

T.C.
BOLU ABANT İZZET BAYSAL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

SPOR TESİSLERİNDE HİZMET KALİTESİNİN
DEĞERLENDİRİLMESİ

BERAY TÜRKSOY

EYLÜL 2019

T.C.
BOLU ABANT İZZET BAYSAL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
SPOR YÖNETİCİLİĞİ ANABİLİM DALI

SPOR TESİSLERİNDE HİZMET KALİTESİNİN
DEĞERLENDİRİLMESİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Hazırlayan
Beray TÜRKSOY


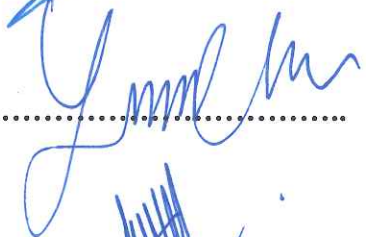
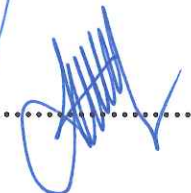
Danışman
Doç. Dr. Ali AYGAN

BOLU 2019

Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğüne

Beray TÜRKSOY'a ait "Spor Tesislerinde Hizmet Kalitesinin Değerlendirilmesi" adlı çalışma, jürimiz tarafından Spor Yöneticiliği Anabilim Dalında yüksek lisans tezi olarak oy birliğiyle kabul edilmiştir.

11/09/2019

	Unvan, Adı, Soyadı	İmza
Üye (Tez Danışmanı):	Doç. Dr. Ali AYCAN	
Üye :	Doç. Dr. Yılmaz UÇAN	
Üye :	Doç. Dr. Yeşer EROĞLU	

Sosyal Bilimler Enstitüsü Onayı



Doç. Dr. Yaşar AYYILDIZ

Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürü

ETİK UYGUNLUK BEYANI

Yüksek Lisans Tezi olarak sunduğum “**Spor Tesislerinde Hizmet Kalitesinin Değerlendirilmesi**” başlıklı çalışmanın yazılmasında, bilimsel ve etik kurallara uyulduğunu, başvurulan kaynaklardan yapılan alıntılarının adlarının bilimsel kurallara uygun olarak metin içinde, dipnotlarda ve kaynaklarda gösterildiğini, kullanılan verilerde herhangi bir tahrifat yapılmadığını, tezin tamamının ya da bir kısmının bu üniversite veya başka bir üniversitede bir tez çalışması olarak sunulmadığını beyan ederim.

b.y. yuldağ
Beray TÜRKSOY

11 / 09 / 2019

ÖN SÖZ

Yüksek Lisans Tezi olarak hazırlanan bu çalışmada, Spor İstanbul'a bağlı tesis kullanıcıları örneklem grubunu oluşturmuştur. Bu spor tesislerine gelen kullanıcıların hizmet kalitesi algısının bazı değişkenlerine göre değişip değişmediğinin incelenmesi çalışmanın amacını oluşturmuştur. Kullanıcı değişkenlerine göre alt problemler istatistiksel açıdan ölçülmüştür.

Çalışmamın başından beri benden yardımlarını esirgemeyen, beni doğru yönlendirerek ve gerekli tüm zamanını ayırarak çalışmamda bana titizlikle yardımcı olan değerli danışman hocam Doç. Dr. Ali AYZAN'a teşekkürlerimi bir borç bilirim.

Ölçeğin kullanımındaki gerekli izin kolaylığını sağlayan Doç. Dr. Yılmaz UÇAN'a ve ölçeğin uygulanmasında bana yardımcı olan Spor İstanbul çalışanları ve yöneticilerine katkılarından dolayı teşekkür ederim.

Ayrıca çalışmalarım sırasında bana destek veren sevgili arkadaşım Nedim TEKİN'e, kıymetli hocam Doç. Dr. Yeşer EROĞLU'na teşekkürlerimi sunarım.

Çalışmalarım boyunca benden hiçbir zaman desteğini esirgemeyen ve her zaman bana inanan çok değerli ailem ve sevgili eşime sonsuz teşekkürler.

Beray TÜRKSOY

11/09/2019

ÖZET

SPOR TESİSLERİNDE HİZMET KALİTESİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ

Beray TÜRKSOY

Yüksek Lisans Tezi

Spor Yöneticiliği Anabilim Dalı

Danışman: Doç. Dr. Ali AYCAN

Eylül 2019, xiv + 103 Sayfa

İnsanların spor yapabilmeleri ve bu faaliyetlerin artmasıyla birlikte sporun yararları ve diğer yönleriyle ele alındığı çalışmaların artması, spor hizmet merkezlerinde üyelere sunulan hizmetin kalitesinin kişilerin algılarına göre farklılık gösterip göstermediğinin araştırılması ve gerekli görülen iyileştirme tedbirlerinin alınması, bu çalışmanın amacını oluşturmaktadır.

Araştırma evren ve örneklemini İstanbul Büyükşehir Belediyesi'nin iştirak şirketi olan İstanbul Spor Etkinlikleri İşletmeciliği Ticaret A.Ş (Spor İstanbul)'ye bağlı spor tesislerinden faydalanmakta olan rastgele seçilmiş 400 kişilik grup oluşturmaktadır. Araştırmada veri toplama aracı olarak iki bölümden oluşan anket formu kullanılmıştır. Veri toplama aracının ilk bölümünde kullanıcıların yaş, cinsiyet, medeni durum, öğrenim durumu, gelir, spor merkezine gitme amacı, spor yapmak için

kat edilen mesafe, üyelik süresi, haftalık kullanım sıklığı, merkezde geçirilen süre, en çok bulunulan saatler bilgilerinden oluşan kullanıcı bilgi formu kullanılmıştır. Veri toplama aracının ikinci bölümünde Uçan (2007) tarafından geliştirilen “Spor-Fitness Merkezlerinin Algılanan Hizmet Kalitesi Ölçeği” kullanılmıştır. Ölçek 31 madde beşli derecelendirme (1= Hiç katılmıyorum, 5= Tamamen katılıyorum) ile cevaplanan ifadelerden oluşmaktadır. Ölçekteki 7 madde (1-7) “Fiziksel Çevre Kalitesi”, 3 madde (8-10) “Ortam Koşulları Kalitesi”, 3 madde (11-13) “Egzersiz Alet Ekipman Kalitesi”, 3 madde (14-16) “Program Kalitesi”, 10 madde (17-26) “Etkileşim Kalitesi”, 5 madde (27-31) “Çıktı Kalitesi” alt boyutlarını oluşturmaktadır.

Araştırma sonucunda; kullanıcıların eğitim seviyeleri yükseldikçe ve yaşları arttıkça hizmet kalite algısının düştüğü görülmüştür. Kadınların erkeklere göre hizmet kalite algısının daha düşük olduğu bulunmuştur. Evli kullanıcıların bekar kullanıcılara göre “ortam kalitesi” ve “etkileşim kalitesi” boyutunda hizmet kalite algısının daha yüksek olduğu ortaya çıkmıştır. Gelir düzeyi yükseldikçe hizmet kalite algısı düştüğü sonucu bulunmuştur. Spora gelme amaçları arasında kullanıcıların öncelikli olarak “fiziksel görünümü iyileştirmek” (% 40,8) ve “sağlık durumunu iyileştirmek” (%23,8) amacıyla spor tesislerini kullandığı belirlenmiştir. Ulaşım mesafesinin artması hizmet kalite algısını düşürdüğü sonucuna ulaşılmıştır. Kullanıcıların üyelik süreleri arttıkça “fiziksel çevre kalitesi” ve “ortam kalitesi” algılarının azaldığı sonucu ortaya çıkmıştır. Spor tesislerini haftada daha fazla kullanan kullanıcıların genel anlamda hizmet kalitesi algılarının daha yüksek olduğu bulunmuştur. Spor salonlarında daha fazla vakit geçiren bireylerin “çıktı kalitesi” alt boyutunda hizmet kalite algılarının daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Akşam saatlerindeki hizmetlere yönelik kalite algısının diğer saatlere göre daha düşük olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Spor, Tesis, Hizmet kalitesi.

ABSTRACT**ASSESSMENT OF THE QUALITY OF SERVICE AT SPORTS FACILITIES****Beray TÜRKSOY****Master's Thesis****Department of Sport Management****Thesis Supervisor: Assoc. Prof. Dr. Ali AYCAN****September 2019, xiv + 103 Page**

This study aims; 1) to promote studies on the benefits and other aspects of sports as a result of encouraging people to do sports and the increase in the number of these activities; 2) to investigate whether the quality of the service provided at the sports facilities differ based on the perceptions of individuals using the service as a member, and to take the necessary precautions to prevent such differences.

The sample population of this study is the people who were randomly chosen among those benefiting from the sports facilities run by Istanbul Sports Activities Management Inc. (Sport Istanbul), which is an association company of Istanbul Municipality. A questionnaire consisting of 2 parts was used as the data collection tool of this study. In the first part of the data collection tool, a user information form that involves the users' age, gender, marital status, education, income, the purpose of going

to the sports centre, the distance covered to get to the sports centre, the duration of the use of the sports centre, the frequency of the weekly use, the amount of time spent in the sports centre, the most frequently preferred hours of use. In the second part of the data collection tool, “the perceived service quality of fitness centers survey”, developed by Uçan (2007) was used. The survey consists of 31 statements with 5 point likerts scale (1=I totally disagree, 5= I totally agree). The survey is comprised of the sub-dimensions of the following items; 7 items (1-7) “The Quality of Physical Environment”, 3 items (8-10) “The Quality of Ambient Conditions”, 3 items (11-13) “The Quality of Equipment Quality”, 3 items (14-16) “The Quality of the Program”, 10 items (17-26) “The Quality of Interaction”, 5 items (27-31) “The Quality of Output”.

As a result of the study, it was understood that the service quality perception decreases as the educational level and age of the users increases. It was found that women's perception of service quality is lower than men. It was found that married users have higher perception of service quality in terms of “environment quality” and “interaction quality” than single users. It was found that service quality perception decreases as income level increases. Among the goals of doing sports, it was determined that the users primarily use sports facilities “to improve physical appearance” (40.8%) and “to improve their health” (23.8%). It has been concluded that the increase in transportation distance decreases the perception of service quality. It was concluded that the perception of “physical environment quality” and “quality of environment” decrease as the membership period extends. It was found that users who use sports facilities more per week have higher perceptions of service quality in general. It was concluded that service quality perceptions of individuals who spent more time in sports facilities are higher in the sub-dimension of “output quality”. It was concluded that the perception of quality in the evening hours is lower in comparison with the other hours.

Key words: Sport, Facility, Service Quality.



*Beni her koşulda destekleyen
çok değerli eşim ve aileme...*

İÇİNDEKİLER

ONAY SAYFASI.....	ii
ETİK UYGUNLUK BEYANI.....	iii
ÖN SÖZ.. ..	iv
ÖZET.....	v
ABSTRACT.....	vii
İTHAF.....	ix
İÇİNDEKİLER	x
TABLOLAR LİSTESİ	xv
GRAFİKLER VE ŞEKİLLER LİSTESİ.....	xvi
KISALTMALAR LİSTESİ.....	xvii
GİRİŞ.....	1
I. BÖLÜM.....	7
1. GENEL KAVRAMLAR VE TANIMLAR.....	7
1.1. Spor Kavramı	7
1.2. Sporcu	9
1.3. Sporun Amacı	10
1.4. Bireyler ve Toplumlar Açısından Sporun Önemi	11
1.5. Spor Üretimi.....	14
1.6. Spor Tesisi	15
1.6.1. Spor Tesisi Tanımı	15
1.6.2. Spor Tesislerinin Önemi	17

1.6. Spor Tesisleri Oluşumundaki Temel Kriterler.....	19
1.7. Hizmet.....	20
1.7.1. Hizmetin Tanımı	20
1.7.2. Hizmetin Önemi.....	22
1.8. Hizmetlerde Kalite	23
1.8.1. Kalitenin Tanımı	23
1.8.2. Hizmetlerde Kalite Kavramı	25
1.8.3. Hizmetlerde Kalitenin Önemi	27
1.8.4. Spor Hizmetlerinin Tanımı	29
1.8.5. Spor Hizmetlerinin Özellikleri.....	30
1.8.6. Sporda Hizmet Kalitesi	32
1.9. Spor Tesisi Kullanıcılarının Algıladıkları Hizmet Kalitesine Yönelik Yapılan Araştırmalar	35
II. BÖLÜM	41
2. YÖNTEM.....	41
2.1. Araştırmanın Modeli	41
2.2. Araştırmanın Problem Cümlesi ve Alt Problemler	41
2.2.1. Alt Problemler.....	41
2.3. Araştırmanın Evren ve Örneklemi	42
2.4. Araştırma Verilerin Toplanması	43
2.5. Sınırlılıklar	43
2.6. Varsayımlar.....	43
2.7. Araştırma Verilerinin Analizi	44
2.8. Tanımlar.....	44
III. BÖLÜM.....	46
3. BULGULAR.....	46

3.1. Araştırmaya Katılan Spor Tesisi Kullanıcılarına Ait Bulgular	46
3.1.1. Araştırmaya Katılan Spor Tesisi Kullanıcılarının “Yaş” Değişkenine Göre Frekans Dağılımları	47
3.1.2. Araştırmaya Katılan Spor Tesisi Kullanıcılarının “Cinsiyet” Değişkenine Göre Yüzde ve Frekans Dağılımları.....	48
3.1.3. Araştırmaya Katılan Spor Tesisi Kullanıcılarının “Medeni Durum” Değişkenine Göre Yüzde ve Frekans Dağılımları.....	49
3.1.4. Araştırmaya Katılan Spor Tesisi Kullanıcılarının “Eğitim Durumu” Değişkenine Göre Yüzde ve Frekans Dağılımları.....	50
3.1.5. Araştırmaya Katılan Spor Tesisi Kullanıcılarının “Aylık Gelir Durumu” Değişkenine Göre Frekans Dağılımları	51
3.1.6. Araştırmaya Katılan Spor Tesisi Kullanıcılarının “Spor Tesisine Gelme Amacı” Değişkenine Göre Frekans Dağılımları	52
3.1.7. Araştırmaya Katılan Spor Tesisi Kullanıcılarının “Tesise Ulaşım Mesafesi” Değişkenine Göre Frekans Dağılımları	53
3.1.8. Araştırmaya Katılan Spor Tesisi Kullanıcılarının “Üyelik Süreleri” Değişkenine Göre Frekans Dağılımları	54
3.1.9. Araştırmaya Katılan Spor Tesisi Kullanıcılarının “Tesis Kullanım Sıklığı” Değişkenine Göre Yüzde ve Frekans Dağılımları.....	55
3.1.10. Araştırmaya Katılan Spor Tesisi Kullanıcılarının “Günlük Kullanım Süresi” Değişkenine Göre Frekans Dağılımları	56
3.1.11. Araştırmaya Katılan Spor Tesisi Kullanıcılarının “Tesis Kullanım Zamanı” Değişkenine Göre Yüzde ve Frekans Dağılımları.....	57
3.2. Hizmet kalitesi Alt Boyutlarına İlişkin Genel Tanımlayıcı İstatistikler	58
3.2.1. Spor Tesisi Kullanıcılarının Hizmet Kalitesi Algısı ile “Yaş” Değişkeni Arasındaki İlişki	58
3.2.2. Spor Tesisi Kullanıcılarının Hizmet Kalitesi Algısının “Cinsiyet” Değişkenine Göre Karşılaştırılması	59

3.2.3. Spor Tesisi Kullanıcılarının Hizmet Kalitesi Algısının “Medeni Durum” Değişkenine Göre Karşılaştırılması	60
3.2.4. Spor Tesisi Kullanıcılarının Hizmet Kalitesi Algısının “Eğitim Düzeyi” Değişkenine Göre Karşılaştırılması	61
3.2.5. Spor Tesisi Kullanıcılarının Hizmet Kalitesi Algısı ile “Aylık Gelir Durumu” Değişkeni Arasındaki İlişki	62
3.2.6. Spor Tesisi Kullanıcılarının Hizmet Kalitesi Algısının “Spor Tesisine Gelme Amacı” Değişkenine Göre Karşılaştırılması	63
3.2.7. Spor Tesisi Kullanıcılarının Hizmet Kalitesi Algısı ile “Tesis Ulaşım Mesafesi” Değişkeni Arasındaki İlişki.....	65
3.2.8. Spor Tesisi Kullanıcılarının Hizmet Kalitesi Algısı ile “Üyelik Süreleri” Değişkeni Arasındaki İlişki	66
3.2.9. Spor Tesisi Kullanıcılarının Hizmet Kalitesi Algısı ile “Tesis Kullanım Sıklığı” Arasındaki İlişki	67
3.2.10. Spor Tesisi Kullanıcılarının Hizmet Kalitesi Algısı ile “Günlük Kullanım Süresi” Değişkeni Arasındaki İlişki	68
3.2.11. Spor Tesisi Kullanıcılarının Hizmet Kalitesi Algısının “Tesis Kullanım Zamanı” Değişkenine Göre Karşılaştırılması	69
IV. BÖLÜM.....	71
4. TARTIŞMA, SONUÇ VE ÖNERİLER	71
4.1. Tartışma	71
4.2. Sonuç.....	82
4.3. Öneriler	82
KAYNAKLAR	84
EKLER... ..	98

EK 1: Kullanıcı Bilgi Formu	99
EK 2: Spor Fitness Merkezleri Algılanan Hizmet Kalitesi Ölçeği	100
EK 3: Etik Kurul Onayı	102
ÖZGEÇMİŞ	103



TABLOLAR LİSTESİ

Tablo 3.1: “Yaş” değişkeni ve algılanan hizmet kalitesi ilişkisi	58
Tablo 3.2: Cinsiyet değişkenine göre t-testi sonuçları.....	59
Tablo 3.3: Medeni durum değişkenine göre t-testi sonuçları	60
Tablo 3.4: Eğitim seviyesi değişkenine göre ANOVA ve Tukey Post Hoc (TPH) sonuçları	61
Tablo 3.5: “Aylık Gelir Durumu” değişkeni ve algılanan hizmet kalitesi ilişkisi	62
Tablo 3.6: “Spor Tesisine Gelme Amacı” değişkenine göre ANOVA ve Tukey Post Hoc (TPH) sonuçları	63
Tablo 3.7: “Tesis Ulaşım Mesafesi” değişkeni ve algılanan hizmet kalitesi ilişkisi	65
Tablo 3.8: “Üyelik Süreleri” değişkeni ve algılanan hizmet kalitesi ilişkisi	66
Tablo 3.9: “Tesis Kullanım Sıklığı” değişkeni ve algılanan hizmet kalitesi ilişkisi	67
Tablo 3.10: “Günlük Kullanım Süresi” değişkeni ve algılanan hizmet kalitesi ilişkisi.....	68
Tablo 3.11: “Tesis Kullanım Zamanı” değişkenine Göre ANOVA ve Tukey Post Hoc (TPH) sonuçları	69

GRAFİKLER VE ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1.1: Sporun işlevleri (Ezcan 2006: 69).....	9
Şekil 1.2: Spor Üretimi (Ezcan 2006: 106).	15
Şekil 1.3: Hizmetin Özellikleri (Kotler ve Armstrong 2011).....	32
Grafik 3.1: Yaş değişkenine göre frekans dağılımı	47
Grafik 3.2: Cinsiyet değişkenine göre yüzde ve frekans dağılımı.....	48
Grafik 3.3: Medeni durum değişkenine göre yüzde ve frekans dağılımı	49
Grafik 3.4: Eğitim durumu değişkenine göre yüzde ve frekans dağılımı.....	50
Grafik 3.5: Aylık gelir değişkenine göre frekans dağılımı.....	51
Grafik 3.6: Katılım amacı değişkenine göre frekans dağılımı	52
Grafik 3.7: Tesise ulaşım mesafesi değişkenine göre frekans dağılımı	53
Grafik 3.8: Üyelik süreleri değişkenine göre frekans dağılımı	54
Grafik 3.9: Kullanım sıklığı değişkenine göre yüzde ve frekans dağılımı.....	55
Grafik 3.10: Günlük kullanım süresi değişkenine göre frekans dağılımı.....	56
Grafik 3.11: Tesis kullanım zamanı değişkenine göre yüzde ve frekans dağılımı.....	57

KISALTMALAR LİSTESİ

A.Ş.	: Anonim Şirket
KKTC	: Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti
PTT	: Posta ve Telgraf Teşkilatı Genel Müdürlüğü
RSHKÖ	: Rekreatyoneel Spor Hizmetleri Kalite Ölçeği
SQAS	: Hizmet Kalitesi Değerlendirme Ölçeği
SQAS-T	: Hizmet Kalitesi Değerlendirme Ölçeği – Türkiye Versiyonu
STHKÖ	: Spor Tesisleri Hizmet Kalitesi Ölçeği
TPF	: Tukey Post Hoc Analizi
Vd.	: Ve Diğerleri
Yy	: Yüz Yıl

GİRİŞ

Spor, fizyolojik ve psikolojik bir ihtiyaç olduğu kadar günümüzde artık bir yaşam biçimi şeklini almıştır. Düzenli olarak spor yapmak insana daha iyi bir yaşam kalitesi sunar.

Spor yapmanın gerekli mi yoksa gereksiz mi olduğu tartışmasını geride bıraktıracak kadar büyük bir toplumsal olgu haline gelmiştir. Toplumlar artık spor gerekli mi sorusundan ziyade nasıl daha etkin yapılabilir tartışmasını yapmaktadır. En medeni kabul edilen toplumlardan tutun da en geri kalmış olarak kabul edilen toplumlar da dâhil olmak üzere her kesimin spora yönelme mecburiyeti vardır ve farklı bir düşünceye sahip olunamaz (Yıldız 2006: 12).

Günümüz toplumsal hayatında, insan hem bedenen hem de zihnen yorgun hissedecek bir tempoda çalışmaktadır. Bu tempo hem bedeni hem de ruhu yormaktadır. İnsanlar gerek bedeni gerekse de ruhsal dinlenmeyi sağlamak için spor yapmaya yönelme eğilimine girmişlerdir. Bu ihtiyaçlarını gidermek için kamu veya özel teşebbüs tarafından işletilen spor salonlarına üye olma yoluna başvurumaktadırlar. Bu şekilde bir nevi sosyal ihtiyaçlarını da gidermektedirler. Spor kulüpleri, üyelerini sağlıklı kalmaya yönlendirme ve yardımcı olma yolunda katkı sağlarken, onların sosyalleşmelerine, huzurlu ve başarılı bir iş ortamı yaratmalarına da katkı sağlamaktadır. Spor sayesinde, bireyin çevresiyle kurduğu iletişimde önemli ilerlemeler olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır (Bingöl 2010: 6).

Toplumların refah seviyesi ne kadar yükselirse, toplum bireylerinin tüm yönleriyle kendilerini geliştirmeleri ve refah içinde yaşama çizgileri de o derece

yükselir. Toplum bireylerinin refahı onların beden ve zihnen sağlıklı olmalarına dayanmaktadır. Herkesin hiçbir alet ve teçhizata gerek kalmadan beden eğitimi faaliyetlerini yapması mümkündür. Bunun için ayrı bir tesise de gerek yoktur. Fakat spor her yerde yapılamaz. Spor ve beden eğitimi faaliyetlerini birbirinden ayırmak gerekir. Spor, spor tesislerinde yapılmalıdır ki o bölgenin spora katkısından ve sportif başarıdan söz edilebilsin (İşlertaş 2006: 5).

21. yüzyıldan çıkmak üzere olduğumuz bu dönemde, teknolojik gelişmelerin sürekli ve yetiştirilemez bir hızda gelişmesi, biz insanoğlunun alışkanlıklarını ve ihtiyaçlarını da etkilemektedir. Sportif alanda da spor pazarlamasının aktifliği ve beraberinde getirdiği çeşitlilik, farklı spor dallarının yapılabilmesine imkân veren spor tesislerinin inşasını gerektirmektedir.

Spor tesisi; sportif faaliyetlerini ve her spor dalının kendine has çalışma, hazırlanma dönemi ve antrenman programlarının yapılmasına imkân verecek şekilde düzenlenmiş olan, bu faaliyetlerin seyirciler tarafından izlenmesini sağlayacak şekilde dizayn edilen alanlardır. Bu alanlarda, hem sporcuların hem de seyircilerin gerek duş, gerek tribün rahatlığı, gerekse de tuvalet gibi bazı ihtiyaçları karşılanmak zorundadır (Ramazanoğlu 2000: 2).

Sporun bizzat uygulandığı alanlar olması nedeniyle spor tesislerinin ortamı ayrı bir öneme sahiptir. Spor salonunu “spor tesisi” olarak tanımlayabiliriz. Çünkü bu salon içinde spor çalışmaları, sportif oyunlar, egzersizler, kültür ve sanat faaliyetleri bile yapılabilir. Zaten bu amaçla dizayn edilmiş alanlar olan spor tesisleri muhtelif müsabakaların yapılmasına da imkân vermektedir (Aydın 1998, Aktaran: Aksoy 2006: 11).

İmamoğlu ve Ekenci (1998); spor tesislerinin varlık nedenini “temelinde müşteri olarak kabul edilen üyelerin salona gelirken sahip oldukları beklenti ve bu beklentilerini karşılayacak ihtiyaçlarını karşılayacak tarzda hizmet sunan, bunu bir bedel karşılığında

yapan, bunları yaparken de müşteri olarak kabul ettikleri üyelerinin ihtiyaç ve beklentilerini öğrenmek için spor pazarı bilgilerinden yararlanma” olarak belirtmişlerdir (Kül, Balcı ve Diker 2011: 61).

Günümüzün başka hizmet sektörlerinde olduğu gibi spor sektöründeki hizmet sunumunda da rekabetçi bir yapı oluşmuştur. Şirketlerin de bir yaşam döngüsü vardır. Doğar, büyür ve ölürler. Bu doğal bir entropidir ve önüne geçilmez. Ancak doğma aşamasından sonra büyümenin devamlılığını sağlamak için eldeki üyeleri kaybetmemek ve bunların üzerine de yeni üyeler kazanmak şarttır. Müşteri bağlılığını sağlayabilen işletmeler bu yarışa bir adım önde başlamaktadırlar. Üyelerini elde tutmak için de toplam kalite yönetimi olgusundan taviz vermemek gerekir. Zira toplam kalite yönetimi müşteri memnuniyetini sağlamak için sürekli iyileştirme ve geliştirme aşamalarını kapsar. Toplam kalite yönetimi uygulamasındaki amaç, müşterilerin beklenti ve isteklerini doğru anlamak, yerine getirmek ve hizmette devamlılık ve verimliliğin artırılmasıdır (Apullu 2008, Aktaran: Lapa ve Baştaç 2011: 67).

Dinamik bir yapıya sahip olması nedeniyle yaşam şartları, insanların istekleri ve ihtiyaçları değişiklik göstermektedir. Bu dinamik yapı içerisinde meydana gelen değişikliklerden doğrudan etkilenen “hizmet sektörü”nün yeri ise, gerek sosyal gerekse de ekonomik çevrede çok büyüktür (Riddle 1986, Aktaran: Atılğan 2001: 20).

Spor merkezleri, müşteri olarak kabul edilen üyelerinin ihtiyaçlarını temin etmeyi hedeflemektedir. Bunu belli bir kalite ölçüsünde yapmak zorundadır. Zira pazar acımasız rekabet koşullarıyla yönetilmektedir. Bu olgular ise giderek günümüz bilimsel alan yazınına dikkatini daha çok çekmektedir.

Spor tesisleri, müşteri memnuniyetini sağlamak zorundadır. Çünkü merkezlerinde “müşteri memnuniyeti” oturmaktadır. Deveci ve Gündoğdu (2009); müşterilerin hizmet sunucusundan aldıkları hizmetten memnuniyet duyma düzeyleri ile

tekrardan gelme düzeyleri arasında önemli bir bağ olduğunu belirtmiştir. Müşterilerin merkezden beledikleri hizmet kalitesini yerine getirmek, sunmak ve devamlılığını sağlamak da bu merkezlerin misyonudur. Günümüzde spor işletmesi sayısı giderek artmaktadır. Gerek kamunun spora teşvik edici uygulamaları, gerek özel sektörün spor pazarı pastasından pay alma uğraşı rekabet koşullarını da sertleştirmiştir. Hizmet sunumunda bunu sağlayamayan işletmelerin ayakta kalması mümkün değildir. Çünkü mali kaynağı olan müşterisi memnun değildir ve başka bir tesise yönelmiştir. Bunun önüne geçmek için ise toplam kalite yönetimi uygulamasından vazgeçilmemelidir ve ısrarla sürdürülmelidir. Hizmet, sadece sunulan değil ölçümü yapılabilen de bir olgudur ve bu ölçümün belli aralıklarla yapılması zaruridir (Aktaran: Lapa ve Baştaç, 2011: 68).

Son yıllarda betonlaşma ile birlikte yeşil alanların giderek azalmasıyla alanların artması, spor yapılabilmesine imkân sunacak yeni alanların gerekliliğini ortaya koşmuştur. Gün geçmiyor ki farklı bir spor branşı ortaya çıkmasın. Spor branşları insanların ihtiyaçları doğrultusunda doğmakta ve gelişmektedir. Örneğin geçmiş dönemlerde adı bile duyulmayan goalball sporu, görme engelliler tarafından oynanabilecek şekilde kurgulanmıştır. Bu ve benzeri gelişmeler spor sektörünün aktif bir yapı içinde olduğuna işaret etmektedir. Spor türlerinin çoğalmasındaki subliminal amacın, insanları spora ve bedensel olarak hareket etmeye yönlendirmek olduğu açıktır.

