



**ERZURUM İLİNDE BULUNAN ÖZEL BEDEN
EĞİTİMİ VE SPOR TESİSLERİNDE SUNULAN
HİZMET KALİTESİNİN İNCELENMESİ**

Burak Erdiç ASLAN

**Yüksek Lisans Tezi
Doç. Dr. Orcan MIZRAK
Spor Yönetim Bilimleri Anabilim Dalı
2017
Her Hakkı Saklıdır**

**T.C.
ATATÜRK ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
SPOR YÖNETİM BİLİMLERİ ANABİLİM DALI**

Burak Erdiç ASLAN

**ERZURUM İLİNDE BULUNAN ÖZEL BEDEN
EĞİTİMİ VE SPOR TESİSLERİNDE SUNULAN
HİZMET KALİTESİNİN İNCELENMESİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

**TEZ YÖNETİCİSİ
Doç. Dr. Orcan MIZRAK**

ERZURUM-2017



T.C.
ATATÜRK ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TEZ BEYAN FORMU



25/12/2017

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

BİLDİRİM

Atatürk Üniversitesi Lisansüstü Eğitim ve Öğretim Uygulama Esaslarının ilgili maddelerine göre hazırlamış olduğum "ERZURUM İLİNDEKİ FİTNESS VE SPOR MERKEZLERİNİN HİZMET KALİTESİ " adlı tezin/raporun tamamen kendi çalışmam olduğunu ve her alıntıya kaynak gösterdiğimi taahhüt eder, tezimin/raporumun kâğıt ve elektronik kopyalarının Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü arşivlerinde aşağıda belirttiğim koşullarda saklanmasına izin verdiğimi onaylarım:

Lisansüstü Eğitim ve Öğretim Uygulama Esaslarının ilgili maddeleri uyarınca gereğinin yapılmasını arz ederim.

- Tezimin/Raporumun tamamı her yerden erişime açılabilir.
- Tezim/Raporum sadece Atatürk Üniversitesi yerleşkelerinden erişime açılabilir.
- Tezimin/Raporumun yıl süreyle erişime açılmasını istemiyorum. Bu sürenin sonunda uzatma için başvuruda bulunmadığım takdirde, tezimin/raporumun tamamı her yerden erişime açılabilir.

25/12/2017

Burak Erdiñ Aslan

F-83/00/22.12.2016



T.C.
ATATÜRK ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ



TEZ KABUL TUTANAĞI

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

Doç.Dr.Orcan MIZRAK danışmanlığında, Burak Erdiñ ASLAN tarafından hazırlanan bu çalışma 25 /12 /2017 tarihinde aşağıdaki jüri tarafından Spor Yönetimi Anabilim Dalı'nda Yüksek Lisans Tezi olarak kabul edilmiştir.

Başkan : Doç. Dr. Ahmet Gökhan YAZICI

İmza:

Jüri Üyesi : Doç. Dr. Orcan MIZRAK

İmza:

Jüri Üyesi : Yrd. Doç. Dr. Alparslan KURUDİREK

İmza:

Yukarıdaki imzalar adı geçen öğretim üyelerine aittir. / /

Prof. Dr. Mehmet TÖRENEK
Enstitü Müdürü

F-85/01/21.10.2016

İÇİNDEKİLER

ÖZET	IV
ABSTRACT	V
KISALTMALAR DİZİNİ	VI
TABLolar DİZİNİ	VII
ŞEKİLLER DİZİNİ	IX
ÖNSÖZ	X
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM**HİZMET, KALİTE VE HİZMET KALİTESİ KAVRAMLARI**

1.1. HİZMET KAVRAMI	2
1.2. HİZMETİN ÖZELLİKLERİ	3
1.2.1. Soyutluluk (Elle Tutulamazlık)	4
1.2.2. Ayrılmazlık (Eş Zamanlı Üretme ve Tüketme).....	4
1.2.3. Değişkenlik (Heterojenlik)	5
1.2.4. Dayanıksızlık (Bekletilememe)	5
1.3. HİZMETLERİN SINIFLANDIRILMASI	5
1.4. SPOR HİZMETLERİ KAVRAMI	7
1.4.1. Spor Hizmetlerinin Tanımı	7
1.4.2. Spor Hizmetlerinin Özellikleri	8
1.5. KALİTE KAVRAMI	11
1.5.1. Deney Üstünlüğüne Sahip Kalite Yaklaşımı	12
1.5.2. Ürünü Temel Alan Kalite Yaklaşımı.....	12
1.5.3. Kullanıcıyı Temel Alan Kalite Yaklaşımı	13
1.5.4. Üretimi Temel Alan Kalite Yaklaşımı	13
1.5.5. Değeri Temel Alan Kalite Yaklaşımı	13
1.5.6. Kalitenin Boyutları	14
1.6. HİZMET KALİTESİ	15
1.6.1. Hizmet Kalitesinin Boyutları.....	16
1.6.2. Algılanan Hizmet Kalitesi	18
1.6.3. Beklenen Hizmet Kalitesi.....	19

1.6.4. Hizmet Kalitesini Etkileyen Faktörler.....	19
1.6.5. Hizmet Kalitesinin Yararları	21
1.6.6. Hizmet Kalitesi ve Müşteri Memnuniyeti	23
1.7. SPOR MERKEZLERİNDE HİZMET KALİTESİ	25
1.7.1. Spor Merkezlerinde Hizmet Kalitesi Boyutları.....	26
1.8. HİZMET KALİTESİNİN ÖLÇÜMÜNE YÖNELİK YAKLAŞIMLAR	28
1.8.1. Yöneticiler ve Çalışanlar Açısından Kalite Modeli	29
1.8.2. Müşteriler Açısından Kalite Modelleri.....	29
1.8.3. Spor Merkezlerine Yönelik Hizmet Kalitesi Modelleri	31

İKİNCİ BÖLÜM

MATERYAL VE YÖNTEM

2.1. ARAŞTIRMA MODELİ	33
2.2. EVREN VE ÖRNEKLEM	33
2.3. VERİLERİN TOPLANMASI.....	34
2.4. VERİLERİN ANALİZİ	35

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

BULGULAR

3.1. KATILIMCILARA İLİŞKİN ÖZELLİKLER	37
3.1.1. Demografik Özellikler.....	37
3.1.2. Spor Yapma Durumları	39
3.1.3. Fitness Merkezine Devam Etme Özellikleri.....	44
3.2. BEKLENEN VE ALGILANAN HİZMET İLE İLGİLİ GENEL BULGULAR	50
3.3. BEKLENEN VE ALGILANAN HİZMET İLE İLGİLİ ALT BOYUTLARA GÖRE BULGULAR	54
3.3.1. Beklenen Hizmet	54
3.4. BEKLENEN VE ALGILANAN HİZMETE İLİŞKİN ÇEŞİTLİ ÖZELLİKLERE GÖRE FARKLILIK ANALİZLERİ	59
3.4.1. Cinsiyet.....	59
3.4.2. Yaş.....	61

3.4.3. Eğitim Düzeyi.....	63
3.4.4. Sporcu Lisansına Sahip Olma	66
3.4.5. Aylık gelir.....	67
3.4.6. Medeni Durum	69
3.4.7. Meslek	71
3.4.8. Fitness Merkezine Gitme Amacı	74
3.4.9. Fitness Merkezine Gitme Sıklığı	76
İLGİLİ ÇALIŞMALAR, SONUÇ VE ÖNERİLER	78
KAYNAKLAR	86
EKLER.....	96
EK 1. Hizmet Kalitesi Değerlendirme Ölçeği (HKDÖ).....	96
EK 2. ÖZEL BEDEN EĞİTİMİ VE SPOR TESİSLERİ YÖNETMELİĞİ	97
ÖZGEÇMİŞ.....	109

ÖZET**YÜKSEK LİSANS TEZİ****ERZURUM İLİNDE BULUNAN ÖZEL BEDEN EĞİTİMİ VE SPOR
TESİSLERİNDE SUNULAN HİZMET KALİTESİNİN İNCELENMESİ****Burak Erdinç ASLAN****Tez Danışmanı: Doç. Dr. Orcan MIZRAK****2017, 109 Sayfa****Jüri: Doç. Dr. Orcan MIZRAK****Doç. Dr. Ahmet Gökhan YAZICI****Yrd. Doç. Dr. M. Alparslan KURUDİREK**

Hizmet kalitesi kavramı hizmet ve kalite kelimelerinin birleşiminden oluşan ve kısaca “verilen hizmet düzeyinin müşterinin beklentisini ne oranda karşıladığının bir ölçüsü” olarak tanımlanan bir kavramdır. Bugün hemen her alanda kullanılan bir kavram olan hizmet kalitesinin önemli olduğu alanlardan birisi de spor hizmetleridir. Bu çalışmada, “Erzurum ilindeki fitness ve spor merkezlerinin hizmet kalitesinin tespit edilmesi” amaçlanmıştır. Araştırmanın örneklemini, 2017 yılı içerisinde Erzurum ilindeki fitness ve spor merkezlerine devam etmekte olan toplam 202 kişi oluşturmuştur. Araştırmanın verileri, Hizmet Kalitesi Değerlendirme Ölçeği aracılığıyla bizzat araştırmacı tarafından yüz yüze görüşme yapılarak toplanmıştır. Sonuç olarak, fitness ve spor merkezlerinden beklenen hizmet kalitesi ortalaması 7 üzerinden 6,51 puan (%93) olarak bulunmuştur. Personel, program, soyunma odaları ve tesisten beklenti puanları 6,38 – 6,63 (%91-95) arasında değişmiştir. Algılanan hizmet kalitesi ortalaması ise 7 üzerinden 5,66 puan (%81) olmuştur. Personel, program, soyunma odaları ve tesisler ile ilgili olarak algılanan hizmet puanları 5,59 – 5,81 (%80-83) arasında değişmiştir. Erzurum ilindeki fitness ve spor merkezlerinden alınan hizmetin kalitesi ile ilgili algılar beklentilerin 0,85 puan (%14) altında kalmıştır. Algılanan hizmet ile verilen hizmet arasında tespit edilen fark alt boyutların tamamında ve genel ortalamada istatistiksel açıdan anlamlı bulunmuştur. Çalışmada ayrıca beklenen ve algılan hizmetler detaylı olarak sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Algılanan Hizmet, Beklenen Hizmet, Hizmet Kalitesi, Spor.

ABSTRACT**MASTER'S THESIS****THE EXAMINATION OF THE QUALITY OF SERVICE OFFERED IN
SPECIAL PHYSICAL EDUCATION AND SPORTS FACILITIES IN
ERZURUM****Burak Erdiñ ASLAN****Advisor: Assoc. Prof. Dr. Orcan MIZRAK****2017, Page: 109****Jury: Assoc. Prof. Dr. Orcan MIZRAK****Assoc. Prof. Dr. Ahmet Gökhan YAZICI****Assist. Prof. Dr. M. Alparslan KURUDİREK**

The concept of service quality is a concept consisting of a combination of service and quality words and is briefly defined as “a measure of how the level of service provided meets the expectation of the client”. One of the areas where service quality is important, which is a concept that is used in almost every field today, is sports services. In this study, it was aimed to determine the quality of service of fitness and sports centers in Erzurum province. The sample of the research is composed of a total of 202 people who are going to the fitness and sports centers in the province of Erzurum in 2017. The data of the study were collected by face to face interview by the researcher through the Service Quality Assessment Questionnaire. As a result, the average quality of service expected from fitness and sports centers was found as 6.51 points (93%) out of 7. Staff, program, locker rooms and training expectation scores ranged from 6.38 to 6.63 (91-95%). The perceived service quality average was 5,66 out of 7 (81%). Perceived service scores for staff, program, locker rooms and facilities ranged from 5.59 to 5.81 (80-83%). Perceptions about the quality of the services received from the fitness and sports centers in Erzurum province were below 0,85 points (14%). The difference between the perceived service and the service provided was statistically significant in all of the sub-dimensions and overall average. In addition, the expected and perceived services were presented in detail.

Key Words: Expected Service, Perceived Service, Quality of Service, Sport.

KISALTMALAR DİZİNİ

\bar{x}	: Ortalama
EQOO	: Avrupa Kalite Kontrol Organizasyonu
f	: Frekans
f%	: Frekans Yüzdesi
HKDÖ	: Hizmet Kalitesi Değerlendirme Ölçeği
KMO	: Kaiser-Meyer-Olkin Katsayısı
N	: Eleman Sayısı
p	: Anlamlılık Düzeyi
Sd	: Serbestlik Derecesi
Ss	: Standart Sapma
U	: Mann Whitney U Test Değeri
z	: Z skoru

TABLOLAR DİZİNİ

Tablo 1.1. Lovelock'un Dörtlü Sınıflandırması	7
Tablo 1.2. Hizmet Kalitesinin Prosedürel ve Davranışsal Boyutları	16
Tablo 1.3. SERVQUAL ölçeğinin boyutları	30
Tablo 2.1. Hizmet Kalitesi Değerlendirme Ölçeğinin Alt Boyutları ve Madde Yapısı	35
Tablo 2.2. Normallik Testi Sonuçları	36
Tablo 3.1. Katılımcıların Spor Yapma Durumları.....	39
Tablo 3.2. Fitness Haricinde Başka Bir Spor Yapma Durumunun Demografik Özelliklere Göre Karşılaştırılması.....	40
Tablo 3.3. Fitness Haricinde Yapılan Spor Türünün Demografik Özelliklere Göre Karşılaştırılması	42
Tablo 3.4. Sporcu Lisansına Sahip Olma Durumunun Demografik Özelliklere Göre Karşılaştırılması	43
Tablo 3.5. Katılımcıların Fitness Merkezine Devam Etme Özellikleri.....	45
Tablo 3.6. Fitness Merkezine Üye Olma Süresinin Demografik Özelliklere Göre Karşılaştırılması	46
Tablo 3.7. Fitness Merkezinden Haftalık Yararlanma Sıklığının Demografik Özelliklere Göre Karşılaştırılması.....	48
Tablo 3.8. Fitness Merkezine Gitme Amacının Demografik Özelliklere Göre Karşılaştırılması	49
Tablo 3.9. Fitness ve Spor Merkezlerinden Beklenen ve Algılanan Hizmet Puanları ...	51
Tablo 3.10. Beklenen ve Algılanan Hizmet Puanları Arasındaki Farklılık Testi Sonuçları	52
Tablo 3.11. Beklenen ve Algılanan Hizmet Arasındaki Korelasyon	52
Tablo 3.13. Personelden Beklenen Hizmet Madde Ortalamaları	54
Tablo 3.14. Programdan Beklenen Hizmet Madde Ortalamaları	55
Tablo 3.15. Soyunma Odalarından Beklenen Hizmet Madde Ortalamaları.....	55
Tablo 3.16. Tesisten Beklenen Hizmet Madde Ortalamaları	56
Tablo 3.17. Personelden Algılanan Hizmet Madde Ortalamaları	57
Tablo 3.18. Programdan Algılanan Hizmet Madde Ortalamaları	57
Tablo 3.19. Soyunma Odalarından Algılanan Hizmet Madde Ortalamaları.....	58

Tablo 3.20. Tesisten Algılanan Hizmet Madde Ortalamaları.....	59
Tablo 3.21. Cinsiyete Göre Beklenen Hizmette Farklılık	60
Tablo 3.22. Cinsiyete Göre Algılanan Hizmette Farklılık	61
Tablo 3.23. Yaşa Göre Beklenen Hizmette Farklılık	62
Tablo 3.24. Yaşa Göre Algılanan Hizmette Farklılık.....	63
Tablo 3.25. Eğitim Düzeyine Göre Beklenen Hizmette Farklılık	64
Tablo 3.26. Eğitim Düzeyine Göre Algılanan Hizmette Farklılık	65
Tablo 3.27. Sporcu Lisansına Sahip Olmaya Göre Beklenen Hizmette Farklılık.....	66
Tablo 3.28. Sporcu Lisansına Sahip Olmaya Göre Algılanan Hizmette Farklılık	67
Tablo 3.29. Aylık Gelire Göre Beklenen Hizmette Farklılık	68
Tablo 3.30. Aylık Gelire Göre Algılanan Hizmette Farklılık	69
Tablo 3.31. Medeni Duruma Göre Beklenen Hizmette Farklılık.....	70
Tablo 3.32. Medeni Duruma Göre Algılanan Hizmette Farklılık	71
Tablo 3.33. Mesleğe Göre Beklenen Hizmette Farklılık.....	72
Tablo 3.34. Mesleğe Göre Algılanan Hizmette Farklılık	73
Tablo 3.35. Fitness Merkezine Gitme Amacına Göre Beklenen Hizmette Farklılık	74
Tablo 3.36. Fitness Merkezine Gitme Amacına Göre Algılanan Hizmette Farklılık.....	75
Tablo 3.37. Fitness Merkezine Gitme Sıklığına Göre Beklenen Hizmette Farklılık	76
Tablo 3.38. Fitness Merkezine Gitme Sıklığına Göre Algılanan Hizmette Farklılık.....	77

ŞEKİLLER DİZİNİ

Şekil 1.1. Hizmetlerin Özellikleri	4
Şekil 1.2. Az Soyuttan Çok Soyuta Doğru Yapılan Hizmet Sınıflandırması	6
Şekil 1.3. Hizmet Kalitesinin Boyutları (10 Boyutlu Yaklaşım).....	17
Şekil 3.1. Katılımcıların Cinsiyet ve Medeni Duruma Göre Dağılımı	37
Şekil 3.2. Katılımcıların Yaş ve Aylık Gelir Durumları.....	38
Şekil 3.3. Katılımcıların Eğitim ve Meslek Durumları.....	38
Şekil 3.4. Beklenen Hizmet ve Algılanan Hizmet Arasındaki Regresyon Doğrusu.....	53



ÖNSÖZ

Tez çalışmamı yürütmemde bana yol gösteren, bilgi, tecrübe ve desteğini esirgemeyen değerli tez danışmanım Doç. Dr. Orcan MIZRAK hocama saygılarımı sunar, teşekkür ederim.

Bu süreçte bana her konuda destek olan eşim Kübra ASLAN'a ve aileme sevgilerimi sunarım.

Erzurum-2017

Burak Erdiç ASLAN



GİRİŞ

Yapılan farklı tanımlarından yola çıkarak, “bir istek ve ihtiyacı karşılamak amacıyla üretilen ve üretildiği anda tüketilen soyut, yarar ve değer sağlayan faaliyet ve faydalar” olarak tanımlayabileceğimiz hizmet kavramı bugün sadece işletme veya iktisat alanında değil hemen her alanda kullanılan bir kavram haline gelmiştir (Demir, 2013: 17).

Kalite ise kökleri Socrates, Platon ve Aristo gibi eski Yunan düşünürlerine kadar uzanan ve insanlık tarihi boyunca var olan bir kavramdır (Reeves ve Bednar, 1994: 420). Kısaca “bir mal ya da hizmetin belirli bir gereksinimi karşılayabilme yeteneklerini ortaya koyan karakteristiklerin tümü” şeklinde tanımlanan (Akkoyun, 2015: 14) kalite kavramı, özellikle Amerika Birleşik Devletleri, Japonya ve Avrupa’daki çeşitli gelişmeler sonucunda son yıllarda çok daha önemli bir hale ulaşmıştır (Çimen ve Gürbüz, 2007).

Hizmet kalitesi kavramı ise hizmet ve kalite kelimelerinin birleşiminden oluşan ve kısaca “verilen hizmet düzeyinin müşterinin beklentisini ne oranda karşıladığının bir ölçüsü” olarak tanımlanan bir kavramdır (Altman ve Helms, 1995: 45). Hizmet kalitesi özellikle 1980’lerden itibaren büyük ilgi çekmiş ve özellikle işletme, üretim ve pazarlamanın önemli konularından birisi haline gelmiştir (Zeithalm vd., 1988: 35). Bu nedenle, hizmet sunan işletmelerin pazar payı ve karlılıklarını artırmak için hizmet kalitesine dikkat etmelerinin önemli olduğu vurgulanarak hizmet kalitesi bütün işletmeler için rekabetin temel anahtarı olarak nitelendirilmiştir (Kılıç ve Eleren, 2009: 2).

Hizmet kalitesinin önemli olduğu alanlardan birisi de spor hizmetleridir. Bu kapsamda önemli bir spor hizmeti sunan fitness ve spor merkezlerinin hizmet kalitesinin en üst düzeyde tutulması için çalışmalar yapılması büyük önem taşımaktadır. Dolayısıyla, bu çalışmada Erzurum ilindeki fitness ve spor merkezlerinin hizmet kalitesi ele alınmıştır.

Çalışmanın hizmet, kalite ve hizmet kalitesine ilişkin kavramsal çerçeve hakkında bilgiler verilmiştir. İkinci bölüm, araştırmanın materyal ve yöntemi hakkında bilgilerin sunulduğu bölüm olmuştur. Üçüncü bölümde araştırma sonucunda elde edilen bulgular sunulurken, sonraki bölümde çalışmanın sonuç ve önerileri verilmiştir.

BİRİNCİ BÖLÜM

HİZMET, KALİTE VE HİZMET KALİTESİ KAVRAMLARI

Araştırmanın bu bölümünde hizmet, kalite ve hizmet kalitesine ilişkin kavramsal çerçeve hakkında bilgiler verilmiştir.

1.1. HİZMET KAVRAMI

Bir kavram olarak hizmet, ilk olarak 1700'lü yıllarda Fransız filozoflar tarafından sistemli bir biçimde incelenmiş ve bu yıllarda tarımsal faaliyetlerin dışında kalan tüm faaliyetler olarak tanımlanmıştır (Akkoyun, 2015: 6). Ancak, bu yıllardan günümüze kadar geçen süre içerisinde daha çok işletme bilimi ile uğraşanlar tarafından farklı tanımlamalara ve sınıflandırmalara tabi tutulmuştur. Dolayısıyla, hizmet bugün temel olarak işletme ve iktisat alanyazınına ait bir kavram olarak kabul edilmekte ve kısaca “insan ihtiyaçlarını karşılama özelliğine sahip fiziki varlığı olmayan ürünler” olarak tanımlanmaktadır (Yıldırım, 2014).

Ancak hizmet kavramı bugün sadece işletme veya iktisat alanında değil hemen her alanda kullanılan bir kavram haline gelmiştir. Bu nedenle kavram, tanımı yapan kişinin çalışma alanı ve uzmanlığına bağlı olarak çok değişik tür ve niteliklerde tanımlanır bir hale gelmiştir (Demir, 2013: 17). Diğer bir ifade ile çok değişik alanlarda hizmet verildiği ve bir tür hizmet çeşitliliği olmasından dolayı ortak bir tanım yapılması güçleşmiştir (Öztürk, 2014: 12). Dolayısıyla, bugün hizmet pek de kolay tanımlanamayan, anlaşılamayan ve kavranamayan bir olgu olarak dahi nitelendirilmektedir (Öztürk, 2007).

Hizmet kavramı ile ilgili tanımlara kronolojik olarak göz atılacak olursa ön çıkan tanımlardan ilki Gözölü'ye (1994: 31) aittir. Nitekim Gözölü hizmeti “zaman, yer, biçim ve psikoloji bakımından yarar sağlayan ekonomik faaliyetler” olarak tanımlamıştır. Lovelock (1980) ise hizmeti “belirli zaman ve yerlerde müşteriler için değer yaratan ve fayda sağlayan faaliyetler” şeklinde açıklamıştır. Yapılan bu tanımlarda hizmetin temel özellikleri ile kısaca açıklandığı dikkat çekmektedir. Karahan, yapılan bu tanımlara hizmetin çeşitli özelliklerini dahil ederek tanımı genişletmektedir. Buna göre hizmet, “bir istek ve ihtiyacı tatmin etmek amacıyla; mala bağlı ya da maldan bağımsız olarak

üretilen, üretildiği anda tüketilen, elle tutulamayan, gözle görülemeyen, tadılamayan, koklanamayan, saklanamayan ve heterojen özellikte olan faaliyetler ve faydalar” şeklinde kapsamlı bir biçimde tanımlanmıştır (Karahana, 2001: 13).

Karalar (2001: 8), hizmeti “elle tutulamayan ve saklanması mümkün olmayan, insan ihtiyaçlarının giderilmesine yönelik olarak üretilen veya organize edilen, turizm, haberleşme, danışmanlık gibi faaliyetler” olarak tanımlayarak kavrama belirli bir alandan bakış açısı getirmiştir. Zeithaml ve Bitner’e (2003) göre ise “hizmetler; tüketicilere fayda sağlayan eylemler, süreçler ve performanslar” olarak açıklanmıştır. İslamoğlu ve arkadaşlarının (2006: 18) yapmış olduğu tanımlama da yapılan bu açıklamaya paralel bir biçimde hizmeti “tüketicilerin yaşantılarından kaynaklanan ve çoğunlukla fiziksel olmayan sorunlarını çözen ya da çözümü kolaylaştıran sistemler, faaliyetler ve faydalar toplamı” olarak ifade edilmiştir. Dolayısıyla, yapılan bu tanımlarda daha çok hizmetin fayda sağlaması veya sorun çözmesi vurgulanmıştır.

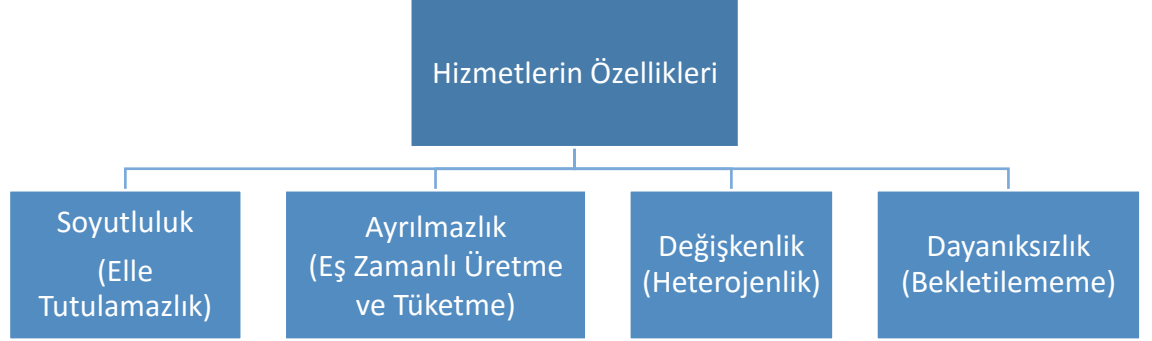
Yapılan bazı tanımlarda ise hizmetin soyut olması yani mevcudiyeti bulunmaması, depolanamaması ve çeşitli ilişkileri gibi özellikleri üzerinde durulmuştur. Buna göre, Eleren ve Kılıç (2007: 237) yapmış oldukları tanımlamada hizmeti “soyut olmasına binaen envanteri tutulamayan, fiziksel olarak depolanamayan, standartlaştırılmayan, üretildiği anda sahipliği olmayan, görsellik, nesnellik ve mülkiyet ilişkisi bulunmayan” bir faaliyet veya fayda olarak tanımlamışlardır. Benzer biçimde Kotler ve Armstrong’a göre ise hizmet, “üretilmesi esnasında fiziksel bir ürüne bağlı olma ya da olmamakla birlikte, bir kişinin diğerine sunduğu, esas olarak dokunulamayan ve herhangi fiziksel bir şeye sahip olmayla sonuçlanmayan faaliyet ya da fayda” olarak tanımlanmıştır (Kotler ve Armstrong, 2011: 298).

Sonuç olarak, yapılan bir çok tanımdan yola çıkarak hizmeti “bir istek ve ihtiyacı karşılamak amacıyla üretilen ve üretildiği anda tüketilen soyut, yarar ve değer sağlayan faaliyet ve faydalar” olarak tanımlamak mümkündür.

1.2. HİZMETİN ÖZELLİKLERİ

Hizmetlerin, fiziksel ürünlerden pazarlama özelliklerine ve niteliklerine göre ayrılması ve çok çeşitli alanlara dağılmış olması nedeniyle kendine özgü bazı ortak özellikleri bulunmaktadır. Bu özellikler alanyazında genel olarak soyutluluk yani elle

tutulamazlık, ayrılmazlık, değişkenlik (heterojenlik) ve dayanıksızlık yani bekletilmememe olmak üzere dört kategoriye ayrılmaktadır (Şekil 1.1).



Şekil 1.1. Hizmetlerin Özellikleri

1.2.1. Soyutluluk (Elle Tutulamazlık)

Soyutluluk yani elle tutulamazlık, hizmetlerin mallar gibi dokunulabilir, koklanabilir, görülebilir özellikte olmamasını ifade etmektedir (Yürek, 2017: 10; Gündüz, 2017: 43; Akkoyun, 2015: 7). Dolayısıyla, hizmetler vitrinde teşhir edilememektedir. Satın almadan önce hizmetler incelenememekte ve bir yargıda bulunma ancak tüketiminden sonra yapılabilmektedir (Mucuk, 2009: 307). Bu nedenle, hizmetler hakkında tüketim yapmadan önce genel olarak daha önce benzer hizmeti almış olanların tavsiyeleri neticesinde bilgi edinilebilmektedir (İslamoğlu vd., 2006: 19). Ayrıca, birçok hizmet sayılamamakta ve ölçülememektedir (Tek, 1999: 429).

1.2.2. Ayrılmazlık (Eş Zamanlı Üretim ve Tüketme)

Ayrılmazlık, hizmetlerin üretildikleri veya sunuldukları zamanda tüketicinin de birlikte olmasını ve aynı anda tüketilmesini ifade etmektedir (Gümüőoęlu vd. 2007: 19). Dolayısıyla, hizmetler hizmeti sunan satıcı ile bundan faydalanacak olan tüketicinin aynı anda birlikte bir etkileşim içerisinde olmasını gerektirmektedir (Gilmore, 2003: 11). Ancak, hizmetten farklı olarak mallar için bu durum söz konusu değildir. Mallar, tüketim zamanından bağımsız olarak farklı bir yerde üretilebilirler. Bunların tüketimleri daha sonra yapılabilir. Dolayısıyla, hizmetlerde mallardan farklı olarak üretim ve tüketim birbirinden ayrılmazlık özelliğine sahiptir (Yürek, 2017: 10).

1.2.3. Değişkenlik (Heterojenlik)

Değişkenlik, farklı zamanlarda verilen hizmetlerin içeriğinin ve kalitesinin hiçbir zaman birbiri ile aynı olmamasını ifade etmektedir (Tütüncü ve Doğan, 2003: 4; Gündüz, 2017: 46). Aynı kişi tarafından dahi verilmiş olsa, hizmetler mallar gibi soyut özelliklere sahip olmadığından dolayı farklı özellikler gösterebilirler (Parasuraman vd., 1985: 42). Hizmeti veren kişiden kişiye, hizmetin verildiği güne vb. faktörler bağlı olarak her sunum biçimi birbirine tıpa tıp benzeyemez. Dolayısıyla, hizmetlerin içerik ve kalitesini standart bir hale getirmek oldukça zordur ve çoğu zaman mümkün değildir (İslamoğlu vd., 2006: 20). Bu nedenle, hizmetlerin değişkenlik yani heterojenlik özelliğini mümkün olan en minimum hale getirmek için personelin titizlikle seçilmesi, eğitilmesi, işe alıştırma programlarının uygulanması, iyi bir denetim sistemi kurulması ve kalite için motive edilmesi gibi önlemler alınır (Mucuk, 2009: 308).

1.2.4. Dayanısızlık (Bekletilememe)

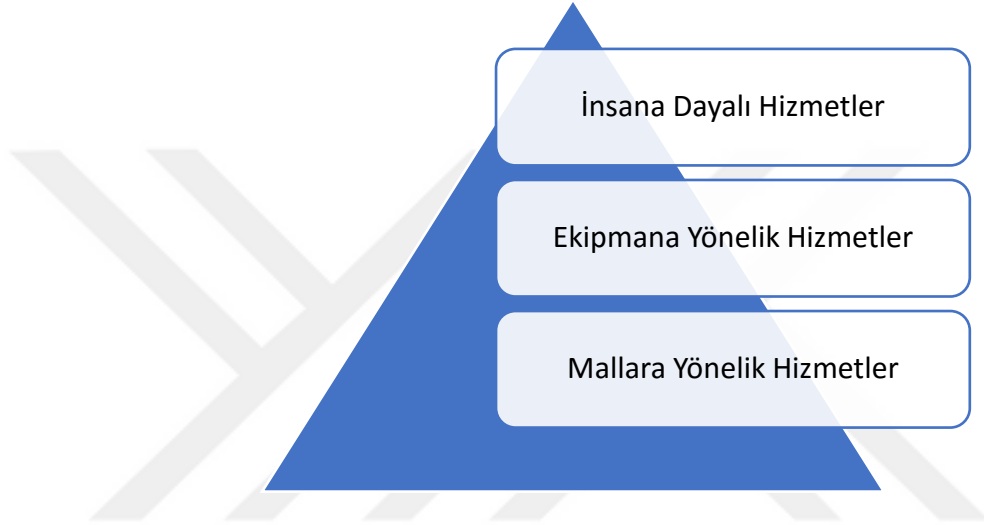
Dayanısızlık (bekletilememe), hizmetlerin soyut özelliklerinden dolayı sunulmadan önce ve sonra varlıklarını koruyamamalarını yani saklanamaz olmalarını ifade etmektedir (Gilmore, 2003: 11; Akkoyun, 2015: 7; Demir, 2013: 21). Zira hizmetler mallardan farklı olarak soyut özellikler göstermektedirler. Ayrıca, üretici ve tüketicinin aynı anda birlikte olmasını ifade eden ayrılmazlık özelliğine sahiptirler (Öztürk, 2014: 12). Bu nedenle, hizmetler daha sonra kullanmak için saklanamazlar. Diğer bir ifade ile stoklanamazlar. Ancak, mallar için böyle bir durum söz konusu değildir. Mallar, dayanıklı özellikler gösterirler. Üretildikleri yer ve zamandan bağımsız olarak tüketilebilirler (Akkoyun, 2015: 7).

