

**T.C.**  
**BOLU ABANT İZZET BAYSAL ÜNİVERSİTESİ**  
**LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ**  
**SPOR YÖNETİCİLİĞİ ANA BİLİM DALI**



**SPOR-FİTNES MERKEZLERİNDE ALGILANAN HİZMET**  
**KALİTESİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ**

**SPOR YÖNETİCİLİĞİ YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**SALEH AHMED ABDULLAH AL-SALİH**

**TEZ DANIŞMANI**  
**Prof. Dr. Ali AYCAN**

**BOLU, OCAK 2025**

## KABUL VE ONAY SAYFASI

**Saleh Ahmed Abdullah AL-SALİH** tarafından hazırlanan “**SPOR-FİTNES MERKEZLERİNDE ALGILANAN HİZMET KALİTESİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ**” adlı tez çalışması jürimiz tarafından Spor Yöneticiliği Ana Bilim Dalı Spor Yöneticiliği Bilim Dalı’nda Yüksek Lisans Tezi olarak oy birliği kabul edilmiştir. 03.01.2025

### Jüri Üyeleri

### İmza

Danışman  
Prof. Dr. Ali AYCAN  
Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi

.....

Üye  
Prof. Dr. Hanifi ÜZÜM  
Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi

.....

Üye  
Dr. Öğr. Üyesi Mensur PEHLİVAN  
Düzce Üniversitesi

.....

**Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Onayı**

**Prof. Dr. İbrahim KÜRTÜL**  
**Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Müdürü**

## ETİK BEYAN

Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Tez Yazım Kurallarına uygun olarak hazırladığım bu tez çalışmada;

- Tez içinde sunduğum verileri, bilgileri ve dokümanları akademik ve etik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi,
- Tüm bilgi, belge, değerlendirme ve sonuçları bilimsel etik ve ahlak kurallarına uygun olarak sunduğumu,
- Tez çalışmada yararlandığım eserlerin tümüne uygun atıfta bulunarak kaynak gösterdiğimi,
- Kullanılan verilerde herhangi bir değişiklik yapmadığımı,
- Bu tezde sunduğum çalışmanın özgün olduğunu bildirir,

aksi bir durumda aleyhime doğabilecek tüm hak kayıplarını kabullendiğimi beyan ederim.

Teze ilişkin Turnitin adlı programında enstitü müdürlüğünce belirlenen filtrelemeler uygulanarak alınmış olan benzerlik raporuna göre, tezin benzerlik oranı %30'u geçmemektedir.

Bu çalışma için Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi İnsan Araştırmaları Etik Kurulundan 2024/338 sayısı ile etik izin alınmıştır.

.....

**SALEH AHMED ABDULLAH AL-SALİH**

## ÖZET

**SPOR-FİTNES MERKEZLERİNDE ALGILANAN HİZMET  
KALİTESİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ  
YÜKSEK LİSANS TEZİ  
SALEH AHMED ABDULLAH AL-SALİH  
BOLU ABANT İZZET BAYSAL ÜNİVERSİTESİ  
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ  
SPOR YÖNETİCİLİĞİ ANA BİLİM DALI  
SPOR YÖNETİCİLİĞİ YÜKSEK LİSANS PROGRAMI  
(TEZ DANIŞMANI: PROF. DR. ALİ AYCAN)**

**BOLU, OCAK - 2025**

**X + 42 sayfa**

Bu araştırmanın amacı, spor-fitness merkezi üyelerinin hizmet kalitesi algı düzeylerinin bazı kişisel özellikleri açısından değerlendirilmesidir. Araştırma genel tarama modellerinden olan kesit alma yaklaşımı doğrultusunda düzenlenmiştir. Araştırmanın örneklem grubu aynı zamanda araştırmanın çalışma evrenini oluşturmaktadır. Bolu il merkezinde faaliyet gösteren 9 ayrı spor-fitness merkezinden kolayda örneklem yöntemiyle seçilen 198 üye araştırmanın örneklemine oluşturmaktadır. Araştırma verilerinin toplanmasında Yılmaz UÇAN'ın (2007) geliştirdiği “Spor- Fitness Merkezlerinin Algılanan Hizmet Kalitesi Ölçeği” formu kullanılmıştır. Araştırma sonucunda, katılımcıların cinsiyeti, tesis kullanım saati, katılım amacı ve haftalık kullanım gün sayısının hizmet kalitesi algıları üzerinde etkili olduğu belirlenmiştir.

**ANAHTAR KELİMELEER:** Hizmet kalitesi algısı, Spor-fitness merkezi, Kişisel özellikler

## **ABSTRACT**

### **EVALUATION OF PERCEIVED SERVICE QUALITY IN SPORT-FITNESS CENTERS**

#### **MASTER THESIS**

**SALEH AHMED ABDULLAH AL-SALİH  
BOLU ABANT İZZET BAYSAL UNIVERSITY  
INSTITUTE OF GRADUATE STUDIES  
DEPARTMENT OF SPORTS MANAGEMENT  
(SUPERVISOR: PROF. DR. ALİ AYCAN )**

**BOLU, JANUARY 2025**

**X + 42 pages**

The aim of this study is to evaluate the service quality perception levels of sport-fitness center members in terms of some personal characteristics. The research was organized in line with the cross-sectional approach, which is one of the general survey models. The sample group of the research also constitutes the study population of the research. The sample of the research consists of 198 members selected by convenience sampling method from 9 different sports-fitness centers operating in Bolu city center. The “Perceived Service Quality Scale of Sports-Fitness Centers” form developed by Yılmaz UÇAN (2007) was used to collect the research data. As a result of the research, it was determined that the gender of the participants, the hours of facility use, the purpose of participation and the number of days of weekly use were effective on their perceptions of service quality.