Zorba (1999), spor yapmanın, aşağıdaki sebeplerden dolayı olduğunu belirtmiştir;

- Bazı soysal gereksinimleri temin etmek.
- Fiziksel uygunluk gibi sağlık ve rehabilitasyonu sağlamak.
- İnsanların estetik kaygılarını gidermeye yardımcı olmak.
- Stresten kurtulmaya destek vermek.
- Spor sayesinde farklı tecrübeler edinmek.
- İnsanın doğasında var olan, eğlence, sevinç, haz, neşe ve bazen de üzüntü gibi duyguların yaşanmasına yol açmak.

- Kişinin kendisini ispat etmesine imkân tanımak.
- Yeni deneyimler edinmek.
- Sosyal çevresini genişletmek.
- Parasal kazanç ve kimi ayrıcalıklar temin etmek.
- Fazla kilolardan kurtularak daha sağlıklı olma, bu sayede de daha mutlu olmak.
- Branşa özgü, hız, güç, çeviklik, dayanıklılık ve koordinasyon becerisinin geliştirmek.
- Stres ve beraberinde gelen hastalıklara karşı vücut direncini sağlamak.
- Bedensel sağlıklı birlikte yaşlanmayı geciktirmek, genç ve sağlıklı bir görünüme sahip olmak.
- Günlük yaşamda boş kalan zamanlarını daha efektif sağlayacak bir yol olması.
- Özsaygısını artırmak (Aktaran: Güdül: 2008).

Hizmet sunumu kadar sunulan hizmetin ne kadar etkili olduğunu ölçmenin gerekli olduğu aşikârdır. Bu konuda bilimsel olarak birçok çalışma yapılmıştır. Hizmet kalitesi ölçülerek, müşteri beklentilerinin ne oranda karşılandığı, eksik kalan yönlerin tamamlanabilmesi için hangi iç dinamiklerin harekete geçirilmesi gerektiği belirlenebilir (Lapa ve Baştaç, 2011: 69).

Günümüzde giderek artan köyden kente göç ve beraberinde kentleşmenin artması, hızlı teknoloji gelişimi, betonlaşmanın artarak yeşil alanların azalması, kapalı alanların çoğalması gibi olumsuz etkenler, insanları hareketsiz bir yaşama yönlendirmektedir. Bu hem bireysel hem de toplumsal bir sorundur. Bu olumsuzlukları en aza indirmek için gerekli olan enstrüman ise “spor” olgusudur. Günlük hayatın koşuşturması içinde fiziksel ve zihinsel olarak yorgun düşen insanlar, spor yaparak, spor yapmak için de spor tesislerine üye olarak bu ihtiyaçlarını gidermektedirler (Özdiñç 2005: 77).

Günümüzde, spor bilinci giderek artmaktadır. Bu artış gerek yazılı, gerekse de görsel medyada oldukça yer alması yüzündendir. Spor yapma ihtiyacı ile birlikte spor yapılan alan ihtiyacı da eş zamanlı olarak doğmuştur. Farklı ve yeni spor branşları ortaya çıkmasıyla birlikte spor merkezlerinin sayısı da artmıştır.

İnsanların spor yapabilmeleri ve bu faaliyetlerin artmasıyla birlikte sporun yararları ve diğer yönleriyle ele alındığı çalışmaların artması, spor hizmet merkezlerinde üyelere sunulan hizmetin kalitesinin kişilerin algılarına göre farklılık gösterip göstermediğinin araştırılması ve gerekli görülen iyileştirme tedbirlerinin alınması, bu çalışmanın amacını oluşturmaktadır.

Spor hizmeti sunan işletmelerin daha efektif kullanımını sağlamanın bir yolu da; bu tesislerde sunulan hizmetlere yönelik kullanıcıların hizmet kalitesi algılarının belirlenmesidir. Müşteri algısının belirlenmesi sayesinde tesisin verimliliği hakkında detaylı bilgiler edinilmiş olur. Tesis verimliliği derken bunu sadece alet ekipman olarak algılamamak gerekmektedir. Komple bir bütünlük içinde tesisin ışıklandırmasından tutun da ulaşım kolaylığına kadar her türlü değişkenin hesaba katılması gerekmektedir.

Bu çalışma spor tesislerinin daha iyi hizmet verebilmesi için müşterilerin algıladıkları hizmet kalitesinin araştırılarak değerlendirilmesi, gerekli algıların geliştirilmesi ve iyileştirmelerin yapılabilmesi, müşterilerin gelişmiş hizmet alabilmesini sağlamaları açısından oldukça önemlidir. Ayrıca bu çalışma benzer araştırmalara katkı sağlayarak gelecek çalışmalara ışık tutacaktır.

I. BÖLÜM

1. GENEL KAVRAMLAR VE TANIMLAR

1.1. Spor Kavramı

Spor; insan vücuduna yapması olası faydaların zaman içinde orta çıkasının beklendiği, kendine has kuralları olan, takım veya ferdi olarak yapılan, oyun olarak ortaya konulan fiziksel faaliyetlerin bütünüdür (Yıldırım, 2011: 4).

Spor; toplum yaşamının içine değişik şekillerde ulaşarak, insanların dikkatini çekmekte ve bu sayede insanları etkileyerek toplumsal bir yaşam tarzı haline gelmektedir. Yaşına, cinsiyetine, eğitimine, meslek grubuna ve başka değişik değişkenlere göre spor yapma ihtiyacı değişiklik gösterebilmektedir (Kurtoğlu 2006: 3).

Spor, ekonomik, sosyal ve kültürel kalkınmanın temeli olan “insanın beden ve ruh sağlığının gelişimi, kişiliğinin oluşumu, karakter özelliklerinin gelişimi, bilgi, beceri ve yeteneğini artırarak çevresine uyumunu sağlama, bireysel, toplumsal ve uluslararası alanda dayanışma, beraber hareket edebilme, bazı sorunları aşmada yardımcı olma, kültürler arasında ilişkiyi artırma, önceden belirlenmiş kurallara göre rekabet sınırları içinde mücadele edebilme, haz alma, heyecanlanma, yarışma ve yarışmada galip gelme maksadıyla yapılan faaliyetlerin bütünü” olarak kabul edilmektedir. Yukarıda sayılan özelliklerinden dolayı günümüzde spor çok boyutlu, çok yararlı, çok amaçlı ve çok değişik boyutlara bürünmüş ve giderek evrensel bir olgu haline gelmiştir. Bunun yanında spor kişilerde aidiyet duygusunu da sağlamaktadır. Bunu da takım taraftarlığı adı altında açıklayabiliriz. Bu sayede yalnızlık duygusundan da arınmış olur. Bir spor

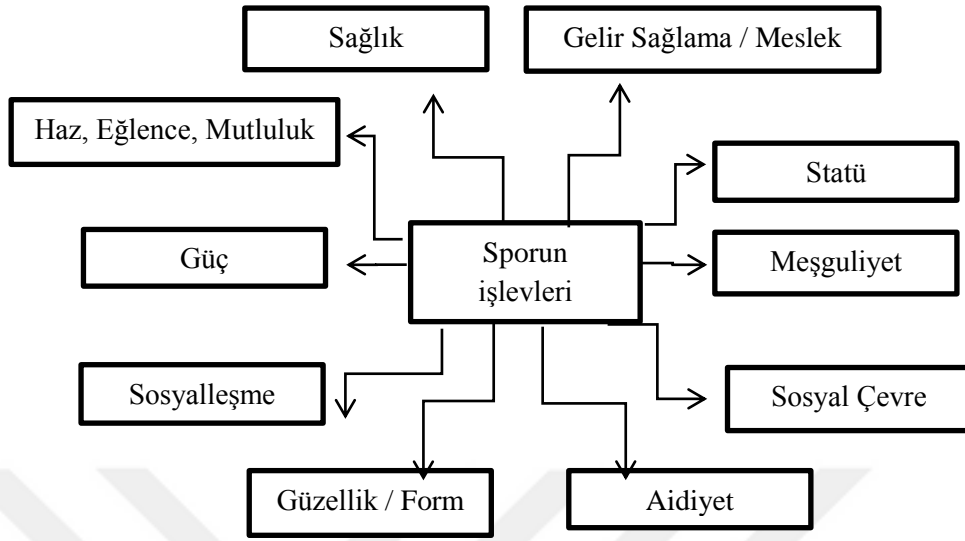
kulübüne destek vererek onun galibiyeti ile sevinir veya mağlubiyeti ile hüzünlenir. Sevinci de hüznü de kendisinde yaşar. Tek başınayken duygularını ifade etmekte zorlanan insanlar grup halindeyken zorluk yaşamayabilirler. Bu yönüyle bir nevi psikiyatrist tedavi merkezi olarak tanımlanabilir. Bastırılmış duyguların dışa vurulmasında, yani insanların deşarj olmasına yardımcı olan spor tesisleri ve alanları, psikiyatristlerce tedaviye yardımcı olabilecek alanlar olarak gösterilmektedir (Yıldırım 2011: 1).

Günümüzde spor, pek çok amacın gerçekleştirilmesinde yardımcı olan bir araç olarak kabul edilmektedir. Bir yandan modern hayatın gereği olarak hayatımıza giren teknolojik kolaylıklar neticesinde ortaya çıkan hareketsizlik ve tekdüzeliğe karşı alternatif bir yol olarak kabul edilmekte, diğer yandan da kişinin sağlığını korumaya yardımcı olduğu kabul edilmektedir (Görücü 2001: 344).

Spor, yaşantımızda oldukça yer alan hareketsizliğin önüne geçmek ve olumsuz etkilerini en aza indirmek için hayatımızın bir parçası olmak zorundadır. İnsanın özelliklerini kuvvetlendiren, toplumsal mutabakatı sağlayan, daha iyi ve güzel bir dünya için umutlu olmamızı sağlayan bir olgudur. Sayılan bu etkilerinden dolayı spor, her daim önemsenmeli ve gerekli özen gösterilmelidir (Dere 2010: 5).

Özbydar (1983) için spor; toplum hayatında yer alan en etkili kurumlardan bir tanesidir. Spor, insan ve toplum sağlığının korunmasında ve devamlılığında çok önemli bir yere sahiptir (Aktaran: Atasoy ve Öztürk Kuter 2005: 14).

Sporun tek bir tanımını yapmak mümkün değildir. Sporun birbirinden son derece değişik, farklı, bazen de birbiriyle çatışan tanımlar içeren çok yönlü bir faaliyet olması, spor yapma amacının bireysel olarak farklılık arz etmesinden olabilir. Spor yapma nedenleri aşağıdaki şekilde gösterilmektedir.



Şekil 1.1: Sporun işlevleri (Ezcan 2006: 69).

1.2. Sporcu

Sporcu, önceden belirlenmiş kurallar dahilinde alet kullanarak veya kullanmayarak, bireysel veya takım olarak spor yapan, profesyonel olarak bu işten para kazanan ve meslek olarak bu işi yapan kişidir (Erkal 1998, Aktaran: Demiröz 2009: 5)

Spor, bireyin:

- Bedenin iyilik durumunu,
- Ruhsal sağlığı,
- Zihinsel gelişimin temini,
- Ahlaki gelişime yardımcı olmak,
- Kişilik gelişime destek vermek,
- Kişiliğin olgunlaşması,

- Kendine güven düzeyini artırmak,
- Sosyalleşmeyi sağlamak,
- Algı gelişimine destek vermek,
- Statü sahibi olmak,

gibi pek çok konu üzerinde olumlu etkileri olmaktadır (Yazıcı 2014: 399).

1.3. Sporun Amacı

Spor, özelliği gereği kolektif bir uğraştır. Bu özelliğinden dolayı bireylerarası ve toplumsal iletişimin gelişmesine ve toplumun katılımının artmasına hizmet etmektedir. Spor aynı zamanda, insanların bir araya gelmesini sağlama yeteneğinden dolayı kişisel özgürlük duygusunun yerleşmesine de katkı verir ve bireyler arası iş birliği ve dayanışmaya destek verir (Kat 2009, Aktaran: Yıldırım 2011: 6).

Spor; insanın etkin sosyal ortamlara dahil olmasını temin eden bir sosyal faaliyet olma özelliği nedeniyle, bireyin sosyalleşmesi ve beraberinde sosyal beceriye sahip olmasına yardımcı olma rolüne sahiptir. Spor, genel yapısı özelliğiyle insanların birbiri ile iletişim içinde olmalarına fırsat tanımaktadır. Spor, bireyin kendi iç dünyasında kurduğu kalıpları yıkarak başka ortamlara da ulaşmasını, başka insanlar tanınmasını, çevresinde başka inanç, fikir ve düşüncede insanların da olduğunu bilmesine yardım etmektedir. Bu özelliği ile de yeni dostluklar kurmada, kurulan dostlukları devam ettirmede, pekiştirmede ve sosyal kaynaşmada destek olduğu da aşikârdır. Başlangıçta kişisel bir faaliyet şeklinde başlayan spor faaliyetleri, sonraki aşamada toplumsal bir özellik kazanmasıyla daha büyük topluluklara erişmeyi başarmıştır. Spor, tek bir kişi tarafından yapılan bir şey değildir. Sporun doğasında paylaşmak yer almaktadır. Plansız, düzensiz, herkesin her istediğini yaptığı, birlikteliğin olmadığı, ortak gayenin güdülmediği bir etkinliğe spor denmez. Spor; toplumsal bir hareket olayıdır. Spor sayesinde toplumda ortak gayeler güdülebilir, başarılar daha anlamlı hale getirilebilir. Milli takım galibiyetleri bu yüzden önemlidir (Yıldırım 2011: 2).

Spor; sadece yarışma amacıyla yapılmamaktadır. Yarışmacı kavramı da sporun içindedir. Yarışmacı olmak için de insanlar sportif faaliyetlere davet edilebilir. Yapılan bu davetler özellikle gelişmiş ülkelerin toplumlarında değer kazanmaktadır. Ülkemizde yapılan Avrasya maratonu vb. gibi etkinliklere haklın katılımı, düzenleyenin daveti ile olmakta ve bu durum çok beğeni ve rağbet görmektedir. Hayat boyu spor, rekreatif amaçlı yapılan spor, sağlıklı yaşamak amacıyla spor, fiziksel uygunluk (fitness), aerobik, jogging ve benzeri şekillerde yapılan faaliyetlere katılan sayısı giderek artmaktadır (Özdağ vd. 2005, Aktaran: Güdül 2008:1).

Yaşadığımız bu zamanda; çağdaşlık çerçevesinde yaşanan makineleşme ve beraberindeki hareketsiz yaşam tarzı, peşi sıra birçok hastalıklara yol açmakta, iş gücü ve ölümlere yol açmakta, daha da ileri aşamada hareketsiz ve atıl bir toplum yaratmaktadır. Bu tür olumsuzlukları önlemenin en etkili yolu sporu hayatımızın tam merkezine oturtmak, bir yaşam tarzı haline getirmektir (Dere 2010: 1).

Sportif faaliyetlerin yukarıda sayılan etkilerine ilaveten, kişilerin sosyal ve ferdi karakter gelişiminden de söz edilmelidir. Bu özelliğinden dolayıdır ki, özellikle gelişmiş ülkelerde spor çok büyük önem görmektedir. Sporun erken yaşlarda başlamasına teşvik edici uygulamalar yapılarak, çocukluk çağında beden eğitimi ve spora yönelmeleri sağlanmaktadır. Gelişmiş toplumların önde gelen özelliklerinden biri de sosyal farklılaşmadır. Bunu sağlamak için giderek artan iş bölümü ile sosyal bütünleşmenin uyum içinde olmasını sağlamada, spor önemli bir ajan vazifesini görmektedir (Duman ve Kuru 2010: 19).

1.4. Bireyler ve Toplumlar Açısından Sporun Önemi

Spor, ilk çağlarda Antik Yunan'da olimpiyatlar şeklinde ortaya çıkmıştır. Zamanla gelişerek farklı branşlar şeklinde devam etmiştir. Kendi doğal gelişimi yanında

toplumsal gereklilikler de sporun gelişmesini sağlamıştır. Roma Uygarlığı zamanında, savaş zamanlarında gençleri hazırlamak için kullanılmıştır. Spor, modern yapısına ancak 19. Yüzyılda kavuşmuştur. Bu yüzyılda ilk takımlar oluşturularak ilk müsabakalar yapılmıştır. Spor, doğasında olan gelişme ve yenilenme özelliği sayesinde günümüze kadar gelebilmiştir (Karaç 2017: 9).

İnsanların kişilik özellikleri, ait oldukları topluluklardaki diğer insanların bireysel özelliklerine bağlı olarak şekil alır. Kısaca, insanlar ve toplum arasındaki iletişim, karşılıklı etkileşime dayanmaktadır. Bu etkileşimi gerçekleştirmek için spor, bir araç olarak kullanılmaktadır. Bunun nedeni; bireylerin beden eğitimi ve spor faaliyetleri ile kendini kontrol edebilme mekanizmasını geliştirebilmeleridir. Bu özelliği sporun evrensel olma kapasitesinden kaynaklanmakta ve bu da toplumsal kültürel farklılıklardan etkilenmektedir ki spor kültürel olarak farklılık gösteren bir ögedir (Karabulut 2018: 61).

Yaşadığımız bu zamanda insan ve spor ayrılmaz bir bütünlük arz etmektedir. Yaşımız kaç olursa olsun, bilimsel temelli, bilinçli ve sistemli olarak spor, kişinin bütün yaşamı boyunca sağlıklı, mutlu, umutlu, inancılı, iradeli ve dirayetli bir yapıya ve yüksek bir moral motivasyonuna sahip olmasını sağlamaktadır. Bu olumlu özellikleri sayesinde sporun toplumun tüm kesimlerine yayılması zorunluluk göstermektedir (Atasoy ve Öztürk Kuter 2005: 11).

Spor, toplumsal çerçevede çok boyutlu bir yapıya sahiptir. Bu boyutlardan biri haz, eğlenmek ve mutluluk duymaktır. İkinci boyutu ise sağlıklı olma ve sağlıklı olma durumunu devam ettirmedir. Toplumların gelenekselci veyahut modern yapıya sahip oluşları, kültürel değişimin getirdiği dinamizm, dünyanın sanayileşme sürecinde sergilediği teknolojik gelişmişlik boyutu ve toplumların milli gelir bakımından yoksul veya zengin kabul edilmeleri, estetik bir beden yapısına sahip olma bakımından temel belirleyici etkenler şeklinde ifade edilmektedir (Voigt 1998, Aktaran: Cengiz ve Taşmektepligil 2016: 222).

Erkal, Güven ve Ayan'a (1998) göre; eğitim faaliyeti olarak da kabul edilen spor, ortak gayeleri gerçekleştirebilme güç ve kabiliyeti ile takdir edilme duygusunun ortaya çıkmasına imkân tanımaktadır. Tüm bu etkilerinin yanında spor, empati kurabilme, sorumluluk alabilme ve işbirliği yapabilme kabiliyetinin de gelişmesinde önemli yer tutmaktadır. Spor sayesinde sebat ve enerjik olma özelliklerine sahip olan bireyler, herhangi bir sosyal gruba veya ait oldukları topluma daha ahenkli bir şekilde adapte olurlar (Aktaran: Yıldız 2006: 12).

Gökhan, Olgun ve Gürses (1979) sporun; günümüzde psikolojik ve sosyal tehlikelerle kuşatılmış kabul edilen insanın, bu tehlikelerle baş edebilme yeteneğini kazanmasında kullanılan bir araç olduğunu belirtmektedirler. Spor, bu özelliğinin yanı sıra kişisel karakter gelişimi üzerinde de olumlu rol oynamaktadır (Aktaran: Duman ve Kuru 2010: 20).

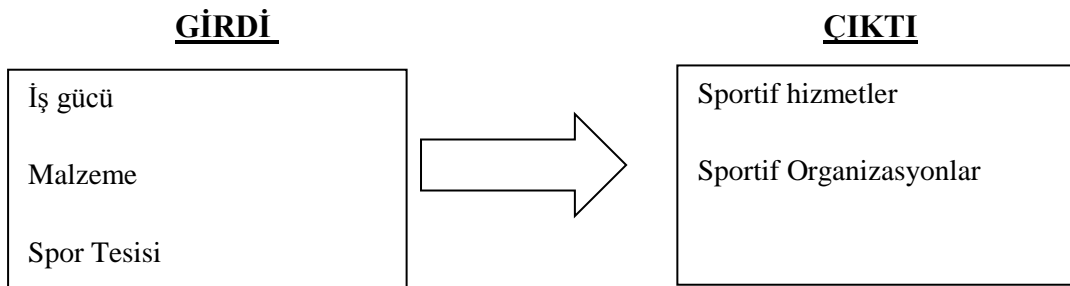
Hayat şartları, özellikle son yıllarda giderek ağırlaşarak, özellikle de şehirlerde yaşayanların yaşam kalitelerini olumsuz etkileyecek boyuta gelmiştir. İnsanlar daha az hareket eder hale gelerek fiziksel etkinliklerden giderek uzaklaşmıştır. Devamlı bir şekilde bilgisayar ve internet başında vakit geçirmek, çalışmak, televizyon izlemek, cep telefonunu sürekli göz önünde bulundurmamak kanıksanmaz bir görüntü ve yaşam şekline gelmiştir. Spor veya egzersiz hareketleri yaparak zararlı alışkanlıklardan uzak durmak ve sosyal uyum sağlamak daha kolay hale gelir. Spor sayesinde, hareketsiz bir yaşamın örüntüleri olan kalp ve damar hastalıkları, şeker hastalığı, obezite, tüm kanser türleri, yüksek tansiyon, kemik erimesi, psikolojik sorunlardan uzaklaşma yolunda daha önemli adımlar atılabilir. İnsanların ruh ve beden sağlığını korumaya yardımcı olan bu kadar olumlu özelliklerinden dolayı spor, sağlıklı bir beden algısı ve gelişimi için de çok gereklidir. Düzenli olarak spor yapmak veya en azından hareket etmek, hem fiziksel sağlığa hem de zihinsel sağlığa olumlu yönde katkı sağlamaktadır. Kişinin kendine güveninin artması, olumlu düşünce yapısına sahip olması, kendini kabul etmesi, stres

seviyesini azaltma, depresyondan kaçınma gibi durumlarda da spor yardımcı bir ekipmandır (Singer, 1978, Aktaran: Sivrikaya ve Pehlivan, 2015: 38)

Kişisel ve toplumsal sağlığı korumadaki görevi nedeniyle spor, günümüzde önemli bir hizmet sektörü olarak anılmaktadır. Tüm anılan olumlu özellikleri nedeniyle spor faaliyetleri ve organizasyonları hem toplumsal hem de kişisel bazda önemli yer tutmaktadır. Geçmişte sadece maddi durumları iyi olanların yapabildikleri faaliyetler olarak anılan kimi spor branşları, günümüzde toplumun çoğu tarafından rahatlıkla yapılabilen spor branşları haline gelmiştir. Toplumları peşi sıra götüren bazı spor faaliyetlerine yönelen sporcuların amacı; kimi zaman eğlenmek, kimi zaman dinlenmek veya hoşça vakit geçirmek, bunun yanında sağlığını korumak, sosyal çevre edinmek, daha ileri aşamada profesyonel olarak bu işten para kazanmak şeklinde kendini göstermektedir (Şelale Akça 2012: 5)

1.5. Spor Üretimi

Spor üretiminde; işgücü, malzeme ve spor tesisi kavramları üretimin “girdi” boyutunu, bu girdiler sonucunda elde edilen sportif hizmetler ve organizasyonlar ise “çıkıtı” boyutunu oluşturmaktadır. Bu sarmaldan elde edilen fayda gerek tüketici gerekse de üretici bakımından farklılık göstermektedir. Tüketiciler; haz, eğlence, mutluluk, sağlık, statü, meslek kazanma, meşgul olma, sosyal bir çevre edinme, güzel kalmaya devam etme, formunu korumaya yardımcı olma güçlü olma, toplumsal aidiyet duygusu yaşama ve sosyal uyum gibi yararlar elde ederken, hizmet sağlayıcılar ise kuruluşun amaçlarına göre farklılık gösterebilen faydalar elde etmektedirler.



Şekil 1.2: Spor Üretimi (Ezcan 2006: 106).

1.6. Spor Tesisi

1.6.1. Spor Tesisi Tanımı

Spor, bu iş için özel olarak tasarlanmış tesislerde yapılır. Spor tesisleri, sadece bir veya birden fazla spor dalı için kurgulanmış, planlanmış ve malzeme temin edilmiş, içerisinde sadece spora özgü donanımıyla, sadece “spor” yapılan alanlardır. Kurullarla sınırlandırılmamış, serbest spor yapılan alanlar ise “serbest spor mekânı” olarak kabul edilmektedir. Spor tesisi, belirlenmiş branşlarda spor yapma amacıyla düzenlenmiş, donatılmış, doğal ya da insanlar tarafından yapılaş tesisleri ifade etmektedir (Dere 2010: 5-6).

İnsanların sosyal hayatlarını şekillendirmek için kullandıkları spor faaliyetlerini yerine getirmek için spor işletmeleri kurulmuştur. Bu işletmeler farklı sportif faaliyetlerini organize etmek amacıyla kurgulanmış ticari yapılardır. Spor hizmeti sunumu gerek devlet gerekse de özel sektör eliyle yapılmaktadır. Sporun toplumun tüm kesimlerince erişilebilir olarak yapılması için bu işletmelerin sorumluluğu çok büyüktür. Spor işletmelerinin gayesi; çeşitli branşlara özgü olacak şekilde kaliteli hizmet sunmak, sunulan bu hizmetlerden faydalanmak isteyen bireylerin bu amaçlarını gerçekleştirmek için kolaylaştırıcı faaliyetlerde bulunmak ve en nihayetinde bu hizmetlerden faydalananların memnuniyet düzeylerini artırmaktır (Ramazanoğlu ve Öcalan 2005: 36-37).

İnsanlar sağlıklı kalmak amacıyla spor tesislerine başvurmaktadır. Spor yapma, karşılanması gereken toplumsal bir ihtiyaç haline gelmiştir. Spor tesisleri yalnızca insanların spor yapmalarına yardımcı olan alanlar olarak kabul edilmemelidir. Bu tesislerin rekreatif etkileri de vardır. Tesiste spor yapmaya gelen insanların diğer

insanlarla iletişime geçmeleri doğal bir sonuçtur. Kim tarafından işletilirse işletilsin, spor tesislerinin toplumla bütünleşme ve sporun tabana yayılmasını sağlaması gibi önemli bir misyonu vardır. Sürekli olarak kendilerini yenileme ve yenilikleri takip etmek zorundadırlar. Böyle olması da, spor tesislerinin daha modern hale gelerek daha kaliteli hizmet sunmalarına, dolayısı ile de hizmet kalitesi standartları çitasının yükseğe konmasına yardımcı olmaktadır. Yükselen hizmet standartları çitası, işletmeler için maliyet artışı gibi görülse de, müşteri memnuniyeti ve devamlılığını sağlaması açısından geri dönüşü çok daha fazla olan bir etken olarak kabul edilmelidir. Günümüzde giderek artan yoğun ve acımasız rekabet ortamı, spor tesislerini de içine almaktadır. Spor alanında yapılan gelişmeleri ve modern uygulamaları takip etmeyen işletmelerin, müşteri kaybetme olasılıkları çok fazladır ve her giden müşteri şirketin yaşam döngüsü içinde yer alan “kapanma” olgusuna biraz daha yakınlaştırmaktadır (Ceyhun 2008: 325).

İnsan vücudunu yakından incelersek, özel yeteneklere sahip mükemmel dizayn edilmiş bir yapı görürüz. Canlılığın en belirgin göstergesi, hareket edebilme eğilimidir. Bu da beden eğitiminin gerekliliğini ortaya koymaktadır. Gelişen çağımızda toplum yaşamında insanların ihtiyaçları da değişkenlik göstermiş, bu doğrultuda spor da kendini güncelleyerek yeni branşlar ortaya koymuştur (İşlertaş 2006: 1).

Salman (1996) spor tesisini; üstünde spora özgü hareketlerin yapıldığı her türlü yapı olarak tanımlamaktadır. Bu yapı tarifinin içinde salon, stadyum, pist vb. yapılar bulunmaktadır. Bu yapıların dışında ise bazı sportif faaliyetlerin yerine getirilebilmesine olanak sağlayan ormanlık alan, koru, akarsu ve nehirler ve vadiler ve kanyonlar gibi pek çok arazi oluşumları da bu tanımda yer almaktadır. Doğu (1990) ise spor tesisini; spor faaliyetlerinin (spora katılanların spor faaliyetleri öncesinde veya sonrasında gerçekleştirdiği tüm eylemler) ihtiyaç duyduğu, ulusal veya uluslararası kalite standartlarına uygun ve işlevsel / mekânsal (oyun alanı, tribün, tuvaletler, soyunma odaları, teknik donanımlar vb.) gibi şartlar uygun biçimde kurgulanmış alanlar şeklinde ifade etmektedir (Aktaran: Demiröz 2009: 5).