1.3. HİZMETLERİN SINIFLANDIRILMASI

Hizmetin soyut ve değişken bir özellik göstermesinden ve çok geniş bir yelpaze çok sayıda alanda yer almasından dolayı net bir sınıflandırma yapmak oldukça zordur. Buna rağmen farklı alanlardan araştırmacılar hizmetlerin sınıflandırılmasına yönelik çeşitli çalışmalar içerisinde bulunmuşlardır (Demir, 2013: 19; Gündüz, 2017: 47; Öztürk, 2014: 13). Bu sınıflandırmalar arasında öne çıkanlar az soyuttan çok soyuta

doğru yapılan sınıflandırma, kategorilere göre yapılan sınıflandırma ve Lovelock'un yapmış olduğu sınıflandırmadır.

Az soyuttan çok soyuta doğru yapılan sınıflandırmada hizmetler mallara yönelik hizmetler, ekipmana yönelik hizmetler ve insana dayalı hizmetler olmak üzere üçlü bir sınıflandırmaya tabi tutulmuştur (Demir, 2013: 19). Şekil 1.2'de az soyuttan çok soyuta doğru yapılan bu sınıflandırma verilmiştir. Üçgenin tabanından zirvesine doğru gittikçe soyutluk derecesi artmaktadır.



Şekil 1.2. Az Soyuttan Çok Soyuta Doğru Yapılan Hizmet Sınıflandırması

Mallara yönelik hizmetler, bir işletmedeki fiziksel özellik taşıyan mallara yönelik olan hizmetleri kapsamaktadır. Ekipmana dayalı hizmetlerde, hizmet asıl “pazarlanan nesne”, mallar onu destekleyici bir rol oynayan hizmetler grubudur. İnsana dayalı hizmetlerde ise verilen hizmet insanlara bağlı olarak sunulur (Mucuk, 2009).

İkinci olarak, kategorilere göre yapılan sınıflandırma benzer hizmetlerin aynı mallar da olduğu gibi kendi aralarında gruplandırılması esasına dayanmaktadır. Amerikan Pazarlama Birliği tarafından yapılan bu sınıflandırmada toplam 10 kategori yer almaktadır. Bu kategoriler şunlardır:

1. Kamusal, Yarı Kamusal, Kâr Amacı Gütmeyen Hizmetler,
2. Sağlık Hizmetleri,
3. Eğitim ve Araştırma Hizmetleri,
4. Profesyonel Hizmetler,
5. Spor, Sanat ve Eğlence Hizmetleri,

6. Telekomünikasyon Hizmetleri,
7. Finansal Hizmetler,
8. Kanal, Fiziksel Dağıtım ve Kiralama Hizmetleri,
9. Kişisel ve Bakım/Onarım Hizmetleri,
10. Turizm Hizmetleri (Gündüz, 2017: 47)

Lovelock'un (1991) yapmış olduğu hizmet sınıflandırmasında ise hizmet dört grupta toplanmıştır. Bu gruplar; tüketicilerin bedenini hedef alan somut hizmetler, mal ve diğer fiziksel sahipliklerle ilgili somut hizmetler, insanların beyinlerine yönelen soyut hizmetler ve soyut varlıklarla ilgili soyut hizmetlerdir. Buna göre, her bir sınıfta yer alan örnek hizmetler Tablo 1.1'de verilmiştir (Öztürk, 2014: 13-14).

Tablo 1.1. Lovelock'un Dörtlü Sınıflandırması

Kategori	Örnek Hizmetler
Tüketicilerin bedenini hedef alan somut hizmetler	Sağlık ve bakım hizmetleri, yolcu taşıma, otel ve restoran hizmetleri, güzellik ve kişisel bakım.
Mal ve diğer fiziksel sahipliklerle ilgili somut hizmetler	Nakliye, tamir ve bakım, kapıcı hizmetleri, çamaşır yıkama / kuru temizleme, veterinerlik hizmetleri.
İnsanların beyinlerine yönelen soyut hizmetler	Eğitim, yayıncılık, bilgi servisleri, tiyatro, müze.
Soyut varlıklarla ilgili soyut hizmetler	Avukatlık hizmetleri, bankacılık, muhasebecilik, sigortacılık.

1.4. SPOR HİZMETLERİ KAVRAMI

1.4.1. Spor Hizmetlerinin Tanımı

Spor hizmetlerini “insanların spora ilişkin ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla, belirli bir fiyattan satışa sunulan ve herhangi bir malın mülkiyetini gerektirmeyen, yarar ve doyum oluşturan, soyut faaliyetler bütünü” olarak tanımlamak mümkündür (Çimen,Gürbüz,2007:117-20). Ancak, bu tanımın genel hizmetlerle alakalı olmasından dolayı insanların spordan beklentilerini ve spor hizmetlerinin özelliklerini pek yansıtmamaktadır. Spora özgü özelliklerin de yer aldığı spor hizmetlerinin geniş ve

kapsamlı bir tanımı “insanların spora ilişkin beklentilerini gidererek eğlenme, stresten uzaklaşma, sağlıklı olma, iyi görünme, sosyalleşme ve mücadele etme gibi faydalar sağlayan soyut ve birbirine benzemeyen faaliyetler bütünü” şeklinde yapılabilir(Çimen,Gürbüz,2007:117-20).

Spor tesislerindeki hizmet üretimi esas itibarıyla insanları memnun edecek spor programlarına dayanmaktadır. Spor programları ise insanların birbirinden farklı spor faaliyetlerine katılma isteklerinin karşılanması için gerçekleştirilen bir planlama sürecidir. Çünkü sportif örgüt varlığı insan ihtiyaçlarından kaynaklanmakta ve bu ihtiyaçlar spor programlarıyla karşılanmaktadır. Spor programları, spor hizmetleri üretiminin esasını oluşturmaktadır (Ekenci,2000:43-54).

Spor hizmetleri, yaygın spor programları ve uzmanlaşmış (seyir sporu) spor programları olarak iki şekilde karşımıza çıkar. Yaygın spor programları, etkin katılıma yönelik programlardır. Spor kurum ve işletmelerinde sunulan jimnastik, step, aerobik, yüzme, yaz kış okulları gibi faaliyetler, etkin katılımın olduğu faaliyetlerdir. Bu hizmetler üretildiği yerde tüketilirler. Yani müşteri kuruma gelir. Hâlbuki uzmanlaşmış spor tüketicileri seyircilerdir. Seyirciler, müsabaka yeri olan stadyuma gelirlerse etkin seyirci durumunda olacaklardır. Şayet maçı televizyondan seyredersen pasif seyirci durumundadırlar (Serarslan,2006).

Her iki program türü de katılımcıların ihtiyaç ve isteklerine doygunluk sağlamak amacıyla üretilmektedirler (Çimen, Gürbüz, 2007: 117-20).

Vücut geliştirme aletleri yapan bir işletme spor endüstrisi içinde imalat pazarını temsil ederken, bu aletleri alarak belirli bir yer ve program dahilinde, müşterilerine bu aletleri kullanarak daha sağlıklı ve güzel görünümlü vücuda sahip olmalarını sağlayan spor merkezi hizmet pazarını temsil etmektedir. Bir stadyum inşaatını yapan işletme imalat gerçekleştirirken, bu stadyumun sahibi olan spor kulübü takımını izlemeye gelen seyircilere hizmet sunmaktadır (Çimen, Gürbüz, 2007: 117-20).

1.4.2. Spor Hizmetlerinin Özellikleri

Hizmet pazarında hizmet kalitesinin artırılabilmesi için imalat pazarından farklı bazı özel çabaların gösterilmesi gerekmektedir. Bunun en önemli nedeni, hizmetlerin,

dolayısıyla spor hizmetlerinin mallardan farklılaşan bir takım özelliklere sahip olmasıdır.

1. Spor hizmetleri ayrışık faaliyetlerdir: Spor hizmetinin kalitesi ve içeriği, hizmeti veren kişiden kişiye, müşteriden müşteriye, hatta günden güne değişebilir. Bazı spor hizmetlerinin emek yoğunluğu ve bu spor hizmetinden yararlananların istek ve ihtiyaçlarının farklı olması spor hizmetlerinin kalıplaşmasını zorlaştırmaktadır. Bu da spor hizmeti üreten spor işletmelerinde kalite denetim programlarında zorlaştırıcı bir etken olarak ortaya çıkmaktadır(Serarslan,2005).
2. Spor hizmetlerinde üretim ve tüketim aynı anda gerçekleşir: spor hizmetlerinde üretim ve tüketime eş zamanlı gerçekleşmesi, özellikle farklı hizmet sunumlarında değişik müşterilerin yer alması hizmetin kalıp hale gelmesini engellediği gibi, yönetimin hizmet kalitesi üzerindeki denetimini güçleştirmektedir. Örneğin, biletleri satılan bir basketbol maçında oyun üretilirken eş zamanlı olarak tüketilir (Çimen, Gürbüz, 2007:117-20).
3. Spor hizmetleri dayanıksızdır, depolanamaz: Yaygın spor hizmetleri depolanamazlar, ancak uzmanlaşmış sporun görüntülerinin kaydedilmesi ve sonradan seyredilebilmesi mümkün olduğundan, depolanabilir özelliğe sahip olduğu söylenebilir. Buna rağmen, satılmayan maç bileti tam bir ekonomik kayıptır ve telafisi zordur. Bu kayıplar maliyeti artırarak kalite hedefine ulaşmayı zorlaştırmaktadır(Serarslan,2006).
4. 4-Spor Hizmetlerine Harcanan Zaman ve Etkileşim: Diğer hizmetlerle karşılaştırıldığında spor hizmetlerini almak uzun zaman harcamayı gerektirmesinin yanı sıra, kimi durumlarda müşteri-hizmet çalışanı ve müşteri-müşteri etkileşimine bağlı olarak gelişebilmekte ve genellikle müşteriler diğer müşterilerle birlikte tesis, araç-gereç ve antrenör / öğretmeni paylaşabilmektedir. Örneğin, bir grupta doğa yürüyüşlerine katılan veya spor müsabakası izlemek (deplasmana gidildiğinde süre uzayacaktır) isteyen bir müşteri, bir veya iki gününü bu etkinliğe harcarken, göze alması gereken ulaşım mesafesi de bir hayli artacaktır. Ayrıca, doğa yürüyüşü gibi etkinliklerde müşteri-hizmet çalışanı ve müşteri-müşteri etkileşimi yoğun bir şekilde yaşanır (Serarslan,2005).

5. Spor hizmetleri soyut etkinliklerdir: spor hizmetlerinin sayılamaz ve elle dokunulamaz olması, sadece denenerek algılanabilir. Spor hizmetlerinden sağlanan yarar deneyime dayalıdır. Müşteri, spor hizmetinin değerini ve niteliğini, ancak satın aldıktan sonra ya da spor hizmetinin tüketilmesi veya satın alma sürecinde değerlendirebilir (Serarşlan,2005).
6. Spor Hizmet Çalışanlarının Hizmet Üretimi Algılaması: imalat pazarında çalışanlar ne ürettiğinin veya çabaları sonucunda ortaya ne çıkacağını bilir, başka bir ifade ile bir üretim yaptığının farkındadır. Ancak, hizmet pazarının diğer alanlarında ve özellikle spor hizmetlerinde çalışanlar çabalarının sonunda bir ürün ortaya koyduklarını pek algılayamazlar. Örneğin, araba üretiminin bir sürecinde çalışan işgören, sonuçta araba ürettiğinin farkındadır. Buna karşılık, yüzme kursuna katılan bir müşterinin kurs sonunda yüzebilmesi yüzme öğretmeni tarafından bir ürün olarak algılanmadığı gibi, bir antrenör de sezon boyunca yaptığı araştırmaların ardından takımıyla girdiği yarışma veya maçlardan elde edilen sonuçların bir ürün olduğu pek algılanmamaktadır. (Çimen, Gürbüz, 2007: 117-20) .
7. Spor hizmeti sunanların yeterliliği: spor hizmetlerinde hizmet sunanların yeterliliği bazı hizmet türleriyle karşılaştırıldığında daha önem kazanmaktadır. Özellikle kamuoyunda fazlaca yer alan ve göz önünde bulundurulmuş spor dalları (futbol, basketbol gibi) ve hizmetlerde can güvenliğinin en üst seviyede olduğu durumlarda (yüzme v.b.) hizmet sunanların yeterliliği, bir restoranda hizmet yapan kişinin yeterliliğinden daha önemli bir hale gelmektedir(Çimen, Gürbüz, 2007: 117-20).
8. Spor hizmetlerinin pazara yakın olma gerekliliği: spor hizmetlerinin üretildiği spor işletmeleri müşterilerin gitmeyi göze alabilecekleri bir mesafede olmalıdır. Spor işletmesine ulaşım önemli bir unsurdur(Çimen, Gürbüz, 2007: 117-20).
9. Spor hizmetlerinde maliyet hesaplama güçlüğü: spor işletmelerinin girdileri sadece maddi unsurlar olmadığından dolayı ve sunulan hizmetin algılanmasının kişiden kişiye farklılık göstermesi, maliyetlerin hesaplamasını güçleştirmektedir (Çimen, Gürbüz, 2007: 117-20).

1.5. KALİTE KAVRAMI

Kalite, kökleri Socrates, Platon ve Aristo gibi eski Yunan düşünürlerine kadar uzanan ve bu yıllardan itibaren insanlık tarihi boyunca ele alınmış olan bir kavramdır (Reeves ve Bednar, 1994: 420). Latince “qualis” kelimesinden türemiş ve zamanla “qualitas” kelimesiyle ifade edilmiş olan kavramın etimolojik anlamı bir malın veya hizmetin “nasıl oluştuğu”dur (Gümüšoğlu vd., 2007: 39).

İnsanlık tarihi içerisinde her zaman var olsa da kalite kavramının düzenli olarak ele alınması ve birtakım kurallara dayandırılması ilk olarak Amerika Birleşik Devletleri’nde olmuştur. Sonraki yıllarda Japonya ve Avrupa’daki çeşitli gelişmelere kavramın daha önemli bir hale ulaşmasını sağlamıştır (Çimen ve Gürbüz, 2007).

Bugün kalitenin temelde birbirine benzeyen ancak farklı tanımlamaları yapılmaktadır. Türk Standartları Enstitüsü’ne göre kısaca bir mal veya hizmetten müşterinin tatminidir (Dereli ve Baykosoğlu 2003). Uluslararası Standart Bürosu (ISO) kaliteyi, “bir mal ya da hizmetin belirli bir gereksinimi karşılayabilme yeteneklerini ortaya koyan karakteristiklerin tümüdür” şeklinde tanımlamaktadır (Akkoyun, 2015: 14). Avrupa Kalite Kontrol Organizasyonu (EQQO) ise kaliteyi, “bir malın ya da hizmetin tüketicinin isteklerine uygunluk derecesi” olarak açıklamaktadır (Öncü, Kutukız ve Koçoğlu, 2010: 240).

Ayrıca, Kobu (2008: 515), kaliteyi mutlak anlamda en iyi olarak değil, fakat amaca uygunluk derecesi olarak tanımlamaktadır. Şişman ve Turan’a (2001) göre ise kalite bir malın ya da hizmetin tüketici isteklerine uygunluk derecesidir. Dolayısıyla, yapılan tanımlarda ortaya çıkan ortak nokta kalitenin bir mal veya hizmetin çok önemli bir özelliği olduğudur. Kalite, mal veya hizmetin gereksinimi karşılama derecesini belirlemekte ve müşteri tatmininin çok önemli bir bileşenini oluşturmaktadır.

Kalite, özelliği gereği bir takım özelliklerin bir araya gelmesi ile tanımlanmaktadır. Kaliteyi tanımlayan boyutlar olarak belirtilen bu özellikler şunlardır:

1. Fonksiyonellik (performans veya işlevsellik)
2. Özellikler
3. Güvenilirlik
4. Standartlara uygunluk

5. Dayanıklılık
6. Hizmet görürlük (satış sonrası hizmetler)
7. Estetik (ürünün cazibesi)
8. Algılanan kalite (tüketicide bıraktığı kalite izlenim) (Garvin, 1984: 30),

1.5.1. Deney Üstünlüğüne Sahip Kalite Yaklaşımı

Bu yaklaşıma göre kalite; basit, analiz edilemez ancak deneyimle ayırt edebildiğimiz, dokunamadığımız, fakat bazı etkilerle zamanla görüşümüzü değiştirdiğimiz bir olgudur (Çetin, Akın ve Erol, 2001)

Deney üstünlüğüne sahip kalite yaklaşımında kalite tanımlanamaz ancak kalitenin ne olduğu bilinebilir. Kalite tamamen kişiseldir ve kişi tarafından dahi tanımlanamaz (Gençer, 2005; James, 2006)Deney üstünlüğüne ve kalite görüşüne sahip insanlar “tanımlayamam, ama gördüğümde bilirim derler” (Garvin, 1988: 39-40).

1.5.2. Ürünü Temel Alan Kalite Yaklaşımı

“Bu yaklaşımda kalite ürünün özellikleridir ve müşteri görüşü doğrultusunda bütün dikkat ürün özelliklerindedir (Çetin, Akın ve Erol,2001)

Burada birey dikkate alınmasa bile bakış açısındaki değişiklikler ürünün özelliklerinin onaylanmasını değiştirir ve önceki yaklaşım ve bakış açısı gözden geçirilebilir”(Gençer, 2005).

Ürün bazlı kalite görüşünde, ölçülebilir bazı nitelikler ve özellikler yüksek kalite olgusunun fark edilmesini sağlamaktadır. Örneğin bir otomobilin koltuklarının yüksek kaliteli deriden döşenmiş olması, ya da dayanıklılık ve güvenlik özelliklerinin somut olarak değerlendirilebilir olması, bu görüşü açıklamaktadır (Öztürk, 2007).

“Ürüne dayalı kalite yaklaşımının birçok avantajlarının olmasına rağmen, bazı zayıf yönleri de vardır. Çünkü kalite bireysel zevkler ve tercihlerden oluşmaktadır. Ölçüm için sabit bir noktanın referans alınması yanıltıcı olabilir” (Ross, 1999; Öztürk, 2007).

1.5.3. Kullanıcıyı Temel Alan Kalite Yaklaşımı

Bu yaklaşımda, kalitenin bireysel bir konu olduğunun, tercihleri en iyi karşılayan ürünlerin en yüksek kaliteye sahip olduğunun üzerinde durulur (James, 1996, Öztürk, 2007). Burada kalite sadece kullanıcı tarafından belirlenmektedir. Kullanıcıların farklı görüş ve ihtiyaçları olduğu, bu nedenle ürünün bu farklı ihtiyaç ve talepleri karşıladığı oranda kaliteli olduğu temeline dayanır. Bu algılanan kalite anlayışıdır ve oldukça öznedir (Çetin, Akın ve Erol, 2001). “Tüketicinin tercih aralığının çok geniş olması ve tercihleri bir ürün içerisinde toplamının zorluğu bu yaklaşımda ki sorunlar olarak ön plana çıkmaktadır” (Ross, 1999).

1.5.4. Üretimi Temel Alan Kalite Yaklaşımı

Bu yaklaşım mühendislik ve üretim uygulamaları ile ilgilidir ve “gerekliliklere uygunluktur” evrensel tanımını kullanır (Ross, 1999, Gençer, 2005).

Üretim özelliklerini değiştirmek ve ürün çıktısını elde edebilmek için üretim stratejisine gerek duyulur. Çünkü bu strateji standartlardan sapmayı en az indirerek kaliteyi düşüren unsurlardan kurtulmayı içerir. Sonuç olarak bu strateji düşük maliyete odaklı, düşük sapma ile kaliteyi yükseltmeyi amaçlayan bir stratejidir (Öztürk, 2007). “Bu yaklaşımın zayıf yönleri müşterinin kalite algısının eşit sayılması, üretim maliyetlerinin azaltılması ve tasarım ve üretimdeki güvenlik konuları olarak ön plana çıkmaktadır” (Öztürk, 2007).

1.5.5. Değeri Temel Alan Kalite Yaklaşımı

Son 30-40 yılda hizmet endüstrisi içerisinde önem kazanan kalite, kişi ve kurumların kalite kavramına yönelik ilgilerin artmasını sağlamıştır. Ticari hizmet organizasyonları hayatta kalabilmenin ve rekabet edebilmenin yüksek kaliteli hizmetleri sağlamaya bağlı olduğunu anlamış ve bunu gerçekleştirmek için çeşitli çalışmalar ve arayışlar içerisine girmiştir (Robinson, 1999).

Bu yaklaşımda kalite ödenen ücretle açıklanmaktadır. Bu yaklaşım, müşterinin satın alma kararının “satın alma kararı modeline” göre gerçekleştiğini kabul etmektedir.

Bu modelde değerin tek niteliği kalitedir. Satın alma kararını etkileyen ödenen ücrete karşı kalitenin takas edilmesidir (Öztürk,2007).

1.5.6. Kalitenin Boyutları

Kalitenin farklı boyutlarının olması da kalite kavramını karmaşık hale getirmektedir (Yıldız,2009). D.Garvin kalitenin tanımını tam yapabilmek adına, hepsi kaliteyi tanımlayan, birbirinden farklı sekiz özelliği şöyle sıralamıştır(Garvin,1988:39-40)

- 1- Performans (Fonksiyonellik / İşlevsellik)
- 2- Diğer Unsurlar
- 3- Uygunluk
- 4- Güvenilirlik
- 5- Dayanıklılık
- 6- Hizmet görürlük
- 7- Estetik
- 8- İtibar

Evans ve Lindsay, hizmet kalitesi ölçümü için sekiz alt boyut geliştirmiştir. Bunlar; zaman, zamanlılık, nezaket, tutarlılık, erişilebilirlik, uygunluk, doğruluk ve yanıt vermedir. Bu boyutlar Garvin tarafından 1987 yılında geliştirilen modelin gelişmiş bir temsili olarak anılmakta olup bu boyutların geçerliliği ile ilgili bir araştırma yapılmamıştır . (Evans ve Lindsay,1999).

Parasuraman ve diğerleri, tarafından 1985 yılında hizmet kalitesi güvenilirlik, heveslilik, yetenek, ulaşılabilirlik, nezaket, iletişim, inanılrlık, güvenlik, müşteriye tanıma-anlama ve hizmet ortamı olmak üzere on boyutta ele alınmıştır (Parasuraman, Zeithaml, ve Berry, 1985: 41-50).Bu özellikler aşağıda maddeler halinde açıklanmaya çalışılmıştır.

1. Somut Özellikler: İşletmenin, ürünün veya hizmetin durumunu ifade etmektedir (kullanılan malzemeler, temizlik, kılık kıyafet gibi.).
2. Güvenilirlik: İşletmenin hizmeti zamanında ve güvenilir bir şekilde yapabilme durumu.
3. Heveslilik: Müşterilere yardım etme ve hızlı hizmet verme istekliliği.

4. Yeterlilik: Hizmeti yerine getirmek için gereken bilgi ve yeteneğe sahip olunması, personel kalitesinin yeterliliği.
5. Nezaket: Müşteri ile doğrudan ilişki kuran personelin nazik, saygılı, düşünceli ve samimi olması.
6. İnanılabilirlik: Hizmet sunan kişinin güvenilir ve dürüst olması.
7. Güvenlik: Tehlike risk veya şüphenin olmaması, işletmede yapılan hizmetlere güvenin olması.
8. Erişim: Gerektiğinde iletişim kurma kolaylığı ve hizmete/personele erişilebilirlik.
9. İletişim: Anlayabileceği dilden müşterinin bilgilendirilmesi ve sorunlarının dinlenmesi.
10. Empati: Müşteriler ve gereksinimlerini tanımak için çaba sarf edilmesi.

Daha sonra Parasuraman ve diğerleri, 1988 yılında uyguladıkları anketleri faktör analizi ile değerlendirmiş ve hizmet kalitesini belirleyen on boyutu beş boyuta (somutluk, güvenilirlik, yanıt verme, güven ve empatidir) indirgeyerek SERVQUAL olarak adlandırılan hizmet kalitesi ölçüm aracını geliştirmişlerdir. Parasuraman ve diğerleri tarafından hizmet kalitesi ölçümü için geliştirilen bu boyutların, birçok hizmet endüstrisinde (bankalar, kredi kuruluşlar, tamir bakım hizmetleri vb.) test edilerek geçerliliği sağlanmıştır. (Parasuraman, Zeithaml, ve Berry, 1988:12-40).

1.6. HİZMET KALİTESİ

Hizmet kalitesi kavramının farklı kaynaklarda birbirine benzer pek çok tanımı yapılmıştır. Bu tanımlardan birisinde hizmet kalitesi son derece öznlü bir biçimde tanımlanmıştır. Buna göre, Altman ve Helms (1995: 45) hizmet kalitesini “verilen hizmet düzeyinin müşterinin beklentisini ne oranda karşıladığının bir ölçüsü” olarak tanımlamışlardır. Edvardsson(1998) ise hizmet kalitesini “müşteri beklentilerini karşılayabilme, ihtiyaç ve gereksinimlerini belirleyebilme derecesi” olarak açıklamıştır. Ayrıca, Parasuraman vd. (1985:42), hizmet kalitesinin “tüketicilerin beklentilerinin ne derecede karşılandığının göstergesi” olduğunu ifade etmişlerdir.

Hizmet kalitesi özellikle 1980’lerden itibaren büyük ilgi çekmiş ve özellikle işletme, üretim ve pazarlamanın önemli konularından birisi haline gelmiştir (Zeithalm

vd., 1988: 35). Bu nedenle, hizmet sunan işletmelerin pazar payı ve karlılıklarını artırmak için hizmet kalitesine dikkat etmelerinin önemli olduğu vurgulanmıştır. Dahası hizmet kalitesi bütün işletmeler için rekabetin temel anahtarı olarak nitelendirilmiştir (Kılıç ve Eleren, 2009: 2).

1.6.1. Hizmet Kalitesinin Boyutları

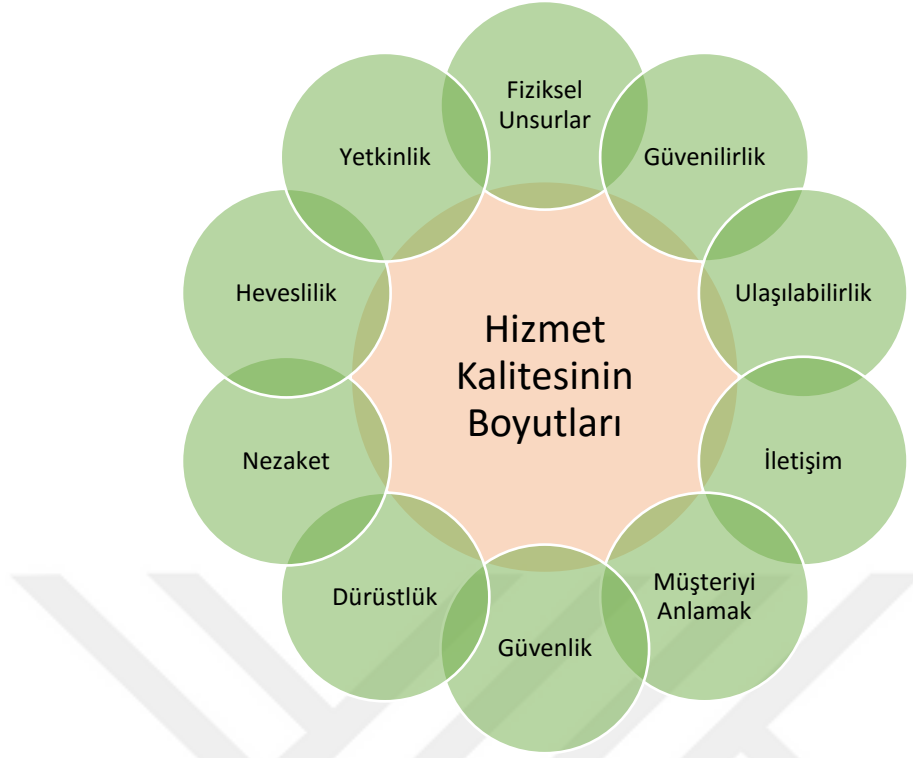
Hizmet kalitesinin öneminden dolayı, nelerden oluştuğu, diğer bir ifade ile nelerin yani hangi faktörlerin hizmet kalitesini etkilediği ile ilgili olarak çok çeşitli akademik araştırmalar yapılmıştır. Bu araştırmalar sonucunda ortaya çıkan sınıflandırmalardan birisi hizmet kalitesinin prosedürel ve davranışsal boyutlardan oluştuğunu öne süren sınıflandırma olmuştur. Buna göre, hizmet kalitesi prosedürel ve davranışsal olmak üzere birbirini tamamlayan iki ana boyuttan ve bunların altında yer alan alt boyutlardan oluşmaktadır. Bu boyutların bir bütün halinde sağlanması halinde hizmet kalitesi tam olarak gerçekleşmektedir (Tablo 1.2).

Tablo 1.2. Hizmet Kalitesinin Prosedürel ve Davranışsal Boyutları

Prosedürel Boyutlar	Davranışsal Boyutlar
Hizmet (İş) Akışı Zamanlama Uygunluk Beklentiler İletişim Geri besleme Etkin yönetim	İlgi Vücut dili Ses tonu İncelik İsimle hitap Dikkat Rehberlik Önerili satış Sorun çözme

Kaynak: Gümüšoğlu vd., 2007: 104.

Ayrıca, prosedürel ve davranışsal boyutlara dayalı sınıflandırmanın yanında hizmet kalitesinin on boyuttan oluştuğunu öne süren sınıflandırma bulunmaktadır (Zeithalm vd., 1990: 21-22). Bu boyutlar Şekil 1.3'te verilmiştir.



Şekil 1.3. Hizmet Kalitesinin Boyutları (10 Boyutlu Yaklaşım)

Fiziksel unsurlar; ortam, malzeme, teçhizat, ekipman, organizasyon ve personelin görünümünü içermektedir. Güvenilirlik, söz verilen hizmeti dikkatli ve güvenilir bir şekilde gerçekleştirme anlamına gelmektedir. Ulaşılabilirlik, müşterinin istediği zamanlarda kesintisiz olarak hizmet alabilmesidir. İletişim ise müşteriler ile sağlıklı bir iletişim kurarak onları bilgilendirmek ve taleplerini dinlemektir. Müşteriyi anlamak, etkili bir iletişim sonucunda müşteriyi ve ihtiyaçlarını anlamak anlamına gelmektedir.

Ayrıca hizmet kalitesinde güvenlik, tehlike, risk ve şüpheden uzak olmak olarak tanımlanmaktadır. Dürüstlük, inandırıcılık, güven sağlamak için dürüst olmaktır. Nezaket, nazik olmayı ifade etmektedir. Heveslilik, hizmet vermeye ilgili ve istekli olmak anlamına gelmektedir. Yetkinlik ise hizmeti gerçekleştirebilmek için gerekli bilgi ve becerilere sahip olmaktır (Yürek, 2017: 17-19).

Hizmet kalitesinin 10 boyuttan oluştuğunun ortaya sürülmesinden sonra yapılan çalışmalarda boyutlardan bazılarının birbiri ile kuvvetli ilişkili olduğu ortaya çıkarılmış ve boyutların sayısı beşe indirilmiştir. Belirlenen beş boyut fiziksel unsurlar, güvenilirlik, yeterlilik (heveslilik, yetkinlik), güven (saygı, inanılabilirlik, güvenlik) ve empatidir (ulaşılabilirlik, iletişim, müşteriyi anlamak) (Parasuraman vd., 1994: 113).

1.6.2. Algılanan Hizmet Kalitesi

Algılanan kalite bir varlığın mükemmelliği veya üstünlüğü üzerine tüketicinin yargısıdır. Bir çeşit tutumdur ve memnuniyete bağlıdır ancak eşit değildir ve beklentilerin performans algısıyla kıyaslanması sonucu ortaya çıkar (Parasuraman, Zeithaml ve Berry, 1988). Zeithaml ve Bitner, algılanan hizmet kalitesini, “müşterinin beklentileri ve algıları arasındaki farkın yönü ve derecesi” olarak tanımlamaktadırlar”. Hizmet kalitesi, müşterinin hizmeti almadan önceki beklentileri (beklenen hizmet) ile yararlandığı gerçek hizmet deneyimini (algılanan hizmeti ya da algılanan başarımlarını) kıyaslamasının bir sonucu olup, müşterinin beklentileri ile algılanan başarımlarını arasındaki farklılığın yönü ve derecesi olarak değerlendirilmektedir (Zeithaml ve Bitner, 2000).

Ghobadian’a göre algılanan hizmet kalitesi, müşterilerin hizmet kalitesine yönelik sezgileridir (Ghobadian, Speller ve Jones, 1994:43-66). Bu durum müşterilerin tatmin derecesini büyük ölçüde belirlemektedir. Parasuraman ve arkadaşları “algılanan hizmet kalitesini” müşterinin bir ürün ya da hizmetin üstünlüğü ya da mükemmelliği ile ilgili genel bir yargısı olarak tanımlamaktadırlar (Parasuraman, Zeithaml ve Berry, 1990). Algılanan kalite, beklenen kaliteden ayrı olarak düşünülemez. Müşterilerin alacakları hizmetler konusunda birtakım beklentileri vardır. Bu isteklerin karşılanması ya da karşılanmaması sonucunda mutluluk, sevinç, kaygı, hayal kırıklığı gibi duygusal sonuçlarla karşılaşılırlar. Bu nedenle algılanan hizmet kalitesi objektif olmaktan çok duygusal boyuttadır. Sonuç olarak algılanan kalite objektif veya gerçek kalite kavramından farklıdır, ürüne özel niteliklerden çok yüksek düzeyde soyuttur, genelde müşterinin karşılaştırmaları sonucunda ulaştığı bir yargıdır ve bazı durumlarda birbirine benzeyen tutumların oluşturduğu küresel bir değerlendirmedir (Çınar, 2010).

