A.Ş

2015--Huawei

EĞİTİM BİLGİLERİ

2006Fırat Üniversitesi, ElazığBeden Eğitimi Spor Yüksekokulu (Yöneticilik Bölümü)Mezunu

2015-2016Fırat Üniversitesi Sağlık Bilimler EnstitüsüYüksek Lisans

SEMİNER ve KURSLAR

- 1-Uluslar arası Personel Eğitim SERTİFİKASYON (Müşteri Memnuniyeti, Halkla İlişkiler ve İletişim Eğitimi 2012)
- 2-Algı Danışmanlık (Halkla İlişkiler ve Pozitif İletişim Semineri 2009)
- 3-Proked Akademi (Vatandaş Memnuniyeti Temel Eğitimi 2014)
- 4-GUC Genç Üniversiteli Cevherler(INTERNATIONAL TURK MANAGEMENT 2008)
- 5-Milli Eğitim Bakanlığı Hayat Boyu Öğrenme Genel Müd. İLK YARDIM Kursu bitirme belgesi 2013
- 6-Taekwondo Siyah Kuşak Sertifikası
- 7-Türkiye Badminton Federasyonu 1. Kademe Yardımcı Antrenör Belgesi 2007
- 8-Spor Genel Müdürlüğü BASKETBOLL 1. Kademe Yardımcı Antrenör Belgesi 2013
- 9-Balkan Triatlon Şampiyonası ELAZIĞ 2012 Organizasyon Başarı Belgesi
- 10-Bodrum Gümüşük MYNDOS SAILING/CLUB HOTEL ZEMDA 2010 YÜZME, KATAMARA, RÜZGAR SÖRFÜ ve DENİZ KANOSU Eğitim başarı belgesi.
- 11-Fotoğrafçılık Kursu Başarı Belgesi(Fırat Havzası Gazeteciler Cemiyeti)

BİLGİSAYAR BİLGİSİ

Windows XP, MS Word 2003, MS Exsel 2003, MS Power Point 2003

REFERANSLAR

İstenildiğinde temin edilecektir.