İnsanlara spor alışkanlığını aşlamak, onların spora yönelik kabiliyetlerinin iyileştirilmesine yardımcı olmak ve bu sayede de sağlıklı yaşayabilmelerine katkı sağlayabilmek, toplumun tüm kesimleri tarafından kabul edilmiş gereklilikler olarak karşımızda durmaktadır. Spor tesisleri de, spor olgusunun bir elemanıdır. Sporun gelişerek toplumun tüm kesimleri tarafından yapılabilirliğinin artması, spor tesislerinin sayıca çokluğu ile doğru orantılıdır. Spor vasıtasıyla, insanların yaptıkları işlerde daha başarılı olmaları ve bu sayede yüksek verim alabilmeleri mümkündür (Ramazanoğlu 2000: 1).

Spor tesislerinde, insanları memnun edecek hizmet üretmek esastır. Spor programlarının çeşitliliği ile de insanların yeteneklerine göre çeşitli sportif faaliyetlere katılmaları teşvik edilmektedir. Çünkü sportif faaliyetlerin varlığı, insanların bu alandaki ihtiyaçlarından doğmaktadır. Program, spor hizmetleri üretiminin ana omurgasını oluşturmakta, bu hizmetlerin topluma daha yaygın olarak ulaştırılmasına vesile olmaktadır (İşlertaş 2006: 14).

1.6.2. Spor Tesislerinin Önemi

Günlük hayat tempomuz, hem bedenen hem de ruhen yorgun düşmemizi sağlayacak şekilde hızlıdır. Bu hızın olumsuz etkilerini azaltmak için spor yapmak, bunun için de spor kulüplerine üye olmak veya spor tesislerinden yararlanmak gerekmektedir (Çamlıyer 1999, Aktaran: Korucu Aytan 2010: 24).

Spor, kendisinden beklenileni vermesi için kendine ait yerlerde yapılmalıdır. Gelişmiş ülkeler, tesisi doğru yerde, uygun şekilde hizmet vermek amacıyla yaptıkları tesisler sayesinde sportif başarıyı yakalamışlardır. Günümüzde ulusal ve uluslararası spor arenasında lafi dinlenen ülkeler, spor tesisi bakımından problemlerini çözmüşlerdir (Ramazanoğlu 2000: 1).

Sporun, insan sağlığına olumlu katkısı olduğu bilimsel bir gerçek olarak tartışmasız kabul edilmektedir. Ancak bu ifade, bilinçli ve kararında yapılan spor için geçerlidir. Sporun cinsiyet, yaş ve bazı fiziksel değişkenler dikkate alınmaksızın toplumun her kesiminin kolaylıkla ve eşit şekilde ulaşımına katkı sağlaması gereken kurumlar arasında spor merkezleri de yer almaktadır. Bu işlevi yerine getirebilmeleri için de hizmet edebilecek kabiliyette olmaları beklenen bir durumdur. Spor işletmeleri, toplumların sosyal ihtiyaçlarını temin edecek şekilde hizmetleri üretilip insanlara pazarlamak üzere, faaliyet gösterdikleri hizmet üzerinden maddi kazanç sağlarlar. Ancak asıl amaçları insanların spora olan ihtiyaçlarını gidermektir (Bingöl 2010: 4).

Son yıllarda, wellness kavramının yani sağlık ve zindelik hareketi, ülkemizde de giderek gelişmekte olduğu bir gerçektir. Reklamlar, yazılı ve görsel basın ve özellikle de ağızdan ağıza pozitif iletişim sayesinde, insanımızın büyük bir kısmında sağlık ve zindelik yönünde farkındalık oluşmuştur. Bu kavramın günlük hayatımıza girmesiyle, yani sağlık ve zindelik kavramına ne verenlerin özellikle fitness merkezlerine yöneldikleri görülmektedir (Yıldız, Süleyman Murat ve Tüfekçi, zlem 2010: 2).

Spor, cinsiyet, yaş, eğitim durumu ve bazı fiziksel yeterlilikler vb. gibi bazı demografik ve sosyo-kültürel değişkenler yönünden ayırım yapılmaksızın toplumun tüm kesimlerince eşit şekilde ulaşılabilir olması gereken bir etkidir diyebiliriz. Bu konuda görev üstlenen kurumlardan biri de özel spor salonu işletmeleridir. Özel spor salonlarının bu işlevlerini yerine getirmeleri toplumsal menfaat açısından önemlidir. Spor işletmelerinin asıl amaı kar elde etmek değil, insanların spora duydukları ihtiyacı gidermektir (Ekenci ve İmamoğlu (2002, Aktaran: Bingöl 2010: 1).

Bir ülkede sporun gelişmişlik düzeyine, spor tesislerinin sayıca çokluğuna bakarak söylemek mümkündür. Spor hizmeti, sunanlar ve yararlananların ortak menfaati üzerine kurulmuştur. Ortak menfaatlerin çakışması halinde, o ülke sporunun gelişme trendinde aksamalar yaşanması kaçınılmazdır (Salman 1992, Aktaran: Demiröz

2009: 1). Yine Salman'a (1992) göre; spor alanları ve tesisleri, spor kavramı için gerekli iki önemli parametreyi oluşturmaktadır. Çünkü spor, spor tesislerinde yapılır. Dünyada sporun hızlı bir şekilde büyümesiyle birlikte, zamanla spor branşlarında çeşitlilik de meydana gelmiştir. Sadece branşlar değil, tesisler de bu değişimden payını almıştır. Günümüzde çok farklı amaçları yerine getirebilecek şekilde, büyüklükte ve çeşitlilikte spor tesisleri yapılmaya başlamıştır (Aktaran: İşlertaş 2006: 13).

Spor işletmeleri, müşterilerine sundukları hizmetin bedeli olarak bir maddi kazanç elde etmek için kurulmuş olsalar dahi, asıl amaçları, hizmet verdikleri kesimin spora yönelik ihtiyaçlarını gidermek üzere kurulur (Ramazanoğlu ve Öcalan 2005: 36).

1.6.3. Spor Tesisleri Oluşumundaki Temel Kriterler

Spor tesislerinin oluşturulmasında temel kriterler aşağıdaki gibidir;

- Spor tesisleri, seyir sporuna yönelik olarak yapılmalıdır.
- Tesis yapımında ve kullanımında, kaynak israfı önlenecek şekilde politika güdülmelidir.
- Tesisler, planlandığı şekilde yapılmalı, zamanında teslim alınmalı ve zamanında kullanıma açılmalıdır.
- Spor işletmeciliği zihniyetinden uzaklaşmadan hijyen, ulaşılabilirlik ve kullanım kolaylığı gibi özelliklere azami itina gösterilmelidir.
- Arıza hallerinde acil müdahale edebilecek yeterlilikte ve sayıda teknik eleman olmasına dikkat edilmelidir.
- Özellikle okul çağındakileri teşvik edecek şekilde planlanmalıdır (yer seçimi, şekli vb. gibi unsurlar).
- Her kesimden vatandaşın eşit ve adil şekilde faydalanabileceği şekilde hizmete sunulmalıdır.

- Spor hizmetinden yararlananların yeme, içme, dinlenme gibi insani ihtiyaçlarını karşılayacak iç hizmet birimleri de bulunmalıdır.

- Spor tesisleri yatırımlarında kamunun ilgili birimleri birlikte çalışmalıdır (Bayındırlık, Milli Eğitim Bakanlığı, yerelde üniversite, mahalli idareler vb.).

- Tesislerin yapımında bazı değişkenler dikkate alınmalıdır. Bunların başında yerel nüfus popülasyonu, hava şartları, bölgenin spora gösterdiği ilgi, eğitim düzeyi ve sosyo-ekonomik şartları bunlar arasında sayılabilir.

- Özellikle, uluslararası organizasyonların yapılabilmesine imkân verecek şekilde dizayn edilmesi önemlidir. Çünkü bu tür organizasyonlar hem ülke tanıtımına hem de sporun evrenselliğinin anlatılmasına katkıda bulunur (Ramazanoğlu ve Öcalan 2005: 37).

1.7. Hizmet

1.7.1. Hizmetin Tanımı

Hizmet sektörü ve hizmette kalite kavramları, son zamanlarda daha çok kullanılmaya başlamıştır. Hem de ülkelerin girdilerinde önemli bir kalem olarak kabul edilmektedir. İşletmeler, varlıklarını sürdürebilmeleri için müşteri memnuniyetini ön planda tutmalı ve bu sayede rekabet üstünlüğü kazanmalıdır. Hizmet sadece sunulan değil ölçülebilen de bir kavram olarak karşımızda durmaktadır ve ölçümünün yapılması zaruridir (Ergin, 2010: 10).

Hizmet sektörünün hızla gelişmesinin nedenlerini aşağıdaki maddeler halinde özetleyebiliriz;

- Hizmet alanında acımasız bir rekabetin olması,
- Hizmet alanında çeşitliliğin mevcut olması,

- Yaşam standartlarındaki göreceli artış,
- İstihdam imkânının fazla olması (Çalışkan 2017: 4).

Müşteri yapısı giderek değişmektedir ve bu da işletmecilik alanında yeni gelişmelerin olmasını tetiklemektedir. İnternet spor alanında da etkinliğini göstererek, hizmetten yararlananın aldıkları hizmeti tartma, kıyaslamalarına da imkân tanımaktadır. Bilinçli tüketici kavramı da yayımlanmaktadır. Bilinçli tüketici ve tüketici bilincinin giderek artmasıyla hizmet işletmelerinin gerek ürünlerinde gerekse de hizmet sunumlarında daha fazla müşteri odaklı davranmaları bir gereklilik olarak kabul edilmektedir (Aycil 2013: 1).

Konya (2001) hizmet kavramlarını aşağıdaki şekilde derlemiştir;

Hizmet;

- Satışa arz edilen soyut ya da somut mamullerin satışına dayalı olarak verilen faaliyetler bütünüdür.

- Kurum ya da kişilerin kendi başlarına yapamadıkları veya yapmak istemedikleri ama ihtiyaç duydukları işlerin yapılmasıdır.

- Pazara sunulan herhangi bir somut (elle tutulamaz) ürün demetidir.

- Birilerinin diğerlerine arz edebileceği, özellikle soyut, herhangi bir şeyin mülkiyetini almaya gerek duyulmayan faaliyet ya da faydadır. Üretimi, fiziksel bir ürüne dayalı olabilir de olmayabilir de.

- Değeri, üretildiği anda doğrudan alıcıya aktarılan soyut bir üründür (Aktaran: Armağan, 2005: 39).

Çimen ve Gürbüz'e (2007) göre hizmet; insan ihtiyaçlarını karşılayacak, yarar ve doyum sağlayan, soyut olarak yapılan etkinliklerin tümü, daha geniş bir perspektif açısıyla insanın ferdi veya grup olarak duyduğu ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla, belirli bir fiyat üzerinden kullanıma arz edilen ve herhangi bir malın mülkiyetine ihtiyaç

duymayan, yarar ve doyuma ulaşmayı sağlayan, soyut faaliyetlerin tümüdür. Kotler (1997) ise hizmeti şöyle tanımlamıştır: hizmet bir tarafın diğer tarafa arz ettiği, aslen dokunulmaz olan ve herhangi bir şeyin sahipliğiyle sonuçlanmayan bir faaliyet ya da faydadır. Üretilmesi ise fiziksel bir ürüne bağlı olabilir veyahut da olmayabilir (Aktaran: Yüzgenç 2010: 24).

1.7.2. Hizmetin Önemi

Gerek yerel gerekse global alanda, ekonomi alanında yaşanan ilerlemeler sayesinde insanın yaşam standardı yükselmiştir. Bu da hem maddi bir rahatlık sağlamıştır. Maddi olarak rahat olan insanların hizmetlerden beklentileri de yüksek olacaktır. Bugünün değişen ve gelişen global ortamında, çoğu sektör ve kurum, acımasız rekabet ortamında ayakta kalmak için kendilerine farklı stratejiler ve avantaj sağlayacak uygulamalar geliştirme çabası içine girmiştir. Bu ortamda en büyük silah “hizmet kalitesinde artış” kabul edilmektedir (Atılğan 2001: 11).

Hizmet sektörü, günümüz ekonomilerinde hızla artan bir şekilde yer almaktadır. Yirminci yüzyılın ikinci yarısından itibaren, gerek gelişmekte olan gerekse de gelişmiş ülkelerde, hizmet sektörü daha fazla önem kazanarak, tarım ve sanayi sektörünü ikinci plana atmış gibi gözükmektedir. Hizmetin soyut olma özelliğinden dolayı, hizmet sunucusu işletme tanımı ve tarifinde zorluk yaşanmaktadır. Ancak hizmet işletmesini tarif etmek, hizmet kavramını tarif etmek kadar zor olmamaktadır. Hizmet işletmesi, genel manada hizmetin pazarlandığı yer olarak tarif edilebilir. Bu tanıma dahil olan işletmelere “saf hizmet işletmesi” adı verilmektedir. Saf hizmet işletmesi, ilk önce hizmetlerin satışa sunulduğu mekânlardır. Hizmet işletmeleri, başka insanların veya insan topluluklarının ihtiyaçlarını gidermek maksadıyla kurulur, ama ilk önceliği hizmet üretmek ve satmak olan endüstriyel teşekküller şeklinde tarif edilebilir (Sayım ve Aydın 2011: 248).

Özer ve Özdemir'e (2007) göre; ürün (mal) imalatına bağlı olarak gelişen sanayi sonucunda önce refah artmış, sonrasında da hizmet sektörü doğmuştur. Ekonomilerin gelişmişlik seviyeleri bakımından incelenmesiyle, gelişmiş ve ekonomisi güçlü ülkelerde hizmet sektörünün diğer ülkelere göre daha çok ağırlık kazandığı görülebilir. Ekonomilerin performansı, hizmet sektörünün ekonomi içindeki payına ve toplum yaşamına olan etkisine bağlı görünmekte, hizmet sektörünün gelişmişliği ekonomide istihdam, yatırım ve girişimcilik imkânları doğurmaktadır. Ekonomik olarak gelişmiş ülkelerde hizmet sektörünün de aynı paralellikte gelişme gösterdiğini söylemek yanlış bir görüş olmayacaktır (Aktaran: Tüfekçi 2010: 5).

1.8. Hizmetlerde Kalite

1.8.1. Kalitenin Tanımı

Kalite, ilk anıldığı günden günümüze kadar farklı şekillerde algılanmış ve tarif edilmiştir. Rekabet ortamında üstünlük elde etme yeteneği, standartlara uyan ürün veya hizmet sunabilme ve bu alanda en iyisi olma özelliğinin sürdürülebilmesi olarak tarif edilebilirken, kaliteyi üreten örgüt bakımından kalite; müşteri beklenti ve isteklerini devamlı yerine getirecek şekilde üretilen ürün veya hizmet olarak tarif edilmektedir (Şimşek 1999, Aktaran: Erem 2003: 3).

Kalitenin tanımı, özelliği nedeniyle tam bir görüş birliği içinde tarif edilememiştir. Konunun uzmanları tarafından kalite, aşağıdaki gibi değişik tanımlarda ifade edilebilmektedir;

Kalite;

- Bir ürün veya hizmetin belirli bir ihtiyacı karşılayabilme kabiliyetini sergileyen karakteristiklerinin hepsidir.

- Ürün ya da hizmeti ekonomik bir şekilde üreten ve kullanıcının ihtiyaçlarına cevap veren üretim yöntemidir. Kalite; kullanılmakta olan bir malın ya da hizmetin, müşterinin ihtiyaçlarına cevap verebilmesine imkân veren pazarlanabilir, üretim ve bakım karakteristiklerinin toplamından oluşmaktadır.

- En ekonomik ve kullanışlı şekilde, müşteriye devamlı tatmin eden kaliteli ürünü geliştirmek, dizaynını yapmak, üretmek, kalite kontrolü yapmak ve satış sonrası bu hizmetlere devam etmektir.

- Bir ürünün ihtiyaçları karşılama derecesidir.

- Üretim amacına ve ihtiyaca uygunluk düzeyidir. Kalite, kusursuzluk arayışına sistematik bir şekilde ulaşmak isteğinin bir yoludur (Kasa 1990, Aktaran: Aslan 2007: 3).

Geleneksel manada kalite kavramı kısaca “standartlara uygunluk” şeklinde tarif edilmektedir. Fakat günümüzde kalite kavramı dar tanım kalıplarından sıyrılarak, esnek ve dinamik bir yapıya bürünmüştür. Bu özelliği sayesinde kalite kavramı yönetim tarafından kullanılan stratejik bir araç olarak karşımıza çıkmaktadır. Çağdaş manada kalite kavramı ise; bir ürün yahut hizmetin, gereksinimleri giderebilme kabiliyeti şeklinde tarif edilmektedir. Yani kalite kavramı; temelde bir ürün veya hizmetin sunumunda müşteri memnuniyetine dayalı bazı özelliklerin toplamıdır (Ada 2010: 21).

Rekabetin giderek acımasız hale geldiği günümüz ekonomilerinde, pazar payını korumak ve yükseltmek isteyen işletmelerin kalite kavramını tam merkezlerine almaları zorunluluk haline gelmiştir. İstenen kalitede hizmet sunan işletmelerin rekabet üstünlüğü sağlayarak karlı bir konuma geçmeleri kaçınılmazdır. Son zamanlarda giderek daha fazla konuşulan kalite kavramı, işletmeleri bu konuda daha hassas davranmaya zorlamaktadır. Bu zorunluluk spor üreten işletmeler için de geçerlidir. Spor işletmeleri müşteri tatmin düzeyini yükseltmek amacıyla hizmet kalitesi ölçüm yollarını kullanmakta kararlı olmalıdır (Tüfekçi 2010: 3).

Uyguç'a (1998) göre kalite; günümüz rekabet ortamında önemli bir savunma aracı niteliğindedir. Hizmet kalitesi kavramı da kalite kavramı ile birlikte daha çok önem gösterilen değişkenler olarak görülmektedir. Spor işletmeleri de faaliyet gösterdikleri alanlarda kaliteli hizmet sunmak için gayret etmelidir. Fakat hizmetler, soyut olma özelliğinden dolayı imalata yönelik kalite çalışmaları ve kalite tanımları ile hizmet kalitesinin anlaşılması olası gözükmemektedir. Bu nedenden ötürü hizmet işletmelerinin, kalite denetimi ve yönetimine, imalat işletmelerinden farklı bir yaklaşım getirmeleri zaruridir (Aktaran: Yüzgenç 2010: 15).

1.8.2. Hizmetlerde Kalite Kavramı

Hizmet endüstrisi son yıllarda hızla gelişmektedir. Bu gelişimle beraber çok farklı sektörlere ait hizmet işletmeleri ortaya çıkmıştır. Giderek artan rekabet ortamında faaliyetlerini sürdürmek isteyen işletmeler, müşteri devamlılığını sağlayabilmek için kaliteli hizmet sunmak zorunda olduklarının farkındadırlar (Aycan 2005: 26). Kalite kavramı hayatımızın her alanında daha çok yer kaplamaya başlamıştır. Kalite kavramı hem işletmeler hem de hizmetler açısından ön plandadır. İşletmeler, müşterilerine daha iyi hizmet verebilmek adına kalite çizgilerini yükseltecek arayışlar içine girmişlerdir. İşletmeler verdikleri kaliteli hizmet sayesinde devamlılığını sağladıkları müşteriler sayesinde hayatlarına devam edebileceklerinin farkına varmışlardır (Eker 2007: 21).

Hizmet kalitesi kavramını tek bir ölçü ile ifade etmek ve tanımlamak neredeyse imkânsızdır. Kalite tanımı, ürünler için ayrı hizmetler için ayrı yapılmalıdır. Hizmet üreten işletmelerin ürettikleri hizmetlere ait kalitenin nasıl olduğu, hizmeti üretenlerden ziyade hizmetten yararlanan son tüketicilerce belirlenir ve tüketici beğenisi de üretilen hizmetin beklentilerine ne kadar cevap verdiği ile doğru orantılıdır. O halde asıl mesele, hizmet kalitesinin müşteri gözündeki algısıdır (Yumuşak 2006: 23). Hizmet işletmelerinde kalite kavramını kıymetlendiren, o hizmetten yararlanan müşterilerdir. Bu yönüyledir ki hizmet işletmelerinde kalite olgunusun hizmetten yararlananlar tarafından ne şekilde algılandığı büyük önem arz etmektedir. Hizmet kalitesi;

müşterinin beklentisi ile gerçekleşen durum arasındaki fark olarak tarif edilebilir (Yumuşak 2006: 28).

Kalite kavramı, hizmet işletmelerinde, üretim yapmakta olan işletmelere göre daha önemli yer tutmaktadır. Çünkü bir mal üretirken belli standartlarda üretirseniz ürünün kalitesini sağlamış olursunuz. Ancak durum hizmet sektöründe böyle değildir. Hizmet sektöründe kalite algısı kişiden kişiye değişiklik gösterebilir ve herkes tarafından aynı şekilde algılanmayabilir. Bu gibi nedenlerden dolayı, üretim ve tüketimin eşzamanlı yapıldığı hizmet işletmelerinde, kalite kavramının doğru biçimde algılanması ve yönetilmesi gerektiği gerçeği, varlığını sürdürmek isteyen işletmeler için yaşamsal bir gereklilik haline gelmiştir (Ertürk 2011: 2).

Tekinkuş'a (2000) göre hizmet kalitesi; sunulan hizmeti diğer hizmet sunucularından farklı kılan ve hizmetten yararlanan müşteriler tarafından verilen değerdir. Müşteri hizmetlerinde kalite kavramını; müşterilerin takdirini ve kurum/marka sadakatini kazanmak için yapılması gerekenlerin harfiyen yerine getirilmesi olarak tarif edebiliriz. Geleneksel pazarlama döngüsü, müşteriler ile işletme arasında olmaktadır. İç pazarlama ise, iç müşteri-dış müşteri kavramının yayılmasıyla duyulmaya başlamıştır. Karşılıklı pazarlama ise müşterileriyle bire bir iletişim kuran personel ile hizmetten yararlananlar arasındaki ilişkilerin hepsini ifade etmektedir (Aktaran: Erem, 2003: 70).

Parasuraman vd. göre (1985) hizmet kalitesi; müşteri beklentisinin verilen hizmetle ne oranda karşılanabildiğinin bir ölçüsüdür. Kaliteli hizmet vermekse; müşterilerin beklentisinin karşılanabilme derecesiyle ilgilidir. Karahan'a (2006) göre ise; hizmetin arz edilmesinde iki temel esas bulunmaktadır. Bunlardan birincisi; hizmetin verilmesine yardımcı olan araç ve gereçlerdir. İkincisi ise; hizmeti veren insandır. Hizmetin verilmesine yardımcı olan araç ve gereçlerin tanımlanması, bunlardan elde edilen fayda-maliyet oranının belirlenmesi ve karşılaştırılması oldukça basit yöntemlerle yapılabilmektedir. Ancak insanlar tarafından verilen hizmet için bu işlem o kadar da kolay değildir. Hizmetin verilmesi için kullanılan araç ve gereçlerin

kalitesi ne kadar yüksek olursa olsun, bu araç ve gereci kullanan ve hizmeti karşı tarafa aktaran kişilerin yeterliliği az ise veya bu işlerini severek değil de zorla yapıyorlarsa, müşteri bunu hemen anlayacak ve tatminsizliğini belirtecek bilince sahip olduğunu bir şekilde karşı tarafa yansıtır. Bu da kurumsal imaj açısından hiç de iyi olmaz (Aktaran: Tüfekçi 2010: 15).

Esin (2000) hizmet kalitesini; hizmetten yararlanan müşterinin, hizmeti aldıktan sonraki yaşadığı hissiyatı olarak tanımlamıştır. Hizmet kalitesi kavramını, müşterinin ihtiyaç ve beklentileri uyarınca, sunulan hizmette bulunması zorunlu özellikler, hizmetin de bu özellikler ve niteliklere haiz olma düzeyi şeklinde tanımlamak da yanlış olmaz (Aktaran: Demiray 2012: 28).

1.8.3. Hizmetlerde Kalitenin Önemi

Global dünyada küresel rekabetin giderek çoğalması, müşterilerin ihtiyaç ve isteklerinin değişkenlik gösterebilmesi, hizmet sunumunda müşteri memnuniyeti ve bunun da getirisi olarak müşteri sadakatinin teminini zorunlu hale getirmiştir. Müşterilerin ekonomik ve sosyal statülerine bağlı olarak ihtiyaç duydukları mal ve hizmetler de değişmektedir (Ergin 2010: 1).

Müşterilerin beklentileri en iyi ve mükemmel şekilde karşılamaya, en geniş anlamıyla “hizmet kalitesi” denir. Başka bir tanımda ise hizmet kalitesi; hizmet sunucularının müşteri beklenti ve isteklerini karşılayabilme veyahut bu isteklerin de ötesinde bir hizmet anlayışına sahip olma becerisi olarak tarif edilmektedir (Armağan, 2005: 95). Hizmet kalitesi, gerek hizmet sağlayıcılar gerekse de müşteriler tarafından oldukça önemli bir konudur. Rekabet avantajı elde etmek isteyen hizmet işletmeleri bu kavrama özellikle sahip çıkmalıdır (Eker 2007: 23).

Hizmet sektöründe oluşan yapılan değişiklikler ve artan rekabetle birlikte, her an her yerde elimizin altında olan internet teknoloji de tüketicilerin bilinç düzeylerinin artırmaya yardımcı olmuştur. Bu nedenden dolayı işletmeler kaliteli ve nitelikli ürün ya da hizmet üretmek yolunda birbirleriyle yarış içine girmişlerdir. Hizmet işletmelerinde öncelik müşteridir. Müşteri memnuniyetinin sağlanması ve devamında müşteri sadakatinin kazanılması, gelecek yıllar için şirketin yaşam döngüsüne güvenle bakılmasına imkân tanımaktadır. Yani müşterilerin varlığı kadar şirketler ayakta kalır. Özellikle hizmet üreten işletmeler, müşterilerin beklentilerini çok iyi tespit etme ve yerine getirmede cesur adımlar atmalıdır. Bunun için de işletmeler, sundukları hizmetin verimliliğini farklı ölçüm yöntemleriyle belirlemeli, bunu bir defa değil sürekli olarak yapmalıdır (Dalgıç 2013: 1).

Sunduğumuz kalite düzeyi ne kadar yüksek olursa, müşteri memnuniyeti ve bağlılığı da o derece yüksek olur. Bu doğrultuda, sunulan hizmet kalitesini sürekli iyileştirme gayretleri, toplam kalite yönetimi uygulamalarıyla daha da hız kazanmış ve bu uygulamalar uluslararası standartlar haline getirilerek kullanılmaya devam edilmiştir. Müşteriye sunulan hizmetlerin kalitesinin üst basamaklara çekilmesi, müşteri kafasında düşünme, hizmet işletmelerinin bu düşünce etrafında reorganizasyonu, müşterilerin yararlandıkları hizmet ve ürünlere ait şikâyetlerini ciddiye alarak çözüm önerileri sunmak gibi uygulamalar, müşteriyi elde tutmanın bazı yolları olarak görülmektedir (Erem 2003: 1).

Kılıç vd. (2009) göre; ülke ekonomilerinin gelişmişlik göstergelerinden biri de hizmet sektöründeki gelişme düzeyidir. İmalat sektörlerinde gelişimin göstergeleri arasında finansal yatırımların derecesi ilk sıralarda yer alır. Fakat hizmet sektörlerinde finansal boyuttan daha çok “kalite” kavramı daha önemli yer tutmaktadır. Hemen hemen tüm işletmelerin rekabet edebilmeleri için temel dayanakları, müşteri memnuniyeti diyebiliriz. Bu durum aynı şekilde ve daha da yoğun olarak hizmet işletmeleri için de geçerlidir. Müşteri tatmini, bir ürünün alınması ve kullanımından

sonra ortaya çıkmaktadır. Fakat hizmet işletmelerinde durum böyle değildir (Aycil 2013: 6).

1.8.4. Spor Hizmetlerinin Tanımı

İnsan, hizmet sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin en önemli sermayesini oluşturmaktadır. İşletmelerde yönetimin her basamağında insan faktörü önemlidir. İnsan ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla faaliyette bulunan ve bunu yerine getirmede gerekli üretim elemanlarına sahip olan spor işletmelerinin gayesi, kaliteli ve çeşitli branşlara has hizmetler sunarak, bu sayede sektörden yararlanan insanların memnuniyet düzeylerinin artmasını sağlamaktadır. Spor işletmelerinde, spor hizmetlerinin stoklanma özelliğinin olmaması nedeniyle üretildiği anda tüketilmesi söz konusudur (Ramazanoğlu ve Öcalan 2005: 36).