Gronroos, iyi algılanan hizmet kalitesini altı kriterle tanımlamıştır (Gronroos, 1988: 10).

1. Profesyonellik ve Beceri: müşteriler hizmet sağlayıcılardan bilgili olmalarını ve problemlerinin çözümlenmesinde profesyonel bir yol izlemelerini beklemektedirler.
2. Tutum ve Davranış: müşterilerin gerçek algıları, yaşadıkları sorunlara ve kendilerine samimi ve içten bir yaklaşımdır.

3. Erişim ve Esneklik: müşteriler hizmeti aldıkları işletmeler tarafından ihtiyaçlarının zamanında karşılanmasını beklemektedirler.
4. Güvenilirlik ve Dürüstlük: müşteriler işletmelerin verdikleri sözü tutmalarına ve müşterilerin çıkarları doğrultusunda hareket etmelerine güvenebilmelidirler.
5. İyileştirme: yanlış işleyen bir süreç olması durumunda işletme tarafından acil olarak iyileştirmeye gidileceğinin müşteri tarafından bilinmesi gerekmektedir.
6. İtibar: müşteriler iyi performans ve kabul edilen değerlerin marka imajı anlamına geldiğine inanırlar.

1.6.3. Beklenen Hizmet Kalitesi

Hizmet kalitesi alan yazınında “beklentiler” müşterilerin hizmete ilişkin istek ya da arzularını ifade etmektedir (Parasuraman, Zeithaml ve Berry, 1988: 12-40). Beklentilerin kaynağı olarak diğer kişilerden alınan bilgiler, firma reklâmları, müşterinin ihtiyaçları ve önceki deneyimi görülebilir (Dale,1994).

Beklenen kalite kavramı, hizmet sektörlerine ve müşterilere göre farklılıklar göstermekte ve çeşitli faktörlerin karşılıklı etkileşimi sonucunda meydana gelmektedir . (Ergin, 2010). Gronroos, sözü edilen bu faktörleri dört başlık altında toplamıştır. Bunlar; hizmet işletmesinin pazarla iletişimi, firmanın imajı, ağızdan-ağıza iletişim ve tüketici ihtiyaçlarıdır (Gronroos, 1990).

Müşteri beklentileri, geçmiş deneyimler, gereksinimler, ağızdan ağıza iletişim ve harici iletişim ile şekillenir. Müşteriler hizmet organizasyonunu bu dayanaklara göre seçerler (Edwardsson,1998:142-149, Howat, Absher, Crilley ve Milne,1996:77-89).Belli bir konu hakkında gelecekteki beklentilerin oluşmasında, geçmiş deneyimler önemli rol oynamaktadır. Tüketiciler, geçmiş ve biçimlenmiş beklentilerine bağlı olarak, konuya ilişkin yeni bilgilerin yer aldığı genel bir durum oluştururlar (Brady, ve Cronin, 2001:34-49).

1.6.4. Hizmet Kalitesini Etkileyen Faktörler

Hizmet kalitesiyle sağlanan müşteri memnuniyeti müşterinin sürekliliğini sağladığı gibi işletmeye de diğer işletmelere göre rekabet üstünlüğünü sağlar. Kotler ve

Keller, hizmet kalitesini etkileyen faktörleri aşağıdaki şekilde özetlemiştir (Kotler ve Keller, 2007).

- Erişebilirlik,
- İletişim,
- Yetenek,
- Nezaket,
- İnanlılık,
- Güvenilirlik,
- Cevap vericilik,
- Güvenlik,
- Somut kısımların hizmet kalitesini doğru yansıtması,
- Müşteriyi anlamak için çaba göstermek

Çimen ve Gürbüz, hizmet kalitesini etkileyen faktörleri örgüt dışı ve örgüt içi olmak üzere 2 ana başlıkta belirtmişlerdir (Çimen ve Gürbüz, 2007).

Örgüt dışı unsurları; hizmeti veren firmanın direk müdahalede bulunamayacağı veya bazı durumlarda çok az etkileyebileceği unsurlar olarak tanımlarken, aşağıdaki başlıklar altında incelemiştir:

- Müşteriyi Etkileyen Unsurlar
 - ◆ Müşterinin kişilik özellikleri
 - ◆ Müşterinin beklentileri
 - ◆ Hizmetin algılanan yapısı
 - ◆ Tedarikçiler

Örgüt içi unsurları; hizmeti veren firmanın müdahalede bulunabileceği veya önlem alabileceği unsurlar olarak tanımlamışlar ve aşağıdaki başlıklar altında incelemiştir:

- Yönetim unsuru
 - ◆ Misyon
 - ◆ Vizyon
 - ◆ Kalite Kültürü
- İnsan kaynakları unsuru

- ◆ Motivasyon
- ◆ Eğitim ve Geliştirme
- ◆ İşgören Beklentileri
- Fiziksel şartları
 - ◆ Hizmet üretiminde kullanılan araç-gereç
 - ◆ Hizmetin üretildiği atmosfer
 - ◆ Durumsal unsurlar
 - ◆ Aynı anda hizmetten yararlanan müşteri sayısı
 - ◆ Hizmetin verildiği anda meydana gelen aksaklıklar(Çimen ve Gürbüz, 2007).

Hizmet işletmelerinin çoğunda toplam kalite anlayışı benimsemiştir. İşletmeler hizmet kalitesi çalışmalarının rekabet avantajı sağladığının, satışlarda ve karda artışa neden olduğunun farkına varmışlardır. “Bunu çalışmaları gerçekleştiren bazı işletmeler sektörde lider konumuna gelmişlerdir. Ürün kalitesinin aksine hizmet kalitesi her zaman değişkendir ve müşteriler-çalışanlar arasındaki etkileşime bağlıdır” (Kotler ve Keller, 2007)

1.6.5. Hizmet Kalitesinin Yararları

Hizmet kalitesinin işletmelere sağladığı yararları müşteri sadakati, fiyat rekabetinden kaçınma, iyi çalışanların elde tutulması ve maliyetlerin azaltılması olarak sıralayabiliriz.

Müşteri sadakati

Müşteri sadakatının, uzun süreli işletme başarılarının önemli bir kaynağı olduğu düşünülmektedir (Wong ve Sohal 2002: 424-433). Genel anlamda sadakat, tüketicilerin bir mağazaya ya da markaya karşı pozitif eğilimlerini ifade etmektedir. Sadakatin koşullarından biri, müşterinin satın aldığı ürün ya da hizmetin kendi ihtiyaçlarını en iyi şekilde tatmin ettiğini güçlü bir biçimde hissetmesidir (Yeniçeri ve Erten, 2008). Yüksek kalite sadık müşterilerin oluşmasına neden olur. Bu, satın alma davranışında etkili olur. “Hizmetin tekrar talep edilmesini ve konuşma yoluyla olan reklamı etkileyerek, müşteri memnuniyetini bilirler. Memnun olmuş bir müşteri aynı zamanda

konusarak bu hizmeti diğer insanlara tavsiye eder” (Gümüőöđlu, Pırnar, Akan ve Akbaba, 2006).

Fiyat rekabetinden kaçınma

Yüksek hizmet kalitesi yüksek müşteri memnuniyetinin beraberinde getirirse de, maliyetlerin yükselmesine neden olur. Hizmet sağlayıcısı, hizmetin derecesini açıkça belirlemeli ve bu dereceyi çalışanlarına neyi yapmaları gerektiğini belirtecek, müşterilerine ise neyi alacaklarını bilecek şekilde açıklamalıdır(Yüzgenç,2010).

Yüksek kalitede yemek ve hizmet sunmakla ünlenen bir restoran, düşük ya da tutarsız kalitede hizmet sunana göre daha güçlü bir rekabet avantajına sahiptir. İyi imaja sahip olan restoran müşterilerin olumlu olarak anlatmalarına ve hizmeti yeniden talep etmelerine neden olur (Gümüőöđlu,Pırnar,Akan ve Akbaba, 2006).

İyi çalışanların elde tutulması

Bu işlerde çalışacak olanların çabuk hareket etmeleri ve yüksek kaliteli ürünler üretmeleri gerekmektedir. Devamsızlık, devir hızı ve azalan çalışan morali düşük kalitenin maliyetleri olarak düşünülebilir (Gümüšoğlu, Pınar, Akan, ve Akbaba, 2006).

Maliyetlerin azaltılması

Kaliteyle birlikte olan maliyetler, iç ve dış maliyetler ile kalite sistem maliyetlerini içerir. İç maliyetler, ürün müşteriye ulaşmadan önce şirket tarafından kontroller sonrası fark edilen problemleri düzeltmekle ilgilidir. Bir klimanın yanlış bakım yüzünden arızalanması iç maliyetlere örnek olarak verilebilir. Dış maliyetler müşterinin karşılaştığı hatalarla ilgilidir. Bir hizmet problemi nedeniyle müşteri aynı hizmeti talep etmezse, dış maliyetler çok yüksek olabilir (Gümüšoğlu, Pınar, Akan, ve Akbaba,2006).

1.6.6. Hizmet Kalitesi ve Müşteri Memnuniyeti

Müşteri memnuniyeti, hizmet kalitesi alan yazınında çok önemli bir kavramdır ve bu iki kavram birbirleri ile ilişkilidir (Gümüšoğlu, Pınar, Akan ve Akbaba, 2006, Savaş,2012). Müşteri beklentilerini karşılayabilen bir hizmet sunmak için öncelikle müşterinin ihtiyaç ve beklentilerini belirleyebilmek gerekmektedir (Ergin, 2010). Hayes, beklentileri anlamanın iki önemli yolunun; müşterinin ürün veya hizmet kalitesini nasıl tanımladığını, değerlendirdiğini öğrenmek ve müşteri tatmininin, hizmet kalitesi ölçüm yöntemlerinin gelişmesini sağlamak olduğunu vurgulamıştır (Hayes, 1992).

Müşteri memnuniyeti bir tanıma göre: “Müşterinin bir mal ya da hizmet ürünü ile ilgili satın alma sonrası değerlendirmeleridir.” Başka bir tanıma göre de müşteri memnuniyeti “ hoş giden sonuç” olarak belirtilmektedir. İkinci tanımda, müşterinin mal ya da hizmet tüketimi sonrası bir ihtiyacının, isteğinin giderildiğini hissetmesi “memnuniyet” olarak ifade edilmektedir. Daha genel bir ifadeyle, müşteri memnuniyeti: “Müşterinin, tüketimi sonucu elde ettiği çıktıdan sağladığı hoşnutluk duygusu” olarak tanımlanabilmektedir (Çınar, 2010).

Koşulsuz müşteri memnuniyetinin, hayal değil, başarılması gereken bir hedef olduğu üzerinde durulmaktadır. Bu hedefi başarabilmek, hizmet sağlayıcıların insan kaynağını, çalışanlardan ve müşterilerden oluşmuş bir bütün olarak algılamak gerekmektedir. Bu düşünceden yola çıkarak müşterinin, artık uzaklarda bir yerde alışveriş yapan biri olmaktan çıktığı; hizmet sisteminin bir parçası haline gelmesi gerektiği yorumu getirilebilir. Bu anlamda müşteri, hizmet ve/veya ürün satın aldığı şirkette hak sahibi olarak görülmelidir ve bunun sonucu olarak mevcut hizmet sisteminin en büyük artı değerini o sağlamaktadır. Bu noktada, müşteri mutluluğu hem ana hedef, hem de ana girdi olarak sisteme katılmalıdır (Talih ve Gülenç, 2011: 261-284)

Firmalar kaliteli hizmeti; farklılık yaratmak, verimliliği artırmak, müşteri sadakatini sağlamak, fiyat rekabetinden korunmak ve kamuoyunda olumlu bir imaj yaratmak için kullanmaktadırlar (Altan, Atan ve Ediz, 2003: 1-13). Müşteri bağlılığı yaratmak, rekabet avantajı yaratan stratejik bir adımdır (Barutçugil, 2009).

Yoğun rekabetin yaşandığı pazar ortamında başarı, müşteri isteklerinin tatmin edilebilmesine bağlıdır (Okumuş ve Asil, 2007:152-175). Müşteri ile olan her etkileşimde “ben olsaydım ne isterdim?” sorusunu kendine sormak ve müşterinin problemlerini takip etmek müşteri tatmini sağlamanın önemli unsurlarındandır (Bozgeyik ,2005).

1.7. SPOR MERKEZLERİNDE HİZMET KALİTESİ

Hizmet sektöründe faaliyet gösteren işletmeler hizmet kalitesi hakkında çalışanlarıyla müşterileri arasındaki direk ilişkiden kaynaklanan ve çok hızlı işleyebilecek bir geribildirim mekanizması avantajına sahiptirler. Ancak bu avantajları gerektiği gibi kullanamamaları ve verilen hizmetin kalite vasıflarının tanımlanması ve bu vasıflara uymayanların ayırt edilememesindeki güçlük spor hizmetlerinde de kalite kavramının net bir şekilde ortaya konmasını zorlaştırmaktadır (Çimen,2003:13-17). Spor hizmetlerinin özellikleri diğer hizmet alanlarındaki özelliklerle paralellik gösterir. Ancak, bu özellikler spor hizmetlerinin sunumu ve şekillenmesinde diğer birçok hizmet alanından farklılıklar meydana getirmektedir. Özellikle aktif katılıma dayalı spor hizmetlerinde bu farklılıklar kendini daha da çok hissettirmektedir (Çimen, ve Gürbüz, 2007)

Son yıllarda birçok ülkede spor ve fitness merkezlerinin sayısının artmasıyla birlikte bu merkezlerin hizmet kalitesi üzerinde daha fazla durdukları görülmektedir. Aynı zamanda bu merkezlere katılanların spor ürünleri ve hizmetleri ile ilgili beklentileri de yükselmektedir (Papadimitrou ve Karteroliotis,2000:157-164).

Spor organizasyonlarının etkinliği büyük oranda yöneticilerin bağlı katılımcıları oluşturmak ve elde tutmak için nasıl çalıştığına bağlıdır. Spor organizasyonunda müşteri sadakati temel amaçtır, çünkü müşteriler organizasyona bir yandan ekonomik destek sağlarken, diğer yandan da organizasyonun amaçlarını gerçekleştirebilmesi için büyük destek sağlarlar (Park ve Kim, 2000: 197-207).

Bu bağlamda spor organizasyonu ve fitness merkezlerinin başarısı bu beklentileri belirleyebilmek ve karşılayabilmek ve aynı zamanda hedeflenen hizmet kalitesi algısına ulaşabilmeleriyle doğru orantılıdır (Tsitskari, Tsiotras ve Tsiotras, 2006:623-631)

Spor hizmetlerindeki kalite algısı ile ilgili çalışmalar, sayı ve kapsam olarak sınırlıdır. Az sayıdaki araştırma çalışması, bu bakımdan belirli hizmetlerde (fitness hizmetleri, serbest zaman hizmetleri, rekreasyon hizmetleri gibi) “kalite boyutlarını” tanımlamaya odaklanmışlardır. Örneğin; Chelladurai, Scott, ve Haywood-Farmer 1987 de geliştirdikleri Fitness Hizmetleri Tutum Ölçeği (Scale of Attributes of Fitness Services (SAFS)) ile, fitness hizmetlerinin beş boyutunu tanımlamışlardır. Bu boyutlar birincil-profesyonel, birincil- müşteri, birincil- dış, birincil- tesis malları ve ikincil

mallar ve hizmetlerdir. Birinci boyut, ana hizmeti (core services) yansıtırken, diğerleri şartları ve çevreyi yansıtmaktadır. Yapılan bu çalışma 436 kişiye uygulanmış ve 5 boyutu açıklayan 30 maddeden oluşturulmuştur (Chelladurai, Scott ve John,1987:159-172).

Park ve Kim, “rekreasyonel sporda davranışsal bağlılık kavramının ölçülmesi” adlı bir ölçek geliştirme çalışması yapmışlardır. Yirmi maddeden oluşan ölçeklerini 211 spor katılımcısına uygulamışlardır. Yaptıkları analiz sonucunda üç boyut ortaya çıkmıştır. Bunlar; kuralcı, duygusal ve yatırımsal bağlılıktır. Ayrıca sonuçlar, bu boyutların tek başına diğer boyutları tamamen tahmin edemeyeceğini göstermiştir (Park ve Kim, 2000: 197-207)

1.7.1. Spor Merkezlerinde Hizmet Kalitesi Boyutları

Tüm hizmet işletmelerinde olduğu gibi Spor işletmelerinde de TKY(Toplam Kalite Yönetimi)’nden yararlanabilmek, müşteri beklentilerinin anlaşılabilmesinden, yani fiziksel varlığı olan (tesis, malzeme vb.) ve olmayan (ilgi, alaka vb.) hizmet girdilerinin müşteri tarafından kaliteli olarak algılanmasından geçer (Lemark ve Reed, 2000:67-83).

İşte bu noktada, spor işletmelerin hizmetlerini sunarken, onun kalitesini etkileyen boyutların (faktörlerin) neler olduğunu bilmesi ve uygulamada bunlara dikkat edilmesi, spor hizmetlerinin daha tatmin edici düzeye gelmesini sağlayacaktır (Çimen, 2003:13-17). Bu boyutlar etkileşim kalitesi, program kalitesi, fiziksel çevre kalitesi ve çıktı kalitesi olmak üzere aşağıdaki başlıklar altında açıklanmaya çalışılmıştır.

Etkileşim kalitesi

Etkileşim, serbest zaman etkinliklerine katılım nedenleri arasında en sık belirtilen neden olarak göze çarpmaktadır(Gençer,2005). Etkileşim kalitesi spor hizmetlerinde kalite algısını etkileyen önemli boyutlardan biridir. Bu boyut hizmetin “nasıl” sunulduğu ile ilgilidir(Brady ve Cronin, 2001:34-49).Hizmetlerin önemli bir özelliği eş zamanlı üretim ve tüketimdir. Bu üretim ve tüketim, servis sağlayan çalışan ile hizmeti alan müşteri arasında karşılıklı yüz yüze etkileşimin önemini vurgular. Bu yüzden bu gibi etkileşimler kalite değerlendirmelerinin belirgin bir hedefini oluşturur (Gençer, 2005).

Chang etkileşim kalitesini, tutum, davranış ve uzmanlık olarak açıklamaktadır (Chang ve Chelladurai, 2003:65-83).

Lam, etkileşim kalitesini personel olarak ele almış ve gerekli bilgi ve tecrübeye sahip, yardıma istekli, kibar ve saygılı, iletişim yeteneği yüksek, kişilerin oluşturduğu kalite olarak tanımlamıştır (Lam, 2000).

Program kalitesi

Program kalitesi boyutu alın yazındaki “programın mükemmel olmasıyla ilgili müşteri algısı” olarak tanımlanmaktadır (Parasuraman, Zeithaml ve Berry, 1988: 12-40). Müşteri algısı spor hizmetlerindeki deneyimlerden oluşmaktadır. Program kalitesi üç alt boyuttan oluşmaktadır. Bunlar; 1) program genişliği, 2) uygulama süresi ve 3) program bilgisi. Program genişliği, üyelere sunulan etkinliklerin çeşitliliği ve çekiciliği ile ilgiliyken, uygulama süresi, programların uygulanması zamanının üyelere uygun olmasını içerir. Program bilgisi ise, etkinlikler ya da diğer hizmetlerle ilgili müşterilere güncel bilgi verilmesini içermektedir. Spor fitness hizmetlerinde program kalitesi hizmet kalitesinin en önemli boyutu olarak görülmektedir (Uçan, 2007, Papadimitrou ve Karteroliotis, 2000: 157-164).

Fiziksel çevre kalitesi

Fiziksel çevre kalitesi, hizmete yönelik duyuşsal ve davranışsal cevaplar üzerinde önemli rol oynar. Bu boyut, tesislerin kalitesini, konumunu ve müşterilere sunulan olanakların yanı sıra hizmet üretiminde kullanılan malzemeleri içerir. Bunlara ilaveten tesislere ulaşım ve malzemelerin kullanım kolaylığı da bu kalite boyutunun unsurlarıdır (Gençer,2005). 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 (Ko ve Pastore,2005:84-97).

Çıktı kalitesi

Çıktı kalitesi boyutu, hizmetin çıktısı üzerine odaklanarak müşterinin hizmetten sağladığı faydaya yönelik boyutları vurgulamaktadır (Ko ve Pastore,2005:84-97). Çıktı kalitesi, müşterinin katılım nedenlerini karşılasa da müşterinin hizmetten ne elde ettiği algılamasına dayanır (Çimen ve Gürbüz,2007). Chang ve Chelladurai, çıktı kalitesini,

müşterinin hizmet karşılaşmasından elde ettiği değer ve algıları olarak değerlendirmiş ve hizmet sonuçlarının beklentileri karşılması ve güvenilir hizmetlerin sunulması şeklinde açıklamıştır (Chang ve Chelladurai, 2003: 65-83). Ko ve Pastore, çıktı kalitesini, a) fiziksel değişim, b) değer ve c) sosyalleşme olarak değerlendirmiştir (Ko ve Pastore, 2005:84-97).

- Fiziksel değişim: genel olarak spor programlarına katılan müşteriler fiziksel uygunluk, beceri gelişimi, hoşlanma, sosyal etkileşim ve heyecan gibi faydaların olmasını beklemektedir. Örneğin, rekreatif spora katılımı artan fitness/performans, fiziksel değişim ve yükselen beceri düzeyi, bu modeldeki tüketim sonrası daha görünebilir kanıtlardır
- Değer: müşterinin kullanımından sonra hizmetin çıkısına yönelik geliştirdiği kabul edilebilir veya kabul edilemez değerlendirme veya bu deneyiminin uygun olma veya olmama düşüncesinin müşterinin iç dünyasında tartışmasıdır.
- Sosyalleşme: aynı tür aktivitelerden hoşlanan kişilerle birlikte olmanın verdiği sosyal hazların sonucu oluşan pozitif sosyal deneyimler anlamına gelmektedir (Çimen ve Gürbüz,2007).

1.8. HİZMET KALİTESİNİN ÖLÇÜMÜNE YÖNELİK YAKLAŞIMLAR

Kalitenin ölçülmesi, gerek mallar gerekse hizmetler için olsun hiçbir zaman kolay olmamıştır. Ancak malların kalitesinin ölçülmesiyle kıyaslandığında, hizmetlerin kalitesinin ölçülmesinin daha güç ve karmaşık olduğu kabul edilen bir gerçektir (Lovelock ve Gummesson,2004:20-41,Yıldız,2009:1213-1224).

Hizmetlerin mallardan dört temel özellik bakımından ayrıldığı görülmektedir. Hizmetler dokunulmazdır, homojen değildir, stoklanamaz ve üretim ve tüketim eş zamanlı olarak gerçekleşir (Dursun,Oskaybaş ve Gökmen,2013:1133-1151).

Bu özellikler hizmetlerin kalite açısından ölçülmesini ve değerlendirilmesini sağlamak konusunda zorluklar yaratmaktadır. Başka bir deyişle, hizmet sektöründe kalitenin ölçülmesi karmaşık ve zor bir konudur (Bektaş ve Akman, 2013: 116-133).

1.8.1. Yöneticiler ve Çalışanlar Açısından Kalite Modeli

Hizmet kalitesinin ölçülmesine yönelik olarak çok sayıda model ve yöntem geliştirilmiştir. Bu yaklaşımlar büyük oranda müşteri odaklı kalite ölçümüne yönelik çalışmaları oluşturmaktadır. Ancak yönetici ve/veya personel ve çalışanlara yönelik modellerin de geliştirildiği ve kullanıldığı ölçeklerde mevcuttur.

Intqual modeli

Hizmet kalitesinin, yönetici ve/veya çalışanların bakış açısından değerlendirilmesi gerektiğine yönelik olarak Caruana ve Pitt, 1997 yılında INTQUAL ölçeğini geliştirilmiştir. Nitelik temelli bir ölçek olan INTQUAL (An Internal Measure of Service Quality) ölçeği, hizmet kalitesini, hizmet güvenilirliği ve beklentilerin yönetimi şeklinde iki boyutlu olarak değerlendirmekte ve tüm hizmet işletmelerinde uygulanabilmektedir. Müşterilere daha kaliteli hizmet sunmak konusunda yönetimin uygulamaya koyması gereken içsel faaliyetler üzerinde odaklanan ölçek, hizmet kalitesini ölçmeyi amaçlayan 17 ifadeden oluşmaktadır. 7 dereceli bir cetvel kullanılarak gerçekleştirilen uygulamalar sonucunda, ifadeler bazında ortalama skorlar ve toplamda genel skorlar vasıtasıyla kalite düzeyi konusunda fikir sahibi olunmaktadır(Caruana ve Pitt,1997:604-616).

Ölçeği geliştiren ve çalışmalarında kullanan araştırmacılar INTQUAL ölçeğinin geçerli ve güvenilir bir ölçek olduğunu ifade etmektedir (Akbaba, Gümüšoğlu, Pınar, Akan, 2006: 314-329).

1.8.2. Müşteriler Açısından Kalite Modelleri

Bilimsel çalışmaların büyük bir bölümünde kalitenin müşteriler tarafından nasıl algılandığı ve algılanan kalitenin nasıl ölçülebileceği sorusu üzerine odaklandığı görülmektedir. Müşterilerin bakış açılarını temel alan hizmet kalitesi ölçüm yaklaşımları v“nitelik temelli” ve “olay temelli” yöntemler olarak iki grup altında incelenebilmektedir (Akbaba, Gümüšoğlu, Pınar, Akan, 2006: 314-329).

Servqual modeli

Nitelik temelli ölçme yaklaşımı kapsamında değerlendirilebilecek çok sayıda ölçüm yöntemi bulunmaktadır. Bu yöntemlerden birisi olan SERVQUAL (Service

Quality) en fazla ilgi çeken yöntem olmuştur (Gilbert ve Wong,2003:519-532). Bu ölçek, müşterilerin performans algısı ile beklentileri arasındaki farklarından elde edilen verinin faktör analizi yöntemi ile değerlendirildiği bir hizmet kalitesi aracıdır (İkiz,2010). Geliştirilmesi uzun bir süreç ve yoğun çalışmalar sonucunda gerçekleşen SERVQUAL ölçeği, hizmet kalitesinin beş boyutunu oluşturan; somut öğeler, güvenilirlik, anında hizmet, güven telkin etme ve empati boyutları içerisinde toplanmış 22 çift önerme yardımıyla müşterilerin hizmetlerle ilgili beklentilerini ve algılamalarını belirlemekte ve algılama ile beklenti arasındaki fark hizmet kalitesinin ölçüsünü vermektedir (Gümüšoğlu, Pınar, Akan ve Akbaba,2006).

SERVQUAL ölçüm modeli, beklenen kalite ile algılanan kalite arasında oluşan farklılığa dayanmaktadır (hizmet kalitesi = performans – beklentiler). Bu nedenle veri birbirini izleyen iki ayrı anketle toplanmakta, ilkinde beklentiler ikincisinde algılamalar (performans) ölçülmektedir. Daha sonra elde edilen beklenti skorlarından algılama skorlarının çıkarılmasıyla hizmet kalitesi skoru hesaplanmaktadır. SERVQUAL ölçeğini oluşturan beş temel boyut ve kapsamaları Tablo 1.3’de verilmiştir. Yazarlara göre bu boyutlar ve sorular hizmet kalitesinin en temel alanlarını tanımlamakta ve küçük değişikliklerle her tip hizmet sektöründe uygulanabilmektedir (Parasuraman, Zeithaml ve Berry, 1988: 12-40).

Tablo 1.3. SERVQUAL ölçeğinin boyutları

Boyutlar	Önermeler	Tanımlama
Fiziksel Görünüm	1-4	Kullanılan donanım, personel ve hizmet verilen yerin fiziki görünümü
Güvenilirlik	5-9	Taahhüt edilen hizmetin kusursuz, güvenilir biçimde yerine getirme becerisi
Yanıt Verebilirlik	10-13	Müşterilere karşı hevesli ve yardımsever olma, hizmeti zamanında ve çabuk yerine getirme
Güvence	14-17	Çalışanların bilgili, nazik olması ve müşterilerde güven duygusu uyandırma etme becerileri
Empati	18-22	Firmanın müşterilere kişisel ilgi göstermesi ve duyarlılığı

Serperf

Cronin ve Taylor, 1992 yılında SERVQUAL'e alternatif olarak değerlendirilen ve daha sonraki çalışmalarda da sıklıkla kullanılan SERVPERF ölçeğini geliştirmişlerdir. SERVPERF ölçeğinde SERVQUAL ölçeğindeki boyutlar temel alınmakla birlikte SERVQUAL ölçeğinin sadece performans bölümü dikkate alınmaktadır. Her iki ölçeği kıyaslamak amaçlı yapılan araştırmaların sonucunda Cronin ve Taylor, SERVPERF ölçeğinin SERVQUAL ölçeğinden daha etkili ve iyi sonuçlar veren bir ölçek olduğu yorumunu getirmişlerdir. Aynı zamanda hizmetle beraber somut bir ürünün de sunulduğu durumlarda SERVPERF ölçeği daha geçerli bir ölçek olarak kabul edilmektedir ve bir firmanın performansına ilişkin tavırların deneyimler mevcut değilken beklentiler yoluyla geliştirildiğini ve bu tavırların söz konusu firmanın hizmetlerinden yararlanma ve bu hizmeti satın alma eğilimlerini etkilediğini savunmuşlardır (Cronin ve Taylor,)

1.8.3. Spor Merkezlerine Yönelik Hizmet Kalitesi Modelleri

Babakus ve Boller, doğası gereği içerdiği özellikler ve özgül boyutlar nedeniyle hizmet sektörlerinin farklılık gösterebileceğini ileri sürmüşlerdir (Babakus ve Boller,1992:253-268). Hizmet sektörüne yönelik kendine özgü hizmet özellikleri ve boyutlarının yer aldığı birçok çalışmaya rastlanmaktadır (Williams,1998:98-110).Bu çalışmalar içerisinde, kendine özgü özellikleri olan spor hizmetlerine yönelik çalışmalar da yer almaktadır. Spor hizmetleri “izleyiciye yönelik hizmetler” ve “katılımcıya yönelik hizmetler” olmak üzere iki geniş küme altında sınıflandırılmıştır (Chelladurai,1994:7-21). Spor hizmetlerine yönelik hizmet kalitesi modelleriyle ilgili yapılan araştırmaların bazıları aşağıda açıklanmaya çalışılmıştır.

Chelladurai ve diğerleri, geliştirdikleri Fitness Hizmetleri Tutum Ölçeği (Scale of Attributes of Fitness Services (SAFS)) ile, fitness hizmetlerinin beş boyutunu tanımlamışlardır. Bu boyutlar birincil-profesyonel, birincil- müşteri, birincil- dış, birincil- tesis malları ve ikincil mallar ve hizmetlerdir. Birinci boyut, ana hizmeti (core services) yansıtırken, diğerleri şartları ve çevreyi yansıtmaktadır. Yapılan bu çalışma 436 kişiye uygulanmış ve 5 boyutu açıklayan 30 maddeden oluşturulmuştur (Chelladurai,Scott ve John,1987:159-172).

Kim ve Kim, “Spor Merkezlerinin Kalite Mükemmelliği” (QUEESC) adlı bir ölçek geliştirmişlerdir. Literatür taraması ve odak grup sonuçlarına dayanarak 33 maddeden oluşan bu ölçeği 11 boyut (çalışanların tutumu, çalışanların güvenilirliği, program, ortam, bilgiye ulaşılabilirlik, nezaket, fiyat, özel ilgi, zihinsel rahatlama, canlandırma ve uygunluk) olarak belirlemişlerdir (Chelladurai,1994:7-21).

Han, Güney Kore’de, özel spor merkezlerinde kayak hizmetleri kalitesine yönelik bir araştırmada kayak hizmetleri kalitesini beş boyutun (program, personel performansı, halkla ilişkiler, maliyet ve imkanlar) etkilediğini ileri sürmüştür (Han,1999).

Lam, spor merkezlerinin hizmet kalitesi boyutlarını belirlemek için “Hizmet Kalitesi Değerlendirme Ölçeği”ni (Service Quality Assesment Scale) geliştirmiştir. Araştırmacı hizmet sağlayıcıların müşterilerin hizmet kalitesi algılarını etkileyen beş faktör bulmuştur: personel, program, soyunma odaları, fiziksel tesisler ve çalışma ortamı (Lam,2000).

Papadimitriou ve Karteroliotis, özel spor merkezleri üzerine yaptıkları bir çalışmada; eğitici kalitesi, olanakların çekiciliği, program ve sunumu ve diğer hizmetler olmak üzere 4 boyuttan oluşan bir yapı ortaya koymuşlardır (Papadimitrou ve Karteroliotis,2000:157-164).

Chang ve Chelladurai, dokuz boyuttan oluşan SQFS (Fitnes Hizmetleri Kalitesi Ölçeği) ölçeğini geliştirmişlerdir. Bu boyutlar; personel etkileşimi, görev etkileşimi, program, hizmet iklimi, yönetimin hizmet kalitesine yönelik sadakati, fiziksel çevre, diğer müşteriler, hizmet iyileştirmeleri ve algılanan kalite (Chang ve Chelladurai,2003:65-83).

İKİNCİ BÖLÜM

MATERYAL VE YÖNTEM

Araştırmanın bu bölümünde, araştırmanın materyal ve yöntemi hakkında bilgiler verilmiştir.

2.1. ARAŞTIRMA MODELİ

Temel amacı “Erzurum ilindeki fitness ve spor merkezlerinin hizmet kalitesinin tespit edilmesi” olan bu araştırma tarama modelinde yürütülmüştür. Tarama modeli, bir konunun veya olayın örneklem veya evren üzerindeki araştırmalarının tamamen kendi koşulları içerisinde yani herhangi bir müdahale gerçekleştirmeden betimlenmesidir (Karasar, 2016: 77). Bu nedenle, bu modelde araştırma konusunu oluşturan durumlar herhangi bir değişiklik meydana getirmeden betimlenmeye çalışılmaktadır (Büyüköztürk vd., 2013: 14). Dolayısıyla, bu çalışmada katılımcılara herhangi bir müdahale gerçekleştirmeden çalışmanın amaçları doğrultusunda veri toplama, analiz ve değerlendirmelerde bulunulmuştur.

2.2. EVREN VE ÖRNEKLEM

Araştırmanın evrenini, 2017 yılı içerisinde Erzurum ilindeki fitness ve spor merkezlerine devam etmekte olan bireyler oluşturmuştur. Evren olarak bu ilin seçilmesinin nedeni araştırmacının söz konusu ilde yaşıyor olmasıdır.

Araştırmanın örneklemini ise evren içerisinde seçkisiz örnekleme yöntemlerinden birisi olan “basit rastgele örnekleme” yöntemi kullanılarak seçilen toplam 202 kişi oluşturmuştur. Basit rastgele örneklemede birimlerin seçimi ana kütlelerin tamamı içerisinde tamamen rastgele yapılmaktadır ve her birimin seçilme olasılığı birbirine eşittir (Tuna, 2016: 14). Katılımcıların çeşitli demografik özellikleri ile spor yapma ve fitness merkezine gitme durumları gibi çeşitli özellikleri bulgular bölümünde sunulmuştur.

2.3. VERİLERİN TOPLANMASI

Araştırmanın verileri, yapılandırılmış özellik gösteren veri toplama anketi aracılığıyla bizzat araştırmacı tarafından yüz yüze görüşme yapılarak toplanmıştır. En temel veri toplama yöntemlerinden birisi olan anket yöntemi, herhangi bir araştırma konusu ile ilgili olarak çeşitli sorulardan oluşan veri toplama araçları aracılığıyla veri toplama yöntemi olarak tanımlanmaktadır (Tuna, 2016: 30). Kullanılan anket (Ek-1), I- Kişisel Bilgiler ve II- Hizmet Kalitesi Değerlendirme Ölçeği olmak üzere toplam iki bölümden oluşmaktadır.

Kişisel bilgiler başlıklı birinci bölümde araştırmacı tarafından hazırlanan toplam 13 soru yer almıştır. Bu sorular; cinsiyet, medeni durum, yaş, aylık gelir, eğitim düzeyi, meslek, başka spor yapıp yapmama durumu, yapıyorsa bunun türü, sporcu lisansına sahip olup olmama durumu ve devam edilmekte olan fitness merkezi ile ilgili soruları kapsamaktadır. Soruların tamamına çoktan seçmeli olarak cevaplar alınmıştır.

Anketin ikinci bölümünde; Lam (2000) tarafından spor ve fitness merkezlerindeki hizmet kalitesini ölçmek amacıyla geliştirilmiş olan ve Gürbüz tarafından 2003 yılında Türkçe'ye çevrilerek geçerlik ve güvenilirliği test edilen "Hizmet Kalitesi Değerlendirme Ölçeği (HKDÖ)" (*İng.* The Service Quality Assessments Scale [SQAS]) yer almıştır.

Ölçeğin orijinal halinde 5 alt boyutta toplam 40 madde yer almaktadır. Ancak çalışmamızda 6 maddeden oluşan ve 5. alt boyutu oluşturan "çocuk bakımı" kullanılmamıştır. Bunun nedeni, araştırmamız kapsamındaki fitness ve spor merkezlerinin çoğunlukla çocuk bakım bölümlerine sahip olmamasıdır. Araştırmamızda kullanılan ölçeğin alt boyutları ve madde yapısı Tablo 2.1'de verilmiştir.

Ölçek maddeleri "beklenen hizmet" ve "algılanan hizmet" olmak üzere iki defa cevaplanmaktadır. Beklenen hizmette katılımcıdan ilgili maddeyi ne kadar önemli gördüğünü, algılanan hizmette ise ilgili maddenin ne kadar yerine getirildiğini belirtmesi istenmektedir. Cevaplar ise 7'li likert tipinde alınmaktadır. Beklenen hizmet için 1-az önemli, 7-çok önemli anlamına gelmektedir. Algılanan hizmet için ise 1-zayıf, 7-mükemmel anlamındadır. Dolayısıyla, her bir maddeden ve alt boyuttan alınan madde ortalamaları ve bunlar sonucunda ortaya çıkan genel ortalama yükseldikçe bireylerin beklenti ve algıları artmaktadır (Lam, 2000).

Tablo 2.1. Hizmet Kalitesi Değerlendirme Ölçeğinin Alt Boyutları ve Madde Yapısı

Alt Boyutlar	Madde Sayısı
Personel	9
Program	7
Soyunma Odaları	5
Tesis	13
Çocuk Bakımı*	6
Toplam	40

* Araştırmamızda kullanılmamıştır.

2.4. VERİLERİN ANALİZİ

Verilerin analizinde nicel analiz yöntemlerine başvurulmuştur. Araştırma sorularının cevaplandırılması doğrultusunda ortalama, standart sapma gibi tanımlayıcı istatistik yöntemleri, Mann Whitney U ve Kruskal Wallis H farklılık testlerine başvurulmuştur (veriler $p < 0,05$ anlamlılık düzeyinde ve %95 güven aralığında değerlendirilmiştir).

Çalışmamızda nonparametrik testler olan Mann Whitney U ve Kruskal Wallis H testlerinin kullanılmış olmasının nedeni toplanan verilerin normal dağılım şartını sağlamamış olmasıdır. Yapılan Kolmogorov Smirnov ve Shapiro Wilk normallik testleri sonucunda verilerin normal dağılıma sahip olmadığı tespit edilmiştir (Tablo 2.2).

Ayrıca, çalışmamızda kullandığımız Hizmet Kalitesi Değerlendirme Ölçeği'nin (HKDÖ) güvenilirlik oranı (Cronbach Alpha değeri) 0,967 olarak bulunmuştur. Dolayısıyla, güvenilirlik oranı 0,70'ten büyük olduğu için ölçek güvenilirlik şartını sağlamıştır (Büyüköztürk, 2011: 171). Ayrıca, güvenilirlik oranı çok yüksek bir oranda bulunmuştur.

Bunun yanında, geçerlik testi için faktör analizine geçmeden önce verilerin faktör analizine uygun olup olmadığı KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) katsayısı ve Barlett Sphericity testi ile incelenmiştir. Yapılan faktör analizi sonucunda ölçeğin KMO değerinin 0,876; Barlett's testi sonucunun $p=0,00$ olduğu görülmüştür. Büyüköztürk vd.

(2013); KMO'nun 0,60'tan yüksek olmasının ve Barlett testinin anlamlı çıkmasının verilerin faktör analizi için uygunluğunun bir göstergesi olduğunu belirtmektedir.

Yapılan faktör analizi sonucunda ise ölçeğin toplam dört faktörden oluştuğu ve bu faktörlerin toplam varyansın %59,029'unu açıkladığı tespit edilmiştir. Bu oranın %50'den fazla olması kabul edilebilir bir oran olarak değerlendirilmektedir (Büyüköztürk, 2011: 168). Dolayısıyla, araştırmamızda kullanılan ölçek geçerlik şartını da sağlamıştır.

Tablo 2.2. Normallik Testi Sonuçları

	Kolmogorov Smirnov			Shapiro-Wilk		
	İstatistik	Sd*	p	İstatistik	Sd	p
Personelden Beklenen Hizmet	,303	202	0,00	,578	202	0,00
Programdan Beklenen Hizmet	,272	202	0,00	,671	202	0,00
Soyunma Odalarından Beklenen Hizmet	,363	202	0,00	,557	202	0,00
Tesisten Beklenen Hizmet	,247	202	0,00	,730	202	0,00
Beklenen Hizmet Genel Ortalaması	,228	202	0,00	,759	202	0,00
Personelden Algılanan Hizmet	,213	202	0,00	,794	202	0,00
Programdan Algılanan Hizmet	,173	202	0,00	,860	202	0,00
Soyunma Odalarından Algılanan Hizmet	,206	202	0,00	,816	202	0,00
Tesisten Algılanan Hizmet	,172	202	0,00	,856	202	0,00
Algılanan Hizmet Genel Ortalaması	,168	202	0,00	,857	202	0,00

*Sd= Serbestlik derecesi.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

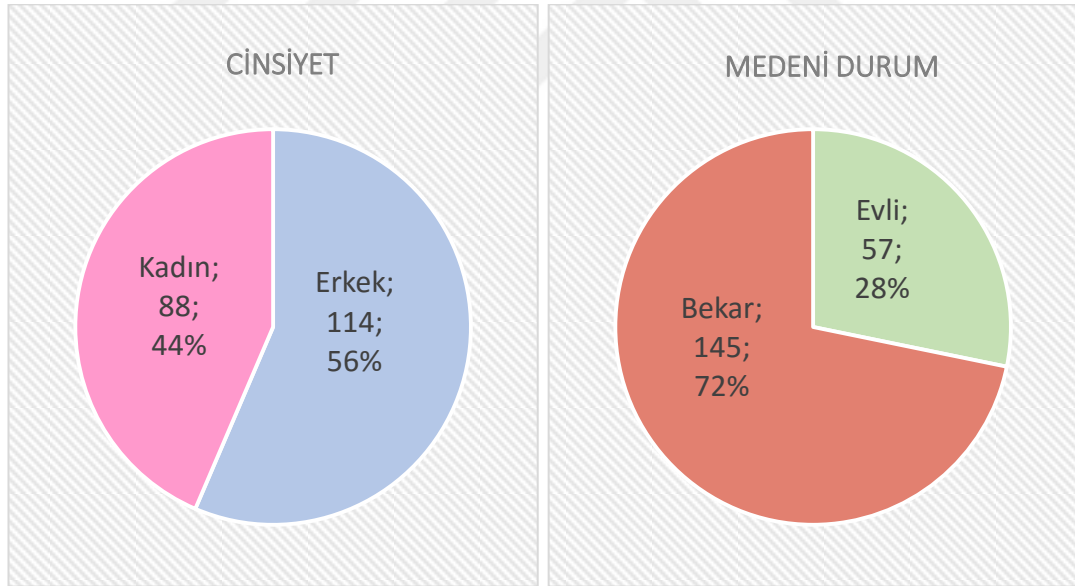
BULGULAR

Araştırmanın bu bölümünde veri toplama aracı ile toplanan verilerin analizi sonucunda elde edilen bulgulara yer verilmiştir.

3.1. KATILIMCILARA İLİŞKİN ÖZELLİKLER

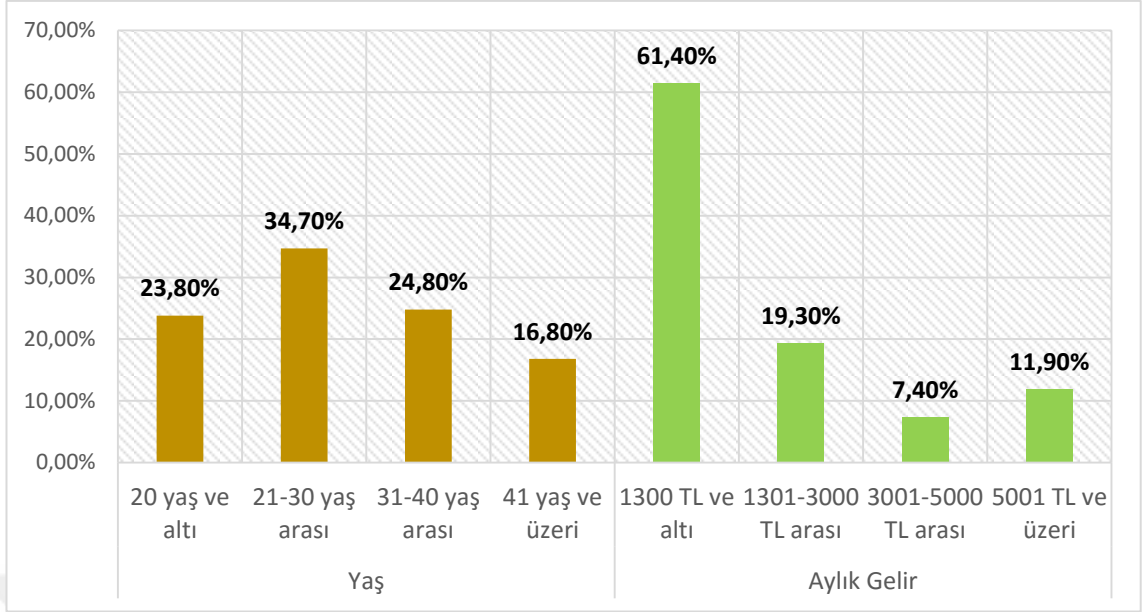
3.1.1. Demografik Özellikler

Erzurum ilindeki fitness ve spor merkezlerinin hizmet kalitesinin tespit edilmesi amacıyla yapılan bu araştırmaya 88'i (%44) kadın ve 114'ü (%56) erkek olmak üzere toplam 202 kişi katılmıştır. Ayrıca, katılımcıların 145'i (%72) bekar ve 57'si (%28) evlidir (Şekil 3.1).



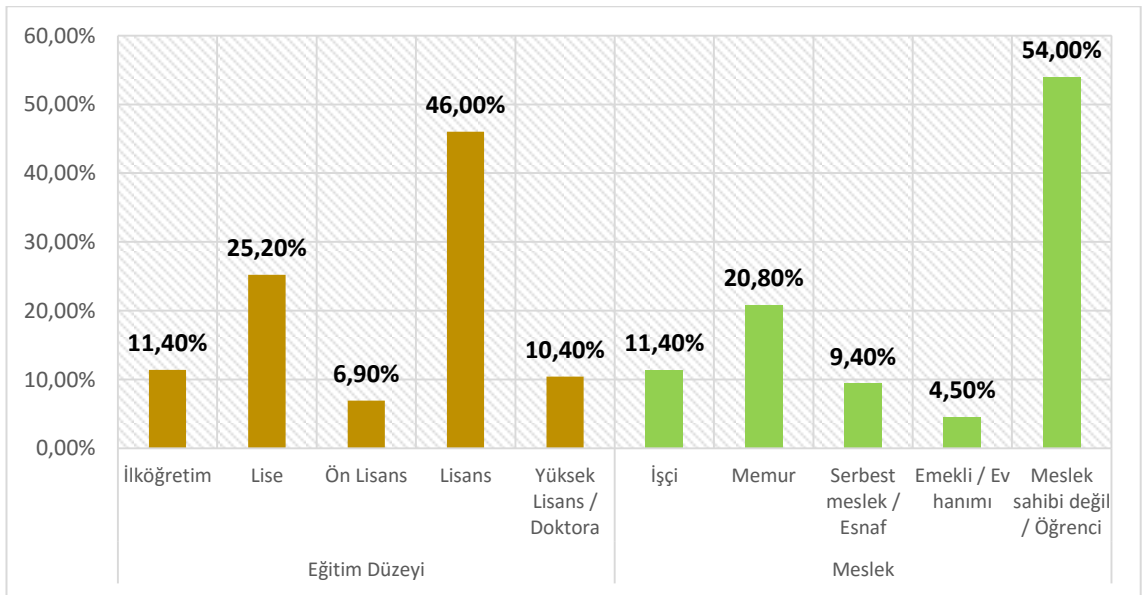
Şekil 3.1. Katılımcıların Cinsiyet ve Medeni Duruma Göre Dağılımı

Katılımcıların yaş grubu özellikleri incelendiğinde 48'inin (%23,8) 20 yaş ve altında, 70'inin (%34,7) 21-30 yaş arasında, 50'sinin (%24,8) 31-40 yaş arasında ve 34'ünün (%16,8) 41 yaş ve üzerinde yer aldığı görülmüştür. Ayrıca katılımcıların 124'ü (%61,4) 1300 TL ve altı, 39'u (%19,3) 1301-3000 TL arası, 15'i (%7,4) 3001-5000 TL arası ve 24'ü (%11,9) 5001 TL ve üzeri aylık gelire sahiptir (Şekil 3.2).



Şekil 3.2. Katılımcıların Yaş ve Aylık Gelir Durumları

Eğitim düzeyine göre ise katılımcıların 23'ü (%11,4) ilköğretim, 51'i (%25,2) lise, 14'ü (%6,9) ön lisans, 93'ü (%46) lisans ve 21'i (%10,4) yüksek lisans veya doktora mezunudur. Ayrıca, katılımcıların 23'ü (%11,4) işçi, 42'si (%20,8) memur, 19'u (%9,4) esnaf (serbest meslek), 9'u (%4,5) emekli veya ev hanımıdır. 109 (%54) katılımcı ise meslek sahibi değildir veya öğrencidir (Şekil 3.3).



Şekil 3.3. Katılımcıların Eğitim ve Meslek Durumları

3.1.2. Spor Yapma Durumları

Araştırmamıza katılan katılımcıların 56'sı (%27,7) sporcu lisansına sahiptir. 146 (%72,3) katılımcı ise sporcu lisansına sahip değildir. Ayrıca, katılımcıların 178'i (%88,1) fitness haricinde başka bir spor yaparken, 24'ü (%11,9) yapmamaktadır. Fitness haricinde başka bir spor yapan 178 katılımcının ise 88'i (%43,6) bireysel sporlar, 37'si (%18,3) takım sporları ve 53'ü (%26,2) bireysel ve takım sporları birlikte yapmaktadır (Tablo 3.1).

Tablo 3.1. Katılımcıların Spor Yapma Durumları

Soru	Cevap	f	f%
Fitness haricinde başka bir spor yapıyor musunuz?	Evet	178	88,1
	Hayır	24	11,9
Fitness haricinde yapmış olduğunuz spor türü nedir?	Bireysel sporlar	88	43,6
	Bireysel ve takım sporları	53	26,2
	Takım sporları	37	18,3
	Yapmıyorum	24	11,9
Sporcu lisansınız var mı?	Evet	56	27,7
	Hayır	146	72,3
Toplam		202	100,0

Katılımcıların spor yapma durumlarının genel olarak tespitinden sonra demografik özelliklere göre detaylı olarak karşılaştırmalar yapılmıştır. Fitness haricinde başka bir spor yapma durumunun demografik özelliklere göre karşılaştırılması sonucunda ortaya çıkan bulgular Tablo 3.2'de detaylı olarak verilmiştir.

Tablo 3.2. Fitness Haricinde Başka Bir Spor Yapma Durumunun Demografik Özelliklere Göre Karşılaştırılması

Fitness haricinde başka bir spor yapıyor musunuz?		Evet		Hayır	
		f	f%	f	f%
Cinsiyet	Kadın	80	90,9	8	9,1
	Erkek	98	86,0	16	14,0
Yaş	20 yaş ve altı	44	91,7	4	8,3
	21-30 yaş arası	58	82,9	12	17,1
	31-40 yaş arası	44	88,0	6	12,0
	41 yaş ve üzeri	32	94,1	2	5,9
Aylık Gelir Düzeyi	1300 TL ve altı	110	88,7	14	11,3
	1301-3000 TL arası	35	89,7	4	10,3
	3001-5000 TL arası	11	73,3	4	26,7
	5001 TL ve üzeri	22	91,7	2	8,3
Medeni Durum	Evli	49	86,0	8	14,0
	Bekar	129	89,0	16	11,0
Eğitim Düzeyi	İlköğretim	16	69,6	7	30,4
	Lise	45	88,2	6	11,8
	Ön Lisans	10	71,4	4	28,6
	Lisans	89	95,7	4	4,3
	Yüksek Lisans / Doktora	18	85,7	3	14,3
Meslek	İşçi	18	78,3	5	21,7
	Memur	33	78,6	9	21,4
	Serbest meslek / Esnaf	19	100,0	0	0,0
	Emekli / Ev hanımı	6	66,7	3	33,3
	Meslek sahibi değil / Öğrenci	102	93,6	7	6,4

Tablo 3.2’de öne çıkan bulgulardan bazıları şunlar olmuştur:

- Kadınlar ve erkeklerin fitness haricinde başka bir spor yapma durumları birbirine oldukça yakındır (%90,9 ve %86).

- Genel olarak %88,1 olan fitness dışında spor yapma oranı 21-30 yaş grubunda oran %82,9'a düşmüştür.
- Aylık gelire göre en az spor yapma oran %73 ile 3001-5000 TL gelir grubundadır. En yüksek oran ise %91,7 ile 5001 TL ve üzeri gelire sahip olanlardadır.
- Evli ve bekarların fitness haricinde başka bir spor yapma durumları birbirine oldukça yakındır (%86 ve %89).
- Eğitim düzeyine göre en düşük fitness haricinde başka bir spor yapma oranı ön lisans mezunlarında (%71,4), en yüksek oran ise lisans mezunlarındadır (%95,7).
- Mesleğe göre en düşük fitness haricinde başka bir spor yapma oranı ev hanımlarında (%66,7), en yüksek oran ise serbest meslek (esnaf) grubundadır (%100).

Fitness haricinde yapılan spor türünün demografik özelliklere göre karşılaştırılması sonucunda ortaya çıkan bulgular Tablo 3.3'te detaylı olarak verilmiştir.

Öne çıkan bulgulardan bazıları şunlar olmuştur:

- Kadınlar ve erkekler daha çok bireysel spor yaptıklarını belirtmişlerdir (%46,3 ve %52).
- 20 yaş ve altında daha çok bireysel ve takım sporları birlikte (%36,4), diğer yaş gruplarının tamamında ise daha çok bireysel sporlar yapılmaktadır (%51,7-59,4 arası).
- Aylık gelir gruplarının tamamında en fazla yapılan spor bireysel sporlar olmuştur (%45,5-63,6 arası). Ayrıca, gelir düzeyi arttıkça oran artış göstermiştir.
- Evli ve bekarların en fazla yaptıkları spor türü bireysel sporlar olmuştur. Ancak oran, evlilerde %65,3 iken bekarlarda %43,4'e düşmüştür.
- İlköğretim mezunları daha çok takım sporları (%50), ön lisans mezunları daha çok bireysel ve takım sporları yapmaktadır (%50). Lise, lisans ve üzerindeki mezunlar ise daha çok bireysel sporlar yapmaktadır (%40-77,8 arasında oranlar ile).

- Meslek gruplarına göre, tüm meslek gruplarında en fazla tercih edilen spor türünün (%39,2-68,4 arası) bireysel sporlar olduğu görülmüştür (Tablo 3.3).

Tablo 3.3. Fitness Haricinde Yapılan Spor Türünün Demografik Özelliklere Göre Karşılaştırılması

Fitness haricinde yapmış olduğunuz spor türü nedir?		Bireysel sporlar		Takım sporları		Bireysel ve takım sporları	
		f	f%	f	f%	f	f%
Cinsiyet	Kadın	37	46,3	17	21,3	26	32,5
	Erkek	51	52,0	20	20,4	27	27,6
Yaş	20 yaş ve altı	13	29,5	15	34,1	16	36,4
	21-30 yaş arası	30	51,7	13	22,4	15	25,9
	31-40 yaş arası	26	59,1	6	13,6	12	27,3
	41 yaş ve üzeri	19	59,4	3	9,4	10	31,3
Aylık Gelir Düzeyi	1300 TL ve altı	50	45,5	27	24,5	33	30,0
	1301-3000 TL arası	17	48,6	5	14,3	13	37,1
	3001-5000 TL arası	7	63,6	2	18,2	2	18,2
	5001 TL ve üzeri	14	63,6	3	13,6	5	22,7
Medeni Durum	Evli	32	65,3	5	10,2	12	24,5
	Bekar	56	43,4	32	24,8	41	31,8
Eğitim Düzeyi	İlköğretim	6	37,5	8	50,0	2	12,5
	Lise	18	40,0	11	24,4	16	35,6
	Ön Lisans	3	30,0	2	20,0	5	50,0
	Lisans	47	52,8	16	18,0	26	29,2
	Yüksek Lisans / Doktora	14	77,8	0	0,0	4	22,2
Meslek	İşçi	12	66,7	3	16,7	3	16,7
	Memur	20	60,6	5	15,2	8	24,2
	Serbest meslek / Esnaf	13	68,4	3	15,8	3	15,8
	Emekli / Ev hanımı	3	50,0	0	0,0	3	50,0
	Meslek sahibi değil / Öğrenci	40	39,2	26	25,5	36	35,3

Ayrıca, sporcu lisansına sahip olma durumunun demografik özelliklere göre karşılaştırılması sonucunda ortaya çıkan bulgular Tablo 3.4'te detaylı olarak verilmiştir.

Tablo 3.4. Sporcu Lisansına Sahip Olma Durumunun Demografik Özelliklere Göre Karşılaştırılması

Sporcu lisansınız var mı?		Evet		Hayır	
		f	f%	f	f%
Cinsiyet	Kadın	24	27,3	64	72,7
	Erkek	32	28,1	82	71,9
Yaş	20 yaş ve altı	21	43,8	27	56,3
	21-30 yaş arası	15	21,4	55	78,6
	31-40 yaş arası	14	28,0	36	72,0
	41 yaş ve üzeri	6	17,6	28	82,4
Aylık Gelir Düzeyi	1300 TL ve altı	34	27,4	90	72,6
	1301-3000 TL arası	15	38,5	24	61,5
	3001-5000 TL arası	3	20,0	12	80,0
	5001 TL ve üzeri	4	16,7	20	83,3
Medeni Durum	Evli	9	15,8	48	84,2
	Bekar	47	32,4	98	67,6
Eğitim Düzeyi	İlköğretim	3	13,0	20	87,0
	Lise	12	23,5	39	76,5
	Ön Lisans	4	28,6	10	71,4
	Lisans	34	36,6	59	63,4
	Yüksek Lisans / Doktora	3	14,3	18	85,7
Meslek	İşçi	3	13,0	20	87,0
	Memur	8	19,0	34	81,0
	Serbest meslek / Esnaf	3	15,8	16	84,2
	Emekli / Ev hanımı	2	22,2	7	77,8
	Meslek sahibi değil / Öğrenci	40	36,7	69	63,3

Tablo 3.4'te öne çıkan bulgulardan bazıları şunlar olmuştur:

- Kadınlar ve erkeklerin sporcu lisansına sahip olma oranları sırasıyla %27,3 ve %28,1 olarak tespit edilmiştir.
- Genel olarak %27,7 olan sporcu lisansına sahip olma oranı 21-30 yaş grubunda oran %21,4'e düşmüştür. En yüksek oran ise %43,8 ile 20 yaş ve altı grubundadır.
- Aylık gelire göre en az sporcu lisansına sahip olma oranı %16,7 ile 5001 TL ve üzeri gelir grubundadır. En yüksek oran ise %38,5 ile 1301-3000 TL gelir grubundadır.
- Evli ve bekarların sporcu lisansına sahip olma oranları oldukça farklıdır. Evlilerde oran %15,8 iken bekarlarda %32,4'tür.
- Eğitim düzeyine göre en düşük sporcu lisansına sahip olma oranı ilköğretim mezunlarında (%13), en yüksek oran ise lisans mezunlarındadır (%36,6).
- Mesleğe göre en düşük sporcu lisansına sahip olma oranı işçilerde (%13), meslek sahibi olmayan / öğrenci grubundadır (%36,7).

3.1.3. Fitness Merkezine Devam Etme Özellikleri

Katılımcıların 116'sı (%57,4) özel, 54'ü (%26,7) devlet / kamuya ait, 32'si (%15,8) ise otel bünyesinde hizmet veren bir fitness merkezine gitmektedir. Ayrıca, 91 (%45) katılımcı 1 yıldan az, 67 (%33,2) katılımcı 1-2 yıl arası ve 44 (%21,8) katılımcı 3 yıl ve üzeri süredir fitness merkezine üye olduğunu bildirmiştir. Fitness merkezine hafta kaç gün gidiyorsunuz sorusuna ise katılımcıların 38'i (%18,8) 1-2 defa, 97'si (%48) 3-4 defa ve 67'si (%33,2) ise 5 defa ve üzeri cevabı vermiştir.

Son olarak fitness merkezine gitme amacının sorulduğu soru sonucunda, katılımcıların 80'inin (%39,6) sağlıklı olmak/ zinde kalmak, 45'inin (%22,3) sosyal çevresini genişletmek, 46'sının (%22,8) kilo kontrolü, 22'sinin (%10,9) güzel fiziksel görünüm ve 9'unun (%4,5) boş zamanını değerlendirmek amaçlı olarak fitness merkezine gittiği tespit edilmiştir (Tablo 3.5).

Tablo 3.5. Katılımcıların Fitness Merkezine Devam Etme Özellikleri

Soru	Cevap	f	f%
Gitmekte olduğunuz fitness merkezinin işletme biçimi nedir?	Özel	116	57,4
	Devlet / Kamu	54	26,7
	Otel	32	15,8
Gitmekte olduğunuz fitness merkezine ne kadar zamandır üyesiniz?	1 yıldan az	91	45,0
	1-2 yıl arası	67	33,2
	3 yıl ve üzeri	44	21,8
Gitmekte olduğunuz fitness merkezine haftada kaç gün gidiyorsunuz?	1-2 defa	38	18,8
	3-4 defa	97	48,0
	5 defa üzeri	67	33,2
Fitness merkezine gitme amacınız nedir?	Sağlıklı olmak / zinde kalmak	80	39,6
	Kilo kontrolü	46	22,8
	Sosyal çevremi genişletmek	45	22,3
	Güzel fiziksel görünüm	22	10,9
	Boş zamanımı değerlendirmek	9	4,5
Toplam		202	100,0

Katılımcıların fitness merkezine devam etme özelliklerinin genel olarak tespitinden sonra demografik özelliklere göre detaylı olarak karşılaştırmalar yapılmıştır. Fitness merkezine üye olma süresinin demografik özelliklere göre karşılaştırılması sonucunda ortaya çıkan bulgular Tablo 3.6'da detaylı olarak verilmiştir.

Tablo 3.6. Fitness Merkezine Üye Olma Süresinin Demografik Özelliklere Göre Karşılaştırılması

Gitmekte olduğunuz fitness merkezine ne kadar zamandır üyesiniz?		1 yıldan az		1-2 yıl arası		3 yıl ve üzeri	
		f	f%	f	f%	f	f%
Cinsiyet	Kadın	46	52,3	25	28,4	17	19,3
	Erkek	45	39,5	42	36,8	27	23,7
Yaş	20 yaş ve altı	29	60,4	12	25,0	7	14,6
	21-30 yaş arası	26	37,1	29	41,4	15	21,4
	31-40 yaş arası	23	46,0	16	32,0	11	22,0
	41 yaş ve üzeri	13	38,2	10	29,4	11	32,4
Aylık Gelir Düzeyi	1300 TL ve altı	57	46,0	41	33,1	26	21,0
	1301-3000 TL arası	17	43,6	13	33,3	9	23,1
	3001-5000 TL arası	8	53,3	3	20,0	4	26,7
	5001 TL ve üzeri	9	37,5	10	41,7	5	20,8
Medeni Durum	Evli	24	42,1	17	29,8	16	28,1
	Bekar	67	46,2	50	34,5	28	19,3
Eğitim Düzeyi	İlköğretim	12	52,2	8	34,8	3	13,0
	Lise	28	54,9	12	23,5	11	21,6
	Ön Lisans	9	64,3	3	21,4	2	14,3
	Lisans	36	38,7	34	36,6	23	24,7
	Y. Lisans / Doktora	6	28,6	10	47,6	5	23,8
Meslek	İşçi	10	43,5	6	26,1	7	30,4
	Memur	12	28,6	17	40,5	13	31,0
	Serbest meslek / Esnaf	8	42,1	5	26,3	6	31,6
	Emekli / Ev hanımı	6	66,7	3	33,3	0	0,0
	Meslek sahibi değil / Öğrenci	55	50,5	36	33,0	18	16,5

Tablo 3.6’da öne çıkan bulgulardan bazıları şunlar olmuştur:

- Kadınlar ve erkekler daha çok 1 yıldan az bir süredir fitness merkezine üyedir (%52,3 ve %39,5). Ancak, kadınlarda oran erkeklere göre oldukça yüksektir.

- 20 yaş ve altı, 31-40 yaş ve 41 yaş ve üzeri gruplarındaki katılımcılar daha çok 1 yıldan az süredir fitness merkezine üyedir (%38,2-%60,4 arası oranlarda). Ancak, 21-30 yaş arasındaki katılımcılar daha çok 1-2 yıl arası üyeliğe sahiptir (%41,4).
- Aylık gelire göre, tüm gelir gruplarındaki katılımcıların daha çok 1 yıldan az süredir üye oldukları görülmüştür.
- Evlilerin %42,1'i ve bekarların %46,2'si 1 yıldan az süredir fitness merkezine üyedir.
- Eğitim düzeyine göre, tüm gruplarındaki katılımcıların daha çok 1 yıldan az süredir üye oldukları görülmüştür.
- İşçi, serbest meslek / esnaf, emekli / ev hanımı ve meslek sahibi olmayan gruplarındaki katılımcılar daha çok 1 yıldan az süredir fitness merkezine üyedir (%42,1-66,7 arası oranlarda). Ancak, memur katılımcılar daha çok 1-2 yıl arası üyeliğe sahiptir (%40,5).