Çimen ve Gürbüz (2007) spor hizmetlerini; insanların spora ait ihtiyaçlarını temin etmek maksadıyla, belirli bir fiyattan satışa sunulan ve herhangi bir malın mülkiyetine ihtiyaç duyulmayan, fayda ve doyum oluşturan, elle tutulmaz, soyut faaliyetlerin tümü şeklinde tanımlamışlardır. Spora has özelliklerin de bulunduğu spor hizmetlerinin geniş ve kapsamlı bir tanımını yapmak gerekirse; insanların spora ait ihtiyaçlarını gidererek onların eğlenme, günlük hayatın stresinden uzaklaştırma, sağlıklı olmalarına yardımcı olma, iyi görünmelerin katkı sağlama, sosyalleşmelerine ön ayak olma, zorluklara karşı mücadele etme gibi yararları temin etmeye imkân veren soyut ve birbirinden farklı faaliyetlerin tümü olarak söyleyebiliriz. Ekenci (2002) için spor tesislerindeki hizmet üretimi; asıl olarak insanları memnun etmeye yetecek spor programlarına dayanmaktadır. Spor programları ise; insanların değişik spor faaliyetlerine katılma arzularının yerine getirilmesi için gerçekleştirilen bir planlama süreci olarak kabul edilmektedir. Çünkü sportif örgüt varlığı, insan ihtiyaçlarından doğmakta ve bu ihtiyaçlar üretilen spor programları ile giderilmektedir. Spor hizmetleri üretiminin esasını, spor programları oluşturmaktadır (Aktaran: Yüzgenç 2010: 39).

1.8.5. Spor Hizmetlerinin Özellikleri

Günümüzde spor hizmetlerinin giderek hızlı bir şekilde çoğalması ve daha çok çeşitlilik ve özellikler içermesi nedeniyle, spor hizmetlerine duyulan ihtiyacı giderek artırmıştır.

Hizmet sektörü içerisinde; spor ve fiziksel etkinlik hizmetleri oldukça büyük yer kaplamaktadır. Yirminci yy. başlayarak büyüyen ve büyüdükçe de çeşitliliği artan modern spor, günümüzde insanların alana olan ilgisini daha çok çekerek onları peşinden sürüklemektedir. Haliyle de yükselen bu ilgi, sporu bir “endüstri” haline getirmeye yetmiştir. Teknolojik gelişmeler, sporun bir endüstri haline gelmesine destek vermiştir. Tesisler, araç ve gereçlerdeki modern formlar, kitle iletişim ve sosyal medya araçlarının inanılmaz derecede gelişmesi, bu endüstriye olan ilgiyi körüklemeye devam etmektedir. Teknolojik gelişmeler bir yandan hayatımızı kolaylaştırırken bir yandan da bizleri tembelleştirmiştir. Daha az hareket ederek daha çok kazanım elde etme imkânına sahip olan insanoğlu, hareketsiz yaşam tarzıyla birlikte çeşitli sağlık problemleriyle karşılaşmaktadır. Bunun önüne geçmek için de spor yönelmeyi tercih etmiş insanlar bu ihtiyaçlarını yerine getirmek için spor tesislerine yönelmişlerdir (Yıldız 2010: 2).

Hizmet sektöründe ürünlerin meydana getirilmesi, müşteriye sunumu ve müşteri üzerinde yarattığı tatmin düzeyinin tespitinde bazı teknik ve kavramların imalat sektöründen alınmasına karşılık, hizmet kalitesinin yükseltilmesi amacıyla bazı spesifik çabaların gösterilmesi zorunludur. Bunun da en önemli sebebi; hizmetlerin yani spor hizmetlerinin mallardan farklılık gösteren bazı özelliklerinin olmasıdır (Çimen 2003: 14).

Saunders vd. (1992) bu özellikleri maddeler halinde aşağıdaki gibi sıralamışlardır;

- Spor hizmetlerinin fiziki varlığa sahip olmaması (soyut olması),

- Spor hizmetlerinde üretim ve tüketimin aynı zaman diliminde olması,
- Spor hizmetlerinin dayanıksız olması ve stoklanamaması (sadece yeniden yapılabilir),
- Spor hizmetlerinin erişilebilirliğinde eşit davranılması,
- Spor hizmetini sunanların, verdikleri hizmetin bir "ürün" olduğu hakkındaki algı eksiklikleri,
- Spor hizmetlerinde hizmeti sunanların, yeterlilik düzeylerini satın alma isteği üzerinde etkili olması,
- Spor hizmetlerinin sunulduğu tesislere rahat ulaşım imkânının, satın alma arzusuna etki etmesi,
- Spor hizmetlerinin sunulduğu tesisin dış görünümünün de satın alma arzusuna etki etmesi,
- Spor hizmetinin sunulduğu zaman dilimi de satın alma arzusuna etki etmektedir (Çimen 2003: 14).

Spor ürününü öteki ürünlerden ayıran dört ana özelliği bulunmaktadır. Bunlar; soyutluk, ayrılmazlık, değişkenlik ve dayanıksızlık olarak ifade edilmektedir (Tüfekçi 2010: 11).

Kotler ve Armstrong (2011) hizmetin özelliklerini aşağıdaki tabloda gösterildiği gibi açıklamışlardır (Aktaran: Dedeoğlu 2012: 26).

<u>Dayanaksızlık</u>	<u>Değişkenlik</u>
Hizmetler ileri bir tarihte satılmak ve kullanılmak için stoklanamaz.	Hizmetin kalitesi onu kimin, nerede, ne zaman ve nasıl sunduğuna bağlı olarak değişir.
HİZMET	
<u>Ayrılmazlık</u>	<u>Soyutluk</u>
Hizmetler o hizmeti sağlayanlar ayrı tutulamaz.	Hizmet satın alınmadan önce görülemez, hissedilemez, tutulamaz ve algılanamazlar.

Şekil 1.3: Hizmetin Özellikleri (Kotler ve Armstrong 2011)

1.8.6. Sporda Hizmet Kalitesi

Spor bilinci, günümüzde giderek gelişmektedir. Bu sayede de spor yapan insanların sayısında artış görülmekte ve spor yapılacak alanlara olan ihtiyaç da artmaktadır. Bunun yanında spor sektöründeki hizmet sunumunda rekabet ortamı da giderek acımasız ve kaçınılmaz hale gelmiştir. İnsanlar, spor salonu tercihlerinde en önce müşteri memnuniyet düzeyini dikkate almaktadırlar.

Ülkemizde de, dünyanın genelinde olduğu gibi sağlıklı yaşam ve güzellik kavramları giderek daha fazla kullanılmaya başlamıştır. Gerek yazılı gerekse görsel medyada yer alan reklamlar başka olmak üzere hizmetten yararlananların karşı tarafa aktardığı olumlu veya olumsuz görüşler, spor hizmeti sunun işletmelerin rekabette daha cüretkâr davranmalarını gerekli kılmaktadır. Sağlıklı yaşam için çaba sarf etmek isteyenlerin spor sağlık merkezlerine üye olma eğiliminde oldukları bilinmektedir. Her sektörde olduğu gibi, spor sağlık hizmeti arz eden işletmelerin sayılarının çoğalmasıyla bu alandaki rekabet de artmıştır. Bu alanda rekabet etmek isteyen işletmelerin, müşteri

odaklı stratejileri geliştirme yolunda adımlar atması zorunludur. Bu adımları atmada istekli ve başarılı olan işletmeler, müşteri devamlılığı ile ödüllendirilmiş olur. Aksi halde pazardan çekilerek yerine daha iyi hizmet sunan bir işletmenin kendi müşterilerini almasını ve kazanç elde etmesini seyretmek durumunda olmaları kaçınılmaz bir sonudur (Yıldız ve Tüfekçi 2010: 2).

Sporda hizmet kalitesi kavramını ele alırsak, bu kavramın soyut unsurlar bakımından daha çok ifade edildiğini görebiliriz. Spora has özelliklerin de bulunduğu spor hizmetleri "insanların spora dair ihtiyaçlarının karşılanmasını, bunu sağlarken de eğlenmelerini, günlük hayatta yaşadıkları stresten uzaklaşmaları, sağlıklı olmalarını, iyi görünmelerini, sosyalleşme ve mücadele etme yeteneği gibi yararları temin eden soyut ve birbirinde farklı etkinliklerin tümü" olarak tarif edilebilir. Spor hizmetlerinin gruplandırılması, spor hizmetlerinin ne manaya geldiğinin bilinmesinde önemli bir model kabul edilmektedir. Spor hizmetleri; katılım türüne göre iki farklı şekilde gruplandırılabilir. Bu boyutlar; seyre dayanan spor hizmetleri ve katılıma dayanan spor hizmetleri şeklinde tanımlanabilir (Çimen ve Gürbüz 2007, Aktaran: Akgül vd. 2009:35). Serarslan'a (2005) göre spor hizmetinin kalitesi ve içeriği; hizmeti sunan kişiden kişiye, hizmetten yararlanan kişiden kişiye hatta gün gün, saat saat değişkenlik gösterebilir. Bazı spor hizmetlerinin emek yoğun şekilde sunulması ve bu spor hizmetinden faydalananların arzu ve isteklerinin farklılık göstermesi, spor hizmetlerini tek bir çatı altında toplanmasını mümkün kılmamaktadır (Aktaran: Yüzgenç 2010: 40).

Çakırer (2010) için spor işletmelerinde kalitenin anlaşılabilmesi; spor hizmetlerinin iyi bilinmesi bakımından lazımdır. Bir spor işletmesini, öteki spor işletmesinden farklı tutan en önemli değişkenlerden biri; rakip işletmelerden çok daha yüksek kalitede hizmet üreterek müşterilerine daha uygun fiyatlarla sunabilmesidir. Rekabette üstünlük sağlamak isteyen spor işletmeleri, farklı ve müşteri tarafından istenilen kalitede hatta üzerinde bir kalite çizgisinde hizmet üretme ve sunma stratejisini gütmek zorundadır. Bu sayede karlılıklarını artırarak devamlılıklarını sağlayabilirler ve de en önemlisi rekabette üstünlük sağlayabilirler. Hâlbuki gerçekte önemli olan sadece

müşterilerin hizmet kalitesi beklentilerini karşılamaktan öde değildir. Müşteriler, bekledikleri hizmet ile sunulan hizmet arasındaki farkı her zaman değerlendirirler. Şayet verilen hizmet beklentilerinden az ise başka işletmelerde bu farkı kapatmaya yönelirler. Ters durumda ise yani verilen hizmet beklentilerinin üzerinde bir kaliteye sahipse o zaman da tatmin düzeyleri artar ve o hizmeti aynı işletmeden almaya devam ederler (Aktaran: Köşker Demir 2010: 35).

Yıldız'a (2008) göre; giderek yoğunlaşan yenilik istekleri, rekabet koşulları ve rekabet etme seçenekleri, hizmet sunucusu organizasyonların sürekli kaliteyi ön planda tutmalarına neden olmaktadır. İşletmenin varlığını sürdürebilmesi için sürekli gelişmesi ve yüksek kalitede hizmet sunması, müşteri tatmin düzeyinin artmasını sağlamaya yönelik uygulamalardır. Müşteri, işletmenin devamlılığını sağlayan yegâne gelir kapısıdır ve bu kapının açık tutulması kimi uygulamaların yapılmasını zorunlu kılmaktadır ki bunun da başında kaliteli hizmet gelmektedir. Bu pencereden baktığımızda, hizmet sektörünün bir parçası olarak spor organizasyonları; fiziksel özellikleri, insan kaynakları ve ürettikleri programlarda, kaliteyi ön planda tutarak, müşterilerine yüksek hizmet kalitesi temin etmelidir (Aktaran: Tüfekçi 2010: 17).

Hizmet kalitesi olgusunun ne kadar önemli olduğunun her geçen gün daha da çok anlaşıldığı günümüzde, hizmet kalitesini önemsemeyen işletmelerin yoğun rekabet ortamında yaşamaları olası gözükmemektedir. Sunulan hizmetler bakımından daha tatminkâr ve müşteri beklentilerini karşılamada yeterli uygun hareketler sergilemek kadar, hizmet sunumundan kaynaklanan problemleri ve müşteri şikâyetlerini azaltmak veya daha iyisi ortadan kaldırmaya yönelik uygulamalara da önem vermelidir. Bu aşamayı sağlayan işletmelerin müşteri memnuniyet düzeylerinin yükselmesi olası bir sonuçtur. İnsanlar, problemlerinin çözümü için gösterilen çabadan daha fazla hoşnut kalmaktadırlar (Zengin ve Erdal 2000: 50).

1.9. Spor Tesisi Kullanıcılarının Algıladıkları Hizmet Kalitesine Yönelik Yapılan Araştırmalar

Spor tesislerinde hizmet kalitesini belirlemeye yönelik yapılan çalışmalar incelendiğinde üyelerin beklentilerinin bazı demografik özelliklere göre değiştiği söylenebilir. Üyelerin hizmet kalitesi algılarındaki en büyük etken olarak hijyen, çalışanların mesleki yeterliliği, ve ilgili personel gibi etkenler gösterilmektedir (Lagrosen ve Lagrosen 2007, https://www.researchgate.net/publication/242019651_Exploring_service_quality_in_the_health_and_fitness_industry, 4 Temmuz 2019'da erişilmiştir).

Mersin ilinde yerel yönetimlerin sunduğu spor hizmetlerinin kalitesini ölçmeye yönelik yapılan çalışmada katılımcıların spor tesisi tercihi dağılımında en yüksek oranla %25.8 “belediye tesislerinin olduğu ortaya çıkmıştır. Katılımcıların “günümüzde kent insanının doğal hareket ihtiyacının karşılanması bir problem haline gelmiştir” görüşüne erkek ve kadın katılımcılar en yüksek oranda “katılıyorum” cevabını vererek spor yapmanın gerekliliğini ortaya çıkmıştır (Kurtoğlu 2006: 65-66).

Ceyhan'un (2006) Türkiye'deki özel sektör spor işletmelerinden faydalanan kişilere yaptığı çalışmada; kişilerin demografik yapısı incelendiğinde orta yaş olarak belirtilen 56 yaş ve üzeri kişilerin sportif faaliyetlerde bulunmayı talep etmediğinin, daha çok genç nüfus olarak nitelendirilen 18-35 arası yaş grubu kişilerin daha fazla spor yapma alışkanlığının olduğu görülmektedir. Spor tesislerinden yararlanan kullanıcıların, bu merkezlere gelme nedenlerinin başında sosyo-kültürel ihtiyaçların giderilmesi gelmektedir. İşletmenin algılanan hizmet kalitesi ile spor merkezi kullanıcılarının demografik yapıları arasında ilişki vardır.

Tüfekçi'nin (2010: 33) “fitness merkezi müşterilerinin hizmet kalitesine yönelik beklenti ve algıların değerlendirilmesi” konulu çalışmasında; müşterilerin hizmet

kalitesi algısı demografik değişkenlere göre incelendiğinde, genel olarak istatistiksel açıdan negatif yönde anlamlı farklılık olduğu tespit edilmiştir. Bu durum spor tesislerinin, kullanıcıların beklentilerini yeterince karşılamadığını göstermektedir.

Yerlisu Lapa ve Baştaç'ın (2011) Antalya'da bulunan bir fitness merkezini kullanan üyelere yaptığı çalışmada ise; üyelerin değerlendirdikleri hizmet kalitesi yaş, cinsiyet ve eğitim düzeyi değişkenlerine göre incelendiğinde, genel olarak üyelerin kullandıkları spor merkezlerinden memnun oldukları görülmüştür. Farklı spor tesislerini kullanan üyelerin hizmet kalitesi algısındaki bu farklılık, işletmelerin izledikleri stratejilere göre değişiklik göstermesine bağlı olabilir.

Manisa ilinde bulunan bir fitness merkezi üyelerine yapılan çalışmada, üyelerin genel hizmet kalitesi algıları orta düzeyde çıkarken, ortam koşulları kalitesi ve program kalitesi hizmet algıları yüksek düzeyde, egzersiz alet ve ekipman kalitesi hizmet algıları orta düzeyde, etkileşim kalitesi hizmet algıları yüksek, fiziksel çevre kalitesi algıları düşük düzeyde çıkmıştır. Hizmet kalitesi algıları üyelerin cinsiyet değişkenine göre incelendiğinde genel olarak kadınların hizmet kalitesi ve boyutlarına yönelik algılarının erkeklere göre daha fazla olduğu anlaşılmıştır. Ayrıca elde edilen veriler üyelerin cinsiyet, öğrenim durumu, spor merkezini hangi sıklıkla kullandıkları, ne kadar süredir üye oldukları ve çalışma durumları değişkenlerine göre hizmet kalitesi algıları değişmektedir (Yıldız, Onağ ve Onağ 2013: 121).

Akgül, Sarol ve Gürbüz'ün (2009) yapmış olduğu rekreasyonel amaçlı hizmet veren spor işletmelerinde yaptığı çalışmada; genel anlamda hizmet kalitesi algısının düşük olduğu anlaşılmıştır. Bu çalışmaya göre spor tesisi katılımcılarının beklentilerinin yeterince karşılanmadığı, bireylerin aldıkları hizmet sonucunda yeterli düzeyde tatmin olmadıkları söylenebilir.

Hizmet kalitesi algısı aylık gelir düzeyine göre incelendiğinde “uzman personel” ve “temizlik” alt boyutlarına göre anlamlı farklılık ortaya çıkmıştır. Düşük gelir grubuna sahip kişilerin hizmet kalitesi algısının da düşük düzeyde olduğu anlaşılmıştır. Medeni durum açısından incelendiğinde bekâr kişilerin algılarının evli kişilerden daha yüksek olduğu ortaya çıkmıştır. Cinsiyet değişkeni açısından hizmet kalitesi algısı incelendiğinde ise erkek katılımcıların kadın katılımcılara göre daha memnun oldukları anlaşılmıştır (Katırcı ve Oyman 2011: 98).

Yıldırım’ın (2018) Eskişehir Osmangazi Üniversitesi spor tesislerinden yararlanan kişilere yaptığı çalışma sonucunda; kişilerin demografik özelliklerine göre memnuniyet algıları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar bulunmuştur.

KKTC’de faaliyet gösteren spor tesisinde daha çok genç nüfuslu, eğitim seviyelerinin yüksek ve çoğunluğunun erkek olduğu üyelere yapılan çalışmada, cinsiyet değişkeni açısından hizmet kalitesi algısı incelendiğinde kadın üyelerin ortam koşulları kalitesi algılarının erkek müşterilere göre daha yüksek olduğu, üyelerin yaş ve eğitim düzeyleri bakımından ise kalite algılarının herhangi bir açıdan değişmediği görülmüştür (Çeto 2016).

Güçlü’nün (2013) “Yerel Yönetimlere Ait Fitness Merkezlerindeki Algılanan Hizmet Kalitesi” adlı yüksek lisans tez çalışmasında; katılımcıların etkileşim kalitesi alt boyutunda: cinsiyet, eğitim durumu, medeni durum, gelir düzeyi arasında anlamlı farklılık bulmuştur.

Öztürk’ün (2014) “İzmir ve Manisa İllerinde Rekreatif Faaliyet Gösteren Özel Spor İşletmelerinin Hizmet Kalitesi Açısından İncelenmesi ve Karşılaştırılması” adlı doktora tezinde; katılımcıların ortalama fark değerlerini (hizmet kalitesi memnuniyet puanlarını) tüm boyutlarda negatif yönde (algılanan hizmet kalitesi- beklenen hizmet kalitesi) tespit etmiştir. Manisa ilinden araştırmaya katılanların

personel boyutu haricinde tüm boyutlarda hizmet kalitesi memnuniyet puanlarının İzmir ilinden araştırmaya katılanlara oranla daha düşük olduğunu belirterek, kadın katılımcıların erkek katılımcılara oranla personel memnuniyet puanlarının daha düşük bulunduğunu ifade etmiştir.

Aslan'ın (2017) "Erzurum İlinde Bulunan Özel Beden Eğitimi ve Spor Tesislerinde Sunulan Hizmet Kalitesinin İncelenmesi" başlıklı yüksek lisans tez çalışmasında; Erzurum ilindeki fitness ve spor merkezlerinden alınan hizmetin kalitesi ile ilgili algılar beklentilerin 0,85 puan (%14) altında kaldığını, algılanan hizmet ile verilen hizmet arasında tespit edilen fark alt boyutların tamamında ve genel ortalamada istatistiksel açıdan anlamlı bulunduğunu belirterek, sonuçta beklenen ve algılanan hizmet arasında önemli bir fark oluşmuş olduğunu beyan etmiştir.

Eraslan'ın (2014) "Üniversite Yerleşkelerindeki Rekreatif Spor Merkezlerinde Hizmet Kalitesi" adlı yüksek lisans tez çalışmasına; üniversite türüne göre RSHKÖ toplam puanında anlamlı bir fark görüldüğünü ($p<0,05$), ayrıca, RSHKÖ "program kalitesi" ve "fiziki çevre kalitesi" alt boyutlarında da anlamlı bir fark bulunduğunu ($p<0,05$), sonuç olarak; vakıf üniversitesi yerleşkelerindeki rekreatif spor merkezlerini kullanan öğrencilerin hizmet kalitesi algıları RSHKÖ "program kalitesi" ve "fiziki çevre kalitesi" alt boyutunda ve kalite algısı toplam puanlarında devlet üniversitesindeki öğrencilerden daha yüksek olduğunu belirtmiştir.

Osmanoğlu'nun (2017) "Spor Turizmi Yapan Otel İşletmelerinin Hizmet Kalitesinin Sporcular Açısından Değerlendirilmesi" adlı doktora tezinde; ülkemizin birinci, ikinci ve üçüncü liglerindeki futbol, basketbol, voleybol ve bireysel branşlarda mücadele eden profesyonel sporcuların, branş, medeni durum, konaklama süresi, otel sınıfı, yaş, spor yılı ve gelir durumlarının, spor hizmeti sunan otel işletmelerinin hizmet kalitesi algısı üzerinde etki ettiğinin söylenebileceğini, ayrıca cinsiyet, eğitim durumu ve sporcuların mücadele ettiği klasman gibi değişkenlerinin de spor turizmi sunan

otellerin kalite algısı üzerinde herhangi bir etkisinin olmadığı sonucuna ulaştığını belirtmiştir.

Demirel'in (2013) "Rekreasyonel Spor/Fitness Programı Sunan İşletmelerde Hizmet Kalitesi" adlı doktora tezinde; spor işletmelerinden faydalanan üyelerin, işletmelerden beklentilerinin yüksek olduğunu anlaşıldığını, ancak bunun yanında algılanan hizmet kalitesi puanlarında bazı boyutlar açısından düşük olduğunu gördüğünü belirtmiştir.

Kuzu'nun (2010) "Yaşlı Bakım Kurumlarında Hizmet Kalitesi Kavramı ve Kavramsal Hizmet Kalitesi Modeli: Servqual Uygulaması" adlı doktora tezinde; hizmet kalitesi sonuçlarında, hesaplanan hizmet kalitesi puanının negatif olması, huzurevlerinin, sakinlerin beklentilerini karşılayamadığını, en yüksek farkın (huzurevi sakinlerinin beklentilerinin en az karşılandığı boyut) "duyarlılık"; en az farkın (huzurevi sakinlerinin beklentilerinin en fazla karşılandığı boyut) da "güvenilirlik" olarak gözlemlendiğini belirtmiştir.

Doğan'ın (2016) "Belediyelerde Hizmet Pazarlaması: Muş Belediyesi Hizmetleri Üzerine Bir Uygulama" başlıklı yüksek lisans tezinde; katılımcıların belediye hizmetlerinin birçoğunu yetersiz bulduğunu belirtmiştir. Bu farklılıkların özellikle belediyenin park, bahçe vb. yeşil alanların yeterliliği, belediyenin semt pazarı denetimleri, belediyenin sokak çocuklarına sunduğu hizmetler vb. konularda belediyenin faaliyetlerini yetersiz gördüğü sonucuna ulaştığını belirterek, belediyenin bu konularda gerekli düzeltmeleri ve düzenlemeleri yapması konusuna dikkat çekmiştir.

Çiftçi ve Çakmak'ın (2018) "Fitness Merkezleri Müşterilerinin Hizmet Kalitesi ile İlgili Beklenti ve Algı Düzeylerinin İncelenmesi" başlıklı makalede; beklenen hizmet ve algılanan hizmet kalitesinin cinsiyet, gelir düzeyi, tesisi kullanma sıklığı ve eğitim düzeyi değişkenleri açısından incelemiştir. Araştırma sonucunda elde edilen

verilere dayanarak; tüm değişkenlerde beklenen hizmet kalitesi ve algılanan hizmet kalitesi boyutlarında farklılıklar bulunduğunu, ayrıca algılanan hizmet ve beklenen hizmet kalitesi değerlerinin anlamlı olarak farklılaştığını ($p<0,05$) belirtmişlerdir.

Genç'in (2017) "Yerel Yönetimlere Bağlı Spor ve Egzersiz Alanlarından Halkın Beklentileri (Elazığ İl Örneği)" başlıklı yüksek lisans tezinde; katılımcıların düzenli olarak spor yapma alışkanlıklarının düşük olduğunu, yerel yönetimler tarafından sunulan spor hizmetlerinden genellikle haftada 2-3 gün yararlandıklarını, yerel yönetimlerin sundukları spor tesislerinin yetersiz olduğunu düşündüklerini belirtmiştir. Araştırmasına katılan bireylerin spor tesislerinde gördükleri yetersizliklerin başında sırasıyla; kapasite yetersizliği, antrenör eksikliği ve soyunma odalarının halka açık olmamasının geldiğini beyan etmiştir. Katılımcıların ölçek alt boyutlarından sayısal yeterlilik, tercihler ve iletişim faktörlerinden orta düzeyde puan aldığı, hizmet yeterliliği ve rekreatif faktörlerinden ise orta düzeyin üzerinde puan aldıklarını belirlemiştir. Bunun yanında katılımcıların spor hizmetleri konusundaki görüşlerinin cinsiyet, yaş grubu, eğitim durumu, meslek grubu, gelir durumu, düzenli spor yapma durumu, spor yapmak için tercih ettikleri zaman dilimi, haftalık spor yaptıkları gün sayısı, spor tesislerini haftalık kullanma süresi ve spor tesislerini yeterli bulma değişkenlerine göre istatistiksel açıdan anlamlı farklılık gösterdiği sonucuna ulaşmıştır.

II. BÖLÜM

2. YÖNTEM

Araştırmanın bu bölümünde, araştırma yöntemi, materyal ve metodu, araştırmanın problem cümlesi ve alt problemleri, araştırmanın evreni, örnekleme ve sınırlılıklarına yer verilmiştir.

2.1. Araştırmanın Modeli

Araştırma amacı doğrultusunda genel tarama modellerinden biri olan kesit alma yaklaşımına göre yapılmıştır.

2.2. Araştırmanın Problem Cümlesi ve Alt Problemler

Spor tesisi kullanıcılarının algıladıkları hizmet kalitesi düzeyi, kullanıcıların özelliklerine göre değişmekte midir?

2.2.1. Alt Problemler

1. Spor tesisi kullanıcılarının algıladıkları hizmet kalitesi düzeyi ile yaşları arasında ilişki var mıdır?

2. Spor tesisi kullanıcılarının algıladıkları hizmet kalitesi düzeyi ile cinsiyetler arasında bir fark var mıdır?

3. Spor tesisi tesisi kullanıcılarının algıladıkları hizmet kalitesi düzeyi ile medeni durum arasında bir fark var mıdır?

4. Spor tesisi tesisi kullanıcılarının algıladıkları hizmet kalitesi düzeyi ile eğitim durumu arasında bir fark var mıdır?

5. Spor tesisi tesisi kullanıcılarının algıladıkları hizmet kalitesi düzeyi ile gelirleri arasında ilişki var mıdır?

6. Spor tesisi tesisi kullanıcılarının algıladıkları hizmet kalitesi düzeyi ile spor tesisine gelme amaçları arasında bir fark var mıdır?

7. Spor tesisi tesisi kullanıcılarının algıladıkları hizmet kalitesi düzeyi ile tesise ulaşım mesafesi arasında ilişki var mıdır?

8. Spor tesisi tesisi kullanıcılarının algıladıkları hizmet kalitesi düzeyi ile üyelik süreleri arasında ilişki var mıdır?

9. Spor tesisi tesisi kullanıcılarının algıladıkları hizmet kalitesi düzeyi ile tesis kullanım sıklığı arasında ilişki var mıdır?

10. Spor tesisi tesisi kullanıcılarının algıladıkları hizmet kalitesi düzeyi ile günlük kullanım süreleri arasında ilişki var mıdır?

11. Spor tesisi tesisi kullanıcılarının algıladıkları hizmet kalitesi düzeyi ile tesis kullanım zamanı arasında bir fark var mıdır?

2.3. Araştırmanın Evren ve Örneklemi

Bu araştırmanın evreni İstanbul Büyük Şehir Belediyesi bünyesinde faaliyet gösteren Spor İstanbul A.Ş.'ye ait 42 spor tesisi kullanıcılarından oluşmaktadır. Örneklemine ise, bu evren içerisindeki A ve B sınıfı 4 tesisten rastgele seçilen 400 kişilik gönüllü katılımcı grubu oluşturmaktadır.

2.4. Araştırma Verilerin Toplanması

Araştırmada veri toplama aracı olarak iki bölümden oluşan anket formu kullanılmıştır. Veri toplama aracının ilk bölümünde kullanıcıların yaş, cinsiyet, medeni durum, öğrenim durumu, aylık gelir, spor merkezine gitme amacı, spor yapmak için kat edilen mesafe, üyelik süresi, haftalık kullanım sıklığı, merkezde geçirilen süre, en çok bulunulan saatler bilgilerinden oluşan kullanıcı bilgi formu kullanılmıştır.