Ayrıca, fitness merkezinden haftalık yararlanma sıklığının demografik özelliklere göre karşılaştırılması sonucunda ortaya çıkan bulgular Tablo 3.7'de detaylı olarak verilmiştir. Tablo 3.7'de öne çıkan bulgulardan bazıları şunlar olmuştur:

- Kadınlar ve erkeklerin fitness merkezinden haftalık yararlanma sıklıkları 3-4 defadır ve oran birbirine oldukça yakındır (%48,9 ve %47,4).
- Tüm yaş gruplarındaki katılımcılar daha çok fitness merkezinden haftalık 3-4 defa yararlanmaktadırlar. Ancak, oran %42,9 ile en az 21-30 yaş grubundadır. En fazla oran ise %58 ile 31-40 yaş grubuna aittir.
- Tüm gelir gruplarındaki katılımcılar daha çok fitness merkezinden haftalık 3-4 defa yararlanmaktadırlar. Ancak, gelir arttıkça 3-4 defa kullananların oranı artmıştır.
- Evlilerin %54,4'ü ve bekarların %45,5'i haftada 3-4 defa fitness merkezine gitmektedir. Dolayısıyla, %10'a yakın bir fark oluşmuştur.
- Eğitim düzeyine göre, tüm gruplarındaki katılımcıların daha çok haftada 3-4 defa fitness merkezine gittikleri görülmüştür.
- İşçi, memur, serbest meslek / esnaf ve meslek sahibi olmayan gruplarındaki katılımcılar daha çok haftada 3-4 defa fitness merkezine gitmektedir (%45,9-

61,9 arası oranlarda). Ancak, emekli / ev hanımı katılımcılar daha çok haftada 1-2 yıl defa fitness merkezine gitmektedir (%44,4) (Tablo 3.7).

Tablo 3.7. Fitness Merkezinden Haftalık Yararlanma Sıklığının Demografik Özelliklere Göre Karşılaştırılması

Gitmekte olduğunuz fitness merkezine haftada kaç gün gidiyorsunuz?		1-2 defa		3-4 defa		5 defa üzeri	
		f	f%	f	f%	f	f%
Cinsiyet	Kadın	13	14,8	43	48,9	32	36,4
	Erkek	25	21,9	54	47,4	35	30,7
Yaş	20 yaş ve altı	6	12,5	22	45,8	20	41,7
	21-30 yaş arası	18	25,7	30	42,9	22	31,4
	31-40 yaş arası	8	16,0	29	58,0	13	26,0
	41 yaş ve üzeri	6	17,6	16	47,1	12	35,3
Aylık Gelir Düzeyi	1300 TL ve altı	22	17,7	55	44,4	47	37,9
	1301-3000 TL arası	9	23,1	20	51,3	10	25,6
	3001-5000 TL arası	1	6,7	8	53,3	6	40,0
	5001 TL ve üzeri	6	25,0	14	58,3	4	16,7
Medeni Durum	Evli	11	19,3	31	54,4	15	26,3
	Bekar	27	18,6	66	45,5	52	35,9
Eğitim Düzeyi	İlköğretim	7	30,4	9	39,1	7	30,4
	Lise	6	11,8	20	39,2	25	49,0
	Ön Lisans	5	35,7	5	35,7	4	28,6
	Lisans	15	16,1	49	52,7	29	31,2
	Y. Lisans / Doktora	5	23,8	14	66,7	2	9,5
Meslek	İşçi	3	13,0	11	47,8	9	39,1
	Memur	10	23,8	26	61,9	6	14,3
	Serbest meslek / Esnaf	2	10,5	9	47,4	8	42,1
	Emekli / Ev hanımı	4	44,4	1	11,1	4	44,4
	Meslek sahibi değil / Öğrenci	19	17,4	50	45,9	40	36,7

Fitness merkezine gitme amacının demografik özelliklere göre karşılaştırılması sonucunda ortaya çıkan bulgular Tablo 3.8’de detaylı olarak verilmiştir.

Tablo 3.8. Fitness Merkezine Gitme Amacının Demografik Özelliklere Göre Karşılaştırılması

Fitness merkezine gitme amacınız nedir?		Sağlıklı olmak / zinde kalmak		Sosyal çevremi genişletmek		Kilo kontrolü		Güzel fiziksel görünüm		Boş zamanımı değerlendirme	
		f	f%	f	f%	f	f%	f	f%	f	f%
Cinsiyet	Kadın	29	33,0	16	18,2	29	33,0	10	11,4	4	4,5
	Erkek	51	44,7	29	25,4	17	14,9	12	10,5	5	4,4
Yaş	20 yaş ve altı	15	31,3	17	35,4	13	27,1	3	6,3	0	0,0
	21-30 yaş arası	23	32,9	22	31,4	13	18,6	8	11,4	4	5,7
	31-40 yaş arası	21	42,0	5	10,0	11	22,0	10	20,0	3	6,0
	41 yaş ve üzeri	21	61,8	1	2,90	9	26,5	1	2,9	2	5,9
Aylık Gelir Düzeyi	1300 TL ve altı	44	35,5	35	28,2	26	21,0	14	11,3	5	4,0
	1301-3000 TL	17	43,6	2	5,1	11	28,2	6	15,4	3	7,7
	3001-5000 TL	9	60,0	3	20,0	2	13,3	1	6,7	0	0,0
	5001 TL ve üzeri	10	41,7	5	20,8	7	29,2	1	4,2	1	4,2
Medeni Durum	Evli	29	50,9	7	12,3	11	19,3	6	10,5	4	7,0
	Bekar	51	35,2	38	26,2	35	24,1	16	11,0	5	3,4
Eğitim Düzeyi	İlköğretim	6	26,1	7	30,4	6	26,1	3	13,0	1	4,3
	Lise	22	43,1	11	21,6	12	23,5	3	5,9	3	5,9
	Ön Lisans	6	42,9	2	14,3	3	21,4	1	7,1	2	14,3
	Lisans	37	39,8	24	25,8	18	19,4	11	11,8	3	3,2
	Y. Lisans / Doktora	9	42,9	1	4,80	7	33,3	4	19,0	0	0,0
Meslek	İşçi	10	43,5	7	30,4	2	8,70	2	8,7	2	8,7
	Memur	19	45,2	4	9,50	7	16,7	9	21,4	3	7,1
	Serbest meslek / Esnaf	8	42,1	5	26,3	4	21,1	1	5,3	1	5,3
	Emekli / Ev hanımı	4	44,4	0	0,00	3	33,3	1	11,1	1	11,1
	Meslek sahibi değil / Öğrenci	39	35,8	29	26,6	30	27,5	9	8,3	2	1,8

Tablo 3.8’de öne çıkan bulgulardan bazıları şunlar olmuştur:

- Kadınların fitness merkezine gitme amaçları daha çok sağlıklı olmak / zinde kalmak (%33) ve kilo kontrolü (%33) iken ve erkeklerin amacı sağlıklı olma / zinde kalmaktır (%44,7).
- Tüm yaş gruplarındaki katılımcılar fitness merkezine daha çok sağlıklı olmak / zinde kalmak amacıyla gitmektedir. Ancak, oran yaş arttıkça artış göstermektedir. 20 yaş ve altındakilerin %31,3’ü bu amaçta iken, oran 41 yaş ve üzerinde %61,8’e çıkmaktadır.
- Tüm gelir gruplarındaki katılımcılar fitness merkezine daha çok sağlıklı olmak / zinde kalmak amacıyla gitmektedir. Özellikle, 3001-5000 TL gelire sahip olan katılımcıların %60’ı sağlıklı kalmayı amaçlamaktadır.
- Evlilerin %50,9’u ve bekarların %35,2’si fitness merkezine daha çok sağlıklı olmak / zinde kalmak amacıyla gitmektedir.
- Eğitim düzeyine göre, ilköğretim mezunları dışındaki gruplardaki katılımcılar fitness merkezine daha çok sağlıklı olmak / zinde kalmak amacıyla gitmektedir. Ancak, ilköğretim mezunları daha çok (%30,4) sosyal çevrelerini genişletmek amacıyla gitmektedir.
- Meslek grubuna göre, meslek gruplarının tamamındaki katılımcılar fitness merkezine daha çok sağlıklı olmak / zinde kalmak amacıyla gitmektedir.

3.2. BEKLENEN VE ALGILANAN HİZMET İLE İLGİLİ GENEL BULGULAR

Katılımcıların fitness ve spor merkezlerinden beledikleri hizmet ortalaması $\bar{x}=6,51\pm 0,66$; buralardaki mevcut hizmetin ne derece yerine getirildiği ile ilgili algıladıkları hizmet ise $\bar{x}=5,66\pm 1,39$ olarak tespit edilmiştir. Buna göre algılanan hizmet, beklenen hizmetin 0,85 puan altında kalmıştır (Tablo 3.9).

Tablo 3.9. Fitness ve Spor Merkezlerinden Beklenen ve Algılanan Hizmet Puanları

Değerlendirme	Beklenen Hizmet		Algılanan Hizmet	
	\bar{x}	Ss	\bar{x}	Ss
Personel	6,59	0,79	5,81	1,50
Program	6,42	0,95	5,60	1,49
Soyunma Odaları	6,63	0,78	5,64	1,59
Tesis	6,38	0,91	5,59	1,49
Genel Ortalama	6,51	0,66	5,66	1,39

Ayrıca, Tablo 3.9 detaylı olarak incelendiğinde personel ile ilgili olarak beklenen hizmet puanı $\bar{x}=6,59\pm 0,79$; algılanan hizmet puanı $\bar{x}=5,81\pm 1,50$ olmuştur. Program ile ilgili olarak beklenen hizmet puanı $\bar{x}=6,42\pm 0,95$; algılanan hizmet puanı $\bar{x}=5,60\pm 1,49$ olmuştur. Soyunma odaları ile ilgili olarak beklenen hizmet puanı $\bar{x}=6,63\pm 0,78$; algılanan hizmet puanı $\bar{x}=5,64\pm 1,59$ olmuştur. Son olarak; tesis ile ilgili olarak beklenen hizmet puanı $\bar{x}=6,38\pm 0,91$; algılanan hizmet puanı $\bar{x}=5,59\pm 1,49$ olmuştur. Buna göre; alt boyutların tamamında beklenen hizmet ortalamalarının algılanan hizmetten daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Beklenen ve algılanan hizmet arasındaki puan farkının personel için 0,78; program için 0,82; soyunma odaları için 0,99 ve tesis için 0,79 olduğu görülmüştür.

Beklenen ve algılanan hizmet puanları arasındaki farkın istatistiksel olarak anlamlı olup olmadığının tespiti amacıyla Mann Whitney U testi yapılmıştır. Yapılan test sonucunda genel ortalama ve alt boyutların tamamında puanlar arasında beklenen hizmet puanı lehine anlamlı farklılık olduğu tespit edilmiştir. Yani, beklenen hizmet puanları algılanan hizmet puanlarından anlamlı olarak daha yüksektir ($p<0,05$). Tespit edilen istatistiksel sonuçlar Tablo 3.10'da verilmiştir.

Tablo 3.10. Beklenen ve Algılanan Hizmet Puanları Arasındaki Farklılık Testi Sonuçları

Değerlendirme		N	\bar{x}	Ort. Sıra	Sıralar Top.	U	z	p*
Personel	Beklenen	202	6,59	235,39	47549,00	13758,000	-5,946	0,000
	Algılanan	202	5,81	169,61	34261,00			
Program	Beklenen	202	6,42	236,01	47674,50	13632,500	-6,015	0,000
	Algılanan	202	5,60	168,99	34135,50			
Soyunma Odaları	Beklenen	202	6,63	244,10	49307,50	11999,500	-7,691	0,000
	Algılanan	202	5,64	160,90	32502,50			
Tesis	Beklenen	202	6,38	234,14	47297,00	14010,000	-5,593	0,000
	Algılanan	202	5,59	170,86	34513,00			
Genel Ortalama	Beklenen	202	6,51	240,64	48609,00	12698,000	-6,629	0,000
	Algılanan	202	5,66	164,36	33201,00			

* p<0,05 anlamlılık düzeyinde ve %95 güven aralığında.

Ayrıca beklenen ve algılanan hizmet arasındaki ilişkinin tespiti amacıyla korelasyon ve regresyon analizleri yapılmıştır. Elde edilen sonuçlar Tablo 3.11’de verilmiştir.

Tablo 3.11. Beklenen ve Algılanan Hizmet Arasındaki Korelasyon

	1	2
1- Beklenen Hizmet	-	0,223*
2- Algılanan Hizmet	0,223*	-

*p<0,01.

Tablo 3.11’deki korelasyon bulgularına göre beklenen hizmet ile algılanan hizmet arasında düşük düzeyde (<0,30) pozitif ve anlamlı bir ilişki bulunmaktadır ($r=0,223$). Buna göre, beklenen hizmet veya algılanan hizmetten birisinde artma olduğunda diğeri de düşük düzeyde artmaktadır. Birbirlerinde açıkladıkları varyans (r^2) ise %4,97’dir. Yani bir değişkendeki artışın %4,97’sinin diğerk değişkenden kaynaklandığını söylemek mümkündür.

Ayrıca, yapılan regresyon analizi sonucunda elde edilen sonuçlar Tablo 3.12’de verilmiştir.

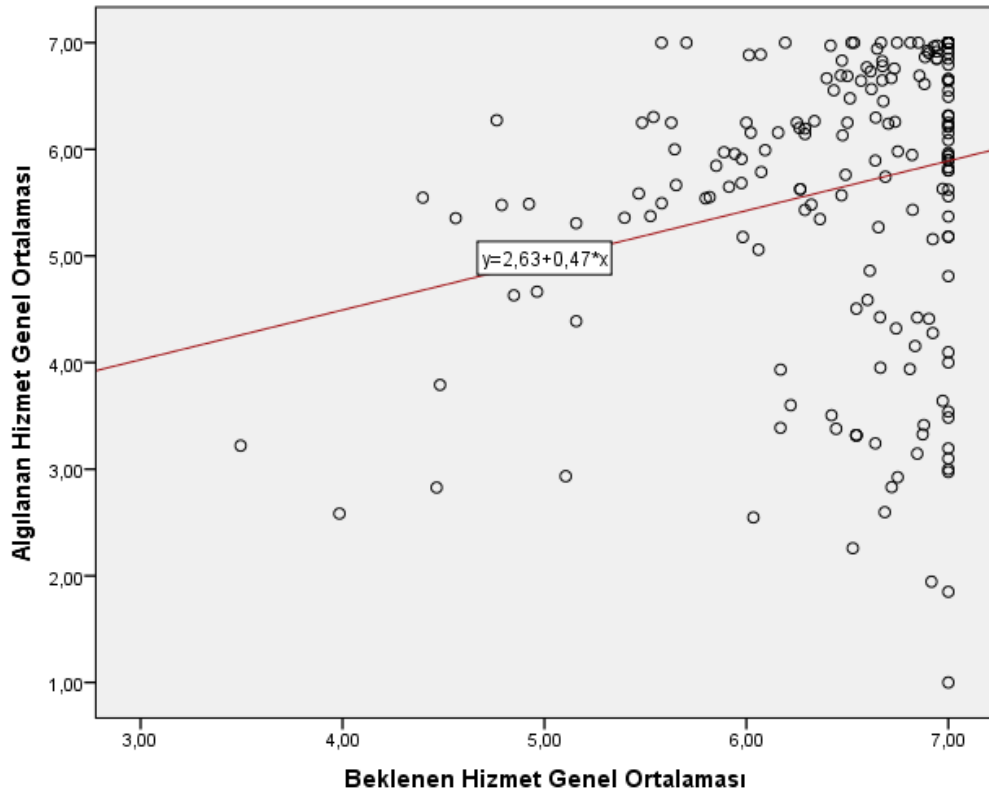
Tablo 3.12. Beklenen ve Algılanan Hizmet Arasındaki Regresyon

Regresyon Modeli	Standardize Olmayan Parametreler		Standardize Parametreler	t	p
	B	S. Hata	β		
Sabit	2,630	0,943		2,789	0,006
Beklenen Hizmet	0,466	0,144	0,223	3,231	0,001

* Bağımlı Değişken: Algılanan Hizmet

Buna göre, beklenen hizmet (x) ve algılanan hizmet (y) arasındaki regresyon eşitliği $y=2,630+0,466x$ şeklinde bulunmuştur. Buna göre, beklenen hizmet ve algılanan hizmetin birbiri üzerinde anlamlı bir yordayıcı olduğu anlaşılmaktadır ($p=0,001<0,05$). Beklenen hizmet arttıkça algılanan hizmet anlamlı bir biçimde artmaktadır.

Ayrıca, beklenen hizmet ve algılanan hizmet arasındaki ilişkinin regresyon doğrusu üzerindeki gösterimi ise Şekil 3.4'te verilmiştir. Pozitif ilişki açıkça görülmektedir.

**Şekil 3.4.** Beklenen Hizmet ve Algılanan Hizmet Arasındaki Regresyon Doğrusu

3.3. BEKLENEN VE ALGILANAN HİZMET İLE İLGİLİ ALT BOYUTLARA GÖRE BULGULAR

3.3.1. Beklenen Hizmet

Beklenen hizmet ile ilgili olarak ölçek maddelerinin detaylı olarak incelenmesi sonucunda alt boyutlara göre katılımcıların hangi özelliklere daha çok önem verdiklerinin tespiti yapılmıştır. İlk olarak; personelden beklenen hizmet madde ortalamaları incelendiğinde madde ortalamalarının tamamının 6 ve 7 puan arasında olduğu görülmüştür. Katılımcıların en fazla önem verdikleri özelliklerin ise sırasıyla “sunulan hizmette tutarlı olmak” ($\bar{x}=6,70$), “eğitmenlerin müşterilere bireysel ilgi göstermesi” ($\bar{x}=6,64$), “temizlik ve kıyafet” ($\bar{x}=6,62$) ve “yardım etmeye istekli olmak” ($\bar{x}=6,60$) olduğu tespit edilmiştir (Tablo 3.13).

Tablo 3.13. Personelden Beklenen Hizmet Madde Ortalamaları

Maddeler	N	\bar{x}	Ss
Sunulan hizmette tutarlı olmak	202	6,70	0,82
Eğitmenlerin müşterilere bireysel ilgi göstermesi	202	6,64	0,94
Temizlik ve kıyafet	202	6,62	0,91
Yardım etmeye istekli olmak	202	6,60	1,04
Nezaket	202	6,59	0,99
Sabır	202	6,57	1,10
Gerekli bilgi ve becerilere sahip olmak	202	6,57	1,11
Şikayetlere cevap verme	202	6,55	1,19
Üyelerle iletişim	202	6,49	1,18

Programdan beklenen hizmet madde ortalamaları incelendiğinde madde ortalamalarının tamamının yine 6 ve 7 puan arasında olduğu görülmüştür. Katılımcıların en fazla önem verdikleri özelliklerin ise sırasıyla “programların kalitesi ve içeriği” ($\bar{x}=6,53$), “program zamanının uygunluğu” ($\bar{x}=6,48$), “uygun seviyede programların varlığı” ($\bar{x}=6,47$) ve “programların çeşitliliği” ($\bar{x}=6,46$) olduğu tespit edilmiştir (Tablo 3.14).

Tablo 3.14. Programdan Beklenen Hizmet Madde Ortalamaları

Maddeler	N	\bar{x}	Ss
Programların kalitesi ve içeriği	202	6,53	1,09
Program zamanının uygunluğu	202	6,48	1,12
Uygun seviyede programların varlığı	202	6,47	1,12
Programların çeşitliliği	202	6,46	1,16
Alan yeterliliği	202	6,45	1,11
Sınıf mevcudunun uygunluğu	202	6,29	1,39
Arka plan müziği (eğer var ise)	202	6,29	1,38

Ayrıca, soyunma odalarından beklenen hizmet madde ortalamaları incelendiğinde madde ortalamalarının tamamı 6 ve 7 puan arasındadır. Katılımcıların en fazla önem verdikleri özellikler ise sırasıyla “güvenlik” ($\bar{x}=6,69$), “duşların temizliği” ($\bar{x}=6,67$) ve “soyunma dolaplarının varlığı” ($\bar{x}=6,64$) olmuştur (Tablo 3.15).

Tablo 3.15. Soyunma Odalarından Beklenen Hizmet Madde Ortalamaları

Maddeler	N	\bar{x}	Ss
Güvenlik	202	6,69	0,93
Duşların temizliği	202	6,67	0,95
Soyunma dolaplarının varlığı	202	6,64	0,92
Genel Bakım	202	6,58	0,99
Soyunma odalarına ulaşım	202	6,55	1,04

Son olarak; tesisten beklenen hizmet madde ortalamaları incelendiğinde madde ortalamalarının park olanakları haricinde 6 ve 7 puan arasında olduğu görülmüştür. Park olanakları madde ortalaması ise $\bar{x}=5,99$ 'da kalmıştır. Katılımcıların en fazla önem verdikleri özelliklerin ise sırasıyla “ısı kontrolü” ($\bar{x}=6,51$), “yerleşim uygunluğu” ($\bar{x}=6,51$), “araç-gereçlerin genel bakımı” ($\bar{x}=6,50$) ve “antrenman araç-gereçlerin varlığı” ($\bar{x}=6,49$) olduğu tespit edilmiştir. “Park alanın uygunluğu” ($\bar{x}=6,35$), “binaya giriş” ($\bar{x}=6,26$) ve “park olanaklarına” ($\bar{x}=6,19$) ait puanlar ise görece daha az ortalamaya sahip olarak listenin son üç sırasında yer almıştır (Tablo 3.16).

Tablo 3.16. Tesisten Beklenen Hizmet Madde Ortalamaları

Maddeler	N	\bar{x}	Ss
Isı kontrolü	202	6,51	1,01
Yerleşim uygunluğu	202	6,51	1,08
Araç-gereçlerin genel bakımı	202	6,50	1,12
Antrenman araç-gereçlerin varlığı	202	6,49	1,18
Aydınlatma kontrolü	202	6,49	1,13
İşaret ve yönlendirmenin yeterliliği	202	6,47	1,12
Çalışma saatleri	202	6,41	1,33
Araç-gereç çeşitliliği	201	6,39	1,22
Çevrenin hoşluğu	202	6,35	1,25
Araç-gerecin modernliği	201	6,35	1,26
Park alanının uygunluğu	202	6,26	1,43
Binaya giriş	202	6,19	1,52
Park olanakları	202	5,99	1,76

3.3.2. Algılanan Hizmet

Algılanan hizmet ile ilgili olarak ölçek maddelerinin detaylı olarak incelenmesi sonucunda alt boyutlara göre katılımcıların hangi özelliklerin daha çok yerine getirildiği ile ilgili algılarının tespiti yapılmıştır. İlk olarak; personel ile ilgili olarak algılanan hizmet madde ortalamaları incelendiğinde madde ortalamalarının tamamının 5 ve 6 puan arasında olduğu görülmüştür. Katılımcıların en fazla yerine getirildiğini algıladıkları özelliklerin ise sırasıyla “gerekli bilgi ve becerilere sahip olmak” ($\bar{x}=5,90$), “nezaket” ($\bar{x}=5,86$), “sabır” ($\bar{x}=5,85$) ve “yardım etmeye istekli olmak” ($\bar{x}=5,85$) olduğu tespit edilmiştir. “Sunulan hizmette tutarlı olmak” ($\bar{x}=5,75$), “şikayetlere cevap verme” ($\bar{x}=5,75$) ve “üyelerle iletişim” ($\bar{x}=5,64$) ise algılanan hizmet ile ilgili listenin son üç sırasında yer almıştır (Tablo 3.17).

Tablo 3.17. Personelden Algılanan Hizmet Madde Ortalamaları

Maddeler	N	\bar{x}	Ss
Gerekli bilgi ve becerilere sahip olmak	202	5,90	1,61
Nezaket	202	5,86	1,74
Sabır	202	5,85	1,61
Yardım etmeye istekli olmak	202	5,85	1,73
Temizlik ve kıyafet	202	5,84	1,69
Eğitmenlerin müşterilere bireysel ilgi göstermesi	202	5,82	1,72
Sunulan hizmette tutarlı olmak	202	5,75	1,85
Şikayetlere cevap verme	202	5,75	1,72
Üyelerle iletişim	202	5,64	1,81

Program ile ilgili olarak algılanan hizmet madde ortalamaları incelendiğinde madde ortalamalarının tamamının yine 5 ve 6 puan arasında olduğu görülmüştür. Katılımcıların en fazla yerine getirildiğini algıladıkları özelliklerin ise sırasıyla “uygun seviyede programların varlığı” ($\bar{x}=5,84$), “program zamanının uygunluğu” ($\bar{x}=5,71$), “programların çeşitliliği” ($\bar{x}=5,62$) ve “programların kalitesi ve içeriği” ($\bar{x}=5,59$) olduğu tespit edilmiştir (Tablo 3.18).

Tablo 3.18. Programdan Algılanan Hizmet Madde Ortalamaları

Maddeler	N	\bar{x}	Ss
Uygun seviyede programların varlığı	202	5,84	1,61
Program zamanının uygunluğu	202	5,71	1,66
Programların çeşitliliği	202	5,62	1,72
Programların kalitesi ve içeriği	202	5,59	1,82
Alan yeterliliği	202	5,56	1,80
Sınıf mevcudunun uygunluğu	202	5,50	1,79
Arka plan müziği (eğer var ise)	202	5,35	1,94

Ayrıca, soyunma odaları ile ilgili olarak algılanan hizmet madde ortalamaları incelendiğinde madde ortalamalarının tamamı 5 ve 5 puan arasındadır. Katılımcıların en

fazla yerine getirildiğini algıladıkları özellikler ise sırasıyla “güvenlik” ($\bar{x}=5,81$), “soyunma odalarına ulaşım” ($\bar{x}=5,73$) ve “genel bakım” ($\bar{x}=5,64$) olmuştur. “Soyunma dolaplarının varlığı” ($\bar{x}=5,53$) ve “duşların temizliği” ($\bar{x}=5,50$) ise listenin son iki sırasında yer almıştır (Tablo 3.19).

Tablo 3.19. Soyunma Odalarından Algılanan Hizmet Madde Ortalamaları

Maddeler	N	\bar{x}	Ss
Güvenlik	202	5,81	1,77
Soyunma odalarına ulaşım	202	5,73	1,71
Genel Bakım	202	5,64	1,77
Soyunma dolaplarının varlığı	202	5,53	1,84
Duşların temizliği	202	5,50	1,99

Son olarak; tesis ile ilgili olarak algılanan hizmet madde ortalamaları incelendiğinde madde ortalamalarının tamamının 5 ve 6 puan arasında olduğu görülmüştür. Katılımcıların en fazla yerine getirildiğini algıladıkları özelliklerin ise sırasıyla “araç-gereçlerin genel bakımı” ($\bar{x}=5,75$), “antrenman araç-gereçlerinin varlığı” ($\bar{x}=5,68$), “yerleşim uygunluğu” ($\bar{x}=5,66$) ve “çalışma saatleri” ($\bar{x}=5,66$) olduğu tespit edilmiştir. “Çevrenin hoşluğu” ($\bar{x}=5,52$), “ısı kontrolü” ($\bar{x}=5,49$) ve “park olanaklarına” ($\bar{x}=5,43$) ait puanlar ise görece daha az ortalamaya sahip olarak listenin son üç sırasında yer almıştır (Tablo 3.20).

Tablo 3.20. Tesisten Algılanan Hizmet Madde Ortalamaları

Maddeler	N	\bar{x}	Ss
Araç-gereçlerin genel bakımı	202	5,75	1,78
Antrenman araç-gereçlerinin varlığı	202	5,68	1,76
Yerleşim uygunluğu	202	5,66	1,65
Çalışma saatleri	202	5,66	1,82
Araç-gerecin modernliği	202	5,64	1,83
Araç-gereç çeşitliliği	202	5,62	1,73
İşaret ve yönlendirmenin yeterliliği	202	5,62	1,75
Aydınlatma kontrolü	202	5,61	1,77
Park alanının uygunluğu	202	5,52	1,80
Binaya giriş	202	5,52	1,90
Çevrenin hoşluğu	202	5,52	1,73
Isı kontrolü	202	5,49	1,88
Park olanakları	202	5,43	1,83

3.4. BEKLENEN VE ALGILANAN HİZMETE İLİŞKİN ÇEŞİTLİ ÖZELLİKLERE GÖRE FARKLILIK ANALİZLERİ

3.4.1. Cinsiyet

Beklenen hizmette cinsiyete göre herhangi bir farklılık olup olmadığının tespiti amacıyla yapılan Mann Whitney U testi sonucunda, genel ortalama ve alt boyut ortalamalarının hiçbirinin cinsiyete göre birbirinden anlamlı farklılık göstermediği tespit edilmiştir ($p>0,05$). Yani cinsiyet katılımcıların fitness ve spor merkezlerinden beklentilerini anlamlı olarak farklılaştırmamaktadır. Erkek ve kadınlar benzer düzeyde beklentilere sahiptir (Tablo 3.21).

Tablo 3.21. Cinsiyete Göre Beklenen Hizmette Farklılık

Alt Boyut	Grup	N	Ort. Sıra	Sıralar Top.	U	z	p*
Personel	Kadın	88	108,47	9545,00	4403,000	-1,639	0,101
	Erkek	114	96,12	10958,00			
Program	Kadın	88	106,99	9415,00	4533,000	-1,278	0,201
	Erkek	114	97,26	11088,00			
Soyunma Odaları	Kadın	88	101,22	8907,50	4991,500	-0,072	0,943
	Erkek	114	101,71	11595,50			
Tesis	Kadın	88	101,38	8921,50	5005,500	-0,027	0,979
	Erkek	114	101,59	11581,50			
Genel Ortalama	Kadın	88	104,37	9184,50	4763,500	-0,626	0,531
	Erkek	114	99,29	11318,50			

* p<0,05 anlamlılık düzeyinde ve %95 güven aralığında.

Ancak Tablo 3.21 detaylı olarak incelendiğinde, anlamlı farklılık oluşmasa da genel ortalamaya göre kadınların beklentilerinin erkeklerden daha fazla olduğu görülmektedir (ort. sıra: kadın=104,37>erkek=99,29; p=0,531). Ayrıca, kadınların personel ve programdan beklentileri erkeklerden daha fazladır. Soyunma odaları ve tesis ile ilgili olarak ise oldukça yakın ortalamalar bulunduğu görülmüştür (p=0,943 ve 0,979).

Cinsiyete göre algılanan hizmette herhangi bir farklılık olup olmadığı ile ilgili olarak ise soyunma odaları haricinde cinsiyete göre anlamlı farklılık olmadığı tespit edilmiştir (p>0,05). Ancak, soyunma odalarından algılar erkekler lehine farklılaşmıştır (z=-1,993; p=0,046<0,05). Yani, kadınların soyunma odaları ile ilgili algıları erkeklerden anlamlı olarak daha düşüktür (Tablo 3.22).

Tablo 3.22. Cinsiyete Göre Algılanan Hizmette Farklılık

Alt Boyut	Grup	N	Ort. Sıra	Sıralar Top.	U	z	p*
Personel	Kadın	88	97,10	8545,00	4629,000	-0,960	0,337
	Erkek	114	104,89	11958,00			
Program	Kadın	88	99,26	8735,00	4819,000	-0487	0,627
	Erkek	114	103,23	11768,00			
Soyunma Odaları	Kadın	88	92,36	8128,00	4212,000	-1,993	0,046
	Erkek	114	108,55	12375,00			
Tesis	Kadın	88	92,85	8170,50	4254,500	-1,870	0,061
	Erkek	114	108,18	12332,50			
Genel Ortalama	Kadın	88	94,99	8359,00	4443,000	-1,396	0,163
	Erkek	114	106,53	12144,00			

* p<0,05 anlamlılık düzeyinde ve %95 güven aralığında.

Ancak Tablo 3.22 detaylı olarak incelendiğinde, anlamlı farklılık oluşmasa da soyunma odaları dışındaki alt boyutlarda da kadınların algılarının erkeklerden daha düşük olduğu görülmektedir. Genel ortalama da kadınların algıları erkeklerden düşük olarak bulunmuştur (ort. sıra: kadın=94,99 <erkek=106,53; p=0,163).

3.4.2. Yaş

Beklenen hizmette yaşa göre herhangi bir farklılık olup olmadığının tespiti amacıyla yapılan Kruskal Wallis H testi sonucunda, genel ortalama, personel ve tesis ortalamalarının yaşa göre birbirinden anlamlı farklılık gösterdiği tespit edilmiştir (p<0,05). Yani yaş katılımcıların fitness ve spor merkezlerinden beklentilerini genel, personel ve tesisler ile ilgili olarak anlamlı olarak farklılaştırmaktadır. Yaş, program ve soyunma odalarından beklentileri ise farklılaştırmamaktadır, yani yaş bunlar üzerinde anlamlı bir yordayıcı değildir (p>0,05) (Tablo 3.23).

Tablo 3.23. Yaşa Göre Beklenen Hizmette Farklılık

Alt Boyut	Grup	N	Ort. Sıra	Ki-Kare	sd	p*	Anlamlı Fark
Personel	20 yaş ve altı (1)	48	91,08	7,937	3	0,047	4>1 4>2
	21-30 yaş arası (2)	70	95,53				
	31-40 yaş arası (3)	50	106,32				
	41 yaş ve üzeri (4)	34	121,41				
Program	20 yaş ve altı (1)	48	87,67	5,658	3	0,129	
	21-30 yaş arası (2)	70	103,60				
	31-40 yaş arası (3)	50	102,25				
	41 yaş ve üzeri (4)	34	115,60				
Soyunma Odaları	20 yaş ve altı (1)	48	105,79	4,352	3	0,226	
	21-30 yaş arası (2)	70	93,53				
	31-40 yaş arası (3)	50	100,43				
	41 yaş ve üzeri (4)	34	113,43				
Tesis	20 yaş ve altı (1)	48	82,03	13,826	3	0,003	3>1 4>1 4>2
	21-30 yaş arası (2)	70	99,06				
	31-40 yaş arası (3)	50	105,91				
	41 yaş ve üzeri (4)	34	127,53				
Genel Ortalama	20 yaş ve altı (1)	48	84,01	10,531	3	0,015	3>1 4>1 4>2
	21-30 yaş arası (2)	70	99,91				
	31-40 yaş arası (3)	50	104,34				
	41 yaş ve üzeri (4)	34	125,28				

* p<0,05 anlamlılık düzeyinde ve %95 güven aralığında.

Tablo 3.23 detaylı olarak incelendiğinde, personel ve tesis alt boyutları ile genel beklentinin yaş arttıkça anlamlı olarak arttığı görülmektedir. Yani, yaşın artmasına paralel bir beklenti artışı açıkça görülmektedir. Program ve tesisten beklentilerde ise yaşın artmasına paralel olarak kısmi bir beklenti artışı görülse de anlamlı bir farklılık oluşmamıştır (p>0,05).

Algılanan hizmette yaşa göre herhangi bir farklılık olup olmadığı ile ilgili olarak ise genel ortalama ve alt boyutların tamamında yaşa göre anlamlı farklılık olmadığı tespit edilmiştir (p>0,05). Diğer bir ifade ile yaş algılanan hizmetin anlamlı bir yordayıcısı değildir (Tablo 3.24).

Tablo 3.24. Yaşa Göre Algılanan Hizmette Farklılık

Alt Boyut	Grup	N	Ort. Sıra	Ki-Kare	sd	p*
Personel	20 yaş ve altı	48	90,54	4,490	3	0,213
	21-30 yaş arası	70	111,08			
	31-40 yaş arası	50	95,50			
	41 yaş ve üzeri	34	106,07			
Program	20 yaş ve altı	48	97,46	4,098	3	0,251
	21-30 yaş arası	70	112,63			
	31-40 yaş arası	50	94,55			
	41 yaş ve üzeri	34	94,51			
Soyunma Odaları	20 yaş ve altı	48	95,34	6,307	3	0,098
	21-30 yaş arası	70	115,34			
	31-40 yaş arası	50	93,95			
	41 yaş ve üzeri	34	92,79			
Tesis	20 yaş ve altı	48	97,16	2,978	3	0,395
	21-30 yaş arası	70	106,22			
	31-40 yaş arası	50	92,36			
	41 yaş ve üzeri	34	111,35			
Genel Ortalama	20 yaş ve altı	48	92,98	4,097	3	0,251
	21-30 yaş arası	70	112,27			
	31-40 yaş arası	50	94,72			
	41 yaş ve üzeri	34	101,32			

* p<0,05 anlamlılık düzeyinde ve %95 güven aralığında.

3.4.3. Eğitim Düzeyi

Beklenen hizmette eğitim düzeyine göre herhangi bir farklılık olup olmadığının tespiti amacıyla yapılan Kruskal Wallis H testi sonucunda, genel ortalama ve alt boyutların tamamında eğitim düzeyine göre anlamlı farklılık bulunduğu tespit edilmiştir (p<0,05). Yani eğitim düzeyi katılımcıların fitness ve spor merkezlerinden beklentilerini alt boyutların tamamında farklılaştırmaktadır (Tablo 3.25).

Tablo 3.25. Eğitim Düzeyine Göre Beklenen Hizmette Farklılık

Alt Boyut	Grup	N	Ort. Sıra	Ki-Kare	sd	p*	Anlamlı Fark
Personel	İlköğretim (1)	23	101,41	12,907	4	0,012	5>1 5>2 5>4
	Lise (2)	51	101,88				
	Ön Lisans (3)	14	119,61				
	Lisans (4)	93	91,27				
	Yüksek Lisans / Doktora (5)	21	133,88				
Program	İlköğretim (1)	23	116,63	12,172	4	0,016	1>4 5>4
	Lise (2)	51	106,48				
	Ön Lisans (3)	14	106,64				
	Lisans (4)	93	88,67				
	Yüksek Lisans / Doktora (5)	21	126,21				
Soyunma Odaları	İlköğretim (1)	23	114,07	21,416	4	0,000	1>4 2>4 5>3 5>4
	Lise (2)	51	113,65				
	Ön Lisans (3)	14	100,64				
	Lisans (4)	93	85,66				
	Yüksek Lisans / Doktora (5)	21	128,95				
Tesis	İlköğretim (1)	23	118,48	19,703	4	0,001	1>3 1>4 5>1 5>2 5>3 5>4
	Lise (2)	51	100,64				
	Ön Lisans (3)	14	91,39				
	Lisans (4)	93	89,53				
	Yüksek Lisans / Doktora (5)	21	144,76				
Genel Ortalama	İlköğretim (1)	23	114,74	17,168	4	0,002	1>4 5>1 5>2 5>3 5>4
	Lise (2)	51	100,73				
	Ön Lisans (3)	14	107,54				
	Lisans (4)	93	88,42				
	Yüksek Lisans / Doktora (5)	21	142,76				

* p<0,05 anlamlılık düzeyinde ve %95 güven aralığında.

Tablo 3.25 detaylı olarak incelendiğinde, genel ortalamaya göre beklentilerin en fazla ilköğretim ve yüksek lisans / doktora mezunlarında olduğu görülmektedir. En az

beklentiye sahip olanlar ise lisans mezunlarıdır. Dolayısıyla, eğitim düzeyine göre katılımcıların beklentileri arasında anlamlı bir farklılık oluşmuştur ($p<0,05$).

Eğitim düzeyine göre algılanan hizmette herhangi bir farklılık olup olmadığı ile ilgili olarak ise genel ortalama ve alt boyutların tamamında eğitim düzeyine göre anlamlı farklılık olmadığı tespit edilmiştir ($p>0,05$). Diğer bir ifade ile eğitim düzeyi algılanan hizmetin anlamlı bir yordayıcısı değildir (Tablo 3.26).

Tablo 3.26. Eğitim Düzeyine Göre Algılanan Hizmette Farklılık

Alt Boyut	Grup	N	Ort. Sıra	Ki-Kare	sd	p*
Personel	İlköğretim	23	100,46	1,574	4	0,813
	Lise	51	97,71			
	Ön Lisans	14	108,29			
	Lisans	93	99,90			
	Yüksek Lisans / Doktora	21	114,43			
Program	İlköğretim	23	102,30	1,175	4	0,996
	Lise	51	103,46			
	Ön Lisans	14	101,86			
	Lisans	93	99,74			
	Yüksek Lisans / Doktora	21	103,40			
Soyunma Odaları	İlköğretim	23	105,33	0,783	4	0,941
	Lise	51	102,86			
	Ön Lisans	14	99,00			
	Lisans	93	98,48			
	Yüksek Lisans / Doktora	21	109,05			
Tesis	İlköğretim	23	114,37	3,997	4	0,406
	Lise	51	97,31			
	Ön Lisans	14	100,89			
	Lisans	93	96,73			
	Yüksek Lisans / Doktora	21	119,12			
Genel Ortalama	İlköğretim	23	105,78	1,234	4	0,872
	Lise	51	98,48			
	Ön Lisans	14	102,14			
	Lisans	93	99,36			
	Yüksek Lisans / Doktora	21	113,19			

* $p<0,05$ anlamlılık düzeyinde ve %95 güven aralığında.

3.4.4. Sporcu Lisansına Sahip Olma

Sporcu lisansına sahip olup olmamaya göre, beklenen hizmette herhangi bir farklılık olup olmadığının tespiti amacıyla yapılan Mann Whitney U testi sonucunda, genel ortalama ile personel ve tesis alt boyutları ortalamalarının sporcu lisansına sahip olmayanlar lehine anlamlı farklılık gösterdiği tespit edilmiştir ($p<0,05$). Yani sporcu lisansına sahip olup olmama katılımcıların ilgili alt boyutlarda fitness ve spor merkezlerinden beklentilerini anlamlı olarak farklılaştırmıştır. Sporcu lisansına sahip olmayanların beklentileri daha yüksek çıkmıştır. Ancak, program ve soyunma odalarından beklentiler – yine sporcu lisansına sahip olmayanlarda yüksek olmasına rağmen – anlamlı farklılık göstermemiştir (Tablo 3.27).

Tablo 3.27. Sporcu Lisansına Sahip Olmaya Göre Beklenen Hizmette Farklılık

Alt Boyut	Grup	N	Ort. Sıra	Sıralar Top.	U	z	p*
Personel	Evet	56	86,54	4846,00	3250,000	-2,482	0,013
	Hayır	146	107,24	15657,00			
Program	Evet	56	93,35	5227,50	3631,500	-1,338	0,181
	Hayır	146	104,63	15275,50			
Soyunma Odaları	Evet	56	98,25	5502,00	3906,000	-0,590	0,555
	Hayır	146	102,75	15001,00			
Tesis	Evet	56	83,94	4700,50	3104,500	-2,784	0,005
	Hayır	146	108,24	15802,50			
Genel Ortalama	Evet	56	86,85	4863,50	3267,500	-2,254	0,024
	Hayır	146	107,12	15639,50			

* $p<0,05$ anlamlılık düzeyinde ve %95 güven aralığında.

Sporcu lisansına sahip olmaya göre algılanan hizmette herhangi bir farklılık olup olmadığı ile ilgili olarak ise genel ortalama ve alt boyutların tamamında anlamlı farklılık olmadığı tespit edilmiştir ($p>0,05$). Diğer bir ifade ile sporcu lisansına sahip olma durumu algılanan hizmetin anlamlı bir yordayıcısı değildir (Tablo 3.28).

Tablo 3.28. Sporcu Lisansına Sahip Olmaya Göre Algılanan Hizmette Farklılık

Alt Boyut	Grup	N	Ort. Sıra	Sıralar Top.	U	z	p*
Personel	Evet	56	90,91	5091,00	3495,000	-1,629	0,103
	Hayır	146	105,56	15412,00			
Program	Evet	56	103,22	5780,50	3991,500	-0,264	0,792
	Hayır	146	100,84	14722,50			
Soyunma Odaları	Evet	56	99,20	5555,00	3959,000	-0,354	0,723
	Hayır	146	102,38	14948,00			
Tesis	Evet	56	96,89	5426,00	3830,000	-0,702	0,483
	Hayır	146	103,27	15077,00			
Genel Ortalama	Evet	56	98,30	5505,00	3909,000	-0,483	0,629
	Hayır	146	102,73	14998,00			

* $p < 0,05$ anlamlılık düzeyinde ve %95 güven aralığında.

3.4.5. Aylık gelir

Aylık gelir düzeyine göre beklenen hizmette herhangi bir farklılık olup olmadığının tespiti amacıyla yapılan Kruskal Wallis H testi sonucunda, genel ortalama ve alt boyutların tamamında aylık gelire göre anlamlı farklılık bulunmadığı tespit edilmiştir ($p > 0,05$). Yani aylık gelir katılımcıların fitness ve spor merkezlerinden beklentilerini farklılaştırmamaktadır (Tablo 3.29).

Tablo 3.29. Aylık Gelire Göre Beklenen Hizmette Farklılık

Alt Boyut	Grup	N	Ort. Sıra	Ki-Kare	sd	p*
Personel	1300 TL ve altı	124	98,03	4,309	3	0,230
	1301-3000 TL	39	96,86			
	3001-5000 TL	15	120,23			
	5001 TL ve üzeri	24	115,25			
Program	1300 TL ve altı	124	100,85	3,398	3	0,334
	1301-3000 TL	39	91,46			
	3001-5000 TL	15	115,33			
	5001 TL ve üzeri	24	112,54			
Soyunma Odaları	1300 TL ve altı	124	98,71	1,378	3	0,711
	1301-3000 TL	39	103,26			
	3001-5000 TL	15	106,00			
	5001 TL ve üzeri	24	110,27			
Tesis	1300 TL ve altı	124	97,30	4,686	3	0,196
	1301-3000 TL	39	97,82			
	3001-5000 TL	15	114,33			
	5001 TL ve üzeri	24	121,15			
Genel Ortalama	1300 TL ve altı	124	97,19	6,249	3	0,100
	1301-3000 TL	39	94,73			
	3001-5000 TL	15	121,87			
	5001 TL ve üzeri	24	122,06			

Aylık gelire göre algılanan hizmette herhangi bir farklılık olup olmadığı ile ilgili olarak ise yine genel ortalama ve alt boyutların tamamında aylık gelir düzeyine göre anlamlı farklılık bulunmadığı tespit edilmiştir ($p>0,05$). Yani aylık gelir düzeyi katılımcıların fitness ve spor merkezlerinden algılarını da farklılaştırmamaktadır (Tablo 3.30).

Tablo 3.30. Aylık Gelire Göre Algılanan Hizmette Farklılık

Alt Boyut	Grup	N	Ort. Sıra	Ki-Kare	sd	p*
Personel	1300 TL ve altı	124	99,43	2,835	3	0,418
	1301-3000 TL	39	97,99			
	3001-5000 TL	15	124,87			
	5001 TL ve üzeri	24	103,29			
Program	1300 TL ve altı	124	101,77	3,562	3	0,313
	1301-3000 TL	39	94,97			
	3001-5000 TL	15	126,20			
	5001 TL ve üzeri	24	95,25			
Soyunma Odaları	1300 TL ve altı	124	99,20	2,995	3	0,392
	1301-3000 TL	39	98,04			
	3001-5000 TL	15	125,33			
	5001 TL ve üzeri	24	104,13			
Tesis	1300 TL ve altı	124	95,53	4,806	3	0,187
	1301-3000 TL	39	106,59			
	3001-5000 TL	15	126,67			
	5001 TL ve üzeri	24	108,33			
Genel Ortalama	1300 TL ve altı	124	98,49	4,187	3	0,242
	1301-3000 TL	39	99,72			
	3001-5000 TL	15	130,90			
	5001 TL ve üzeri	24	101,56			

3.4.6. Medeni Durum

Medeni duruma göre, beklenen hizmette herhangi bir farklılık olup olmadığının tespiti amacıyla yapılan Mann Whitney U testi sonucunda, genel ortalama ile personel ve tesis alt boyutları ortalamalarının evliler lehine anlamlı farklılık gösterdiği tespit edilmiştir ($p < 0,05$). Yani medeni durum katılımcıların ilgili alt boyutlarda fitness ve

spor merkezlerinden beklentilerini anlamlı olarak farklılaştırmıştır. Evli olan katılımcıların beklentileri daha yüksek çıkmıştır. Ancak, program ve soyunma odalarından beklentiler – yine evli olanlarda yüksek olmasına rağmen – anlamlı farklılık göstermemiştir (Tablo 3.31).

Tablo 3.31. Medeni Duruma Göre Beklenen Hizmette Farklılık

Alt Boyut	Grup	N	Ort. Sıra	Sıralar Top.	U	z	p*
Personel	Evli	57	118,41	6749,50	3168,50	-2,840	0,005
	Bekar	145	94,85	13753,50			
Program	Evli	57	111,07	6331,00	3587,00	-1,590	0,112
	Bekar	145	97,74	14172,00			
Soyunma Odaları	Evli	57	110,96	6327,50	3593,50	-1,738	0,082
	Bekar	145	97,78	14178,50			
Tesis	Evli	57	118,45	6751,50	3166,50	-2,720	0,007
	Bekar	145	94,84	13751,50			
Genel Ortalama	Evli	57	115,27	6570,50	3347,50	-2,144	0,032
	Bekar	145	96,09	13932,50			

* $p < 0,05$ anlamlılık düzeyinde ve %95 güven aralığında.

Medeni duruma göre, algılanan hizmette herhangi bir farklılık olup olmadığı ile ilgili olarak ise genel ortalama ve alt boyutların tamamında anlamlı farklılık olmadığı tespit edilmiştir ($p > 0,05$). Diğer bir ifade ile medeni durum algılanan hizmetin anlamlı bir yordayıcısı değildir (Tablo 3.32).

Tablo 3.32. Medeni Duruma Göre Algılanan Hizmette Farklılık

Alt Boyut	Grup	N	Ort. Sıra	Sıralar Top.	U	z	p*
Personel	Evli	57	111,04	6329,50	3588,50	-1,486	0,137
	Bekar	145	97,75	14173,50			
Program	Evli	57	103,79	5916,00	4002,00	-0,355	0,723
	Bekar	145	100,60	14587,00			
Soyunma Odaları	Evli	57	101,13	5764,50	4111,50	-0,057	0,954
	Bekar	145	101,64	14738,50			
Tesis	Evli	57	110,98	6326,00	3592,00	-1,462	0,144
	Bekar	145	97,77	14177,00			
Genel Ortalama	Evli	57	107,74	6141,00	3777,00	-0,954	0,340
	Bekar	145	99,05	14362,00			

* p<0,05 anlamlılık düzeyinde ve %95 güven aralığında.

3.4.7. Meslek

Mesleğe göre, beklenen hizmette herhangi bir farklılık olup olmadığının tespiti amacıyla yapılan Kruskal Wallis H testi sonucunda, genel ortalama ile personel ve tesis alt boyutları ortalamalarının anlamlı farklılık gösterdiği tespit edilmiştir (p<0,05). Yani meslek katılımcıların ilgili alt boyutlarda fitness ve spor merkezlerinden beklentilerini anlamlı olarak farklılaştırmıştır. Ancak, program ve soyunma odalarından beklentiler – anlamlı farklılık göstermemiştir (Tablo 3.33).

Tablo 3.33. Mesleğe Göre Beklenen Hizmette Farklılık

Alt Boyut	Grup	N	Ort. Sıra	Ki-Kare	sd	p*	Anlamlı Fark
Personel	İşçi (1)	23	103,24	17,645	4	0,001	2>3 2>5 4>3 4>5
	Memur (2)	42	126,69				
	Serbest meslek / Esnaf (3)	19	98,24				
	Emekli / Ev hanımı (4)	9	130,17				
	Meslek sahibi değil / Öğrenci (5)	109	89,63				
Program	İşçi (1)	23	102,67	9,205	4	0,056	
	Memur (2)	42	118,24				
	Serbest meslek / Esnaf (3)	19	108,92				
	Emekli / Ev hanımı (4)	9	121,33				
	Meslek sahibi değil / Öğrenci (5)	109	91,87				
Soyunma Odaları	İşçi (1)	23	103,22	2,433	4	0,657	
	Memur (2)	42	110,17				
	Serbest meslek / Esnaf (3)	19	105,61				
	Emekli / Ev hanımı (4)	9	92,78				
	Meslek sahibi değil / Öğrenci (5)	109	97,80				
Tesis	İşçi (1)	23	111,26	11,700	4	0,020	4>5
	Memur (2)	42	116,48				
	Serbest meslek / Esnaf (3)	19	109,11				
	Emekli / Ev hanımı (4)	9	132,17				
	Meslek sahibi değil / Öğrenci (5)	109	89,81				
Genel Ortalama	İşçi (1)	23	108,48	12,072	4	0,017	2>5 4>5
	Memur (2)	42	122,74				
	Serbest meslek / Esnaf (3)	19	103,58				
	Emekli / Ev hanımı (4)	9	123,11				
	Meslek sahibi değil / Öğrenci (5)	109	89,70				

* p<0,05 anlamlılık düzeyinde ve %95 güven aralığında.

Mesleğe göre, algılanan hizmette herhangi bir farklılık olup olmadığı ile ilgili olarak ise genel ortalama ve alt boyutların tamamında anlamlı farklılık olmadığı tespit edilmiştir ($p>0,05$). Diğer bir ifade ile meslek algılanan hizmetin anlamlı bir yordayıcısı değildir (Tablo 3.34).

Tablo 3.34. Mesleğe Göre Algılanan Hizmette Farklılık

Alt Boyut	Grup	N	Ort. Sıra	Ki-Kare	sd	p*
Personel	İşçi	23	118,02	8,207	4	0,084
	Memur	42	116,11			
	Serbest meslek / Esnaf	19	98,76			
	Emekli / Ev hanımı	9	73,33			
	Meslek sahibi değil / Öğrenci	109	95,19			
Program	İşçi	23	112,57	4,175	4	0,383
	Memur	42	112,69			
	Serbest meslek / Esnaf	19	96,66			
	Emekli / Ev hanımı	9	82,28			
	Meslek sahibi değil / Öğrenci	109	97,28			
Soyunma Odaları	İşçi	23	115,57	5,473	4	0,242
	Memur	42	111,23			
	Serbest meslek / Esnaf	19	99,71			
	Emekli / Ev hanımı	9	72,44			
	Meslek sahibi değil / Öğrenci	109	97,50			
Tesis	İşçi	23	117,43	5,853	4	0,210
	Memur	42	113,43			
	Serbest meslek / Esnaf	19	91,95			
	Emekli / Ev hanımı	9	81,33			
	Meslek sahibi değil / Öğrenci	109	96,87			
Genel Ortalama	İşçi	23	119,74	7,518	4	0,111
	Memur	42	115,19			
	Serbest meslek / Esnaf	19	92,39			
	Emekli / Ev hanımı	9	77,89			
	Meslek sahibi değil / Öğrenci	109	95,91			

* $p<0,05$ anlamlılık düzeyinde ve %95 güven aralığında.

3.4.8. Fitness Merkezine Gitme Amacı

Fitness merkezine gitme amacına göre beklenen hizmette herhangi bir farklılık olup olmadığının tespiti amacıyla yapılan Kruskal Wallis H testi sonucunda, genel ortalama ve alt boyutların tamamında fitness merkezine gitme amacına göre anlamlı farklılık bulunmadığı tespit edilmiştir ($p>0,05$). Yani fitness merkezine gitme amacı katılımcıların fitness ve spor merkezlerinden beklentilerini farklılaştırmamaktadır (Tablo 3.35).

Tablo 3.35. Fitness Merkezine Gitme Amacına Göre Beklenen Hizmette Farklılık

Alt Boyut	Grup	N	Ort. Sıra	Ki-Kare	sd	p*
Personel	Sağlıklı olmak / zinde kalmak	80	101,66	3,714	4	0,446
	Sosyal çevremi genişletmek	45	93,61			
	Kilo kontrolü	46	101,62			
	Güzel fiziksel görünüm	22	105,11			
	Boş zamanımı değerlendirmek	9	130,11			
Program	Sağlıklı olmak / zinde kalmak	80	104,43	2,567	4	0,633
	Sosyal çevremi genişletmek	45	91,09			
	Kilo kontrolü	46	102,71			
	Güzel fiziksel görünüm	22	104,16			
	Boş zamanımı değerlendirmek	9	114,83			
Soyunma Odaları	Sağlıklı olmak / zinde kalmak	80	109,69	5,125	4	0,275
	Sosyal çevremi genişletmek	45	90,00			
	Kilo kontrolü	46	100,01			
	Güzel fiziksel görünüm	22	101,77			
	Boş zamanımı değerlendirmek	9	93,17			
Tesis	Sağlıklı olmak / zinde kalmak	80	105,36	2,297	4	0,681
	Sosyal çevremi genişletmek	45	92,27			
	Kilo kontrolü	46	99,01			
	Güzel fiziksel görünüm	22	107,05			
	Boş zamanımı değerlendirmek	9	112,50			
Genel Ortalama	Sağlıklı olmak / zinde kalmak	80	105,41	3,141	4	0,534
	Sosyal çevremi genişletmek	45	90,08			
	Kilo kontrolü	46	100,82			
	Güzel fiziksel görünüm	22	104,68			
	Boş zamanımı değerlendirmek	9	119,61			

* $p<0,05$ anlamlılık düzeyinde ve %95 güven aralığında.

Fitness merkezine gitme amacına göre algılanan hizmette herhangi bir farklılık olup olmadığı ile ilgili olarak ise yine genel ortalama ve alt boyutların tamamında Fitness merkezine gitme amacına göre anlamlı farklılık bulunmadığı tespit edilmiştir ($p>0,05$). Yani Fitness merkezine gitme amacı katılımcıların fitness ve spor merkezlerinden algılarını da farklılaştırmamaktadır (Tablo 3.36).

Tablo 3.36. Fitness Merkezine Gitme Amacına Göre Algılanan Hizmette Farklılık

Alt Boyut	Grup	N	Ort. Sıra	Ki-Kare	sd	p*
Personel	Sağlıklı olmak / zinde kalmak	80	105,91	1,521	4	0,823
	Sosyal çevremi genişletmek	45	103,24			
	Kilo kontrolü	46	93,68			
	Güzel fiziksel görünüm	22	97,16			
	Boş zamanımı değerlendirmek	9	104,11			
Program	Sağlıklı olmak / zinde kalmak	80	105,11	1,205	4	0,877
	Sosyal çevremi genişletmek	45	102,78			
	Kilo kontrolü	46	93,64			
	Güzel fiziksel görünüm	22	101,55			
	Boş zamanımı değerlendirmek	9	103,11			
Soyunma Odaları	Sağlıklı olmak / zinde kalmak	80	110,64	5,179	4	0,269
	Sosyal çevremi genişletmek	45	103,02			
	Kilo kontrolü	46	88,02			
	Güzel fiziksel görünüm	22	98,93			
	Boş zamanımı değerlendirmek	9	87,83			
Tesis	Sağlıklı olmak / zinde kalmak	80	103,50	0,354	4	0,986
	Sosyal çevremi genişletmek	45	101,27			
	Kilo kontrolü	46	99,18			
	Güzel fiziksel görünüm	22	97,41			
	Boş zamanımı değerlendirmek	9	106,72			
Genel Ortalama	Sağlıklı olmak / zinde kalmak	80	106,16	1,594	4	0,810
	Sosyal çevremi genişletmek	45	101,86			
	Kilo kontrolü	46	92,61			
	Güzel fiziksel görünüm	22	101,64			
	Boş zamanımı değerlendirmek	9	103,44			

* $p<0,05$ anlamlılık düzeyinde ve %95 güven aralığında.

3.4.9. Fitness Merkezine Gitme Sıklığı

Fitness merkezine gitme sıklığına göre beklenen hizmette herhangi bir farklılık olup olmadığının tespiti amacıyla yapılan Kruskal Wallis H testi sonucunda, genel ortalama ve alt boyutların tamamında fitness merkezine gitme sıklığına göre anlamlı farklılık bulunmadığı tespit edilmiştir ($p>0,05$). Yani fitness merkezine gitme sıklığı katılımcıların fitness ve spor merkezlerinden beklentilerini farklılaştırmamaktadır (Tablo 3.37).

Tablo 3.37. Fitness Merkezine Gitme Sıklığına Göre Beklenen Hizmette Farklılık

Alt Boyut	Grup	N	Ort. Sıra	Ki-Kare	sd	p*
Personel	1-2 defa	38	112,76	4,306	2	0,116
	3-4 defa	97	103,99			
	5 defa üzeri	67	91,50			
Program	1-2 defa	38	98,88	4,558	2	0,102
	3-4 defa	97	109,45			
	5 defa üzeri	67	91,48			
Soyunma Odaları	1-2 defa	38	102,01	0,011	2	0,994
	3-4 defa	97	101,62			
	5 defa üzeri	67	101,03			
Tesis	1-2 defa	38	108,59	4,168	2	0,124
	3-4 defa	97	106,51			
	5 defa üzeri	67	90,23			
Genel Ortalama	1-2 defa	38	105,53	4,543	2	0,103
	3-4 defa	97	108,28			
	5 defa üzeri	67	89,40			

* $p<0,05$ anlamlılık düzeyinde ve %95 güven aralığında.

Fitness merkezine gitme sıklığına göre algılanan hizmette herhangi bir farklılık olup olmadığı ile ilgili olarak ise yine genel ortalama ve alt boyutların tamamında fitness merkezine gitme sıklığına göre anlamlı farklılık bulunmadığı tespit edilmiştir

($p>0,05$). Yani fitness merkezine gitme sıklığı katılımcıların fitness ve spor merkezlerinden algılarını da – tıpkı beklentileri gibi – farklılaştırmamaktadır (Tablo 3.38).

Tablo 3.38. Fitness Merkezine Gitme Sıklığına Göre Algılanan Hizmette Farklılık

Alt Boyut	Grup	N	Ort. Sıra	Ki-Kare	sd	p*
Personel	1-2 defa	38	87,92	2,944	2	0,229
	3-4 defa	97	102,59			
	5 defa üzeri	67	107,63			
Program	1-2 defa	38	89,43	2,175	2	0,337
	3-4 defa	97	105,54			
	5 defa üzeri	67	102,50			
Soyunma Odaları	1-2 defa	38	92,76	1,421	2	0,491
	3-4 defa	97	105,66			
	5 defa üzeri	67	100,43			
Tesis	1-2 defa	38	97,76	0,212	2	0,899
	3-4 defa	97	102,85			
	5 defa üzeri	67	101,66			
Genel Ortalama	1-2 defa	38	93,38	1,047	2	0,592
	3-4 defa	97	104,79			
	5 defa üzeri	67	101,34			

* $p<0,05$ anlamlılık düzeyinde ve %95 güven aralığında.

İLGİLİ ÇALIŞMALAR, SONUÇ VE ÖNERİLER

İLGİLİ ÇALIŞMALAR

İlgili literatür incelendiğinde Yükseköğretim Kurulu (YÖK) Tez Merkezi kayıtları incelendiğinde hizmet, kalite ve hizmet kalitesini içine alan çok sayıda çalışma yapılmış olduğu görülmektedir. Bu çalışmalardan 26'sı spor alanında gerçekleştirilmiştir (YÖK, 2017). 21'i yüksek lisans, 5'i ise doktora düzeyinde gerçekleştirilmiş olan bu çalışmalarda farklı branş, kurum, okul, takım, merkez ve benzerlerinde hizmet kalitesinin tespiti, değerlendirilmesi ve incelenmesi gibi araştırmaların yapılmıştır. Burada, çalışmamıza benzer özellikler gösteren bazı çalışmalar hakkında özet bilgiler sunulacaktır.

Aslan, 2006 yılında yapmış olduğu çalışmada Ankara'daki 7 üniversitenin spor ve fitness merkezlerinin hizmet kalitesini incelemiştir. 484 kişinin dahil edildiği araştırma sonucunda beklentinin algıdan daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca, beklenti ve algıların cinsiyete göre kadınlar lehine farklılık gösterdiği tespit edilmiştir (Aslan, 2006).

Tüfekci, 2010 yılında yaptığı araştırmada fitness merkezlerinden yararlanan müşterilerin hizmet kalitesine yönelik algılamaları ile beklentilerinin değerlendirilmesi ve elde edilen bilgilerle fitness merkezlerinin daha etkin bir pazarlama faaliyeti ortaya koyabilmesi için çeşitli önerilerin geliştirilmesini amaçlamıştır. 203 kişi üzerinde yürütülen araştırma sonucunda beklentilerin karşılanamadığı sonucuna varılmıştır. Ayrıca, kadınların beklentilerinin anlamlı olarak daha fazla olduğu tespit edilmiştir (Tüfekci, 2010).

Yine 2010 yılında, Yüzgenç tarafından yapılan bir araştırmada ise yerel yönetimlerin sunduğu spor hizmetlerinde hizmet kalitesi Ankara ili örneğinde incelenmiştir. 552 kişilik bir örneklem grubu üzerinde gerçekleştirilen araştırma sonucunda hizmet kalitesi algısının medeni duruma göre farklılaştığı ancak cinsiyet, eğitim durumu, gelir, üyelik süresi ve faydalanma sıklığına göre farklılık göstermediği belirtilmiştir (Yüzgenç, 2010).

Savaş ise yaptığı 129 kişi üzerinde yapmış olduğu çalışmasında fitness merkezlerinde hizmet kalitesi, müşteri tatmini ve müşteri sadakati üzerinde bir araştırma yapmıştır. Çalışmada daha çok korelasyonlar üzerinde durulmuştur (Savaş, 2012).

Spor merkezlerinin hizmet kalitesi üzerinde duran çalışmalardan birisi ise Yiğit (2013) tarafından Gaziantep'te yapılmıştır. 259 kişinin katıldığı çalışma sonucunda beklentinin algılanandan fazla olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca, yaşa ve eğitim durumuna göre anlamlı farklılıklar görülmüştür. Gençlerin ve eğitim düzeyi daha yüksek olanların beklenti ve algılarının daha yüksek olduğu tespit edilmiştir (Yiğit, 2013).

Yine 2013 yılında, Güçlü tarafından Ankara'da yapılan bir çalışmada ise yerel yönetimlere ait fitness merkezlerinde algılanan hizmet kalitesi incelenmiştir. 430 kişinin katıldığı çalışma sonucunda memnuniyet düzeyinin yüksek olduğu bulunmuştur. Ayrıca, kadınlar lehine olmak üzere cinsiyete göre, evliler lehine olmak üzere medeni hale göre, eğitim düzeyi yüksek olanlar lehine eğitim durumuna göre anlamlı farklılıklar olduğu tespit edilmiştir (Güçlü, 2013).

Bir başka çalışmada ise Yaşar (2013), fitness sektöründe hizmet kalitesi algısı başlıklı bir çalışma gerçekleştirmiştir. 114 kişinin örneklem olarak alındığı çalışma sonucunda yaş ve fitness merkezinde faydalanma süresine göre anlamlı farklılıklar bulunduğu belirtilmiştir (Yaşar, 2013).

Demirel (2013) ise benzer bir çalışmayı Ankara'da gerçekleştirmiştir. Spor ve fitness merkezlerinin hizmet kalitesi başlıklı bu çalışmaya 623 kişi dahil edilmiştir. Çalışma sonucunda algılanan hizmet kalitesinin beklenenin altında kaldığı tespit edilmiştir. Ayrıca, cinsiyete göre kadınlar lehinde, eğitim durumunda eğitim düzeyi yüksek olanlar lehine ve üyelik süresinde üyelik süresi az olanlar lehine anlamlı farklılık tespit edilmiştir (Demirel, 2013).

Yine aynı yıl Barsbuğa (2013) tarafından Konya'da yürütülen çalışmaya ise 300 kişi katılmıştır. Belediyelerin sportif hizmet kalitesinin ölçülmesi başlıklı bu çalışmada algılanan hizmet kalitesinin beklenenin altında kaldığı tespit edilmiştir (Barsbuğa, 2013).

Ayrıca, Eraslan (2014) üniversite yerleşkelerindeki spor merkezlerinde hizmet kalitesi konulu çalışmasını 535 kişi üzerinde yürütmüştür. Çalışma sonucunda spor

merkezlerinden faydalanma sıklığının hizmet kalitesi algısında anlamlı farklılık meydana getirdiği tespit edilmiştir (Eraslan, 2014).