Veri toplama aracının ikinci bölümünde Uçan (2007) tarafından geliştirilen Spor-Fitness Merkezleri Algılanan Hizmet Kalitesi Ölçeği kullanılmıştır. Ölçek 31 madde beşli derecelendirme (1= Hiç katılmıyorum, 5= Tamamen katılıyorum) ile cevaplanan ifadelerden oluşmaktadır. Ölçekteki 7 madde (1-7) “Fiziksel Çevre Kalitesi”, 3 madde (8-10) “Ortam Koşulları Kalitesi”, 3 madde (11-13) “Egzersiz Alet Ekipman Kalitesi”, 3 madde (14-16) “Program Kalitesi”, 10 madde (17-26) “Etkileşim Kalitesi”, 5 madde (27-31) “Çıktı Kalitesi” alt boyutlarını oluşturmaktadır.

2.5. Sınırlılıklar

Bu çalışma İstanbul Büyükşehir Belediyesi Spor İstanbul A.Ş.’ye bağlı Bahçelievler Spor Kompleksi, Halkalı Spor Kompleksi, Hasan Doğan Spor Kompleksi ve Pendik Kurtköy Spor Kompleksi tesislerini kullanan üyeler ile sınırlı tutulmuştur.

2.6. Varsayımlar

1. Araştırmaya ilişkin verilerin toplanmasında kullanılan ölçeğin benzerleri arasında araştırmanın amacına en uygun olduğu varsayılmıştır.

2. Araştırmada kullanıcıların ölçme aracına verdikleri cevapların samimi ve gerçek düşüncelerini yansıttığı kuvvetli yargıyla sabittir.

2.7. Araştırma Verilerinin Analizi

Elde edilen veriler SPSS paket programıyla analiz edilmiştir. Verilerin analizinde kullanıcıların bilgilerine ilişkin yüzde ve frekans dağılımları belirlenmiştir. Bunun yanında, kullanıcıların özelliklerinin katılım kararındaki etkisini belirlemek amacıyla t testi, aritmetik ortalama, varyans analizi (ANOVA) ve Tukey testi kullanılmıştır.

2.8. Tanımlar

Spor Kavramı: Spor, dil, din, ırk ayrımı olmaksızın bireysel ve takım halinde kişilerin fiziksel ve zihinsel güce dayanan bedensel etkinliklerinin tümü olarak adlandırılır (Yavaş 2005: 10).

Spor Tesisi: Güçlü'ye (1998) göre spor tesisi, özel veya kamu kuruluşları tarafından insanlara katılım fırsatı sunan, içerisinde sportif etkinliklerin yapıldığı veya yapılmasına imkan sağlayan alan ve yapıları tanımlar (Aktaran: Katırcı 2012: 4).

Hizmet: İnsanların ihtiyaçlarının karşılanması amacıyla ücret karşılığı yapılan ve soyut fayda sağlayan faaliyetlerin tümüne denir (Dinçer 1998: 434).

Spor Hizmeti: Çimen ve Güz'ü'e göre (2007) spor hizmeti, kişilerin talepleri doğrultusunda, fayda sağlamak amacıyla, belli bir ücret karşılığında sportif faaliyetleri yürütmek veya yürütülmesine olanak sağlamak şeklinde tanımlanabilir (Aktaran: Yüzgenç 2010: 39).

Kalite: Kişilerin değişen talep ve ihtiyaçlarının karşılanması ve beklentilerinin tatmin edilmesidir (Hurley 1994, Aktaran: Demirel 2013: 4).

Hizmet Kalitesi: Rakiplerinden daha kaliteli hizmet sunarak, işletmelerin kendisini farklı kıılması ve müşterilerin beklentilerini yüksek oranda karşılaması anlamına gelir (Kotler 1997, Aktaran: Gençer 2005: 19).

Tesislerin Sınıflandırılması: İstanbul Büyük Şehir Belediyesi bünyesinde faaliyet gösteren Spor İstanbul A.Ş.'ye ait tesisler sunulan hizmetlerin çeşitliliğine göre A,B ve C tesisler adı altında sınıflandırılmıştır.

III. BÖLÜM

3. BULGULAR

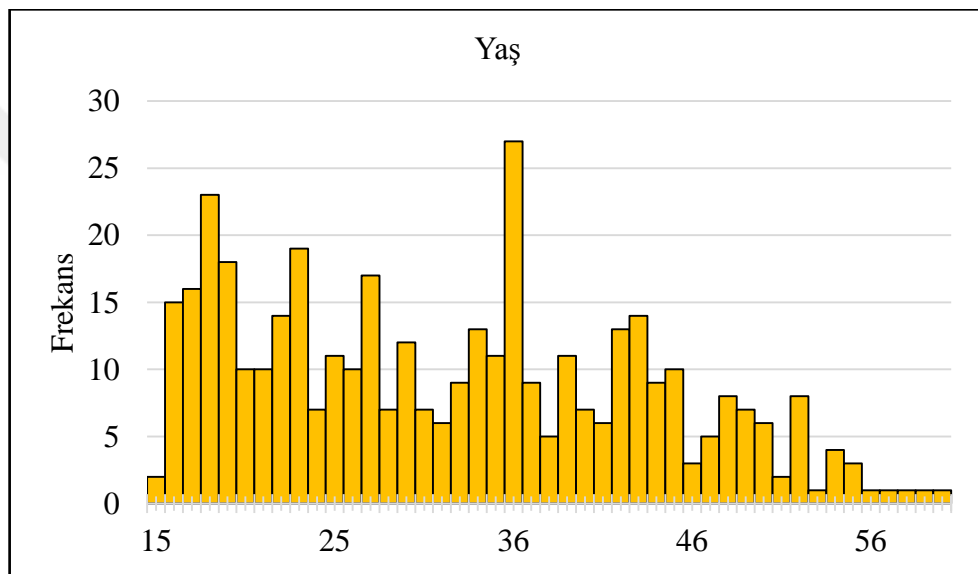
Araştırmanın bu bölümünde spor tesisi kullanıcılarının algıladıkları hizmet kalitesi ve kişisel özelliklerine ilişkin bulgular yer almaktadır.

3.1. Araştırmaya Katılan Spor Tesisi Kullanıcılarına Ait Bulgular

Bulgular bölümünün bu kısmında, spor tesisi kullanıcılarına ilişkin kişisel özelliklerine yönelik bulgulara yer verilmiştir.

3.1.1. Araştırmaya Katılan Spor Tesisi Kullanıcılarının “Yaş” Değişkenine Göre Frekans Dağılımları

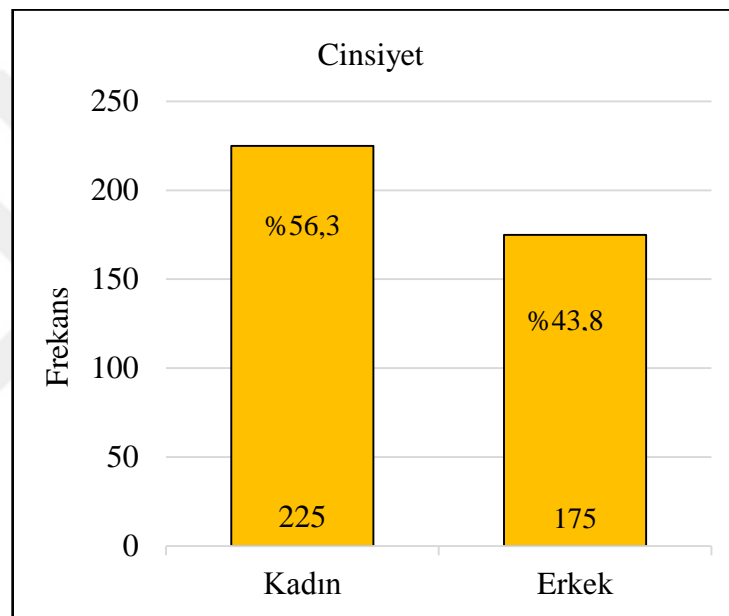
Spor tesisi kullanıcılarının yaş değişkenine göre frekans dağılımları Grafik 3.1’de gösterilmiştir. Araştırmaya, yaş ortalaması $31,86 \pm 11,34$ ve yaş aralığı 15 - 65 olan toplam 400 spor tesisi kullanıcısı katılmıştır.



Grafik 3.1: Yaş değişkenine göre frekans dağılımı

3.1.2. Araştırmaya Katılan Spor Tesisi Kullanıcılarının ‘‘Cinsiyet’’ Değişkenine Göre Yüzde ve Frekans Dağılımları

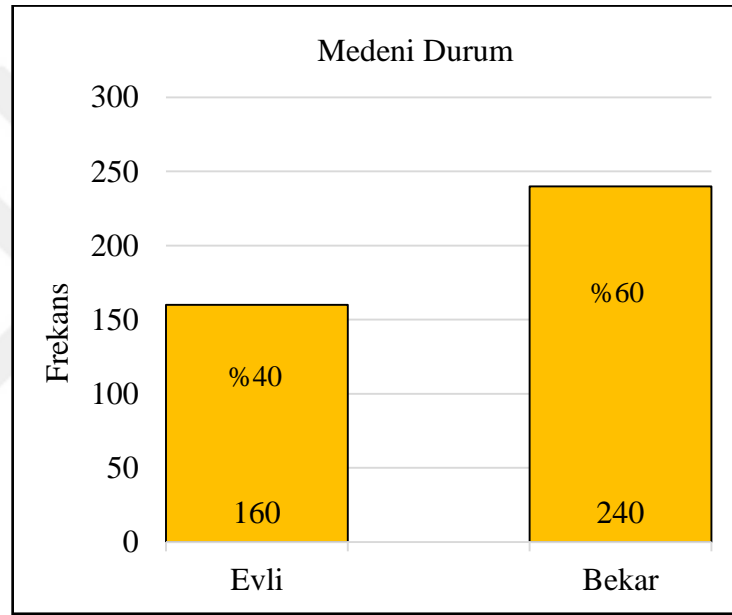
Spor tesisi kullanıcılarının cinsiyet değişkenine göre yüzde (%) ve frekans dağılımları Grafik 3.2’de gösterilmiştir. Araştırmaya katılan toplam 400 spor tesisi kullanıcılarından 225’inin (%56,3) kadın ve 175’inin (% 43,8) ise erkek olduğu anlaşılmaktadır.



Grafik 3.2: Cinsiyet değişkenine göre yüzde ve frekans dağılımı

3.1.3. Araştırmaya Katılan Spor Tesisi Kullanıcılarının ‘‘Medeni Durum’’ Değişkenine Göre Yüzde ve Frekans Dağılımları

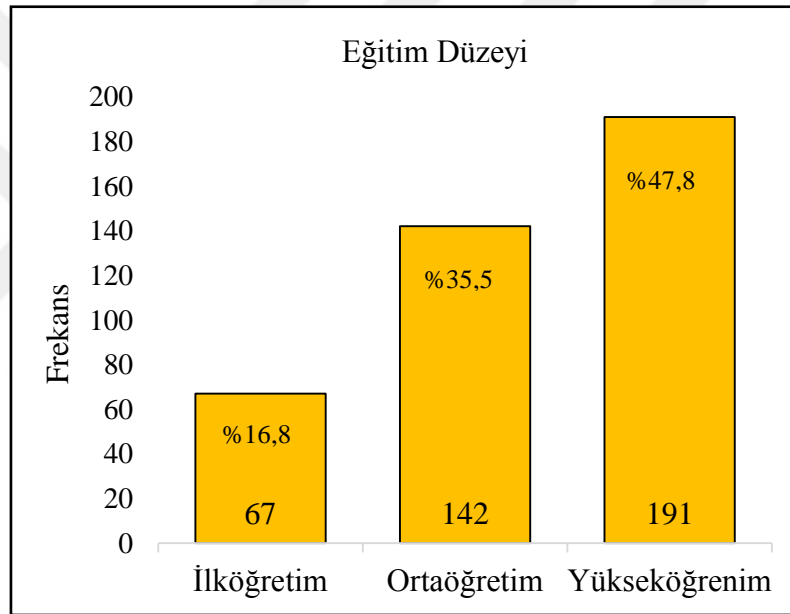
Araştırmaya katılan spor tesisi kullanıcılarının ‘‘medeni durum’’ değişkenine göre dağılımları Grafik 3.3’de gösterilmiştir. Araştırmaya katılan toplam 400 spor tesisi kullanıcılarına ait özellikler incelendiğinde; kullanıcıların 160’ının (% 40)’ evli ve 240’ının (% 60) ise bekâr oldukları anlaşılmaktadır.



Grafik 3.3: Medeni durum değişkenine göre yüzde ve frekans dağılımı

3.1.4. Araştırmaya Katılan Spor Tesisi Kullanıcılarının ‘‘Eğitim Durumu’’ Değişkenine Göre Yüzde ve Frekans Dağımları

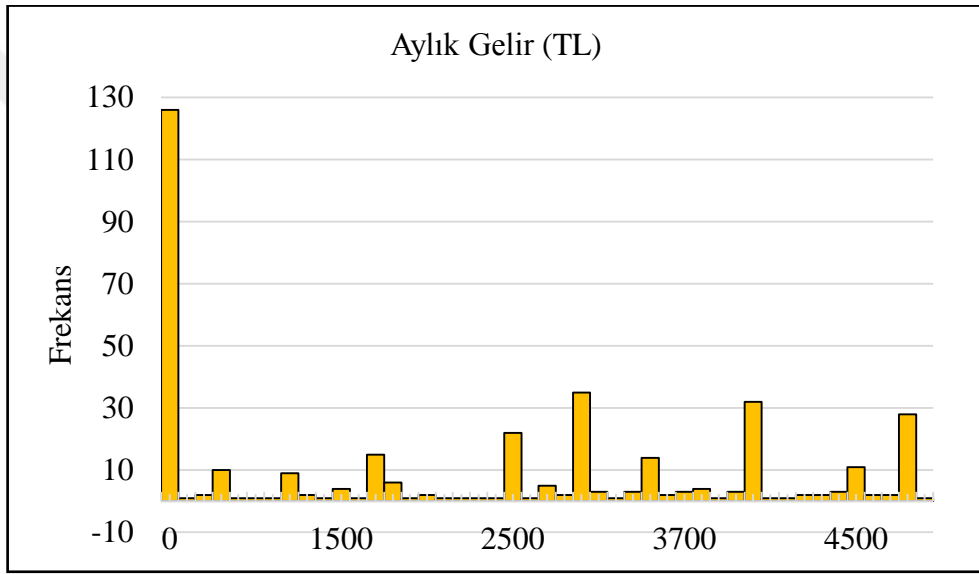
Araştırmaya katılan spor tesisi kullanıcılarının ‘‘eğitim’’ değişkenine göre dağımları Grafik 3.4’de gösterilmiştir. Araştırmaya katılan toplam 400 spor tesisi kullanıcılarına ait özellikler incelendiğinde; kullanıcıların 191’inin (%47,8) yükseköğretimin mezunu, 142’sinin (%35,5) ortaöğretim mezunu ve 67’sinin de (%16,8) mezunu oldukları anlaşılmaktadır.



Grafik 3.4: Eğitim durumu değişkenine göre yüzde ve frekans dağılımı

3.1.5. Araştırmaya Katılan Spor Tesisi Kullanıcılarının ‘‘Aylık Gelir Durumu’’ Değişkenine Göre Frekans Dağılımları

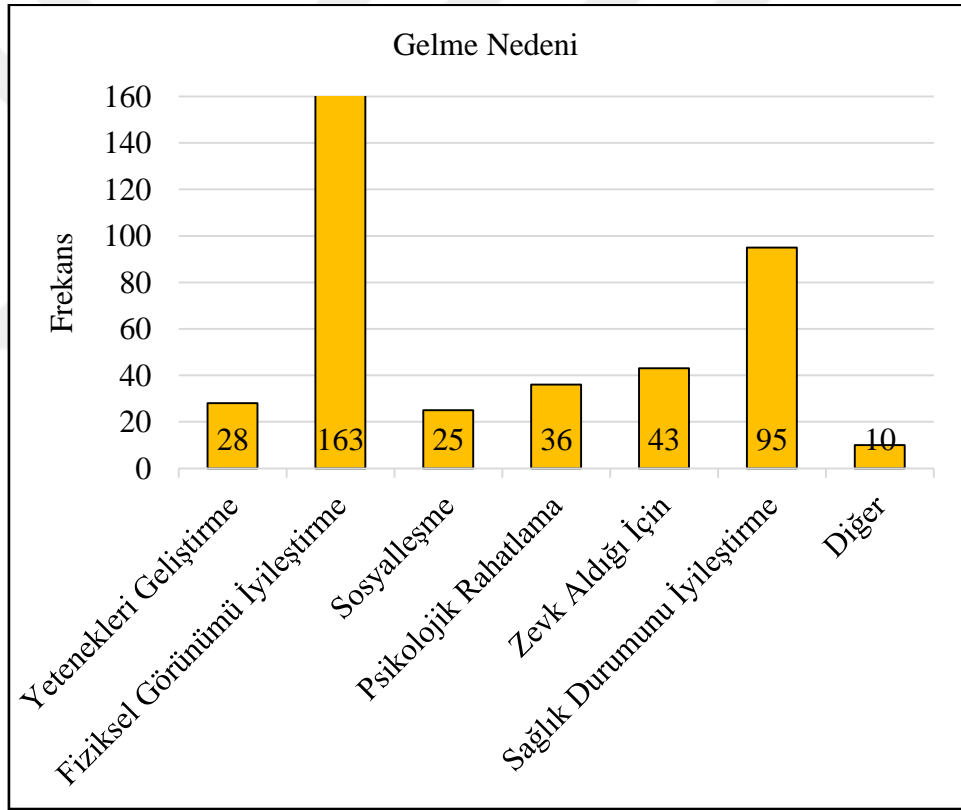
Araştırmaya katılan spor tesisi kullanıcılarının ‘‘aylık gelir durumu’’ değişkenine göre dağılımları Grafik 3.5’te gösterilmiştir. Araştırmaya katılan toplam 400 spor tesisi kullanıcılarına ait özellikler incelendiğinde; kullanıcıların ortalama aylık gelirleri 2.496,05 TL olduğu belirlenmiştir.



Grafik 3.5: Aylık gelir değişkenine göre frekans dağılımı

3.1.6. Araştırmaya Katılan Spor Tesisleri Kullanıcılarının “Spor Tesisine Gelme Amacı” Değişkenine Göre Frekans Dağılımları

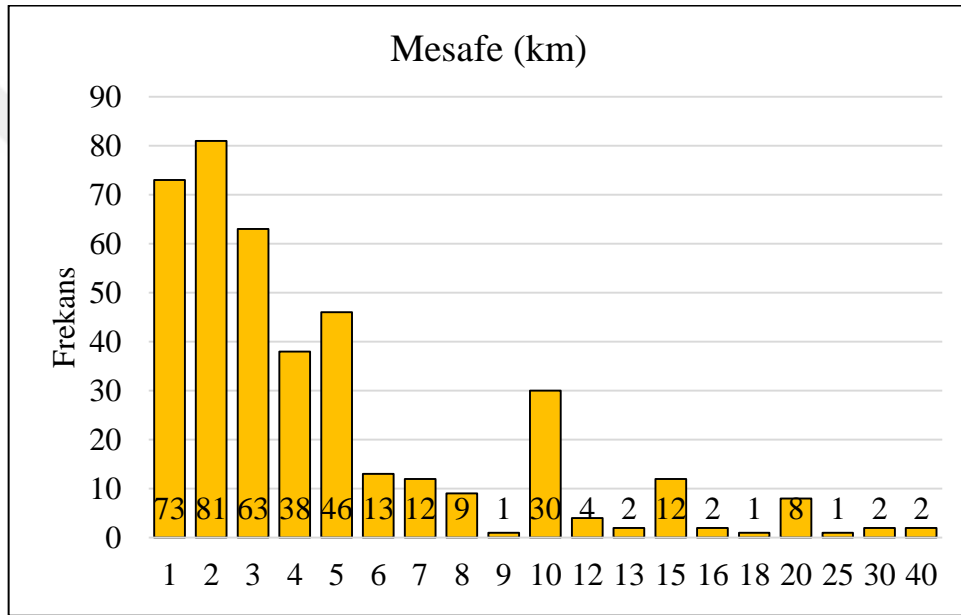
Araştırmaya katılan spor tesisleri kullanıcılarının “spor tesisine gelme amacı” değişkenine göre dağılımları Grafik 3.6’da gösterilmiştir. Araştırmaya katılan toplam 400 spor tesisleri kullanıcılarına ait özellikler incelendiğinde; kullanıcıların öncelikli olarak “fiziksel görünümü iyileştirmek” (% 40,8) ve “sağlık durumunu iyileştirmek” (%23,8) amacıyla spor tesislerini kullandığı belirlenmiştir.



Grafik 3.6: Spor tesisine gelme amacı değişkenine göre frekans dağılımı

3.1.7. Araştırmaya Katılan Spor Tesisi Kullanıcılarının “Tesise Ulaşım Mesafesi” Değişkenine Göre Frekans Dağılımları

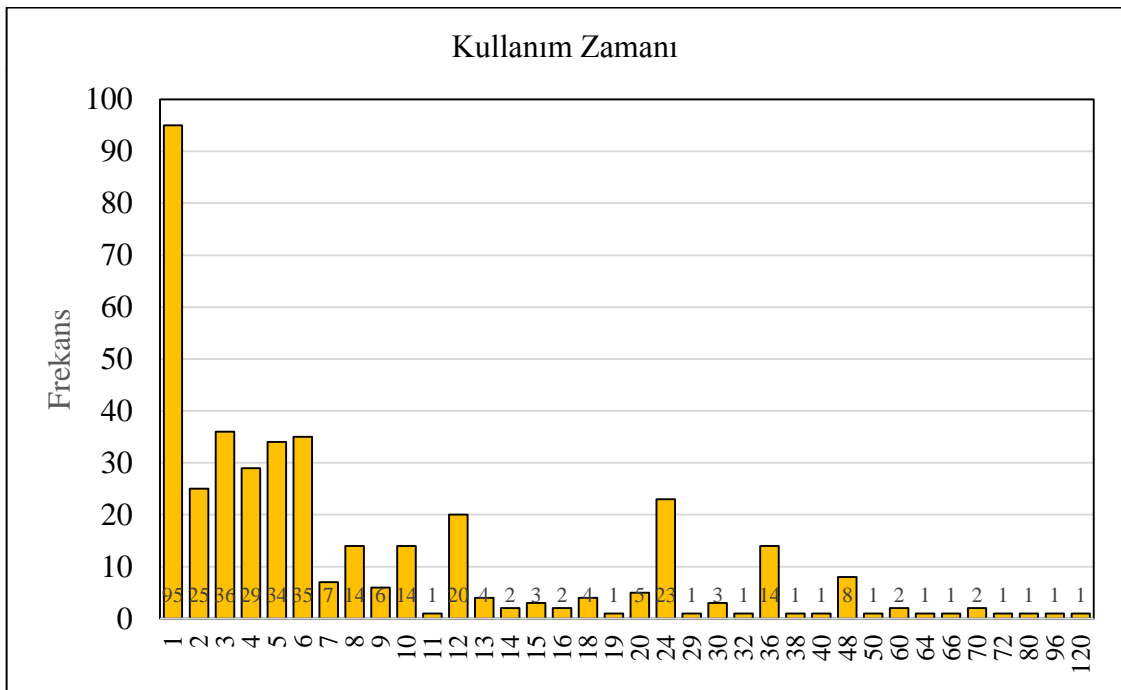
Araştırmaya katılan spor tesisi kullanıcılarının “tesise ulaşım mesafesi” değişkenine göre dağılımları Grafik 3.7’de gösterilmiştir. Araştırmaya katılan toplam 400 spor tesisi kullanıcılarına ait özellikler incelendiğinde; kullanıcıların tesise ulaşım mesafesi 1-40 kilometre aralığı olarak belirlenmiştir.



Grafik 3.7: Tesise ulaşım mesafesi değişkenine göre frekans dağılımı

3.1.8. Araştırmaya Katılan Spor Tesisi Kullanıcılarının “Üyelik Süreleri” Değişkenine Göre Frekans Dağılımları

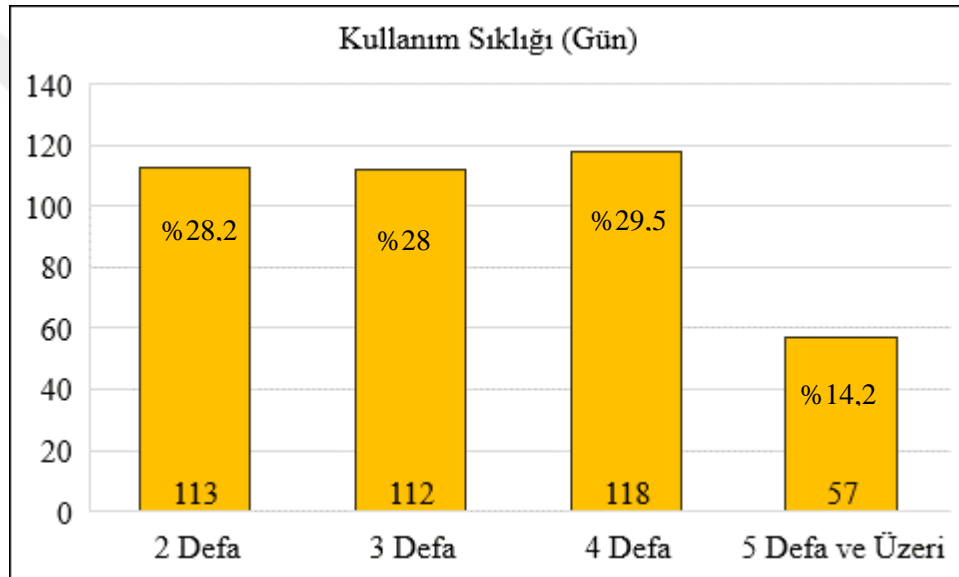
Araştırmaya katılan spor tesisi kullanıcılarının “üyelik süreleri” değişkenine göre dağılımları Grafik 3.8’de gösterilmiştir. Araştırmaya katılan toplam 400 spor tesisi kullanıcılarına ait özellikler incelendiğinde; kullanıcıların 95’inin (% 23,8) gitmiş oldukları spor tesisini yeni kullanmaya başladıkları anlaşılmaktadır.



Grafik 3.8: Üyelik süreleri değişkenine göre frekans dağılımı

3.1.9. Araştırmaya Katılan Spor Tesisi Kullanıcılarının “Tesis Kullanım Sıklığı” Değişkenine Göre Yüzde ve Frekans Dağılımları

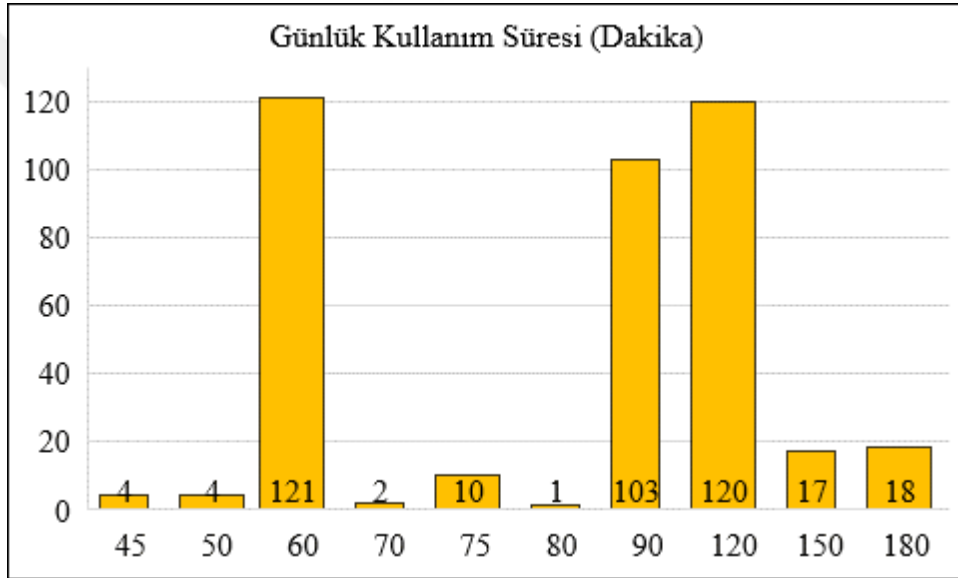
Araştırmaya katılan spor tesisi kullanıcılarının “tesis kullanım sıklığı” değişkenine göre dağılımları Grafik 3.9’da gösterilmiştir. Araştırmaya katılan toplam 400 spor tesisi kullanıcılarına ait özellikler incelendiğinde; kullanıcıların gittikleri spor tesisini haftada 113’ünün (% 28,2) 2 defa, 112’sinin (%28) 3 defa, 118’inin (%29,5) 4 defa, 57’sinin (%14,2) 5 defa ve üzeri kullandıkları anlaşılmaktadır.



Grafik 3.9: Kullanım sıklığı değişkenine göre yüzde ve frekans dağılımı

3.1.10. Araştırmaya Katılan Spor Tesisi Kullanıcılarının “Günlük Kullanım Süresi” Değişkenine Göre Frekans Dağılımları

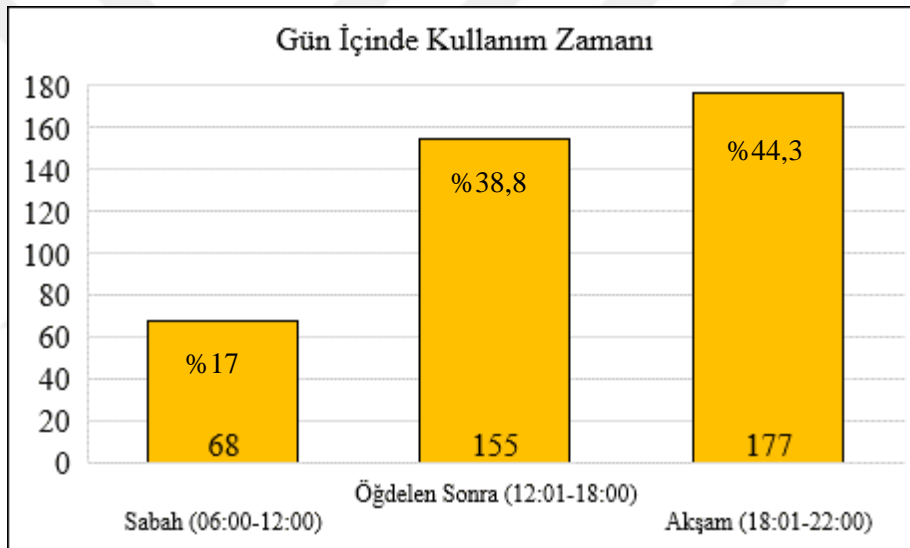
Araştırmaya katılan spor tesisi kullanıcılarının “günlük kullanım süresi” değişkenine göre dağılımları Grafik 3.10’da gösterilmiştir. Araştırmaya katılan toplam 400 spor tesisi kullanıcılarına ait özellikler incelendiğinde; kullanıcıların gittikleri spor tesisi kullanıcılarının günlük kullanım süresinin 120’sinin (% 30,0) 120 dakika, 103’ünün (%25,8) 90 dakika, 121’inin (%30,3) 60 dakikadır.



Grafik 3.10: Günlük kullanım süresi değişkenine göre frekans dağılımı

3.1.11. Araştırmaya Katılan Spor Tesisi Kullanıcılarının “Tesis Kullanım Zamanı” Değişkenine Göre Yüzde ve Frekans Dağılımları

Araştırmaya katılan spor tesisi kullanıcılarının “tesis kullanım zamanı” değişkenine göre dağılımları Grafik 3.11’de gösterilmiştir. Araştırmaya katılan toplam 400 spor tesisi kullanıcılarına ait özellikler incelendiğinde; kullanıcıların gittikleri spor tesisini kullanım zaman dilimi olarak, 177’sinin (%44,3) 18:01-22:00 saatleri arasında, 155’inin (%38,8) 12:01-18:00 saatleri arasında ve 68’inin de (%17,00) 06:00-12:00 saatleri arasında spor tesisini kullandıkları belirlenmiştir.



Grafik 3.11: Tesis kullanım zamanı değişkenine göre yüzde ve frekans dağılımı

3.2. Hizmet kalitesi Alt Boyutlarına İlişkin Genel Tanımlayıcı İstatistikler

Bulgular bölümünün bu kısmında, spor tesisi kullanıcılarının algıladıkları hizmet kalitesi düzeyinin kullanıcıların kişisel özelliklerine göre ne yönde farklılaştığını belirlemeye yönelik bulgulara yer verilmiştir.

3.2.1. Spor Tesisi Kullanıcılarının Hizmet Kalitesi Algısı ile “Yaş” Değişkeni Arasındaki İlişki

Araştırmaya katılan spor tesisi kullanıcılarının algıladıkları hizmet kalitesi ile “yaşları” arasında ilişki olup olmadığını belirlemek amacı ile yapılan pearson korelasyon katsayısı analiz sonuçları Tablo 3.1’de verilmiştir.

Tablo 3.1: “Yaş” değişkeni ve algılanan hizmet kalitesi ilişkisi

		Fiziksel Çevre Kalitesi	Ortam Kalitesi	Ekipman Kalitesi	Program Kalitesi	Etkileşim Kalitesi	Çıktı Kalitesi
Yaş	r	-,131**	-,042	-,054	-,053	,001	-,054
	p	,009	,406	,282	,294	,992	,281

* $p < 0.05$; ** $p < 0.01$

Tablo 3.1. incelendiğinde, araştırmaya katılan spor tesisi kullanıcılarının yaşları ile algıladıkları fiziksel çevre kalitesi arasında negatif yönde düşük düzeyde istatistiksel olarak anlamlı ilişki bulunmuştur ($r = -,131$, $p = ,009 < 0,01$). Yaş değişkeni ile ortam kalitesi, ekipman kalitesi, program kalitesi, etkileşim kalitesi ve çıktı kalitesi algıları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki yoktur ($p > 0,05$).

3.2.2. Spor Tesisi Kullanıcılarının Hizmet Kalitesi Algısının “Cinsiyet” Değişkenine Göre Karşılaştırılması

Araştırmaya katılan spor tesisi kullanıcılarının algıladıkları hizmet kalitesi ile “cinsiyetleri” arasında farklılık olup olmadığını belirlemek amacı ile yapılan t-test sonuçları Tablo 3.2’de verilmiştir.

Tablo 3.2: Cinsiyet değişkenine göre t-testi sonuçları

		n	\bar{x}	Sd	t	*p.
Fiziksel Çevre Kalitesi	Kadın	225	3,9778	,68176	-,913	,362
	Erkek	175	4,0424	,72896		
Ortam Kalitesi	Kadın	225	4,1081	,79875	-1,697	,090
	Erkek	175	4,2400	,73469		
Ekipman Kalitesi	Kadın	225	3,9837	,87754	-2,999	,003*
	Erkek	175	4,2305	,76537		
Program Kalitesi	Kadın	225	3,9837	,79009	-1,497	,135
	Erkek	175	4,1029	,78919		
Etkileşim Kalitesi	Kadın	225	4,3298	,61923	-,645	,519
	Erkek	175	4,3720	,68679		
Çıktı Kalitesi	Kadın	225	4,6044	,55692	-1,490	,137
	Erkek	175	4,6823	,46396		

* t- test sonucu; $p < 0,05$

Tablo 3.2 incelendiğinde, araştırmaya katılan spor tesisi kullanıcılarının cinsiyetleri ile algıladıkları ekipman kalitesi ($t = -2,999$; $p = ,003$) arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmaktadır ($p < 0,05$). Başka bir deyişle, “ekipman kalitesi” boyutunda erkek kullanıcılar ($\bar{x} = 4,2305$) kadın kullanıcılara ($\bar{x} = 3,9837$) göre istatistiksel olarak anlamlı düzeyde yüksek kalite algısına sahiptir. Cinsiyet değişkeni ile fiziksel çevre kalitesi, ortam kalitesi, program kalitesi, etkileşim kalitesi ve çıktı kalitesi alt boyutlarına ait tutum hakkında anlamlı farklılık yoktur ($p > 0,05$).

3.2.3. Spor Tesisi Kullanıcılarının Hizmet Kalitesi Algısının “Medeni Durum” Değişkenine Göre Karşılaştırılması

Araştırmaya katılan spor tesisi kullanıcılarının algıladıkları hizmet kalitesi ile “medeni durum” arasında farklılık olup olmadığını belirlemek amacı ile yapılan t-test sonuçları Tablo 3.3’de verilmiştir.

Tablo 3.3: Medeni durum değişkenine göre t-testi sonuçları

		n	\bar{x}	Sd	t	*p
Fiziksel Çevre Kalitesi	Evli	160	4,0277	,66226	,502	,616
	Bekâr	240	3,9917	,72932		
Ortam Kalitesi	Evli	160	4,2667	,68812	2,216	,033*
	Bekâr	240	4,0986	,81877		
Ekipman Kalitesi	Evli	160	4,1521	,79468	1,177	,240
	Bekâr	240	4,0514	,86550		
Program Kalitesi	Evli	160	4,0625	,76176	,550	,583
	Bekâr	240	4,0181	,81087		
Etkileşim Kalitesi	Evli	160	4,4456	,58941	2,536	,014*
	Bekâr	240	4,2833	,67957		
Çıktı Kalitesi	Evli	160	4,6963	,49702	1,822	,069
	Bekâr	240	4,6000	,53089		

* t- test sonucu; $p < 0,05$

Tablo 3.3 incelendiğinde, araştırmaya katılan spor tesisi kullanıcılarının medeni durumları ile algıladıkları ortam kalitesi ($t=2,216$; $p=,033$) ve etkileşim kalitesi ($t=2,536$; $p=,014$) arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmaktadır ($p < 0,05$). Başka bir deyişle, “ortam kalitesi” ($\bar{x}=4,2667$) ve “etkileşim kalitesi” ($\bar{x}=4,0986$), boyutunda evli kullanıcılar bekâr kullanıcılara göre istatistiksel olarak anlamlı düzeyde yüksek kalite algısına sahiptir. Medeni durum değişkeni ile fiziksel çevre kalitesi, ekipman kalitesi, program kalitesi ve çıktı kalitesi algıları arasında anlamlı farklılık bulunmamaktadır ($p > 0,05$).

3.2.4. Spor Tesisi Kullanıcılarının Hizmet Kalitesi Algısının “Eğitim Düzeyi” Değişkenine Göre Karşılaştırılması

Araştırmaya katılan spor tesisi kullanıcılarının algıladıkları hizmet kalitesi ile “eğitim düzeyi” arasında farklılık olup olmadığını belirlemek amacı ile yapılan tek yönlü varyans analizi (ANOVA) ve farklılığın hangi gruplar arasında olduğunu belirlemek amacıyla yapılan tukey post hoc analizi sonuçları Tablo 3.4’te verilmiştir.

Tablo 3.4: Eğitim seviyesi değişkenine göre ANOVA ve Tukey Post Hoc (TPH) sonuçları

		n	\bar{x}	Sd	F	*p	*TPH sonucu
Fiziksel Çevre Kalitesi	A-İlköğretim	67	4,1962	,61563	10,781	,000*	C-A C-B
	B-Ortaöğretim	142	4,1388	,66069			
	C-Yükseköğretim	191	3,8407	,72647			
Ortam Kalitesi	A-İlköğretim	67	4,2886	,79327	7,129	,001*	C-A C-B
	B-Ortaöğretim	142	4,3099	,70196			
	C-Yükseköğretim	191	4,0157	,79124			
Ekipman kalitesi	A-İlköğretim	67	4,1244	,73360	3,572	,029*	C-B
	B-Ortaöğretim	142	4,2254	,78856			
	C-Yükseköğretim	191	3,9808	,89520			
Program kalitesi	A-İlköğretim	67	4,1294	,71764	2,046	,131	
	B-Ortaöğretim	142	4,1033	,79218			
	C-Yükseköğretim	191	3,9529	,80973			
Etkileşim Kalitesi	A-İlköğretim	67	4,5075	,53776	6,462	,002*	C-A C-B
	B-Ortaöğretim	142	4,4310	,59539			
	C-Yükseköğretim	191	4,2309	,70251			
Çıktı Kalitesi	A-İlköğretim	67	4,7164	,47882	6,159	,002*	C-A C-B
	B-Ortaöğretim	142	4,7282	,43019			
	C-Yükseköğretim	191	4,5445	,57277			

* ANOVA ve Tukey Post Hoc (TPH) test sonuçları; A, B, C gruplar arası farklılığı gösterir.

Tablo 3.4 incelendiğinde, araştırmaya katılan spor tesisi kullanıcılarının eğitim seviyeleri bakımından fiziksel çevre kalitesi (F=10,781; p=,000), ortam kalitesi (F=7,129; p=,001), ekipman kalitesi (F=3,572; p=,029), etkileşim kalitesi (F=6,462; p=,002) ve çıktı kalitesi (F=6,159; p=,002) algıları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar bulunmaktadır (p<0,05). Farkın hangi gruplar arasında olduğunu belirlemek

amacıyla yapılan Tukey testinin sonuçlarına göre, fiziksel çevre kalitesi boyutunda yükseköğrenim mezunu grubun ($\bar{x}=3,8407$) ortaöğretim mezunu ($\bar{x}=4,1388$) ve ilköğretim mezunu gruba göre ($\bar{x}=4,1962$) daha düşük kalite algısına sahip olduğu bulunmuştur. Ortam kalitesi boyutunda yükseköğrenim mezunu grubun ($\bar{x}=4,0157$) ortaöğretim mezunu grubu ($\bar{x}=4,3099$) ve ilköğretim mezunu gruba göre, ($\bar{x}=4,2886$), ekipman kalitesi boyutunda yükseköğrenim mezunu grubun ($\bar{x}=3,9808$) ortaöğretim mezunu gruba göre ($\bar{x}=4,2254$), etkileşim kalitesi boyutunda yükseköğrenim mezunu grubun ($\bar{x}=4,2309$) ortaöğretim mezunu ($\bar{x}=4,4310$) ve ilköğretim mezunu gruba göre ($\bar{x}=4,5070$) ve çıktı kalitesi boyutunda da yine yükseköğrenim mezunu grubun ($\bar{x}=4,5445$) ortaöğretim mezunu ($\bar{x}=4,7282$) ve ilköğretim mezunu gruba göre ($\bar{x}=4,7164$) kalite algısının daha düşük olduğu tespit edilmiştir. Eğitim durumu ile program kalitesi algısı arasında istatistiksel olarak anlamlı ilişki yoktur ($p>0,05$).

3.2.5. Spor Tesisi Kullanıcılarının Hizmet Kalitesi Algısı ile “Aylık Gelir Durumu” Değişkeni Arasındaki İlişki

Araştırmaya katılan spor tesisi kullanıcılarının algıladıkları hizmet kalitesi ile “aylık gelir durumu” arasında ilişki olup olmadığını belirlemek amacı ile yapılan pearson korelasyon katsayısı analiz sonuçları Tablo 3.5’de verilmiştir.

Tablo 3.5: “Aylık Gelir Durumu” değişkeni ve algılanan hizmet kalitesi ilişkisi

		Fiziksel Çevre Kalitesi	Ortam Kalitesi	Ekipman Kalitesi	Program Kalitesi	Etkileşim Kalitesi	Çıktı Kalitesi
Aylık Gelir	r	-,174**	-,091	-,101*	-,103*	-,061	-,116*
	p	,000	,069	,044	,039	,220	,021

* $p<0.05$; ** $p<0.01$

Tablo 3.5. incelendiğinde, araştırmaya katılan spor tesisi kullanıcılarının aylık gelir durumu ile algıladıkları fiziksel çevre kalitesi ($r=-,174$, $p=,000<0,01$), ekipman

kalitesi ($r=-,101$, $p=,044<0,05$), program kalitesi ($r=-,103$, $p=,039<0,05$) ve çıktı kalitesi ($r=-,116$, $p=,021<0,05$) arasında ise negatif yönde düşük düzeyde istatistiksel olarak anlamlı ilişki bulunmuştur. Aylık gelir düzeyi değişkeni ile ortam kalitesi ve etkileşim kalitesi algısı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmamıştır ($p>0,05$).

3.2.6. Spor Tesisi Kullanıcılarının Hizmet Kalitesi Algısının “Spor Tesisine Gelme Amacı” Değişkenine Göre Karşılaştırılması

Araştırmaya katılan spor tesisi kullanıcılarının algıladıkları hizmet kalitesi ile “spor tesisine gelme amacı” arasında farklılık olup olmadığını belirlemek amacı ile yapılan tek yönlü varyans analizi (ANOVA) ve farklılığın hangi gruplar arasında olduğunu belirlemek amacıyla yapılan tukey post hoc analizi sonuçları Tablo 3.6’da verilmiştir.

Tablo 3.6: “Spor Tesisine Gelme Amacı” değişkenine göre ANOVA ve Tukey Post Hoc (TPH) sonuçları

		n	\bar{x}	Sd	F	*p.	*TPH sonucu
Fiziksel Çevre Kalitesi	A-Yetenekleri Geliştirme	28	3,9694	,68826	,606	,726	
	B-Fiziksel Görünümü İyileştirmek	163	4,0386	,69806			
	C-Sosyalleşme	25	3,9429	,64681			
	D-Psikolojik Rahatlama	36	3,9762	,70772			
	E-Zevk Aldığı İçin	43	4,0133	,71958			
	F-Sağlık Durumunu İyileştirme	95	4,0256	,70971			
	G-Diğer	10	3,6286	,86818			
Ortam Kalitesi	A-Yetenekleri Geliştirme	28	4,0476	,81506	,792	,577	
	B-Fiziksel Görünümü İyileştirmek	163	4,1309	,80161			
	C-Sosyalleşme	25	4,1333	,84984			
	D-Psikolojik Rahatlama	36	4,3241	,68770			
	E-Zevk Aldığı İçin	43	4,1473	,68353			
	F-Sağlık Durumunu İyileştirme	95	4,2456	,69140			
	G-Diğer	10	3,9000	1,28668			
Ekipman kalitesi	A-Yetenekleri Geliştirme	28	4,1429	,91368	1,326	,244	
	B-Fiziksel Görünümü İyileştirmek	163	4,0941	,85065			

	C-Sosyalleşme	25	4,2800	,73080		
	D-Psikolojik Rahatlama	36	4,1296	,89186		
	E-Zevk Aldığı İçin	43	4,1395	,83645		
	F-Sağlık Durumunu İyileştirme	95	4,0561	,72388		
	G-Diğer	10	3,4333	1,32451		
Program kalitesi	A-Yetenekleri Geliştirme	28	4,0833	,69463		
	B-Fiziksel Görünümü İyileştirmek	163	4,0204	,80864		
	C-Sosyalleşme	25	4,0800	,88861		
	D-Psikolojik Rahatlama	36	4,1481	,77437	,676	,669
	E-Zevk Aldığı İçin	43	4,1085	,75144		
	F-Sağlık Durumunu İyileştirme	95	4,0035	,76337		
	G-Diğer	10	3,6333	1,03578		
Etkileşim Kalitesi	A-Yetenekleri Geliştirme	28	4,3429	,46938		
	B-Fiziksel Görünümü İyileştirmek	163	4,3650	,61659		
	C-Sosyalleşme	25	4,2640	,76913		
	D-Psikolojik Rahatlama	36	4,3139	,71320	,367	,900
	E-Zevk Aldığı İçin	43	4,3023	,68816		
	F-Sağlık Durumunu İyileştirme	95	4,3968	,68842		
	G-Diğer	10	4,1600	,59852		
Çıktı Kalitesi	A-Yetenekleri Geliştirme	28	4,5786	,51737		
	B-Fiziksel Görünümü İyileştirmek	163	4,6982	,44631		
	C-Sosyalleşme	25	4,4480	,74225		
	D-Psikolojik Rahatlama	36	4,6056	,51378	1,613	,142
	E-Zevk Aldığı İçin	43	4,6140	,50407		
	F-Sağlık Durumunu İyileştirme	95	4,6589	,53306		
	G-Diğer	10	4,3400	,78909		

* ANOVA ve Tukey Post Hoc (TPH) test sonuçları; A,B,C,D,E,F,G gruplar arası farklılığı gösterir.

Tablo 3.6 incelendiğinde, araştırmaya katılan spor tesisi kullanıcılarının spor tesisine gelme amaçları bakımından algıladıkları hizmet kalitesi düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmamaktadır ($p < 0,05$).

3.2.7. Spor Tesisi Kullanıcılarının Hizmet Kalitesi Algısı ile “Tesise Ulaşım Mesafesi” Değişkeni Arasındaki İlişki

Araştırmaya katılan spor tesisi kullanıcılarının algıladıkları hizmet kalitesi ile “tesise ulaşım mesafesi” arasında ilişki olup olmadığını belirlemek amacı ile yapılan pearson korelasyon katsayısı analiz sonuçları Tablo 3.7’de verilmiştir.

Tablo 3.7: “Tesise Ulaşım Mesafesi” değişkenine ve algılanan hizmet kalitesi ilişkisi

		Fiziksel Çevre Kalitesi	Ortam Kalitesi	Ekipman Kalitesi	Program Kalitesi	Etkileşim Kalitesi	Çıktı Kalitesi
Tesise Ulaşım Mesafesi	r	-,118*	-,141**	-,089	-,079	-,096	-,114*
	p	,018	,005	,077	,114	,056	,023

* $p < 0.05$; ** $p < 0.01$

Tablo 3.7 incelendiğinde, araştırmaya katılan spor tesisi kullanıcılarının tesise ulaşım mesafesi ile algıladıkları fiziksel çevre kalitesi ($r = -,118$, $p = ,018 < 0,05$), ortam kalitesi ($r = -,141$, $p = ,005 < 0,01$) ve çıktı kalitesi ($r = -,114$, $p = ,023 < 0,05$) arasında negatif yönde düşük düzeyde istatistiksel olarak anlamlı ilişki bulunmuştur. Tesise ulaşım mesafesi değişkeni ile ekipman kalitesi, program kalitesi ve etkileşim kalitesi algıları arasında istatistiksel olarak anlamlı ilişki bulunmamıştır ($p > 0,05$).

3.2.8. Spor Tesisi Kullanıcılarının Hizmet Kalitesi Algısı ile “Üyelik Süreleri” Değişkeni Arasındaki İlişki

Araştırmaya katılan spor tesisi kullanıcılarının algıladıkları hizmet kalitesi ile “üyelik süreleri” arasında ilişki olup olmadığını belirlemek amacı ile yapılan pearson korelasyon katsayısı analiz sonuçları Tablo 3.8’de verilmiştir.

Tablo 3.8: “Üyelik Süreleri” değişkeni ve algılanan hizmet kalitesi ilişkisi

		Fiziksel Çevre Kalitesi	Ortam Kalitesi	Ekipman Kalitesi	Program Kalitesi	Etkileşim Kalitesi	Çıktı Kalitesi
Üyelik Süreleri	r	-,122*	-,103*	-,053	-,008	-,046	-,046
	p	,014	,040	,290	,873	,359	,360

* $p < 0.05$; ** $p < 0.01$

Tablo 3.8. incelendiğinde, araştırmaya katılan spor tesisi kullanıcılarının üyelik süreleri ile algıladıkları fiziksel çevre kalitesi ($r = -,122$, $p = ,014 < 0,05$) ve ortam kalitesi ($r = -,103$, $p = ,040 < 0,05$) arasında negatif yönde düşük düzeyde istatistiksel olarak anlamlı ilişki bulunmuştur. Üyelik süreleri değişkeni ile ekipman kalitesi, program kalitesi, etkileşim kalitesi ve çıktı kalitesi algısı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmamıştır ($p > 0,05$).

3.2.9. Spor Tesisi Kullanıcılarının Hizmet Kalitesi Algısı ile “Tesis Kullanım Sıklığı” Arasındaki İlişki

Araştırmaya katılan spor tesisi kullanıcılarının algıladıkları hizmet kalitesi ile “tesis kullanım sıklığı” arasında ilişki olup olmadığını belirlemek amacı ile yapılan pearson korelasyon katsayısı analiz sonuçları Tablo 3.9’da verilmiştir.

Tablo 3.9: “Tesis Kullanım Sıklığı” ve algılanan hizmet kalitesi ilişkisi

		Fiziksel Çevre Kalitesi	Ortam Kalitesi	Ekipman Kalitesi	Program Kalitesi	Etkileşim Kalitesi	Çıktı Kalitesi
Tesis Kullanım Sıklığı	r	,180**	,050	,072	,194**	,231**	,206**
	p	,000	,317	,152	,000	,000	,000

**p<0.01

* p<0.05

Tablo 3.9. incelendiğinde, araştırmaya katılan spor tesisi kullanıcılarının tesis kullanım sıklığı ile algıladıkları fiziksel çevre kalitesi ($r=,180$, $p=,000<0,01$), program kalitesi ($r=,194$, $p=,000<0,01$), etkileşim kalitesi ($r=,231$, $p=,000<0,01$) ve çıktı kalitesi ($r=,206$, $p=,000<0,01$) arasında pozitif yönde düşük düzeyde istatistiksel olarak anlamlı ilişki bulunmuştur. Tesis kullanım sıklığı ile ortam kalitesi ve ekipman kalitesi algısı arasında istatistiksel olarak anlamlı ilişki bulunmamıştır ($p>0,05$).

3.2.10. Spor Tesisi Kullanıcılarının Hizmet Kalitesi Algısı ile “Günlük Kullanım Süresi” Değişkeni Arasındaki İlişki

Araştırmaya katılan spor tesisi kullanıcılarının algıladıkları hizmet kalitesi ile “günlük kullanım süresi” arasında ilişki olup olmadığını belirlemek amacı ile yapılan pearson korelasyon katsayısı analiz sonuçları Tablo 3.10’da verilmiştir.

Tablo 3.10: “Günlük Kullanım Süresi” değişkeni ve algılanan hizmet kalitesi ilişkisi

	Fiziksel Çevre Kalitesi	Ortam Kalitesi	Ekipman Kalitesi	Program Kalitesi	Etkileşim Kalitesi	Çıktı Kalitesi
Tesiste Kalma Süresi	r ,036	-,037	,041	,051	,042	,104*
	p ,477	,458	,419	,309	,405	,038

* $p < 0.05$; ** $p < 0.01$

Tablo 3.10. incelendiğinde, araştırmaya katılan spor tesisi kullanıcılarının tesiste kalma süresi ile algıladıkları çıktı kalitesi ($r=,104$, $p=,038 < 0,05$) arasında pozitif yönlü düşük düzeyde istatistiksel olarak anlamlı ilişki bulunmuştur. Tesiste kalma süresi ile fiziksel çevre kalitesi, ortam kalitesi, ekipman kalitesi, program kalitesi ve etkileşim kalitesi algısı arasında istatistiksel olarak anlamlı ilişki yoktur ($p > 0,05$).

3.2.11. Spor Tesis Kullanıcılarının Hizmet Kalitesi Algısının “Tesis Kullanım Zamanı” Değişkenine Göre Karşılaştırılması

Araştırmaya katılan spor tesisi kullanıcılarının algıladıkları hizmet kalitesi ile “tesis kullanım zamanı” arasında farklılık olup olmadığını belirlemek amacı ile yapılan tek yönlü varyans analizi (ANOVA) ve farklılığın hangi gruplar arasında olduğunu belirlemek amacıyla yapılan tukey post hoc analizi sonuçları Tablo 3.11’de verilmiştir.

Tablo 3.11: “Tesis Kullanım Zamanı” değişkenine göre ANOVA ve Tukey Post Hoc (TPH) sonuçları

		n	\bar{x}	Sd	F	*p.	*TPH Sonucu
Fiziksel Çevre Kalitesi	A- 06:00-12:00 arası	68	4,1008	,65071	15,284	,000*	C-A C-B
	B- 12:01-18:00 arası	155	4,2009	,58805			
	C- 18:01-22:00 arası	177	3,7990	,75859			
Ortam Kalitesi	A- 06:00-12:00 arası	68	4,1275	,77914	4,838	,008*	C-B
	B- 12:01-18:00 arası	155	4,3118	,73431			
	C- 18:01-22:00 arası	177	4,0527	,78639			
Ekipman kalitesi	A- 06:00-12:00 arası	68	4,1078	,87425	4,780	,009*	C-B
	B- 12:01-18:00 arası	155	4,2387	,71042			
	C- 18:01-22:00 arası	177	3,9567	,90733			
Program kalitesi	A- 06:00-12:00 arası	68	4,2696	,68690	5,756	,003*	C-A
	B- 12:01-18:00 arası	155	4,0817	,83773			
	C- 18:01-22:00 arası	177	3,9058	,76454			
Etkileşim Kalitesi	A- 06:00-12:00 arası	68	4,5279	,51856	4,104	,017*	C-A
	B- 12:01-18:00 arası	155	4,3626	,71797			
	C- 18:01-22:00 arası	177	4,2667	,61853			
Çıktı Kalitesi	A- 06:00-12:00 arası	68	4,7824	,43122	5,065	,007*	C-A
	B- 12:01-18:00 arası	155	4,6671	,52633			
	C- 18:01-22:00 arası	177	4,5582	,53156			

* ANOVA ve Tukey Post Hoc (TPH) test sonuçları; A,B,C gruplar arası farklılığı gösterir.

Tablo 3.11 incelendiğinde, araştırmaya katılan spor tesisi kullanıcılarının tesis kullanım zamanı bakımından fiziksel çevre kalitesi (F=15,284; p=,000), ortam kalitesi (F=4,838; p=,008), ekipman kalitesi (F=4,780; p=,009), program kalitesi (F=5,756; p=,003), etkileşim kalitesi (F=4,104; p=,017) ve çıktı kalitesi (F=5,065; p=,007) algıları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmaktadır (p<,05). Farkın hangi gruplar arasında olduğunu belirlemek amacıyla yapılan Tukey testinin sonuçlarına göre,

fiziksel çevre kalitesi boyutunda 18:01-22:00 saatleri arası grubun ($\bar{x}=3,7990$) 06:00-12:00 saatleri ($\bar{x}=4,1008$) ve 12:01-18:00 saatleri grubuna göre ($\bar{x}=4,2009$) daha düşük kalite algısına sahip olduğu bulunmuştur. Ortam kalitesi boyutunda 18:01-22:00 saatleri arası grubun ($\bar{x}=4,0527$) 12:01-18:00 saatleri arası gruba göre ($\bar{x}=4,3118$), ekipman kalitesi boyutunda 18:01-22:00 saatleri arası grubun ($\bar{x}=3,9567$) 12:01-18:00 saatleri arası gruba göre ($\bar{x}=4,2387$), program kalitesi boyutunda 18:01-22:00 saatleri arası grubun ($\bar{x}=3,9058$) 06:00-12:00 saatleri gruba göre ($\bar{x}=4,2696$), etkileşim kalitesi boyutunda 18:01-22:00 saatleri arası grubun ($\bar{x}=4,2667$) 06:00-12:00 saatleri gruba göre ($\bar{x}=4,5279$), çıktı kalitesi boyutunda da yine 18:01-22:00 saatleri arası grubun ($\bar{x}=4,5582$) 06:00-12:00 saatleri gruba göre ($\bar{x}=4,7824$) kalite algısının daha düşük olduğu tespit edilmiştir.