Aynı yıl İzmir ve Manisa'da gerçekleştirilen bir araştırmada ise spor işletmelerinin hizmet kaliteleri incelenmiştir. 527 kişinin katıldığı araştırma sonucunda algılanan hizmet kalitesinin beklenenin altında kaldığı tespit edilmiştir. Ayrıca, medeni durum ve gelire göre anlamlı farklılık olduğu bulunmuştur (Öztürk, 2014).

Akkoyun (2015) ise yerel yönetimlerin sunduğu hizmet kalitesini Elazığ'da araştırmıştır. 500 kişi üzerinde yürütülen araştırma sonucunda %81 düzeyinde memnuniyet olduğu bulunmuştur (Akkoyun, 2015).

Erdoğan ise 2016 yılında yaptığı araştırmada sağlıklı yaşam ve spor merkezlerinin algılanan hizmet kalitesini Konya'da araştırmıştır. Çalışma sonucunda algılanan hizmet kalitesinin %79 olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca, gelir düzeyine göre geliri yüksek olanlar lehine anlamlı farklılık olduğu görülmüştür (Erdoğan, 2016).

2017 yılına gelindiğinde ise konunun yine gündemde olduğu yapılan çalışmalar ile görülmüştür. Buna göre, Gevezoğlu (2017) İstanbul'da yaz spor okullarının hizmet kalitesi ve memnuniyet düzeyini araştırmıştır. Çalışma sonucunda algılanan hizmet kalitesinin beklenenin altında kaldığı tespit edilmiştir. Ayrıca medeni durum, yaş ve gelir düzeyine göre anlamlı farklılıklar olduğu bulgulanmıştır (Gevezoğlu, 2017).

Kalıpçı Gülmez (2017) rekreasyon amaçlı fitness merkezleri müşterilerinin hizmet kalitesine yönelik beklenti ve algılarının incelenmesini amaçlamıştır. 746 kişinin katıldığı çalışma sonucunda cinsiyet, yaş, eğitim durumu, gelir durumu, kulübe üye olma süresi, çalıştığı kurum ve tesis kullanım sıklığı değişkenlerine göre ölçek alt boyutlarında algılanan hizmet kalitesi düzeyi ile beklenen hizmet kalitesi düzeylerinde gruplar arasında anlamlı farklılık bulunmuştur (Kalıpçı Gülmez, 2017).

Yavuz (2017) tarafından yapılan Türkiye'deki gençlik merkezlerinin kurumsal yönetimleri ile hizmet kalitesinin değerlendirilmesi adlı çalışmada ise Gençlik ve Spor Bakanlığına bağlı Gençlik Merkezlerinde üyelerin algılanan hizmet kalitesi incelenmiştir. 715 kişinin örneklem olarak alındığı çalışma sonucunda genel olarak yetersizlik algılandığı bulgulanmıştır. Ayrıca, yaş ve öğrenim durumuna göre anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir (Yavuz, 2017).

Solak (2017) ise spor işletmelerinde algılanan hizmet kalitesini belirlemeye yönelik bir araştırma yürütmüştür. Ankara’da 205 kişinin katılımıyla gerçekleştirilen çalışma sonucunda yaşa ve medeni duruma göre anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir (Solak, 2017).

Yine 2017 yılında gerçekleştirilen farklı bir çalışmada ise kamu ve özel spor merkezlerine devam eden üyelerin hizmet kalitesine yönelik algı ve beklenti düzeylerinin karşılaştırılması amaçlanmıştır. Kütahya’da 448 kişinin katılımıyla gerçekleştirilen çalışma sonucunda medeni durum ve eğitim düzeyine göre anlamlı farklılıklar bulunmuştur (Acar, 2017).

SONUÇ VE ÖNERİLER

Temel amacı “Erzurum ilindeki fitness ve spor merkezlerinin hizmet kalitesinin tespit edilmesi” olan bu araştırmaya yaklaşık olarak yarısı kadınlardan ve yarısı erkeklerden oluşan toplam 202 kişi katılmıştır. Ayrıca, yaklaşık olarak dörtte üçü bekar bireylerden oluşan katılımcıların yarıdan fazlası 21-40 yaş arasında yer almaktadır. Aylık gelire göre ise yaklaşık olarak her üç katılımcıdan üçü 1300 TL ve altı aylık gelire sahiptir. Dolayısıyla, araştırmamızın katılımcılarını daha çok düşük gelir grubuna dahil olan bekar gençler oluşturmuştur. Ayrıca, araştırmaya dahil olan katılımcıların yaklaşık yarısı lisans mezunudur ve herhangi bir meslek sahibi değildir.

Belirtilen demografik özelliklere ek olarak katılımcıların yaklaşık %90’ı daha çok bireysel sporlar olmak üzere fitness haricinde başka bir spor yapan bireylerden oluşmaktadır. Kadınlar ve erkeklerin fitness haricinde başka bir spor yapma durumları %90,9 ve %86 olmak üzere birbirine oldukça yakındır. Ancak, sporcu lisansına sahip olanların oranı dörtte birde kalmıştır. Dolayısıyla, katılımcıların lisanslı olmasalar da çoğunlukla spor ile meşgul olan bir grup olduğunu söylemek mümkündür.

Ayrıca, katılımcılar daha çok 1 yıldan daha fazla bir süredir, haftada en az 3-4 defa olmak üzere, sağlıklı olmak, zinde kalmak veya kilo kontrolü sağlamak amacıyla özel fitness veya spor merkezlerine devam etmekte olan bireylerden oluşmaktadır. Dolayısıyla, çalışmanın sonuçları değerlendirilirken belirtilen özelliklerin göz önünde bulundurulması yerinde olacaktır.

Erzurum ilindeki fitness ve spor merkezlerinin hizmet kalitesi ile ilgili olarak bulunan temel sonuçlar ise şunlar olmuştur:

1. Fitness ve spor merkezlerinden beklenen hizmet kalitesi ortalaması 7 üzerinden 6,51 puandır. Dolayısıyla kullanılan ölçekteki kriterlerden alınabilecek toplam puana göre %93'lük bir beklenti oranı bulunduğunu söylemek mümkündür.
2. Personel, program, soyunma odaları ve tesisten beklenti puanları 6,38 – 6,63 arasında değişmiştir. %91-95 arasında değişen oranlara karşılık gelen bu puanlar fitness veya spor merkezlerini kullananların beklentilerinin bunların tamamı ile ilgili olarak çok yüksek olduğunu göstermiştir.
3. Fitness ve spor merkezlerinin beklentileri ne derece yerine getirdiği ile ilgili olarak algılanan hizmet kalitesi ortalaması ise 7 üzerinden 5,66 puan olmuştur. Dolayısıyla fitness ve spor merkezlerinin beklentileri karşılması ile ilgili algı %81'e karşılık gelmiştir. Bu sonuç oldukça yüksek olması nedeniyle Erdoğan (2016), Güçlü (2013), Aslan (2006) ve Akkoyun'un (2015) çalışmalarına benzerlik göstermiştir. Ayrıca, oransal olarak Erdoğan'ın (2015) bulunduğu %79'un üzerinde, Akkoyun'un bulunduğu %81 ile ise aynı düzeyde yer almıştır.
4. Ayrıca, personel, program, soyunma odaları ve tesisler ile ilgili olarak algılanan hizmet puanları 5,59 – 5,81 arasında değişmiştir. %80-83 arasında değişen oranlara karşılık gelen bu puanlar fitness veya spor merkezlerini kullananların algıladıkları hizmetin bunların tamamında birbirine çok yakın olmak üzere %80-83 arasında olduğunu göstermiştir.
5. Dolayısıyla, Erzurum ilindeki fitness ve spor merkezlerinden alınan hizmetin kalitesi ile ilgili algılar beklentilerin 0,85 puan altında kalmıştır. Diğer bir ifade ile alınabilecek toplam puanlara oranlandığında algılanan hizmet verilen hizmetin %14 altında yer almıştır. Bu sonuç, benzer bir durumu yaptıkları çalışmalarda belirten Tüfekci (2010), Yiğit (2013), Gevezoğlu (2017), Aslan (2006), Öztürk (2014), Demirel (2013), Barsbuğa (2013) ve Yavuz (2017) ile benzerlik göstermiştir.
6. Algılanan hizmet ile verilen hizmet arasında tespit edilen fark alt boyutların tamamında ve genel ortalamada istatistiksel açıdan anlamlı bulunmuştur. Sonuç olarak, beklenen ve algılanan hizmet arasında önemli bir fark oluşmuştur.
7. Ayrıca, beklenen ve algılanan hizmet arasında düşük düzeyde pozitif ve anlamlı bir ilişki bulunduğu görülmüştür ($r=0,223$). Birbirlerinde açıkladıkları

varyans (r^2) ise %4,97'dir. Yani bir değişkendeki artışın %4,97'sinin diğer değişkenden kaynaklandığını söylemek mümkündür.

8. Bunun yanında, beklenen hizmet (x) ve algılanan hizmet (y) arasındaki regresyon eşitliği $y=2,630+0,466x$ şeklinde bulunmuştur.

Beklenen ve algılanan hizmet ile ilgili olarak katılımcılara yöneltilen maddelerin detaylı olarak incelenmesi sonucunda ise şu sonuçlara ulaşılmıştır:

1. Fitness ve spor merkezlerinin personelinden beklenen en önemli hizmetler önem sırasına göre; sunulan hizmette tutarlı olmak, müşterilere bireysel ilgi göstermek, temizlik ve kıyafet ve yardım etmeye istekli olmaktır. Ancak bunlar, algılanan hizmet maddeleri sıralamasında ilk üç sırada yer almamıştır. Yani, bunların yerine getirilme düzeyi beklenen ölçüde olmamıştır.
2. Diğer taraftan, personelin en iyi derecede yerine getirdiği hizmetler gerekli bilgi ve becerilere sahip olmak, nezaket ve sabır olarak değerlendirilmiştir. Şikayetlere cevap verme ve üyelerle iletişim ise en zayıf derecede yerine getirildiği algılanan hizmetler olarak dikkat çekmiştir.
3. Fitness ve spor merkezlerinin programından beklenen en önemli hizmetler önem sırasına göre; programların kalitesi ve içeriği, program zamanının uygunluğu ve uygun seviyede programların varlığıdır. Bunlardan, programların kalitesi ve içeriği algılanan hizmet maddeleri sıralamasında ilk üç sırada yer almamıştır.
4. Program zamanının uygunluğu, uygun seviyede programların varlığı ve programların çeşitliliği algılanan hizmet maddeleri sıralamasında ilk üç sırada yer almıştır. Sınıf mevcudunun uygunluğu ve arka plan müziği ise en zayıf derecede yerine getirildiği algılanan hizmetler olarak dikkat çekmiştir.
5. Fitness ve spor merkezlerinin soyunma odalarından beklenen en önemli hizmetler önem sırasına göre; güvenlik, duşların temizliği ve soyunma dolaplarının varlığıdır. Bunlardan; güvenlik beklentilerde 1. sırada olduğu gibi algıda da 1. sırada yer almıştır. Ancak, soyunma odalarının varlığı ve duşların temizliği istenen ölçüde yerine getirildiği düşünülmeyerek algı listesinin son iki sırasında kalmıştır. Dolayısıyla, bunlar önemli birer problem olarak dikkat çekmiştir.

6. Fitness ve spor merkezlerinden tesis olarak beklenen en önemli hizmetler önem sırasına göre; ısı kontrolü, yerleşim uygunluğu ve araç-gereçlerin genel bakımındır. Bunlardan; ısı kontrolü algı listesinin sonlarında yer almıştır. Dolayısıyla, ısı kontrolüne beklendiği düzeyde önem verilmediği ortaya çıkmıştır. Diğer iki hizmet ise algı listesinin ilk üç maddesi içinde yer alarak bunlara önem verildiğini göstermiştir. Ayrıca, bunların yanında antrenman araç-gereçlerinin varlığı algı sırasının ilk üç maddesi içinde yer almıştır.

Ayrıca, beklenen ve algılanan hizmet puanlarının hangi demografik özelliklere göre farklılaştığı ile ilgili olarak tespit edilen sonuçlar ise şunlar olmuştur:

1. Cinsiyet, fitness ve spor merkezlerinden beklenen hizmeti farklılaştırmamaktadır. Algılanan hizmette ise, kadınların soyunma odalarının bekleneni yerine getirmesi ile ilgili algıları anlamlı olarak daha azdır. Bu sonuç, soyunma odaları ile ilgili mevcut hizmette önemli bir eksiklik olduğunu göstermiştir. Bulmuş olduğumuz bu sonuç Tüfekçi (2010), Güçlü (2013), Aslan (2006), Demirel (2013) ve Kalıpçı Gülmez (2017) ile benzerlik göstermiştir.
2. Yaş arttıkça personel ve tesisten beklenen hizmet ile genel hizmet anlamlı olarak artmaktadır. Bu sonuç, Gevezoğlu (2017), Yaşar (2013), Kalıpçı Gülmez (2017), Yavuz (2017) ve Solak (2017) ile benzerlik göstermiştir.
3. Kişilerin fitness ve spor merkezlerinden bekledikleri hizmet eğitim düzeylerine göre anlamlı farklılık göstermektedir. Genel olarak ilköğretim ve yüksek lisans / doktora mezunlarının beklentilerinin daha fazla olduğu dikkat çekmiştir. En az beklentiye sahip olanlar ise lisans mezunlarıdır. Bu sonuç Yiğit (2013), Güçlü (2013), Demirel (2013), Kalıpçı Gülmez (2017) ve Yavuz (2017) ile benzerlik göstermiştir.
4. Sporcu lisansına sahip olma, personel ve tesisten beklenen hizmet ile genel hizmet ortalamasını anlamlı olarak farklılaştırmaktadır. Sporcu lisansına sahip olanların beklentilerinin daha az olduğu görülmüştür.
5. Medeni durum, personel ve tesisten beklenen hizmet ile genel hizmet ortalamasını anlamlı olarak farklılaştırmaktadır. Evli olanların beklentilerinin daha fazla olduğu görülmüştür. Bu sonuç, Gevezoğlu (2017), Güçlü (2013),

Yüzgenç (2010), Öztürk (2014), Solak (2017) ve Acar'ın (2017) bulguları ile benzerlik göstermiştir.

6. Meslek, personel ve tesisten beklenen hizmet ile genel hizmet ortalamasını anlamlı olarak farklılaştırmaktadır. Genel olarak memur ve emekli / ev hanımı olanların beklentilerinin daha fazla olduğu dikkat çekmiştir. En az beklentiye sahip olanlar ise serbest meslek / esnaf grubunda yer alanlardır.
7. Ancak, fitness merkezine gitme sıklığı ve amacı ile aylık gelir kişilerin beklentilerini farklılaştırmamaktadır. Sıklık yönüyle çalışmamız Güçlü (2013) ve Yüzgenç (2010) ile benzerlik göstermiştir. Ancak, Eraslan (2014) ve Kalıpçı Gülmez'den (2017) farklılaşmıştır.
8. Ayrıca algılanan hizmet ile ilgili olarak; yaşa, eğitim düzeyine, fitness merkezine gitme sıklığı ve amacına, aylık gelire, medeni duruma ve mesleğe göre katılımcıların algılarının farklılaşmadığı tespit edilmiştir.

Tespit edilen bu sonuçlardan sonra aşağıdaki gibi önerilerde bulunmak mümkündür:

1. Erzurum ilindeki fitness merkezlerinin hizmet kalitesi, özellikle tesis özellikleri ve program olmak üzere alt boyutların tamamında arttırılmalıdır.
2. Tesis özelliklerinden ısı kontrolüne ve program özelliklerinden sınıf mevcutlarının daha uygun hale getirilmesi ve arka plan müziğine öncelikli olarak önem verilmesi algılanan hizmet kalitesini önemli ölçüde arttıracaktır.
3. Ayrıca yine algılanan hizmet kalitesini arttırmak için, sunulan hizmette tutarlı olma, müşterilere bireysel ilgi gösterme, temizlik ve kıyafet ve yardım etmeye istekli olma, şikayetlere cevap verme, üyelerle iletişim, soyunma odalarının varlığı ve duşların temizliğine önem verilmelidir.

KAYNAKLAR

- Acar, E. (2017). *Kamu ve Özel Spor Merkezlerine Devam Eden Üyelerin Hizmet Kalitesine Yönelik Algı ve Beklenti Düzeylerinin Karşılaştırılması* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Kütahya: Dumlupınar Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü.
- Akbaba, A. (Gümüšoğlu, Ş., Pınar, İ., Akan P., Akbaba, A.). (2006). *Hizmet Kalitesi, Kavramlar, Yaklaşımlar ve Uygulamalar*. Ankara: Detay Yayıncılık, S. 314-329.
- Akkoyun, İ. (2016). *Yerel Yönetimlere Ait Fitness Merkezlerinde Algılanan Hizmet Kalitesi* (Elazığ İl Örneği). (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Elazığ: Fırat Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü.
- Altan Ş., Atan M., ve Ediz A. (2003). "SERVQUAL Analizi ile Toplam Hizmet Kalitesinin Ölçümü ve Yüksek Eğitimde Bir Uygulama". 2. *Ulusal Kalite Kongresi*, 1-13.
- Altman, R. F. ve Helms, M. M. (1995). "Quantifying Service Quality: Case Study of Rental Car Agency". *Production and Inventory Management Journal*. 36(2): 45.
- Aslan, M. (2006). *Determination Of The Service Quality Among Sport And Fitness Centers Of The Selected Universities* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Ankara: Orta Doğu Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Babakus E., and Boller G. W. (1992). *An Emprical Assesment of the SERVQUAL Scale*, *Journal Business Research*. 24, 253-268
- Barsbuğa, Y. (2013). *Yerel Yönetim Birimlerinden Belediyelerin Sportif Hizmet Kalitesinin Ölçülmesi (Konya Örneği)* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Konya: Selçuk Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü.
- Barutçugil İ. (2009). *Müşteri İlişkileri ve Satış Yöntemi*. İstanbul: Kariyer Yayıncılık
- Bektaş, H. ve Akman, U. S. (2013). "Yükseköğretimde Hizmet Kalitesi Ölçeği: Güvenilirlik ve Geçerlilik Analizi". *Ekonometri ve İstatistik Dergisi*, 18, 116-133
- Belgin Ö.(2017). *Hizmet Sektöründe Verimlilik*. Erişim: 15 Kasım 2017, <http://www.bilisimdergisi.org/s127/pdf/112-115.pdf>

- Benjamin, S., and Karen, M. H. (1997). “Lessons Learned About Service Quality What It Is, How to Manage It, and How to Become a Service Quality Organization”. *Consulting Psychology Journal*, 49(1), 35-50
- Bozgeyik A. (2005). *Rekabet Avantajı için Müşteri İlişkileri Yönetimi*. (1. Baskı). İstanbul: Hayat Yayıncılık
- Brady, M. K. and Cronin, J. J. (2001). “Some New Thoughts on Conceptualizing Perceived Service Quality: A Hierarchical Approach”. *Journal of Marketing*, 65, 34-49
- Büyüköztürk, Ş. (2011). *Sosyal Bilimler İçin Veri Analizi El Kitabı*. Ankara: Pegem Akademi.
- Büyüköztürk, Ş., Çakmak, E., Akgün, Ö., Karadeniz, Ş., Demirel, F (2013). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Pegem Akademi.
- Caruana, A. and Pitt, L. (1997). “INTQUAL – An Internal Measure of Service Quality and the Link Between Service Quality and Business Performance”. *MCB UP Ltd*, 31(8), 604-616
- Chang, K. and Chelladurai, P. (2003). “System Based Quality Dimensions in Fitness Services: Development of the Scale of Quality”. *Service Industries Journal*, 23(5), 65–83.
- Chelladurai P. (1994). “Sport Management: Defining the Field”. *European Journal for Sport Management*, 1, 7-21
- Chelladurai, P., Scott, F. L., and John, H. Y. (1987). “Dimensions of Fitness Services: Development of a Model”. *Journal of Sport Management*, 1, 159–172.
- Cronin, J. J. and Taylor, S. A. M”easuring Service Quality: A Reexamination and Extansion”. *Journal of Marketing*
- Çetin, C., Akın, B., ve Erol, V. (2001). *Toplam Kalite Yönetimi ve Kalite Güvence Sistemi*. İstanbul: Beta Basım A.Ş
- Çınar, E. (2010). *Hava Trafik Kontrol Hizmetlerinde Algılanan Hizmet Kalitesi*, (Doktora Tezi). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

- Çimen, Z. (2003). "Spor Hizmetlerinde Toplam Kalite Standartları". *İstanbul Üniversitesi Spor Bilimleri Dergisi*, 11(3), 13-17
- Çimen, Z., & Gürbüz, B. (2007). *Spor Hizmetlerinde Toplam Kalite Yönetimi*. Ankara: Alp Yayınevi.
- Dale, B. G. (1994). *Managing Quality*. (2. Edition). Hertfordshire: Prentice Hall International Ltd.
- Demirel, H. (2013). *Rekreasyonel Spor/Fitness Programı Sunan İşletmelerde Hizmet Kalitesi* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Ankara: Gazi Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü.
- Dereli, T., & Baykasoğlu, A. (2003). *Kalite ve Hayata İzdüşümleri*. Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Dursun, T., Oskaybaş, K., ve Gökmen, C. (2013). "The Quality of Service of the Distance Education". *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 103(2013), 1133-1151
- Edvardsson, B. (1998). "Service quality improvement". *Managing Service Quality: An International Journal*, 8(2), 142-149.
- Eleren, A. & Kılıç, B. (2007). "Turizm Sektöründe Servqual Analizi ile Hizmet Kalitesinin Ölçülmesine Bir Termal Otelde Uygulama". *Afyon Kocatepe Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, 9(1), 235 – 264.
- Eraslan, A. (2014). *Üniversite Yerleşkelerindeki Rekreasyonel Spor Merkezlerinde Hizmet Kalitesi* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Ankara: Gazi Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü.
- Erdoğan, A. (2016). *Algılanan Hizmet Kalitesi, Hizmet Değeri Ve Memnuniyet Üzerinde Algılanan Risk Faktörünün Etkisi: Sağlıklı Yaşam Ve Spor Merkezleri Üzerine Bir Uygulama* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Konya: Selçuk Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü.
- Ergin, B. M. (2010). *Üniversite Spor Merkezlerindeki Algılanan Hizmet Kalitesinin Yapısal Eşitlik Modeli (YEM) ile İncelenmesi*. (Doktora Tezi). Ankara: Gazi Üniversitesi Sağlık Bilimler Enstitüsü.

- Evans, J. R., and Lindsay W. M. (1999). *The Management and Control of Quality*. (4. Edition). Ohio: South-Western College Pub
- Garvin, D., A. (1988). Managing Quality “The Strategic and Competitive Edge” 39-40
<http://www.google.com.tr/books?id=K-LWY2qgSHwC&printsec=frontcover&hl=tr#v=onepage&q&f=false> adresinden 3 Temmuz 2014 tarihinde alınmıştır.
- Garvin, D., A. (1988). *Managing Quality “The Strategic and Competitive Edge”* 49-50
<http://www.google.com.tr/books?id=K-LWY2qgSHwC&printsec=frontcover&hl=tr#v=onepage&q&f=false> adresinden 4 Temmuz 2014 tarihinde alınmıştır
- Gençer, T. R. (2005). *Profesyonel Futbol Kulüpleri Stadyumlarında Algılanan Hizmet Kalitesi: Fenerbahçe Şükrü Saracoğlu Stadyumu Üzerine Bir İnceleme*. (Doktora Tezi). İstanbul: Marmara Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü.
- Gevezoğlu, G. (2017). *Velilerin Demografik Özelliklerine Göre Yaz Spor Okulları Hizmet Kalitesi Ve Memnuniyetlerinin İncelenmesi: İstanbul Beylikdüzü Spor Kulübü Yaz Spor Okulları Örneği* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul: Bahçeşehir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Ghobadian A., Speller S., and Jones M. (1994). “Service Quality Concepts and Models”. *International Journal of Quality. Reliability Management*, 11(9), 43-66.
- Gilbert, D. and Wong, R. K. C. (2003). “Passenger Expectations and Airline Services: A Hong Kong Based Study”. *Tourism Management*, 24, 519-532
- Gilmore, A. (2003). *Services Marketing and Management*. London: Sage.
- Gözlü, S. (1994). *Hizmet İşletmelerinde Kalite Yönetimi. Standart Dergisi*. 33(390), 31-35.
- Gronroos, C. (1988). “Service Quality: The Six Criteria Of Good Perceived Service”. *Review of Business*, 9(3), 10.
- Grönross C. (2001). “The Perceived Service Quality Concept – a Mistake”. *Managing Service Quality*, 11(3), 150-152

- Güçlü, N. (2013). *Yerel Yönetimlere Ait Fitness Merkezlerinde Algılanan Hizmet Kalitesi (Ankara İli Örneği)* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Bolu: Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Gümüšoğlu, Ş., Pınar, İ., Akan, P. ve Akbaba, B. (2007). *Hizmet Kalitesi: Kavramlar, Yaklaşımlar ve Uygulamalar*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Gündüz, İ. (2017). *Duygusal Emek Faktörünün Hizmet Kalitesine Etkisi: Kuşadası'ndaki Dört ve Beş Yıldızlı Otellere Yönelik Bir Araştırma* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Aydın: Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Gürbüz, B. (2003). *Reliability and Validity of the Turkish Version of the Service Quality Assessment Scale*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Ankara: Orta Doğu Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Hayes B. (1992). "Measuring Customer Satisfaction: Development and Use of Questionnaires". Milwaukee: ASQC Quality Pres. Hayes B. (1992). *Measuring Customer Satisfaction: Development and Use of Questionnaires*. Milwaukee: ASQC Quality Pres.
- Howat, G., Absher, J., Crilley, G., and Milne, I. (1996). "Measuring Customer Service Quality in Sports and Leisure Centers". *Managing Leisure, 1*, 77–89
- <http://www.mevzuat.gov.tr/Metin.Aspx?MevzuatKod=7.5.4191&MevzuatIliski=0&sourceXmlSearch=>, Erişim Tarihi: 25.12.2017.
- İkiz, H. E. (2010). *Hizmet Kalitesi Modellerinin Karşılaştırılması Üzerine Bir Araştırma*. (Doktora Tezi). İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- İslamoğlu, A. H., Candan, B., Hacıfendioğlu, Ş. ve Aydın, K. (2006). *Hizmet Pazarlaması*. İstanbul: Beta Yayınları.
- James, P. T. (1996). *Total Quality Management*. Hertfordshire: Prentice Hall's
- Kalıpçı Gülmez, V. (2017). *Rekreasyon Amaçlı Fitness Merkezleri Müşterilerinin Hizmet Kalitesine Yönelik Beklenti ve Algılarının İncelenmesi* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Kayseri: Erciyes Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü.

- Karahan, K. (2001). "Hizmetleri Standartlaştırmanın Önemi". *Standart Dergisi*. 40(471), 11-12.
- Karalar, R. (2001). *Genel İşletme: Temel Bilgiler İşlevler*. Eskişehir: Meta Basım.
- Karasar, N. (2016). *Bilimsel Araştırma Yöntemi: Kavramlar, İlkeler, Teknikler*. Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Kılıç, B. ve Eleren, A. (2009). "Turizm Sektöründe Hizmet Kalitesi Ölçümü Üzerine Bir Literatür Araştırması". *Alanya İşletme Fakültesi Dergisi*, 1(1), 91-118.
- Ko, Y. J. and Pastore, D. A. (2005). "Hierarchical Model of Service Quality for the Recreational Sport Industry". *Sport Marketing Quarterly*, 14, 84-97
- Kobu, B. (2008). *Üretim Yönetimi*. İstanbul: Beta Yayınları.
- Kotler, P. ve Armstrong, G. (2010). *Principles of Marketing*. New Jersey: Pearson Education,
- Kotler, P., and Keller, K. L. (2007). *A Framework for Marketing Management*. (3. Edition). New Jersey: Prentice Hall, Upper Saddle River
- Lam, E.T.C. (2000). *Service Quality Assessment Scale (SQAS): An Instrument For Evaluating Service Quality Of Health-Fitness Clubs*. (Unpublished Doctoral Dissertation). Houston, TX: University of Houston.
- Lemark, D. J and Reed, R. (2000). "An Application of Thompson's Typology to TQM in Service". *Journal of Total Quality Management*, 5(1), 67-83
- Lovelock, C. H. (1980). "Towards a Classification of Services". *Theoretical Developments in Marketing*, 72(6), 72-76.
- Lovelock, C., and Gummesson, E. (2004). "Whither Services Marketing? In Search of New Paradigm and Fresh Perspectives.", *Journal of Service Research*, 7(1), 20-41.
- Lovelock, Christopher H. (1991). *Services Marketing, Second Edition*. London: Prentice- Hall International.
- Mucuk, İ. (2009). *Pazarlama İlkeleri: (ve Örnek Olaylar)*. İstanbul: Türkmen Kitabevi.

- Okumuş A. ve Asil H. (2007). “Hava Yolu Taşımacılığında Yerli ve Yabancı Yolcuların Memnuniyet Düzeylerine Göre Beklentilerinin İncelenmesi”. *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 13(1), 152-175
- Öncü, M. A., Kutukız, D. Ve Koçoğlu, C. M. (2010). “Hizmet Kalitesinin Ölçülmesi ve Bankacılık Sektöründe Bir Uygulama”. *Mufad Journal* (45), 237-252.
- Öztürk, A. (2007). *Hizmet Pazarlaması*. (7. Basım). Eskişehir: Ekin Basım Yayın Dağıtım
- Öztürk, MA. (2014). *İzmir ve Manisa İllerinde Rekreatif Faaliyet Gösteren Özel Spor İşletmelerinin Hizmet Kalitesi Açısından İncelenmesi ve Karşılaştırılması (Yayımlanmamış Doktora)*. Ankara: Gazi Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü.
- Papadimitrou, D. A. and Karteroliotis, K. (2000). “The Service Quality Expectations in Private Sport and Fitness Centers: A Reexamination of the Factor Structure”. *Sport Marketing Quarterly*, 9(3), 157-164
- Parasuraman A., Zeithaml V. A., and Berry L. L. (1990). *Delivering Service Quality: Balancing Customer Perceptions and Expectations*. New York: The Free Press
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). “A Conceptual Model of Service Quality and its Implications for Future Research”. *The Journal of Marketing*, 49, 41-50.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1994). “Reassessment of expectations as a comparison standard in measuring service quality: implications for further research”. *The Journal of Marketing*, 58: 111-124.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., and Berry, L.L. (1988). “A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research”. *Journal of Retailing*, 64,12-40.
- Park, S. and Kim, Y. M. (2000). “Conceptualizing and Measuring the Attitudinal Loyalty Construct in Recreational Sport Contexts”. *Journal of Sport Management*, 14(3), 197-207.
- Reeves, C.A. ve Bednar, D. A. (1994). “Defining Quality: Alternatives and Implications”. *The Academy of Management Review*. 19(3): 419-445.

- Robinson, S. (1999). "Measuring Service Quality: Current Thinking and Future Requirements". *Marketing Intelligence & Planning*, 3(1).
- Ross, J. E. (1999). *Total Quality Management. Text, Case and Readings*. Florida: St. Luice Press
- Serarslan M Z. (2006). *Spor Yönetimi ve Örnek Olay Analizi*. İstanbul: Morpa Yayınları.
- Serarslan, M.Z. (2005). *Spor Örgütlerinde Toplam Kalite Yönetimi (Serkep Spor İşletmesi Modeli)*. İstanbul: Morpa Kültür Yayınları,.
- Solak, N. (2017). *Spor İşletmelerinde Algılanan Hizmet Kalitesi Üzerine Bir Araştırma (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi)*. Trabzon: Karadeniz Teknik Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
- Talih D., ve Gülenç İ. F. (2011). "Eğitim Sektöründe Hizmet Kalitesi Algılamalarına İlişkin Yabancı Dil Kurumlarında Bir Araştırma". *Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 13(2), 261-284
- Tek, Ö. B. (1999). *Pazarlama İlkeleri: Global Yönetimsel Yaklaşım Türkiye Uygulamaları*. İstanbul: Beta Yayınları.
- Tsitskari, E., Tsiotras, D., and Tsiotras, G. (2006). "Measuring Service Quality in Sport Services". *Total Quality Management*, 17(5), 623-631.
- Tuna, F. (2016). *Sosyal Bilimler İçin İstatistik*. Ankara: Pegem Akademi.
- Tüfekci, Ö. (2010). *Fitness Merkezleri Müşterilerinin Hizmet Kalitesine Yönelik Beklenti ve Algılarının Değerlendirilmesi (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi)*. Balıkesir: Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Tütüncü, Ö. ve Doğan, Ö. İ. (2003). *Hizmet İşletmelerinde Toplam Kalite Yönetimi Kapsamında ISO 9001:2000 ve Bilgisayar Destekli Bir Uygulama*. İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Rektörlük Matbaası.
- Uçan, Y. (2007). *Spor-Fitness Merkezlerinin Algılanan Hizmet Kalitesi Ölçeğinin Geliştirilmesi*. (Doktora Tezi). Bolu: Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

- Williams C. (1998). "Is the SERVQUAL Model an Appropriate Management Tool for Measuring Service Delivery Quality in the UK Leisure Industry". *Managing Leisure*, 3, 98-110.
- Wong, A. and Sohal A. (2002). "Customers's Perspective on Service Quality and Relationship Quality in Retail Encounters". *Managing Service Quality*, 12(6), 424-433.
- 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.
- Yaşar, Y. (2013). *Türkiye'de Fitness Sektöründe Tüketicilerin Hizmet Kalitesi Algısının Ağaoğlu Myclub World Şubesi Örneği Üzerinden İncelenmesi* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul: Maltepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Yavuz, C. (2017). *Türkiye'deki Gençlik Merkezlerinin Kurumsal Yönetimleri İle Hizmet Kalitesinin Değerlendirilmesi* (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Elazığ: Fırat Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü.
- Yeniçeri, T. ve Erten, E. (2008). "Mağaza Sadakat Programlarının Algılanması, Güven, İlişkiyi Sürdürme İsteği ve Mağaza Sadakati Arasındaki İlişkilerin Yapısal Eşitlik Modeli İle İncelenmesi". *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 9(2), 232-247.
- Yıldırım, K. (2014). *İktisada Giriş. Eskişehir*: Nisan Kitabevi.
- Yıldız, S. (2009). "Katılıma Dayalı Spor Hizmetlerinde Hizmet Kalitesi Modelleri". *Ege Akademik Bakış*, 9(4), 1213-1224.
- Yiğit, Ş. (2013). *Spor Merkezlerine Katılan Bireylerin Hizmet Kalitesine Yönelik Beklenti ve Algularının Araştırılması (Gaziantep İli Örneği)* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Kütahya: Dumlupınar Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü.
- Yürek, S. (2017). *Temel Liselerde Hizmet Kalitesinin Ölçülmesi: İzmir Ve Manisa Örneği*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Manisa: Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Yüzgenç, A. A. (2010). *Yerel Yönetimlerin Sunduğu Spor Hizmetlerinde Hizmet Kalitesi (Ankara İli Örneği)*. (Yüksek Lisans Tezi). Ankara: Gazi Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü.

Zeithalm, V. A., Berry, L. L. ve Parasuraman, A. (1988). "Communication and Control Processes in the Delivery of Service Quality". *Journal of Marketing*. 52(2): 35-48.

Zeithaml, B. A. and Bitner, M.J. (2000). *Services Marketing*. (2. Edition). Boston: Irwin Mcgraw-Hill.

Zeithaml, V. A. ve Bitner, J. M. (2003). *Services Marketing*. Boston: McGraw-Hill Irwin.



EKLER

EK 1. Hizmet Kalitesi Değerlendirme Ölçeği (HKDÖ)

	BEKLENEN HİZMET Bu sizin için nerece önemli?									ALGILANAN HİZMET Spor merkeziniz bunu ne derece yerine getirdi?											
	AZ ÖNEMLİ			ÖNEMLİ			ÇOK ÖNEMLİ			GD	ZAYIF			ORTA			ÇOK İYİ			GD	
PERSONEL																					
1. Gerekli bilgi ve becerilere sahip olmak	1	2	3	4	5	6	7	GD	1	2	3	4	5	6	7	GD					
2. Temizlik ve kıyafet	1	2	3	4	5	6	7	GD	1	2	3	4	5	6	7	GD					
3. Yardım etmeye istekli olmak	1	2	3	4	5	6	7	GD	1	2	3	4	5	6	7	GD					
4. Sabır	1	2	3	4	5	6	7	GD	1	2	3	4	5	6	7	GD					
5. Üyelerle iletişim	1	2	3	4	5	6	7	GD	1	2	3	4	5	6	7	GD					
6. Şikayetlere cevap verme	1	2	3	4	5	6	7	GD	1	2	3	4	5	6	7	GD					
7. Nezaket	1	2	3	4	5	6	7	GD	1	2	3	4	5	6	7	GD					
8. Eğitimcilerin müşterilere bireysel ilgi göstermesi	1	2	3	4	5	6	7	GD	1	2	3	4	5	6	7	GD					
9. Sunulan hizmette tutarlı olmak	1	2	3	4	5	6	7	GD	1	2	3	4	5	6	7	GD					
PROGRAM																					
1. Programların çeşitliliği	1	2	3	4	5	6	7	GD	1	2	3	4	5	6	7	GD					
2. Uygun seviyede programların varlığı	1	2	3	4	5	6	7	GD	1	2	3	4	5	6	7	GD					
3. Program zamanının uygunluğu	1	2	3	4	5	6	7	GD	1	2	3	4	5	6	7	GD					
4. Programların kalitesi ve içeriği	1	2	3	4	5	6	7	GD	1	2	3	4	5	6	7	GD					
5. Sınıf mevcudunun uygunluğu	1	2	3	4	5	6	7	GD	1	2	3	4	5	6	7	GD					
6. Arka plan müziği (eğer var ise)	1	2	3	4	5	6	7	GD	1	2	3	4	5	6	7	GD					
7. Alan yeterliliği	1	2	3	4	5	6	7	GD	1	2	3	4	5	6	7	GD					
SOYUNMA ODALARI																					
1. Soyunma dolaplarının varlığı	1	2	3	4	5	6	7	GD	1	2	3	4	5	6	7	GD					
2. Genel Bakım	1	2	3	4	5	6	7	GD	1	2	3	4	5	6	7	GD					
3. Duşların temizliği	1	2	3	4	5	6	7	GD	1	2	3	4	5	6	7	GD					
4. Soyunma odalarına ulaşım	1	2	3	4	5	6	7	GD	1	2	3	4	5	6	7	GD					
5. Güvenlik	1	2	3	4	5	6	7	GD	1	2	3	4	5	6	7	GD					
TESİS																					
1. Yerleşim uygunluğu	1	2	3	4	5	6	7	GD	1	2	3	4	5	6	7	GD					
2. Çalışma saatleri	1	2	3	4	5	6	7	GD	1	2	3	4	5	6	7	GD					
3. Park olanakları	1	2	3	4	5	6	7	GD	1	2	3	4	5	6	7	GD					
4. Binaya giriş	1	2	3	4	5	6	7	GD	1	2	3	4	5	6	7	GD					
5. Park alanının uygunluğu	1	2	3	4	5	6	7	GD	1	2	3	4	5	6	7	GD					
6. Isı kontrolü	1	2	3	4	5	6	7	GD	1	2	3	4	5	6	7	GD					
7. Aydınlatma kontrolü	1	2	3	4	5	6	7	GD	1	2	3	4	5	6	7	GD					
8. Çevrenin hoşluğu	1	2	3	4	5	6	7	GD	1	2	3	4	5	6	7	GD					
9. Araç-gerecin modernliği	1	2	3	4	5	6	7	GD	1	2	3	4	5	6	7	GD					
10. İşaret ve yönlendirmenin yeterliliği	1	2	3	4	5	6	7	GD	1	2	3	4	5	6	7	GD					
11. Araç-gereç çeşitliliği	1	2	3	4	5	6	7	GD	1	2	3	4	5	6	7	GD					
12. Antrenman araç-gereçlerin varlığı	1	2	3	4	5	6	7	GD	1	2	3	4	5	6	7	GD					
13. Araç-gereçlerin genel bakımı	1	2	3	4	5	6	7	GD	1	2	3	4	5	6	7	GD					

EK 2. ÖZEL BEDEN EĞİTİMİ VE SPOR TESİSLERİ YÖNETMELİĞİ

BİRİNCİ BÖLÜM

Amaç, Kapsam, Dayanak ve Tanımlar

Amaç

Madde 1- Bu Yönetmeliğin amacı; Türk sporunun geliştirilmesi, yaygınlaştırılması, sporcu sayısının artırılması için sporla ilgili bütün kaynakları en etkili şekilde devreye sokmak üzere gerçek veya tüzel kişilerce beden eğitimi ve spor tesisleri kurulması ve bu tesislerin işletilmesi ile ilgili usul ve esasları düzenlemektir.

Kapsam

Madde 2- (Değişik:RG-15/10/2010-27730)

Bu Yönetmelik, gerçek ve özel hukuk tüzel kişileri ile spor kulüpleri tarafından beden eğitimi ve spor tesisleri kurulması ve bu tesislerin işletilmesi ile ilgili usul ve esasları kapsar.

Birden fazla spor branşının birlikte yapıldığı spor komplekslerinde yer alan spor masaj üniteleri dışında kalan masaj salonları bu Yönetmeliğin kapsamı dışındadır.

Dayanak

Madde 3- Bu Yönetmelik; 3289 sayılı **(Değişik ibare:RG-3/4/2012-28253)** Spor Genel Müdürlüğünün Teşkilat ve Görevleri Hakkında Kanunun 2 ve 10 uncu maddelerine dayanılarak hazırlanmıştır.

Tanımlar

Madde 4- Bu Yönetmelikte geçen;

Genel Müdürlük : **(Değişik:RG-3/4/2012-28253)** Spor Genel Müdürlüğünü,

Daire Başkanlığı : **(Değişik:RG-27/10/2005-25979)** Spor Kuruluşları Dairesi Başkanlığını,

İl Başkanlığı : **(Mülga:RG-3/4/2012-28253)**

Federasyonlar : (**Değişik:RG-27/10/2005-25979**) Genel Müdürlük spor federasyonları ile özerk federasyon başkanlıklarını,

İl Müdürlüğü : (**Değişik:RG-3/4/2012-28253**) Gençlik hizmetleri ve spor il müdürlüğünü,

Tesis : Gerçek veya tüzel kişiler tarafından beden eğitimi ve spor çalışmaları yapmak amacıyla açılan yerleri,

Kişi : Tesiste spor faaliyetlerine katılacak olanları,

Yeterlilik Belgesi : Tesiste ilgili spor dalında faaliyet yapılabilmesine dair federasyonca verilen belgeyi,

İfade eder.

İKİNCİ BÖLÜM

Esas Hükümler

Tesis açmak için istenen belgeler

Madde 5- Tesis açmak isteyen gerçek veya tüzel kişiler; açılış izni alabilmek için tesisin açılacağı ilin (**Değişik ibare:RG-3/4/2012-28253**) il müdürlüğüne dilekçe ile başvururlar.

Dilekçelerine gerçek kişiler 6 ncı, tüzel kişiler ise 7 nci maddede belirtilen belgeleri eklerler.

Gerçek kişilerden istenecek belgeler

Madde 6- Gerçek kişilerden aşağıdaki belgeler istenir.

- a) Tesisin adı ve adresi ile uygulanacak spor dallarını belirtir dilekçe,
- b) (**Değişik:RG-3/4/2012-28253**) Tesis işletmecisinin T.C. kimlik numarası,
- c) (**Değişik:RG-3/4/2012-28253**) Tesis sahibi veya vekâlet edecek olan tesis sorumlusunun açık adresi ile adli sicil beyanı,
- d) (**Değişik:RG-3/4/2012-28253**) Adres beyanı,
- e) Üç adet vesikalık fotoğraf,

f) (**Değişik:RG-15/10/2010-27730**) Faaliyette bulunulacak her spor dalının çalıştırıcısına ait antrenör, masör veya diğer eğitimcilerle yapılan bir yıllık sözleşmenin ilgili federasyon veya il müdürlüğünden tasdikli sureti,

g) (**Mülga:RG-3/4/2012-28253**)

h) Tesisin onaylı 1/100 ölçekli planı,

i) (**Değişik:RG-25/1/2007-26767**) Belediyelerce verilecek işyeri açma izin belgesi, itfaiye raporu, illerde il sağlık müdürlüğü, ilçelerde ilçe sağlık müdürlüğü raporu ve mahallin güvenlik teşkilatından alınacak genel güvenlik ve asayiş açısından kolluk kuvveti görüşü,

i) Faaliyette bulunulacak spor dalları federasyonlarınca düzenlenecek yeterlilik belgesi.

(**Değişik: RG-01/07/2003-25155**) Adli sicil kaydı ile ilgili yazışmalar il müdürlüklerince yapılacaktır.

Belgeler en az 4'er nüsha olarak düzenlenir.

(**Ek: RG-01/07/2003-25155**) Tesis açmak için başvuruda bulunan kişilerin; taksirli suçlar hariç olmak üzere, 2 yıldan fazla ağır hapis veya hapis veyahut Devletin şahsiyetine karşı işlenen suçlarla, zimmet, ihtilas, irtikap, rüşvet, hırsızlık, dolandırıcılık, sahtecilik, inancı kötüye kullanma, dolanlı iflas gibi yüz kızartıcı veya şeref ve haysiyet kırıcı suçlardan veya istimal ve istihlak kaçakçılığı suçlarından dolayı hürriyeti bağlayıcı ceza almamış olması veya genel adap ve aile düzenine karşı işlenen suçlardan dolayı hükümlü bulunmaması şarttır.

Tüzel Kişilerden istenecek belgeler.

Madde 7- Tüzel kişilerden aşağıdaki belgeler istenir.

a) Kuruluşun, tesisin adı ve adresi ile uygulanacak spor dallarını belirtir dilekçe,

b) (**Değişik:RG-3/4/2012-28253**) Tesis sorumlusu veya vekâlet edecek olan tesis amirinin açık adresi ve adli sicil beyanları,

c) (**Değişik:RG-15/10/2010-27730**) Faaliyette bulunulacak her spor dalının çalıştırıcısına ait antrenör, masör veya diğer eğitimcilerle yapılan bir yıllık sözleşmenin ilgili federasyon veya il müdürlüğünden tasdikli sureti,

d) Tesisin tasdikli 1/100 ölçekli planı,

- e) (**Değişik:RG-25/1/2008-26767**) Belediyelerce verilecek işyeri açma izin belgesi, itfaiye raporu, il sağlık müdürlüğü raporu ve kolluk kuvvetlerinden alınacak genel güvenlik ve asayiş açısından kolluk kuvveti görüşü,
- f) Faaliyette bulunulacak spor dalları federasyonlarınca düzenlenecek yeterlilik belgesi,
- g) (**Değişik:RG-3/4/2012-28253**) Tesis açmak isteyen tüzel kişilerin şirket ise unvanı ve ticaret sicil numarası, dernek tüzüğü veya vakıf senedinin yayınlandığı gazetenin bir nüshası.

Belgeler en az 4'er nüsha olarak düzenlenir.

(**Ek: RG-01/07/2003-25155**) Tesis sorumlusu veya vekalet edecek olan tesis amirinin bu Yönetmeliğin 6 ncı son fıkrasında yazılı şartları haiz olması gerekir.

Tesisin boyutları

Madde 8- (Değişik:RG-27/10/2005-25979)

Spor çalışmaları yapılacak tesislerin boyutları ve nitelikleri faaliyette bulunulacak spor dallarının özelliklerine göre ilgili federasyonlarca tespit edilir. Ancak, bir tesiste birden fazla spor dalında faaliyette bulunmak istenmesi halinde; her spor dalı için ayrı, benzer spor dallarında aynı mekanların kullanılması ve kullanılacak mekanların ilgili federasyonlarca tespit edilen ölçülerde olması zorunludur.

Özel beden eğitimi ve spor tesislerinin nitelikleri

Madde 9- Özel beden eğitimi ve spor tesislerinin aşağıda belirtilen niteliklerden;

- a) Kullanım alanı 8 m²'den az olmamak üzere en az bir soyunma odası, bayan ve erkek sporcuların birlikte çalışacağı tesislerde en az iki soyunma odası bulunması, spor yapanlara yetecek kadar soyunma dolabı veya askılık bulunması, odaların aydınlatma ve havalandırma sisteminin bulunması, ısısı 18 santigrat derecede olması ve hijyenik şartları taşıması,
- b) Kullanım alanı 15 m²'den az olmamak üzere en az bir dinlenme salonu bulunması, dinlenme salonunun zemini halıfleks, parke ve benzeri maddelerle kaplanması, salonun ısısının, aydınlatılmasının ve havalandırılmasının yeterli seviyede olması,

- c) (**Değişik:RG-27/10/2005-25979**) Bayan ve erkek sporcuların birlikte spor yaptığı tesislerde, ihtiyaç duyulmayan spor dalları hariç, en az iki duş ve iki tuvaletin soyunma odalarının içinde bulunması,
- d) Tesiste çalışma yapıldığı sürece duşların sıcak suyunun bulunması,
- e) Tesiste spor çalışmasının yapıldığı yerin ısısının 18 derecenin altına düşmemesi, havalandırılmasının, çalışma alanının sporcu sayısına göre yeterli seviyede olması,
- f) Tesis zemininin yapılan spor dallarının özelliğine göre tahta, parke, sunta, halıfleks ve benzeri malzemelerle kaplanmış olması, açık tesislerde yapılan spor dallarının özelliğine göre zemin; ilgili federasyonlarca öngörülen çim, asfalt, beton ve buna benzer malzemelerle kaplanmış olması,
- g) Tesiste yangın ve tabii afetlere karşı yangın söndürme ve benzeri aletlerin hazır bulundurulması,
- h) Çalışma sırasında fiziki darbeleri önleyici tedbirleri sağlamak için çalışma alanında tehlike arz eden keskin, kenarların sivri uçlarının darbeyi hafifletici yumuşak malzemelerle kaplanmış olması ve direk, sütun, hendek, çukur, toprak yığını, ağaç ve benzeri manialar bulunmaması,
- ı) Çalışma esnasında her spor dalıyla ilgili, çalışma gurubunda bulunan sporcu sayısına yeterli olmak üzere spor malzemesi ve yardımcı aletlerin bulundurulması,
- i) Özel beden eğitimi ve spor çalışmaları yapılacak tesisin bütün ünitelerinin genel sağlığa aykırı şartları taşımaması,
- j) Özel spor tesisinde yapılacak faaliyet esnasında gürültü, kirlilik gibi nedenlerle çevrenin rahatsız edilmemesine yönelik her türlü tedbirin alınmış olması,
- k) (**Ek:RG-27/10/2005-25979**) Engellilere ve sporcuların can güvenliğine yönelik tedbirlerin alınması,

zorunludur.

Yeterlilik belgesi

Madde 10- Gerçek veya tüzel kişiler, spor tesisi açmak için faaliyette bulunacakları spor dalı veya dalları için ilgili spor dalı federasyonundan yeterlilik belgesi almak zorundadırlar.

Açılış izninin verilmesi

Madde 11- (Değişik fıkra:RG-27/10/2005-25979) Gerçek ve tüzelkişilerin bu Yönetmeliğin 6 ve 7 nci maddelerinde belirtilen belgeleri **(Değişik ibare:RG-3/4/2012-28253)** il müdürlüğüne vermelerinden sonra tesisin hizmete açılması için komisyonca yerinde tetkik edilerek, 8 ve 9 uncu maddelerdeki şartları taşıyıp taşımadıklarına dair bir tutanak düzenlenir. Tesisin bu Yönetmelik hükümlerine uygun görülmesi halinde başvuru sahibinden alınan belgeler en az dört dosya olarak hazırlanır. Yeterlilik belgesi düzenlendikten sonra **(Değişik ibare:RG-3/4/2012-28253)** valinin onayına sunulur. **(Değişik ibare:RG-3/4/2012-28253)** Valinin onayını müteakip açılacak tesisin özelliği ve ilin gelişmişlik düzeyi göz önüne alınarak; Genel Müdürlükçe tespit edilecek tescil ücreti tesis sahibinden tahsil edilir. Tahsil edilen ücretin % 50'si Genel Müdürlük hesabına, % 50'si de il müdürlüğü hesabına yatırılır. Tesis sahibinin tesisin açılışından vazgeçmesi halinde tahsil edilen tesis ücreti iade edilmez.

(Değişik fıkra:RG-15/10/2010-27730) Birden fazla spor dalında faaliyette bulunmak için başvuran ve gerekli şartları yerine getirenler, faaliyette bulunacağı her spor dalı için ilgili federasyonlardan ayrı ayrı yeterlilik belgesi alır ve her spor dalı için ayrı tescil ücreti öderler. Açılış izni verilen tesislerden, aynı isim ve çalışma izin belgesi ile başka bir adrese taşınanlardan bu Yönetmelikteki şartları yerine getirmek kaydıyla, ayrıca yeterlilik ve tescil ücreti alınmaz.

Dosyalardan biri il emniyet müdürlüğüne, biri **(Değişik ibare:RG-3/4/2012-28253)** il müdürlüğüne, biri ilgili federasyona, birden fazla spor yapılan tesislerde ilgili federasyonlara, biride tesiste kalacak şekilde dağıtımı yapılır. İlçelerde açılacak tesislerde ilgili dosyalardan biri ilçe müdürlüğünde kalacak şekilde en az 5 nüsha olarak düzenlenir.

Açılış izni verecek komisyonun tespiti

Madde 12- İl, ilçe, bucak, belde veya köylerde açılacak özel tesislerin açılış izni için il müdürünün teklifi ve **(Değişik ibare:RG-3/4/2012-28253)** valinin onayı ile en az beş kişilik komisyon kurulur. Bu komisyona il müdürü veya görevlendireceği bir şube müdürü başkanlık eder. Komisyonun diğer üyeleri arasında spor şube müdürü, tesisler şube müdürü, ildeki ilgili spor dalı federasyonu temsilcisi ve il sağlık müdürlüğünden bir kişinin bulunması zorunludur.

Tesislerin vizesi

Madde 13- (Değişik:RG-27/10/2005-25979)

Açılış izni alan özel beden eğitimi ve spor tesisleri, **(Değişik ibare:RG-3/4/2012-28253)** il müdürlüklerince açılış izin tarihi esas alınarak, faaliyetlerinin bu Yönetmelik hükümlerine uygunluğu 12 nci maddeye göre tespit edilen komisyonca her yıl kontrol edilir. Uygun olanlar il müdürlüğünce yıllık olarak vize edilir.

Denetim

Madde 14- Özel beden eğitimi ve spor tesislerinin, spor dalının ilgili federasyonlarınca öngörülen ölçü ve esaslarına uygun olup olmadığı bu Yönetmelikte aranılan şartları taşıyıp taşımadıkları, genel ahlak kurallarına, ilgili spor dalının amacına ve kurallarına uygun faaliyet yapıp yapmadıkları konusunda ilgili federasyon başkanlıkları, **(Değişik ibare:RG-3/4/2012-28253)** il müdürlüğü ve Genel Müdürlüğün ilgili birimlerince her zaman denetlenebilir.

Tesisin faaliyete başlaması

Madde 15- Bütün belgelerin tamamlanması ve açılış izni vermesinden sonra ilgisine göre EK-1 ve EK-2'de örneği bulunan özel beden eğitimi ve spor tesisi çalışma izni belgesi gençlik ve spor il başkanlığınca düzenlenir ve işleticiye verilir. Bu belgenin verilmesinden sonra tesis faaliyete başlamış sayılır.

Tesis kayıt defteri

Madde 16- (Değişik:RG-15/10/2010-27730)

Tesis sahibi tarafından tesiste görevli olanların isimleri, kimlik bilgileri, ikametgâhları, adresleri ve fotoğraflarının yer aldığı tesis kayıt defteri tutulur. Tesise periyodik olarak devamlı şekilde çalışmak için gelen her kişiye il müdürlüklerince hazırlanıp tasdik edilmiş sporcu kartı düzenlenir.

Tesisin amaç dışında kullanılması

Madde 17- Tesis, açılış izninde belirtilen spor dalları ve amacının dışında hiç bir şekilde kullanılamaz. Tesis açılış izninde belirtilen spor dalları ve amacı dışında kullanıldığı takdirde 26 ncı madde hükümleri uygulanır.

Tesisin açık bulunma saatleri

Madde 18- Tesisin hangi günlerde, günün hangi saatlerinde açık bulunacağı ve hangi saatlerde sportif amaçlı çalışma yapılacağı spor dallarının özelliği, il spor dalı temsilcisinin teklifi dikkate alınarak **(Değişik ibare:RG-3/4/2012-28253) il müdürlüğünce** belirlenip tesis sahiplerine bildirilir.

Uygulanacak yaş sınırı

Madde 19- (Başlığı ile birlikte değişik:RG-15/10/2010-27730)

Tesislere beden eğitimi ve spor çalışması yapmak üzere gelecek her kişinin 7/12/2001 tarihli ve 24606 sayılı Resmî Gazete'deyayımlanan Sporcu Lisans, Tescil, Vize ve Transfer Yönetmeliğinde belirtilen spora başlama ve asgari lisans çıkarma yaşlarını doldurması gerekir.

Tesislerden il müdürlüğünün yararlanması (Değişik başlık:RG-3/4/2012-28253)

Madde 20- (Değişik ibare:RG-3/4/2012-28253) İl müdürlüğü, grup müsabakaları, turnuvalar, kurslar gibi sportif faaliyetlerin yoğun olduğu dönemlerde özel spor tesislerini kullanma yetkisine sahiptir. İl ve ilçe müdürlükleri en az 15 gün önce tesis sahibine faaliyetin hangi dalında olduğunu ve faaliyet süresini bildirmekle yükümlüdür. Bu kullanım dönemlerinde **(Değişik ibare:RG-3/4/2012-28253) il müdürlüğü** ısıtma, aydınlatma, su, temizlik gibi tesisin zaruri giderlerini ödemekle yükümlüdür.

İzin

Madde 21- Özel beden eğitimi ve spor tesislerinde ulusal ve uluslararası seviyede düzenlenecek yarışmalarda ilgili spor dalı federasyonundan, il seviyesinde yapılacak yarışmalarda ise **(Değişik ibare:RG-3/4/2012-28253) il müdürlüğünden** izin alınması zorunludur.

Öğretici çalıştırma zorunluluğu

Madde 22- (Değişik:RG-15/10/2010-27730)

İşletici, Genel Müdürlükçe verilen en az ikinci kademe antrenörlük belgesi, henüz ikinci kademe yetiştirilmeyen branşlarda birinci kademe antrenör belgesi, federasyonlarca isimlendirilen diğer eğitici belgesi, spor masajı dalında ise masör ve masöz belgesi bulunan çalıştırıcı tutmak zorundadır.

Antrenör belgesi bulunan çalıştırıcılar aynı il veya ilçelerinde ikiden fazla tesisle sözleşme yapamazlar. Ayrıca başka illerde çalışamazlar. Sözleşmede çalıştırıcının çalışma saatleri ve izin günleri belirtilir. Çalıştırıcı çalışma saatleri içerisinde; hastalık, tabi afetler gibi özel durumlar dışında tesiste bulunmak zorundadır. Yapılan sözleşmeler bir yıllık olarak yapılır ve her yıl sonunda yenilenir. Çalıştırıcıların belgesi salonda herkesin görebileceği yere asılır.

Tesislerde uygulanacak ücret tarifeleri, tesiste çalışanların sosyal hakları

Madde 23- İl müdürlüğünce onaylanarak tasdik edilmiş olan spor tesislerinde uygulanacak ücret tarifeleri tesisin görülebilecek bir yerine asılır.

Tesiste çalışanların her türlü ücret, vergi ve sigorta primlerinin tamamının ödenmesi tesis sahibinin sorumluluğundadır.

Sağlık

Madde 24- Tesiste çalışmalar devam ettiği sürece meydana gelecek sakatlıklarda ilk yardım için gereken ilaç ve malzemeler eksiksiz olarak ilk yardım dolabında bulundurulur ve tesiste çalışanların görebileceği bir yere asılır. Çalışmalara katılan kişilerin spor çalışmalarına kabullerinden önce spor branşının özelliğine göre federasyonlarınca zorunlu görülen dallarda bir doktor muayenesinden geçmiş olmalarını belgelemeleri gerekir. Bununla ilgili her kişi için birer sağlık dosyası

düzenlenir. En az 3'er aylık aralıklarla tesiste spor çalışması yapanların sağlık muayeneleri yaptırılmaları istenir.

Özel tesisler bir sağlık kuruluşuyla bağlantılı çalışır ve bu kuruma ait bilgiler görülecek yerlere asılır.

Tesislerden yararlanacaklardan istenecek belgeler

Madde 25- Tesislerden yararlanmak isteyen kişilerden aşağıdaki belgeler istenir.

- a) Adres ve diğer bilgilerin yer aldığı müracaat formu,
- b) (Değişik:RG-3/4/2012-28253) T.C. kimlik numarası beyanı,
- c) Reşit olmayanlar için veli veya vasisinin yazılı izin belgesi,
- d) Sağlık raporu (tek doktordan yeterli olacaktır),
- e) 4 adet fotoğraf,
- f) (Değişik:RG-15/10/2010-27730) Tesiste periyodik olarak devamlı şekilde spor yapacak kişilerden il müdürlüğünce tanzim edilmiş sporcu kartı,

Çalışma izin belgesinin iptali ve tesisin kapatılması

Madde 26- (Değişik birinci fıkra:RG-27/10/2005-25979) Tesis, gençlik ve spor teşkilatınca ve emniyet teşkilatınca her zaman denetlenebilir. Bu Yönetmelik hükümlerine, ahlak ve adaba aykırı, ideolojik ve siyasi amaçlı faaliyetlerin yapıldığı tespit edildiğinde, güvenliği bozucu tutum ve davranışlar görüldüğünde bu Yönetmeliğin 12 nci maddesine göre tespit edilen komisyonca karar alınır ve (Değişik ibare:RG-3/4/2012-28253) valinin onayına sunulur. Onayı müteakip çalışma izin belgesi iptal edilir.

(Değişik fıkra:RG-15/10/2010-27730) Yapılacak denetimlerde görülen aksaklıkların verilen süre içerisinde düzeltilmemesi üzerine, düzenlenen denetleme raporunun (Değişik ibare:RG-3/4/2012-28253) vali tarafından onaylanması halinde tesise o yıl için geçerli olan tescil ücreti tutarının ¼'ü tutarında idari para cezası verilir. İkinci denetleme sonunda aykırı hususlar giderilmediği takdirde, ilk cezanın iki katı tutarında idari para cezası verilir. Bir yıl içinde iki defa idari para cezası verilen tesiste üçüncü defa yapılacak olan denetlemede ceza gerektirecek hususlar tespit edildiğinde tesisin çalışma izin belgesi iptal edilir.

Bu şekilde kapatılan tesislerin işleticilerinin aynı amaçlı tesis açmalarına izin verilmez.

Tesisin devri

Madde 27- (Değişik ibare:RG-3/4/2012-28253) İl müdürlüğünden izin alınmadıkça tesis başka bir kişiye devredilemez. Devir alacak kişi ve kuruluşlardan bu Yönetmeliğin 6 ve 7 nci maddelerindeki belgeler istenir ve 11 inci maddesinde belirtilen esaslara göre ücret alınır.

Federasyonları kurulmamış spor dalları ile ilgili tesisler

Madde 28- Federasyonları kurulmamış spor dallarında çalışma yaptırmak için açılacak tesislere, ilgili spor dalının uluslararası ölçü ve şartlarına uymaları halinde; bu Yönetmelik esasları dahilinde açılış izni verilir. Bu tür tesislere açılış izni verilebilmesi için Genel Müdürlüğün görüşü alınır.

Yürürlükten kaldırma

Madde 29- 26/8/ 1989 tarihli ve 20264 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanan “Özel Beden Eğitimi ve Spor Tesisleri Yönetmeliği” yürürlükten kaldırılmıştır.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

Geçici ve Son Hükümler

Geçici Madde 1- Bu Yönetmelik yürürlüğe girmeden önce açılmasına izin verilmiş olan tesisler yürürlük tarihinden itibaren 6 ay içinde bu Yönetmelikte öngörülen şartları yerine getirmek zorundadır. Aksi takdirde Yönetmeliğin 26 ncı maddesi hükümleri uygulanır.

Geçici Madde 2- Spor dallarının müsabaka yönetmeliklerinde beden eğitimi ve spor tesisleri ile ilgili olarak alan ölçüleri ve özel şartları belirtilmeyen durumlarda ilgili spor dalı federasyonun belirlediği şartlar aranır. Diğer spor dallarında ise bu konuda Genel Müdürlüğün görüşü alındıktan sonra tesise açılış izni verilir.

Geçici Madde 3- Bu Yönetmeliğin Resmi Gazete’de yayımlanmasından sonra, en geç iki ay içinde bütün federasyonlar veya ilgili birimler özel beden eğitimi ve spor tesislerinin açılmasıyla ilgili olarak branşları için gerekli olan esas ve usulleri belirlemek zorundadır.

Geçici Madde 4- Kondisyon merkezi, spor masajı salonu vb. sporlarla ilgili alanlarda özel beden eğitimi ve spor tesisi açmak isteyenler, Genel Müdürlükçe belirlenecek esaslara ve bu yönetmelik hükümlerine uygun olarak illerde il müdürlüğünün teklifi il başkanının onayından sonra tesis açabilir.

Geçici Madde 5- Futbol Federasyonu Başkanlığınca gerekli düzenlemeler yapıncaya kadar özel suni çim futbol tesislerine ilişkin esaslar Daire Başkanlığınca belirlenir ve belirlenen esaslar doğrultusunda yeterlilik belgesiyle açılış izni il müdürlüklerince verilir.

Yürürlük

Madde 30- Maliye Bakanlığı ile Sayıştay'ın görüşleri alınarak hazırlanan bu Yönetmelik yayımı tarihinde yürürlüğe girer.

Yürütme

Madde 31- Bu Yönetmelik hükümlerini (**Değişik ibare:RG-3/4/2012-28253**) Spor Genel Müdürü yürütür.

Yönetmeliğin Yaymlandığı Resmî Gazete'nin		
	Tarihi	Sayısı
	15/10/1999	23847
Yönetmelikte Değişiklik Yapan Yönetmeliklerin Yaymlandığı Resmî Gazetelerin		
	Tarihi	Sayısı
1.	1/7/2003	25155
2.	27/10/2005	25979
3.	25/1/2008	26767
4.	15/10/2010	27730
5.	3/4/2012	28253

ÖZGEÇMİŞ

Kişisel Bilgiler	
Adı Soyadı	Burak Erđinç Aslan
Doğum Yeri ve Tarihi	Erzurum 20.02.1987
Eğitim Durumu	
Lisans Öğrenimi	Atatürk Üniversitesi Kazım Karabekir Eğitim Fakültesi Beden Eğitimi Ve Spor Öğretmenliği
Y. Lisans Öğrenimi	Sosyal Bilimler Enstitüsü-Spor Yönetim Bilimleri
Bildiği Yabancı Diller	İngilizce
Bilimsel Faaliyetleri	
İş Deneyimi	
Stajlar	
Projeler	
Çalıştığı Kurumlar	Atatürk Üniversitesi
İletişim	
E-Posta Adresi	erdinc.aslan@atauni.edu.tr
Tarih	08.12.2017