IV. BÖLÜM

4. TARTIŞMA, SONUÇ VE ÖNERİLER

Araştırmanın bu bölümünde araştırmanın bulguları tartışılmıştır. Ayrıca araştırmaya ilişkin sonuç ve öneriler de bu bölümde yer almaktadır.

4.1. Tartışma

Çalışmanın bulguları incelendiğinde, araştırmaya katılan spor tesisi kullanıcılarının yaşları ile algıladıkları fiziksel çevre kalitesi arasında negatif yönde düşük düzeyde istatistiksel olarak anlamlı ilişki bulunurken, diğer boyutlarda herhangi bir ilişkiye rastlanmamıştır (Tablo 3.1). Bir başka deyişle, yaş küçüldükçe fiziksel çevre kalitesine yönelik algı düzeyinin arttığı, yaş büyüdükçe ise algı düzeyinin düştüğü şeklinde ifade edilebilir.

Araştırma bulgularına benzer biçimde, Katırcı ve Oyman'ın (2011) “spor merkezlerindeki tüketici tatminini ölçmek” amacıyla yaptıkları çalışmada; genç yaş grubunun temizlik alt boyutunda duyduğu tatmin yüzeyinin diğer yaş gruplarına göre daha yüksek olduğunu sonucuna varmışlardır.

Araştırma bulgularının aksine, Gülseven'in (2011) “basketbol seyircilerinin spor salonlarında sunulan hizmetlere yönelik kalite algılarının bazı değişkenler açısından değerlendirilmesi” çalışmasında seyircilerin hizmet kalitesi algısı yaş değişkenine göre incelendiğinde, kişilerin yaşları arttıkça fiziksel çevre kalitesi ve etkileşim kalitesi

algılarının da arttığı tespit edilmiştir. Eser'in (2015) yapmış olduğu "üniversite spor tesisleri kullanıcıları memnuniyet düzeyi" çalışmasında da, spor merkezi kullanıcılarının genç yaş grubu üyelerin memnuniyet düzeylerinin, ileri yaş grubu üyelerden daha düşük olduğu tespit edilmiştir. Baş, Çelik ve Solak'ın (2017) "spor işletmelerinde algılanan hizmet kalitesi üzerine yaptığı bir araştırmada" kullanıcıların soyunma odalarına yönelik beklentilerinin yaş ilerledikçe arttığı yönünde bir sonuca ulaşmışlardır.

Yapılan bazı çalışmalarda ise, yaşın hizmet kalitesi beklentisini etkilemediği, tüm yaş guruplarındaki üyelerin beklentilerinin benzer oldukları yönünde sonuca ulaşılmıştır. (Tüfekçi 2010, Yerlisu Lapa ve Baştaç 2011, Yıldız, Onağ ve Onağ'ın 2013).

Çalışmaya ilişkin bulgular incelendiğinde, fiziksel çevre kalitesi, ortam kalitesi, program kalitesi, etkileşim kalitesi ve çıktı kalitesi alt boyutlarında erkek kullanıcıların kalite algılarının kadınlardan daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Erkek kullanıcıların kadın kullanıcılara göre "ekipman kalitesi" boyutunda istatistiksel olarak anlamlı düzeyde yüksek kalite algısına sahiptir (Tablo 3.2).

Araştırma bulgularını destekler nitelikte, Afthinos ve arkadaşları (2005); kadın kullanıcıların özellikle tesislerdeki somut unsurlar, personel, üyelerinin tutumları ve yetenekleri, sağlanan hizmetin sunumu konularında beklentilerinin yüksek olduğunu belirtmişlerdir. Theodorakis ve ark (2004), Portekiz'deki sağlık merkezlerindeki müşteri memnuniyetlerini belirlemeyi amaçladıkları çalışmada, erkek kullanıcıların kadınlara oranla tesis olanakları boyutunda daha yüksek memnuniyet düzeyine sahip olduklarını tespit etmişlerdir. Ayrıca, kadınların daha çok grup olarak ve planlanmış aktivitelere katıldıkları, tesis yöneticilerinin kadınların ihtiyaçlarını karşılayacak geniş çaplı kondisyon programları düzenlemeleri gerektiğini ifade etmişlerdir. Tüfekçi'nin (2010) "fitness merkezleri müşterilerinin hizmet kalitesine yönelik beklenti ve algılarının değerlendirilmesi" çalışmasında da; müşterilerin hizmet kalitesi algıları cinsiyet

değişkenine göre incelendiğinde “personel ve soyunma odası” alt boyutunda kadın müşterilerin beklentilerinin erkek müşterilere göre daha yüksek olduğu sonucuna ulaşmıştır.

Araştırmanın bulgularının aksine, Yerlisu Lapa ve Baştaç’ın (2011) “Antalya’da fitness merkezlerine devam eden bireylerin bazı değişkenler açısından bu merkezlere yönelik memnuniyet düzeylerinin belirlenmesi” amacıyla yapmış oldukları çalışmada; cinsiyet değişkenine göre hizmet kalitesi algılarında “soyunma odaları” alt boyutunda istatistiksel olarak farklılık olduğu gözükmemektedir. Kadın müşterilerin “soyunma odaları” alt boyutuna ilişkin kalite algılarının erkek müşterilere göre daha yüksek olduğu anlaşılmıştır. Spor ve rekreasyon hizmetlerinde algılanan hizmet kalitesi konusunda yapılan başka bir çalışmada ise, kadın müşterilerin hizmet kalitesi algılarının erkek müşterilere göre daha yüksek olduğu tespit edilmiştir (Yıldız, Onağ ve Onağ 2013). Yıldırım’ın (2018) Eskişehir Osmangazi Üniversitesi’nde yaptığı “spor tesislerinden yararlanan kişilerin tesislerden memnuniyet düzeylerinin belirlenmesi” isimli çalışmasında da; spor tesislerinden faydalanan kadın müşterilerin tesis koşulları, rahatlık ve uygunluk noktasında erkek müşterilerden, erkek müşterilerin ise antrenör yaklaşımı açısından kadın müşterilerden kalite algılarının daha yüksek olduğu anlaşılmıştır.

Diğer çalışmalardan farklı olarak, Aslan ve Koçak’ın (2011) spor-fitness tesislerinin hizmet kalitesini cinsiyet değişkeni açısından değerlendikleri çalışmada ise, genel hizmet kalite, program kalitesi, ortam koşulları kalitesi, fiziksel çevre kalitesi ve etkileşim kalitesi alt boyutlarında cinsiyet bakımından anlamlı farklılık belirlenmemiştir.

Çalışmaya ilişkin bulgular incelendiğinde, evli kullanıcılar bekâr kullanıcılara göre “ortam kalitesi” ve “etkileşim kalitesi” boyutunda istatistiksel olarak anlamlı düzeyde yüksek kalite algısına sahiptir (Tablo 3.3).

Gençer, Demir ve Aycan (2008) kayak merkezlerindeki hizmet kalitesi algısını belirlemeye yönelik yapmış oldukları çalışmada, evli spor turistlerinin personel boyutuna ilişkin kalite algılarının bekarlara oranla anlamlı düzeyde yüksek olduğunu tespit etmişlerdir. Akgül, Sarol ve Gürbüz (2009) “rekreasyonel amaçlı hizmet veren spor işletmelerinin hizmet kalitesinin belirlenmesi” çalışmalarında, evli katılımcıların “soyunma odası”, “tesis” ve “personel” boyutuna ilişkin hizmet kalitesi algılarının bekar katılımcılara göre daha yüksek olduğunu ortaya koymuşlardır. Bu çalışmalar araştırma bulgularıyla paralellik göstermektedir.

Araştırma bulgularının aksine, Katırcı ve Oyman’ın (2011) “spor merkezlerindeki tüketici tatminini ölçmek” amacıyla yaptıkları çalışmada ise; bekar katılımcıların tatmin düzeyinin evli katılımcılara göre daha yüksek olduğu yönündedir. Baş, Çelik ve Solak’ın (2017) çalışmasına bakıldığında da, bekar üyelerin evli üyelere göre soyunma odalarına ilişkin kalite algılarının daha yüksek olduğu görülmüştür.

Ceyhun’un (2006) spor işletmelerinde hizmet kalitesi çalışmasının sonucuna göre; spor işletmeleri kullanıcılarının hizmet kalitesi algılarının medeni durum değişkenine göre incelendiğinde herhangi bir anlamlı farklılık bulunamamıştır.

Katılımcıların eğitim seviyesi ile algıladıkları hizmet kalitesi düzeyine ilişkin bulgular incelendiğinde, ilköğretim ve ortaöğretim mezunlarının yükseköğretim mezunlarına göre “fiziksel çevre”, “ortam”, “ekipman”, “etkileşim” ve “çıkıtı” kalitesi boyutlarında istatistiksel olarak anlamlı düzeyde yüksek kalite algısına sahip oldukları tespit edilmiştir (Tablo 3.4).

Yerlisu Lapa ve Baştaç’ın (2011) yapmış olduğu çalışmada; lise mezunu grubun “soyunma odaları ve tesis” alt boyutlarında üniversite mezunu gruptan daha yüksek hizmet kalitesi algısına sahip olması, bu çalışmanın sonucuyla örtüşmektedir.

Benzer şekilde, Yıldırım'ın (2018) yaptığı çalışmada da; spor tesisi kullanıcılarının eğitim durumu değişkeni açısından hizmet kalitesi algıları incelendiğinde, “kişisel ve sosyal gelişim”, “hijyenik ortam” ve “tesis atmosferi” kalite algısının eğitim seviyesi yükseldikçe düştüğü sonucuna ulaşılmıştır.

Boz'un (2007) İstanbul Büyükşehir Belediyesi'ne uyguladığı “yerel yönetimlerin spor tesislerinde toplam kalite yönetimi uygulamaları” çalışmasında da; Üniversite mezunu tesis kullanıcıları, çalışanların hizmet sunum kalitesini diğer eğitim seviyesindeki kullanıcılardan daha düşük olarak değerlendirilmiştir.

Demirel'in (2013) spor hizmeti veren işletmelerde hizmet kalitesini değerlendirdiği çalışmasında, program ve personel alt boyutunda eğitim seviyesi lise olan üyelerin beklentilerinin eğitim seviyesi üniversite olan üyelerden; soyunma odası alt boyutunda eğitim seviyesi lise olan üyelerin algılarının üniversite mezunu olan üyelerden yüksek olduğunu sonucu da araştırma bulgularıyla benzerlik göstermektedir.

Araştırma bulgularının aksine, “Spor ve rekreasyon hizmetlerinde algılanan hizmet kalitesinin incelenmesi” konulu çalışmada ise spor tesisi kullanıcılarının hizmet kalitesi algısı eğitim durumu değişkeni açısından incelendiğinde, hizmet kalitesi algısının eğitim durumu arttıkça yükseldiği görülmektedir (Yıldız, Onağ ve Onağ 2013: 122). Yüzgenç'in (2010) yerel yönetimlerin sunduğu hizmetlere yönelik yapmış olduğu çalışmada ise, tesis kullanıcılarının hizmet kalitesi algıları eğitim durumu değişkeni açısından incelendiğinde genel anlamda herhangi bir farklılık olmadığı, sadece “çalışan” alt boyutunda eğitim düzeyleri yüksek olan kişilerin beklentilerinin daha çok yerine getirildiği sonucuna ulaşılmıştır.

Çalışmanın sonucunda elde edilen bulgular incelendiğinde, araştırmaya katılan kamu spor tesisi kullanıcılarının aylık gelirleri ile algıladıkları fiziksel çevre kalitesi, ekipman kalitesi, program kalitesi ve çıktı kalitesi düzeyi arasında negatif yönde düşük

düzeyde istatistiksel olarak anlamlı ilişki bulunmuştur (Tablo 3.5). Benzer şekilde, yapılan bir çalışmada da, düşük gelir seviyesine sahip olan kişilerin yüksek gelir seviyesine sahip olan kişilere göre program kalitesi algılarının daha fazla olduğu tespit edilmiştir (Ceyhun 2006). Yüzgenç'in (2010) yaptığı çalışmada da, spor tesisi kullanıcılarının algıladıkları hizmet kalitesi "etkileşim kalitesi" değişkenine göre incelendiğinde, gelir düzeyi yüksek olan kişilerin kalite algısının gelir düzeyi düşük olan kişilere göre daha düşük olduğu sonucu ortaya çıkmıştır.

Araştırma sonucunun aksine, Greenwell, Fink ve Pastore'un (2002) spor tesislerinin tüketici tatmini üzerinde etkisinin değerlendirilmesi konulu çalışmalarında, düşük gelirli seyircilerin yüksek gelir düzeyine sahip seyircilere göre etkileşim kalitesini daha düşük algıladıkları sonucuna ulaşmışlardır. Benzer şekilde, Katırcı ve Oyman'ın (2011) "spor merkezlerindeki tüketici tatminini ölçmek" amacıyla yaptığı çalışmada da; düşük gelir seviyesine sahip kişilerin, tüketici tatmininin de düşük olduğu ortaya konulmuştur.

Demirel'in (2013) "rekreasyonel spor/fitness programı sunan işletmelerde hizmet kalitesi" araştırmasında, gelir durumu bakımından kişilerin algıladıkları hizmet kalitesi incelendiğinde tüm alt boyutlarda anlamlı farklılık bulunamamıştır. Bu durum bireylerin gelir durumunun düşük ya da yüksek olmasının beklenti veya algılarını değiştirmedini yönünde yorumlanabilir.

Çalışmanın sonucunda elde edilen bulgular incelendiğinde, araştırmaya katılan kamu spor tesisi kullanıcılarının hizmet kalitesi algıları spor tesisine gelme amaçları bakımından anlamlı düzeyde farklılık göstermediği tespit edilmiştir (3.2.6).

Tesislerin genel amacı fiziksel aktivite yaptırarak insanlara spor hizmeti vermektir. Kişilerin spora geliş amaçlarına baktığımızda, nihayetinde fiziksel bir aktiviteyle diğer amaçlarını da gerçekleştirmeye çalıştıklarını görülmektedir

(sosyalleşme, psikolojik rahatlama, yeteneklerini geliştirme veya sadece keyifli vakit geçirdiği için). Boz'un (2007) araştırmasında kişilerin spor yapma amacının büyük çoğunlukla, "mutlu olma", "eğlenmek", "stres atmak", "sosyal çevre edinmek", "sağlıklı yaşam" ve "güzel gözükmek" olduğu yönünde sonuca ulaşılmıştır. Ceyhun'a (2006) göre, spor tesislerini kullanan üyelerin %41,1'i sağlıklı yaşam ve %25'i fiziksel görünümün güzel olmasını amaçlamaktadırlar. Tüfekçi'nin (2010) yapmış olduğu çalışmada; üyelerin fitness merkezlerine "sağlıklı ve zinde kalmak" amacıyla gittikleri anlaşılmaktadır. Akçay'ın (2014) "bir fitness merkezi üyelerinin hizmet kalitesine yönelik algıları" araştırmasında kişilerin spor yapma nedenleri incelendiğinde, en çok verilen cevapların "kilo vermek", güzel gözükmek" ve "vücut geliştirmek" olduğu bulunmuştur. Alan yazın incelendiğinde, bireylerin spor tesislerine geliş amaçları ile kalite algılarının incelendiği çalışmalara ulaşılamamıştır. Araştırma konuya ilişkin veri sağlaması bakımından önemli olarak görülebilir.

Çalışmanın sonucuna göre, araştırmaya katılan spor tesisi kullanıcılarının tesise ulaşım mesafesi ile algıladıkları "fiziksel çevre kalitesi", "çıkıtı kalitesi" ve "ortam kalitesi" alt boyutları arasında negatif yönde düşük düzeyde ilişki bulunmuştur (Tablo 3.7). Tesise ulaşım mesafesi arttıkça fiziksel çevre, ortam koşulları ve çıkıtı kalitesi açısından hizmet kalitesi algısının azalmaktadır.

Çeto'nun (2016) çalışmasında, spor merkezlerinin evlerine yakın olması, kişilerin spor merkezlerini tercih sebeplerinden biri olarak görülmektedir. Eroğlu'nun (2006) yaptığı çalışmada, kişiler gittikleri spor merkezinin evlerine veya işyerlerine olan yakınlığını ağırlıklı olarak çok önemli bulmaktadırlar. Ayas'ın (2013) "fitness merkezlerinde müşteri profilini belirlemeye yönelik" yapmış olduğu çalışmada, kişilerin evlerine yakın olan spor merkezlerini tercih ettiği sonucu elde edilmiştir. Yüzgenç'in (2010) yaptığı çalışmada, tesis kullanıcılarının hizmet kalitesi algıları tesise ulaşım süresi açısından incelendiğinde, tesise ulaşımın kolay ve kısa sürede olması kişilerin soyunma odasına ilişkin kalite algılarını olumlu yönde etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. Bu sonuçlar, araştırma bulguları ile benzerlik göstermektedir.

Çalışmanın sonucuna göre, araştırmaya katılan kamu spor tesisi kullanıcılarının üyelik süreleri ile algıladıkları “fiziksel çevre kalitesi” ve “ortam kalitesi” arasında negatif yönde düşük düzeyde istatistiksel olarak anlamlı ilişki bulunmuştur (Tablo 3.8). Bir başka ifadeyle, kişilerin tesislerdeki üyelik süreleri arttıkça fiziksel çevre kalitesi ve ortam koşulları kalite algısı azalmaktadır. Bunun nedeni olarak kişilerin tesisleri kullandıkları süre arttıkça, tesisin fiziksel koşullarını daha iyi tanımaları ve eksikliklerin daha çok farkına varmaları gösterilebilir.

Memiş ve Ekenci'nin (2007) Ankara'da spor merkezlerinde müşteri memnuniyetini ölçmek için yaptıkları çalışmada, 1 yıldan daha az süreli üyeliği bulunan kişilerin daha uzun süreli üyeliği bulunan kişilere göre hizmet kalitesi algısının daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Aynı şekilde Baş, Çelik ve Solak (2017) yaptığı çalışmada, spor tesisi kullanıcılarının üyelik süresine göre hizmet kalitesi algısı incelendiğinde, 1 yıldan az sürede hizmet alan kişilerin, 1 yıl ve üzeri hizmet alan kişilere göre soyunma odaları ve tesise ilişkin aldıkları hizmeti daha yeterli buldukları sonucuna ulaşılmıştır. Uzun süreli üyeliği olan müşterilerin zamanla işletmelerin verdiği hizmetin yetersiz bulunduğunu ve daha yenilikçi hizmet beklediklerini belirtmişlerdir.

Yapılan bazı çalışmalarda araştırma bulgularına benzer sonuçlara ulaşılmıştır. Çeto'nun (2016) “KKTC genelinde faaliyet gösteren özel spor merkezleri üyelerinin hizmet kalitesine yönelik” algıları incelendiğinde; spor tesislerine üye olan kişilerin çoğunluğunun uzun süreli üyeliklere sahip olmadığı ortaya koymuştur. Kullanıcıların üyeliklerini yenilememe nedeni olarak, bireylerin üyelik süresi uzadıkça hizmet kalitesi algılarının düştüğünü göstermiştir. Eroğlu'nun (2006) “spor merkezlerine üyelik yenilemelerini etkileyen faktörlerin araştırılması” konulu çalışmasının sonucuna göre ise; spor merkezi kullanıcılarının üyeliklerini yenilemelerinde aynı tesiste spor yapma sürelerinin etkili olmaktadır.

Araştırma bulgularının aksine, bazı çalışmalarda katılımcıların spor tesislerine üye oldukları süre ile hizmet kalitesi algısı değerlendirildiğinde, spor tesislerinde üye

olunan süre arttıkça üyelerin antrenör ile ilgili düşüncelerinin olumlu yönde geliştiği görülmüştür (Yıldırım, 2018). Özsarı, Fişekçioğlu ve Altın'ın (2017) “gençlik merkezi faaliyetlerine katılan Suriyeli mültecilerin algıladıkları hizmet kalitesi üzerine yaptığı araştırmada, Suriyeli mültecilerin katıldığı sportif etkinlik türünde algıladıkları hizmet kalitesi üyelik süresi açısından incelendiğinde istatistiksel olarak anlamlı bir ilişkiye rastlanmamıştır.

Çalışmanın sonucunda elde edilen bulgular incelendiğinde, araştırmaya katılan spor tesisi kullanıcılarının tesis kullanım sıklığı ile algıladıkları “fiziksel çevre kalitesi”, “program kalitesi”, “etkileşim kalitesi” ve “çıktı kalitesi” arasında pozitif yönde düşük düzeyde istatistiksel olarak anlamlı ilişki bulunmuştur (Tablo 3.9). Spor tesislerini haftada daha fazla kullanan üyelerin genel anlamda kalite algılarının fazla olduğu söylenebilir. Bunun nedeni olarak düzenli olarak spora gelen kişilerin amaçları doğrultusunda daha fazla doyuma ulaşmaları, sıklıkla karşılaştığı tesis çalışanları (personel, antrenör vs.) ile aralarında bir bağ kurması kalite algılarını etkilediği düşünülebilir. Bu durum, Swanson ve ark (2003) nın sosyal özdeşleme kavramında kendine yer bulmaktadır.

Kullanım sıklığı değişkeni açısından hizmet kalitesi algısı incelendiğinde, tesisi haftada daha çok kullanan kişilerin, daha az kullananlara göre genel hizmet kalitesi algılarının daha yüksek olduğu tespit edilmiştir (Yıldız, Onağ ve Onağ 2013). Ceyhun'un (2006) işletmelerin hizmet kalitesi algısının kullanım sıklığı değişkenine göre incelendiği çalışmada; tesisin kullanım sıklığı arttıkça fiziksel çevre kalitesi ve etkileşim kalitesi algılarının da arttığı belirlenmiştir. Ergin vd. (2011) “üniversite spor merkezlerindeki hizmet kalitesi boyutlarının algı ve önem düzeylerinin incelenmesi” konulu çalışmasında, spor tesisi kullanıcılarının tesis kullanım sıklığı azaldıkça tesisin fiziksel koşullarına ilişkin verdikleri puanın da azaldığı görülmektedir. Eraslan'ın (2014) “üniversite yerleşkelerindeki rekreasyonel spor merkezlerinde hizmet kalitesi” konulu çalışmasında, spor tesislerini daha sık kullanan öğrencilerin hizmet kalite algıları daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Gülseven'in (2011) basketbol seyircilerine spor salonunda sunulan hizmetlere yönelik yapmış olduğu çalışmada, kişilerin salonda maç izleme sıklıkları arttıkça fiziksel çevre kalitesi ve etkileşim kalitesi algılarının da arttığı görülmektedir. Bunun sebebi olarak, düzenli maç izlemeye giden seyircilerin diğer seyircilere göre salonu daha çok kabullenmiş ve eksiklikleri göz ardı etmiş olabileceği gösterilmektedir. Eser (2015) Pamukkale Üniversitesi'nde bulunan spor merkezindeki üyelere yapmış olduğu çalışmada, kullanım sıklığının daha fazla olan kişilerin memnuniyet düzeylerinin daha yüksek olduğunu tespit edilmiştir.

Yüzgeç'in (2010) yaptığı çalışmada ise, spor tesisi kullanıcılarının hizmet kalitesi algılarının kullanım sıklığı değişkenine göre herhangi bir farklılık göstermediği belirlenmiştir. Çiftçi ve Çakmak'ın (2018) "fitness merkezleri müşterilerinin hizmet kalitesi ile ilgili beklenti ve algı düzeylerinin incelenmesi" başlıklı çalışmalarında, tesis kullanım sıklığı değişkenine göre kişilerin algıladığı hizmet kalitesi arasında ilişki bulunamamıştır.

Çalışma sonucunda, araştırmaya katılan kamu spor tesisi kullanıcılarının günlük kullanım süresi ile algıladıkları "çıkıtı kalitesi" arasında pozitif yönlü düşük düzeyde istatistiksel olarak anlamlı ilişki bulunurken, diğer boyutlarda herhangi bir ilişkiye rastlanmamıştır (Tablo 3.10). Spor salonlarında daha fazla vakit geçiren bireylerin amaçlarını gerçekleştirmede azimli ve motive olmuş olabilecekleri dolayısıyla geliş amaçlarını gerçekleştirmelerinin de daha mümkün olması, çıkıtı kalitesini yüksek algılamalarına neden olmuş olabilir. Eraslan'ın (2014) yaptığı çalışmada, öğrencilerin kullandıkları tesisin hizmet kalite algıları tesiste kalma süresi değişkenine göre 1.5 saatten fazla tesiste vakit geçiren öğrencilerin hizmet kalite algıları, 1.5 saatten az kullananlara göre daha yüksek olduğunu belirlemiştir. Benzer şekilde, Demirel'in (2013) araştırmasının sonucu, üyelerin spor merkezlerinde geçirdiği zaman dilimi arttıkça üyelerin beklentilerinin düştüğü yönündedir.

Çalışmanın sonucunda elde edilen bulgular incelendiğinde, araştırmaya katılan kamu spor tesisi kullanıcılarının hizmet kalitesi algıları tesis kullanım zamanı bakımından incelendiğinde tüm boyutlarda anlamlı düzeyde farklılık gösterdiği tespit edilmiştir (3.11). Tüm boyutlarda 18:01-22:00 saatleri arasında spor merkezine gelen üyelerin kalite algılarının, 06:00-12:00 ve 12:01-18:00 saatleri arasında spora gelen üyelere göre düşük çıktığı görülmüştür.

Araştırma bulgularıyla benzerlik gösteren Eroğlu'nun (2006) çalışmasında da, spor tesislerini geç saatte kullanan kişilerin genel hizmet kalitesi algısı, diğer zaman dilimlerinde merkezi kullanan kişilere göre daha düşük olduğu, bunun sebebi olarak da akşam saatlerindeki üye sayısının en yoğun saatler olduğu için tesislerin belirlenen kapasitenin üzerinde hizmet verilmesinden kaynaklı tesisin birçok noktasında yetersiz kalmasından doğan problemlerin kişilerin hizmet kalite algısını düşürdüğü sonucunu ortaya konulmuştur.

4.2. Sonuç

Bu bölümünde, araştırmaya ilişkin sonuçlara yer verilmiştir. Buna göre;

1. Hizmet kalite algısı ile yaş arasında pozitif yönde bir ilişki vardır.
2. Ekipman kalitesi boyutunda erkek tesis kullanıcılarının algıları kadınlardan anlamlı düzeyde yüksektir.
3. Evli kullanıcıların bekar kullanıcılara göre “ortam kalitesi” ve “etkileşim kalitesi” boyutunda hizmet kalitesi algıları daha yüksektir.
4. Yüksek eğitim seviyesine sahip kullanıcıların hizmet kalitesi algısı diğerlerine göre daha düşüktür.
5. Gelir düzeyi ile hizmet kalitesi algısı arasında negatif yönde bir ilişki vardır.
6. Spora gelme amacının farklılaşması hizmet kalitesi algısını etkilememektedir.
7. Tesise ulaşım mesafesinin artması algılanan hizmet kalitesi düzeyini düşürmektedir.
8. Üyelik süresi ile “fiziksel çevre kalitesi” ve “ortam kalitesi” algısı negatif yönde bir ilişki vardır.
9. Spor tesislerini daha fazla kullananların hizmet kalitesi algısı daha yüksektir.
10. Günlük kullanım süresi ile “çıktı kalitesi” algısı arasında pozitif yönde bir ilişki vardır.
11. Akşam saatlerindeki hizmetlere yönelik kalitesi algısı diğer saatlere göre daha düşüktür.

4.3. Öneriler

Gelecek araştırmalara yönelik öneriler;

1. Özel ve kamu spor tesisi işletmelerine yönelik hizmet kalite algısı karşılaştırılabilir.

2. Daha fazla sayıda kullanıcıya ulaşılarak daha geniş bir kapsamlı çalışma yapılabilir.
3. Tesislerde sunulan her bir hizmete yönelik ayrı ayrı kalite algı düzeyleri incelenebilir.
4. Hizmet kalitesi üzerinde etkili olabilecek farklı konular araştırmalar dahil edilebilir.

Spor tesislerine yönelik öneriler;

1. Kullanıcıların kişisel özelliklerine göre kalite algılarını arttıracak gerekli tedbirlerin alınması önerilir.

KAYNAKLAR

Ada, Ece (2010). *Tedarik Zincirinde Toplam Kalite Yönetimi*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: Kadir Has Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Afthinos, Yanni; Nicholas D., Theodorakis ve Pantelis Nassis (2005). "Customers' Expectations of Service in Greek Fitness Centers: Gender, Age, Type of Sport Center, and Motivation Differences." *Managing Service Quality: An International Journal* 15(3): 245-258.

Akgül, Beyza M. vd. (2009). "Rekreasyonel Amaçlı Hizmet Veren Spor İşletmelerinin Hizmet Kalitesinin Belirlenmesi". *Gazi Üniversitesi Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi* 14(3): 33-39.

Aksoy, Mehmet Tarık (2006). *Gençlik ve Spor Genel Müdürlüğü Bünyesinde Bulunan Spor Salonlarının Kullanıcı İhtiyaçlarını Karşılama Düzeyinin İncelenmesi*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Bolu: Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Armağan, Ahmet Şenol (2005). *Kütüphane ve Belge Bilgi Merkezlerinde Müşteri İlişkileri Yönetimi*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Aslan, Burak Erdinç (2017). *Erzurum İlinde Bulunan Özel Beden Eğitimi ve Spor Tesislerinde Sunulan Hizmet Kalitesinin İncelenmesi*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Erzurum: Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Aslan, Murat ve Koçak, Settar M. (2011). "Determination of the Service Quality Among Sport and Fitness Centers of the Selected Universities". *International Journal of Human Sciences* 8(2): 817-833.

Aslan, Tolga (2007). *Toplam Kalite Yönetimi: Kamu Alanındaki Uygulamaların Değerlendirilmesi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Kahramanmaraş: Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Atasoy, Berkant ve Öztürk Kuter, Füsün (2005). "Küreselleşme ve Spor". *Eğitim Fakültesi Dergisi* 18(1): 11-22.

Atılğan, Eda (2001). *Hizmet Kalitesi Yönetimi ve Seyahat Sektörüne Yönelik Bir Uygulama*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Antalya: Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Ayas, Serpil (2013). *Rekreasyon Amaçlı Spor Tesisi Olarak Fitness Merkezlerinde Müşteri Profilini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma (Edirne İli Örneği)*. Yüksek Lisans Dönem Projesi. Edirne: Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Aycan, Ali (2005). *Gençlik Merkezlerinde Örgütsel Etkililik ve Hizmet Kalitesinin Değerlendirilmesi*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. İstanbul: Marmara Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü.

Aycil, Serkan (2013). *Hizmet Kalitesinin Müşteri Memnuniyeti Açısından Değerlendirilmesi: PTT Kargo Üzerine Bir İnceleme*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Kütahya: Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Baş, Mustafa; Çelik, Akın ve Solak, Nilüfer (2017). “Spor İşletmelerinde Algılanan Hizmet Kalitesi Üzerine Bir Araştırma”. *Spor Bilimleri Dergisi* 4(2): 1-11.

Bingöl, Azize (2010). *Spor Merkezlerine Devam Eden Bireylerin Spordan ve Spor Merkezlerinden Beklentilerinin Karşılanma Düzeyleri*. Yüksek Lisans Tezi. Trabzon: Karadeniz Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Boz, Cemil (2007). *Yerel Yönetimlerin Spor Tesislerinde Toplam Kalite Yönetimi Uygulamaları (İstanbul Büyükşehir Belediyesi Örneği)*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: Marmara Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü.

Cengiz, Recep ve Taşmektepligil, Mehmet Yalçın (2016). “Spor Üzerine Sosyolojik Bir Çözümleme: Spor Merkezleri (Samsun Örneği)”. *Akademik Bakış Dergisi* 56:220-240.

Ceyhun, Serdar (2006). *Spor İşletmelerinde Hizmet Kalitesi*. Yayımlanmamış Doktora Tezi. Ankara: Gazi Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü.

Ceyhun, Serdar (2008). “Spor Tesislerinin Rekreatif Açıdan Kullanımı”. *Kastamonu Eğitim Dergisi* 16(1), 325-332.

Çalışkan, Yiğit (2017). *Kalite Fonksiyon Yayılımının Bir Spor Tesisinde Uygulanması*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: Beykent Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.

Çeto, Eren (2006). *KKTC Genelinde Faaliyet Gösteren Özel Spor Merkezleri Üyelerinin Hizmet Kalitesine Yönelik Algıları*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Lefkoşa: Yakın Doğu Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü.

Çiftçi, Sevda ve Çakmak, Gökhan (2018). “Fitness Merkezleri Müşterilerinin Hizmet Kalitesi ile İlgili Beklenti ve Algı Düzeylerinin İncelenmesi”. *Spor Bilimleri Araştırmaları Dergisi* 3(1): 23-31.

Çimen, Zafer (2003). “Spor Hizmetlerinde Toplam Kalite Standartları”. *İstanbul Üniversitesi Spor Bilimleri Dergisi* 11(3): 13-17.

Dalgıç, Ali (2013). *Hizmet Sektöründe Hizmet Kalitesi Ölçümü ve Hizmet Kalitesini Etkileyen Faktörler (Antalya’da Hizmet Kalitesi Ölçümüne Yönelik Bir Uygulama)*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Aydın: Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Dedeoğlu, Bekir Bora (2012). *Otel İşletmelerinde Paydaşların Hizmet Kalitesini Algılama Farklılıkları: Antalya Örneği*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Hatay: Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Demiray, Erdinç (2012). *Aktif Spor Turistlerinin Güdüsel Yönelimleri, Hizmet Kalitesi Algıları, Memnuniyet Düzeyleri ve Davranışsal Niyetleri Arasındaki İlişki*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. İzmir: Ege Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü.

Demirel, Havva (2013). *Rekreasyonel Spor/Fitness Programı Sunan İşletmelerde Hizmet Kalitesi*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Ankara: Gazi Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü.

Demiröz, Muhammet Vahit (2009). *Gençlik ve Spor İl Müdürlüğü'ne Ait Spor Tesislerinin, Fiziksel Özelliklerinin ve İşletmecilik Anlayışının, Sporcu ve Antrenörlerin İhtiyaç ve Beklentileri Açısından Değerlendirilmesi (Kahramanmaraş İli Örneği)*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Kahramanmaraş: Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Dere, K. Gürcan (2010). *İzmir İli Alaçatı Beldesinde Sörf Sporü Örneğinde, Spor ve Spor Yerleri Üzerine Bir Araştırma*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İzmir: Ege Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.

Dinçer, Ömer (1998). *Stratejik Yönetim ve İşletme Politikası*. 5. Baskı. İstanbul: Beta Basım Yayınları.

Doğın, Yunus (2016). *Belediyelerde Hizmet Pazarlaması: Muş Belediyesi Hizmetleri Üzerine Bir Uygulama*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Elazığ: Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Duman, Savaş ve Kuru, Emin (2010). "Spor Yapan ve Spor Yapmayan Türk Öğrencilerin Kişisel Uyum Düzeylerinin Belirlenmesi ve Karşılaştırılması". *Niğde Üniversitesi Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi* 1(4): 18-26.

Duran, Aylin (2013). *Vücut Geliştirme ve Fitness Salonlarına Giden Bireylerin Beklentileri (Lefkoşa Örneği)*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Lefkoşa: Yakın Doğu Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü.

Eker, Erdem (2007) *Hizmet Süreci Kalitesindeki Değişimlerin Müşteri Memnuniyeti Üzerine Etkisinin Servqual Yöntemiyle Ölçümü ve Servis Hizmetlerine Yönelik Bir Uygulama*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Kütahya: Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Eraslan, Ali (2014). *Üniversite Yerleşkelerinde Rekreasyonel Spor Merkezlerinde Hizmet Kalitesi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Ankara: Gazi Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü.

Erem, Nejat Gökhan (2003). *Toplam Kalite Yönetiminin Hizmet İşletmelerinde Uygulanması ve Süleyman Üniversitesi Tıp Fakültesi Araştırma ve Uygulama Hastanesinde Bir Örnek Uygulama*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Isparta: Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Ergin, Berna M.; İmamoğlu, A. Faik; Tunç, Taner; Akpınar, Selahattin; Çan, Musa (2011). “Üniversite Spor Merkezlerindeki Hizmet Kalitesi Boyutlarının Algı ve Önem Düzeylerinin İncelenmesi”. *Spor ve Performans Araştırmaları Dergisi* 1(2): 41-49.

Ergin, Berna Mete (2010). *Üniversite Spor Merkezlerindeki Algılanan Hizmet Kalitesinin Yapısal Eşitlik Modeli (YEM) İle İncelenmesi*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Ankara: Gazi Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü.

Eroğlu, Erhan (2006). *Spor Merkezlerinde Üyelik Yenilemelerini Etkileyen Faktörlerin Araştırılması*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: Marmara Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü.

Ertürk, Müjdat (2011). *Türkiye'deki Otel İşletmelerinde Hizmet Kalitesinin Ölçülmesine Yönelik Bir Alan Araştırması*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Ankara: Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü.

Eser, Fırat Derviş (2015). *Üniversite Spor Tesisleri Kullanıcıları Memnuniyet Düzeyi (Pamukkale Üniversitesi Spor Merkezi Örneği)*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Denizli: Pamukkale Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü.

Ezcan, Volkan (2006). *İnşaat Proje Yöneticileri İçin Öntasarım Aşamasında Spor Tesisi Yatırımlarını Değerlendirmeye Yönelik Model Önerisi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.

Genç, Yunus (2017). *Yerel Yönetimlere Bağlı Spor ve Egzersiz Alanlarından Halkın Beklentileri (Elazığ İl Örneği)*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Elazığ: Fırat Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü.

Gençer, R. Timuçin (2005). *Profesyonel Futbol Kulüpleri Stadyumlarında Algılanan Hizmet Kalitesi: Fenerbahçe Şükrü Saraçoğlu Stadyumu Üzerine Bir İnceleme*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. İstanbul: Marmara Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü.

Gençer, Timuçin; Demir, Cengiz ve Aycan, Ali (2008). “Kayak Merkezlerindeki Spor Turistlerinin Hizmet Kalitesi Algılarını Etkileyen Değişkenler”. *Ege Akademik Bakış* 8(2): 437-450.

Görücü, Alpaslan (2001). *Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokullarında Okuyan Öğrencilerin Aktif Spor Yapma Durumlarının Belirlenmesi*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Konya: Selçuk Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü.

Greenwell, T. Christopher; Fink, Janet S. Ve Pastore, Donna L. (2002). “Assessing the Influence of the Physical Sports Facility on Customer Satisfaction within the Context of the Service Experience”. *International Journal of Quality&Reliability Management* 9(11):43-66.

Güçlü, Nilgün (2013). *Yerel Yönetimlere Ait Fitness Merkezlerinde Algılanan Hizmet Kalitesi*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Bolu: Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Güdül, Nadigül (2008). *Fitness Salonuna Giden Bireyin Beklentileri (Bursa İli Örneği)*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Afyonkarahisar: Afyonkarahisar Kocatepe Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü.

Gülseven, Orkun (2011). *Basketbol Seyircilerinin Spor Salonlarında Sunulan Hizmetlere Yönelik Kalite Algılarının Bazı Değişkenler Açısından Değerlendirilmesi*. Yayımlanmamış Doktora Tezi. Bolu: Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

İşlertaş, Nevin (2006). *Spor Tesislerinden Yararlanan Beden Eğitimi Öğretmenlerinin İstek ve Beklentileri (Kayseri İli Örneği)*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Niğde: Niğde Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Karabulut, Ebru Olcay (2018). *Spor Bilimlerinde Akademik Araştırmalar*. I. Cilt. Ankara: Gece Kitaplığı Yayınları.

Karaç, Yeşim (2017). *Sporcu Eğitim Merkezlerindeki Atletizm Branşı Öğrenci-Sporcuların Başarı Algıları İle Spora Katılım Güdülerinin İncelenmesi*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Çorum: Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Katırcı, Hakan vd. (2012). “Spor Tesis İşletmesi ve Saha Malzeme Bilgisi”. *Spor Tesis İşletmesi Kavramı*. Ed. Hakan Katırcı. Eskişehir: T.C. Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayınları. 2-21.

Katırcı, Hakan ve Oyman Mine (2011). “Spor Merkezlerinde Tüketici Tatmini ve Sadakat”. *Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi* 5(2): 90-100.

Korucu Aytan, Gonca (2010). *Ortaöğretim Öğrencilerinin Sosyalleşmelerinde Sporun Etkileri*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Ankara: Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü.

Köşker Demir, Emine (2010). *Rekreasyonel Spor Hizmeti Veren İşletmelerde Kalite Ölçeği; Geçerlilik Güvenirlik Çalışması (Türkçe Uyarlaması)*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Ankara: Gazi Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü.

Kurtoğlu, Tarık (2006). *Halkın Yerel Yönetimlerden Spor Hizmetleri Konusunda Beklentileri (Mersin İli Örneği)*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Mersin: Mersin Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü.

Kuzu, Ali (2010). *Yaşlı Bakım Kurumlarında Hizmet Kalitesi Kavramı ve Kavramsal Hizmet Kalitesi Modeli: Servqual Uygulaması*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Sakarya: Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Kül, Sevim; Balcı, Velittin ve Diker, Gürkan (2011). "Ankara'daki Özel Spor İşletmelerine Üye Olan Kişilerin Üye Olma ve Üyeliğini Devam Ettirme Nedenleri". *1. Uluslararası Spor Ekonomisi ve Yönetimi Kongresi*. İzmir: Ege Üniversitesi ve Pamukkale Üniversitesi.

Lagrosen, Stefan and Lagrosen, Yvonne. (2007). "Sağlık ve Fitnes Alanında Hizmet Kalitesi". https://www.researchgate.net/publication/242019651_exploring_service_quality_in_the_health_and_fitness_industry/, 4 Temmuz 2019'da erişilmiştir).

Lapa, Tennur Yerlisu ve Baştaç, Emrah (2011). "Antalya'da Fitness Merkezlerine Devam Eden Bireylerin Bazı Değişkenleri Açısından Bu Merkezlere Yönelik Memnuniyet Düzeylerinin Değerlendirilmesi". *1. Uluslararası Spor Ekonomisi ve Yönetimi Kongresi*. İzmir: Ege Üniversitesi ve Pamukkale Üniversitesi.

Memiş, Uğur Altay ve Ekenci, Güner (2007). "Spor Merkezlerinde Müşteri Memnuniyeti (Ankara İli Örneği)". *Gazi Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi* 1(12): 33-48.

Osmanoğlu, Hasan (2017). *Spor Turizmi Yapan Otel İşletmelerinin Hizmet Kalitesinin Sporcular Açısından Değerlendirilmesi*. Yayımlanmamış Doktora Tezi. Bolu: Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Özdiñ, Özlem (2005). “Çukurova Üniversitesi Öğrencilerinin Sporun ve Spora Katılımın Sosyalleşmeyle İlişkisi Üzerine Görüşleri”. *Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi* 3(2): 77-84.

Özsarı, Arif; Fişekçioğlu, İ. Bülent ve Altın, Mehmet (2017). “Gençlik Merkezi Faaliyetlerine Katılan Suriyeli Mültecilerin Algıladıkları Hizmet Kalitesi Üzerine Bir Araştırma”. *Spor Bilimleri Araştırmaları Dergisi* 2(1): 31-44.

Öztürk, Mehmet Ali (2014). *İzmir ve Manisa İllerinde Rekreasyonel Faaliyet Gösteren Özel Spor İşletmelerinin Hizmet Kalitesi Açısından İncelenmesi ve Karşılaştırılması*. Yayımlanmamış Doktora Tezi. Ankara: Gazi Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü.

Ramazanoğlu, Fikret ve Öcalan, Mehmet (2005). “Spor İşletmelerinde İşletmecilik ve Personel Yönetimi Anlayışı”. *Fırat Üniversitesi Doğu Araştırmaları Dergisi* 1(4): 36-40.

Ramazanoğlu, Fikret ve Ramazanoğlu, Nusret (2000). ” Spor Tesislerinin Planlandırılması ve İşletmesi”. *Spor Araştırmaları Dergisi* 3(4): 1-6.

Sayım, Ferhat ve Aydın, Volkan (2011) “Hizmet Sektörü Özellikleri ve Sistemik Olmayan Risklerin Sektör Menkul Kıymetleri ile Etkileşimine Dair Teorik Bir Çalışma”. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* 29: 245-262.

Sivrikaya, Ömer ve Pehlivan Mensur (2015). “Üniversite Öğrencilerinin Spor Yapmasını Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesi”. *Spor Yönetimi ve Bilgi Teknolojileri Dergisi* 1(10):37-47.

Swanson, Scott R.; Gwinner, Kevin and Larson, Brian V. & Janda, Swinder (2003). “Motivations of College Student Game Attendance and Word of Mouth Behavior: The Impact of Gender Differences”. *Sport Marketing Quarterly* 12(3).

Şelale Akça, Nevzan (2012). *Özel Spor Merkezlerine Üye Olan Bireylerin Spora Yönelme Nedenleri ve Beklentilerinin Gerçekleşme Düzeyleri*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Ankara: Ankara Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü.

Theodorakis, Nicholas; Alexandris, Konstantinos; Rodrigues, Pedro Miguel Monteiro; Sarmiento, Pedro J. (2004). “Measuring Customer Satisfaction in the Context of Health Clubs in Portugal”. *International Sports Journal* 8(1): 44-53.

Tüfekçi, Özlem (2010). *Fitness Merkezi Müşterilerinin Hizmet Kalitesine Yönelik Beklenti ve Algularının Değerlendirilmesi*. Yüksek Lisans Tezi. Balıkesir: Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Uçan, Yılmaz (2007). *Spor-Fitness Merkezlerinin Algılarının Hizmet Kalitesi Ölçeğinin Geliştirilmesi*. Doktora Tezi. Bolu: Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Uçan, Yılmaz (2016). *Spor Sektöründe Hizmet Kalitesi*. 1.Cilt. İstanbul: Nobel Bilimsel Eserler.

Yavaş, Özdemir (2005). *Sporun Ekonomi İçindeki Yeri ve Spor Pazarlama: Üç Büyük Spor Kulübüne Uygulamalı Bir Araştırma*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Edirne: Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Yazıcı, Ahmet Gökhan (2014). “Toplumsal Dinamizm ve Spor”. *Uluslararası Türkçe Edebiyat Kültür Eğitim Dergisi* 1(3): 394-405.

Yıldırım, Mehmet (2018). “Spor Tesislerinden Yararlanan Kişilerin Tesislerden Memnuniyet Düzeylerinin Belirlenmesi (Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Örneği)”. *Akdeniz Eğitim Araştırmaları Dergisi* 12(25): 341-360.

Yıldırım, Süleyman (2011). *Lisanslı Olarak Takım Sporunu ve Bireysel Spor Yapan İle Spor Yapmayan Ortaöğretim Öğrencilerinin Sosyal Beceri Düzeylerinin Karşılaştırılması*. Yüksek Lisans Tezi. Bolu: Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Yıldız, Gökhan Hakan (2006). *Ortaöğretim Kurumları Spor Alanında Okuyan Öğrencilerin Spora Başlama ve Bu alanı Seçme Nedenleri İle Beklentileri*

(Ankara İli Örneği). Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Ankara: Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü.

Yıldız, Süleyman Murat ve Tüfekçi Özlem (2010). “Fitness Merkezi Müşterilerinin Hizmet Kalitesine Yönelik Beklenti ve Algılarının Değerlendirilmesi”. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* 24(13): 1-11.

Yıldız, Yavuz, Onağ, Abidin Ozan ve Onağ, Zeynep (2013). “Spor ve Rekreasyon Hizmetlerinde Algılanan Hizmet Kalitesinin İncelenmesi: Fitness Merkezi Örneği”. *Uluslararası Hakemli Beşeri ve Akademik Bilimler Dergisi* 3(2): 114-130.

Yumuşak, Naci Utku (2006). *Hizmet Kalitesinin Ölçümü ve Hizmet Kalitesini Etkileyen Faktörler: Uşak Ticaret ve Sanayi Odası Uygulaması*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

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

Zengin, Eyüp ve Erdal, Ayhan (2000). “Hizmet Sektöründe Toplam Kalite Yönetimi”. *Journal of Qafqaz Universty* 1(3): 43-56.



EKLER

EK 1: Kullanıcı Bilgi Formu

SPOR – FITNES MERKEZLERİ HİZMET KALİTESİ ÖLÇEĞİ	
Lütfen Aşağıdaki Maddeleri Okuduktan Sonra Uygun Olan Bilgileri İşaretleyerek veya Yazarak Doldurunuz.	
1. Yaşınız?	02- Bu merkezde spor yapmak için ne kadar mesafe kat ediyorsunuz?km
2. Cinsiyetiniz? a. Kadın b. Erkek	03- Bu merkezi ne kadar zamandır kullanıyorsunuz?ay
3. Medeni durumunuz? a. Evli b. Bekar	04- Bu merkezi haftada ortalama ne kadar sıklıkta kullanıyorsunuz? a. 1 defa b. 2 defa c. 3 defa d. 4 defa e. 5 defa ve üzeri
4. En son mezuniyet durumunuz? a. İlköğretim b. Ortaöğretim c. Yükseköğretim	05- Bu merkezde ne kadar süre geçiriyorsunuz?dk
5. Ortalama aylık Geliriniz?tl	
Şu Anda Gittiğiniz Spor Merkezi Hakkında...	
1-Bu merkeze hangi amaçla geliyorsunuz? a. Yetenekleri geliştirme b. Fiziksel görünümü iyileştirmek c. Sosyalleşme d. Psikolojik rahatlama e. Zevk aldığı için f. Sağlık durumunu iyileştirme g. Diğer	06- En çok hangi saatlerde bu merkezi kullanıyorsunuz? a. 06:00-12:00 arası b. 12:01-18:00 arası c. 18:01-22:00 arası

EK 2: Spor Fitness Merkezleri Algılanan Hizmet Kalitesi Ölçeği

Sizin Performans Algınız...						
Aşağıda sizin halen devam ettiğiniz spor-fitness merkezi hakkında bazı ifadeler bulunmaktadır. Lütfen bu ifade edilen durumlarla ilgili olarak beklentilerinizin hangi derecede karşılanıp karşılanmadığını, değeri ①, ②, ③, ④, ⑤. Daire içerisinde alarak işaretleyiniz.		Tamamen Katılıyorum	Çok Katılıyorum	Orta Derecede Katılıyorum	Az Katılıyorum	Hiç Katılmıyorum
1	Bu merkezdeki bekleme ve dinlenme alanları (yerleri) yeterli ve rahattır.	5	4	3	2	1
2	Bu merkezdeki soyunma odaları ve duşlar her zaman temizdir.	5	4	3	2	1
3	Bu merkezdeki soyunma odaları ve duşların havalandırması yeterlidir.	5	4	3	2	1
4	Bu merkezdeki soyunma odalarında yeterli alan ve yeterli sayıda duş vardır.	5	4	3	2	1
5	Bu merkezdeki duşlarda her zaman bol sıcak su vardır.	5	4	3	2	1
6	Bu merkezdeki soyunma dolapları yeterli sayıdadır.	5	4	3	2	1
7	Bu merkezde spor yapılan alanlar memnun edici düzeyde temizdir.	5	4	3	2	1
8	Bu merkezin havalandırması yeterlidir.	5	4	3	2	1
9	Bu merkezin aydınlatması yeterlidir.	5	4	3	2	1
10	Bu merkezin ısısı hava koşullarına uygun şekilde ayarlanmaktadır.	5	4	3	2	1
11	Bu merkezdeki egzersiz alet ve ekipmanları yeterli sayıdadır.	5	4	3	2	1
12	Bu merkezdeki egzersiz alet ve ekipmanları ihtiyaçlara uygun ve çeşitlidir.	5	4	3	2	1
13	Bu merkezdeki egzersiz alet ve ekipmanları modernidir.	5	4	3	2	1
14	Bu merkezde sunulan programlar/aktiviteler oldukça çeşitlidir.	5	4	3	2	1
15	Bu merkezdeki programlar/aktiviteler günceldir (popüler ve yenilikleri takip eden).	5	4	3	2	1
16	Bu merkezdeki program ve aktiviteler üyelerin istek ve ihtiyaçlarına cevap verecek gün ve saatlerde düzenlenmektedir.	5	4	3	2	1
17	Bu merkezdeki spor eğitmenleri/antrenörler yeterli bilgiye sahip işini bilen kişilerdir.	5	4	3	2	1
18	Bu merkezdeki spor eğitmenleri/antrenörler hareketlerin nasıl yapılacağı hakkında bilgi verirler.	5	4	3	2	1

19	Bu merkezdeki spor eğitmenleri/antrenörler bireysel olarak üyelerle ilgilenirler ve yanlış bir hareket yaptığımızda uyarıp düzeltirler.	<u>5</u>	<u>4</u>	<u>3</u>	<u>2</u>	<u>1</u>
20	Bu merkezdeki spor eğitmenleri/antrenörler fiziksel görünümü düzgün, sportif kişilerdir.	<u>5</u>	<u>4</u>	<u>3</u>	<u>2</u>	<u>1</u>
21	Bu merkezdeki spor eğitmenleri/antrenörler özenli ve temiz giyimlidir.	<u>5</u>	<u>4</u>	<u>3</u>	<u>2</u>	<u>1</u>
22	Bu merkezdeki tüm personel kibar ve saygılıdır.	<u>5</u>	<u>4</u>	<u>3</u>	<u>2</u>	<u>1</u>
23	Bu merkezdeki tüm personel güler yüzlü ve samimidir.	<u>5</u>	<u>4</u>	<u>3</u>	<u>2</u>	<u>1</u>
24	Bu merkezdeki tüm personel işleriyle ilgili yeterli bilgiye sahiptir.	<u>5</u>	<u>4</u>	<u>3</u>	<u>2</u>	<u>1</u>
25	Bu merkezdeki tüm personel sorun ve şikâyetler ile anında ilgilenir.	<u>5</u>	<u>4</u>	<u>3</u>	<u>2</u>	<u>1</u>
26	Bu merkezdeki tüm personel işlerini severek yapar.	<u>5</u>	<u>4</u>	<u>3</u>	<u>2</u>	<u>1</u>
27	Bu merkezde spor yaptıktan sonra kendim için bir şeyler yaptığımı hissediyorum.	<u>5</u>	<u>4</u>	<u>3</u>	<u>2</u>	<u>1</u>
28	Bu merkezde spor yaptıktan sonra kendimi daha sağlıklı ve iyi hissediyorum.	<u>5</u>	<u>4</u>	<u>3</u>	<u>2</u>	<u>1</u>
29	Bu merkezde spor yaptıktan sonra katılım amacımı gerçekleştirdiğimi düşünüyorum.	<u>5</u>	<u>4</u>	<u>3</u>	<u>2</u>	<u>1</u>
30	Bu merkezde spor yapmamın yaşantıma olumlu değişiklikler getirdiğini düşünüyorum.	<u>5</u>	<u>4</u>	<u>3</u>	<u>2</u>	<u>1</u>
31	Bu merkezde spor yaparken iyi vakit geçirdiğimi düşünüyorum.	<u>5</u>	<u>4</u>	<u>3</u>	<u>2</u>	<u>1</u>

EK 3: Etik Kurul Onayı

Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi
Sosyal Bilimlerde İnsan Araştırmaları Etik Kurulu

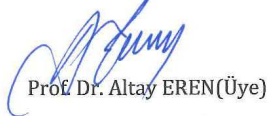
Beray TÜRKSOY
 Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi
 Sosyal Bilimler Enstitüsü
 Spor Yöneticiliği ABD

Sayın Beray TÜRKSOY,

"Kamu Spor Tesislerinin Hizmet Kalitesi Değerlendirilmesi" konulu İnsan Araştırmaları Etik Kuruluna yapmış olduğunuz başvuru (Protokol NO. 2019/238) Kurulumuzun 10.07.2019 tarihli ve 2019/07 toplantısında değerlendirilerek etik olarak uygun bulunmuştur. Bilgilerinize sunarız.


 Prof. Dr. Hamit COŞKUN (Başkan)


 Prof. Dr. Mehmet BRYİGİT (Üye)


 Prof. Dr. Altay EREN (Üye)


 Doç. Dr. H. Birol YALÇIN (Üye)


 Doç. Dr. Seval ALKOY (Üye)


 Doç. Dr. Abdullah DURAKOĞLU (Üye)


 Av. Zuhal Demirci (Üye)

ÖZGEÇMİŞ

- Adı ve Soyadı:** Beray TÜRKSÖY
- Doğum Tarihi:** 20.07.1986
- Doğum Yeri:** Rize
- Eğitim Durumu:** 2014-2015 İstanbul Ticaret Üniversitesi Pedagojik Formasyon Eğitimi
2006-2010 Kocaeli Üniversitesi Beden Eğitimi ve Spor Yüksek Okulu Spor Yöneticiliği Lisans Eğitimi
2000-2004 Yabancı Dil Ağırlıklı Fındıklı Lisesi
1993-2000 11 Mart İlköğretim Okulu
- Deneyimler:** Spor İstanbul Bahçelievler Yüzme Havuzu'nda Tesis İşletme Amir Yardımcısı olarak görev yapmaktadır. Önceki senelerde Pendik Kurtköy Spor Kompleksi Tesis İşletme Amir Yardımcılığı, Hasan Doğan Spor Kompleksi Fitness ve Stüdyo Dersleri Eğitmenliği, Life Port Hotel Fitness Eğitmenliği, Gölcük Akademi Yüzme Kulübü Yüzme Eğitmenliği görevlerinde bulunmuştur.
- Yayımlar:** "Kamu ve Özel Spor Merkezleri Müşterilerinin Hizmet Kalitesi Algılarının İncelenmesi". Üzüm Hanifi, Yeşildağ Beray, Karlı Ümid, Ünlü Hülya, Parlar Fatih Mehmet, Çokpartal Cengiz, Tekin Nedim. Yayın Yeri: Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi Yıl: 2016