**KEYWORDS:** Service quality perception, Sport-fitness center, Personal characteristics

# İÇİNDEKİLER

## Sayfa

|                                                             |             |
|-------------------------------------------------------------|-------------|
| <b>KABUL VE ONAY SAYFASI.....</b>                           | <b>ii</b>   |
| <b>ÖZET.....</b>                                            | <b>iv</b>   |
| <b>ABSTRACT.....</b>                                        | <b>v</b>    |
| <b>İÇİNDEKİLER.....</b>                                     | <b>vi</b>   |
| <b>ŞEKİL LİSTESİ.....</b>                                   | <b>viii</b> |
| <b>TABLO LİSTESİ .....</b>                                  | <b>ix</b>   |
| <b>TEŞEKKÜR.....</b>                                        | <b>x</b>    |
| <b>1. GİRİŞ.....</b>                                        | <b>1</b>    |
| 1.1 Genel Bilgilendirme .....                               | 2           |
| 1.1.1 Sporun Tanımı .....                                   | 2           |
| 1.1.2 Sporun İşlevleri.....                                 | 3           |
| 1.1.3 Sporun Fizyolojik Faydaları.....                      | 4           |
| 1.1.4 Sporun Sosyal Faydaları.....                          | 4           |
| 1.1.5 Sporun Psikolojik Faydaları.....                      | 5           |
| 1.1.6 Ürün Olarak Spor... ..                                | 5           |
| 1. 2 Hizmet Kalitesi.....                                   | 6           |
| 1.2.1 Hizmet Kavramı.....                                   | 6           |
| 1.2.2 Hizmetin Özellikleri.....                             | 7           |
| 1.2.3 Kalite Kavramı.....                                   | 7           |
| 1.2.4 Hizmet Kalitesi Kavramı.....                          | 8           |
| 1.2.5 Hizmet Kalitesi Ölçümü.....                           | 9           |
| 1. 3 Hizmet kalitesi ile temel yaklaşımlar.....             | 11          |
| 1.3.1 İskandinav Modeli.....                                | 11          |
| 1.3.2 Üç-Bileşen Modeli.....                                | 12          |
| 1.3.3 Amerikan (Servqual) Modeli.....                       | 12          |
| 1. 4 Hizmet Kalitesi Boyutları.....                         | 13          |
| 1.4.1 Fiziksel Çevre Kalitesi .....                         | 13          |
| 1.4.2 Etkileşim Kalitesi .....                              | 13          |
| 1.4.3 Temel Hizmet Kalitesi .....                           | 13          |
| 1.5. Hizmet Kalitesi ile İlgili Yapılmış Araştırmalar ..... | 14          |
| <b>2. MATERYAL ve YÖNTEM.....</b>                           | <b>17</b>   |
| 2.1 Araştırmanın Modeli.....                                | 17          |
| 2.2 Araştırmanın Problem Cümlesi .....                      | 17          |
| 2.3 Araştırmanın Alt problemler.....                        | 17          |
| 2.4 Araştırmanın Evren ve Örneklemi.....                    | 18          |

|                                                                            |           |
|----------------------------------------------------------------------------|-----------|
| 2.5 Veri Toplama Aracı.....                                                | 18        |
| 2.6 Varsayımlar.....                                                       | 18        |
| 2.7 Sınırlılıklar.....                                                     | 18        |
| 2.8 Araştırma Verilerinin Toplanması.....                                  | 19        |
| 2.9 Araştırma Verilerinin Analizi.....                                     | 19        |
| <b>3. BULGULAR .....</b>                                                   | <b>20</b> |
| 3.1 Araştırmaya Katılan Üyelerin Kişisel Bilgilerine Ait Bulgular.....     | 20        |
| 3.2 Cinsiyet Değişkenine Göre Hizmet Kalitesi Algısı.....                  | 21        |
| 3.3 Medeni Durum Değişkenine Göre Hizmet Kalitesi Algısı.....              | 21        |
| 3.4 Çalışma Durumu Değişkenine Göre Hizmet Kalitesi Algısı.....            | 22        |
| 3.5 Eğitim Değişkenine Göre Hizmet Kalitesi Algısı.....                    | 23        |
| 3.6 Kullanım Saati Değişkenine Göre Hizmet Kalitesi Algısı.....            | 24        |
| 3.7 Kullanım Amacı Değişkenine Göre Hizmet Kalitesi Algısı.....            | 25        |
| 3.8 Yaş Değişkenine Göre Hizmet Kalitesi Algısı .....                      | 26        |
| 3.9 Haftalık Kullanım Gün Sayısı Değişkenine Göre Hizmet Kalitesi Algısı.. | 26        |
| 3.10 Üyelik Süresi Değişkenine Göre Hizmet Kalitesi Algısı.....            | 27        |
| <b>4.TARTIŞMA.....</b>                                                     | <b>28</b> |
| <b>5. SONUÇ ve ÖNERİLER.....</b>                                           | <b>34</b> |
| 4.1 Sonuç.....                                                             | 34        |
| 4.2 Öneriler.....                                                          | 34        |
| <b>KAYNAKLAR.....</b>                                                      | <b>35</b> |
| <b>EKLER.....</b>                                                          | <b>40</b> |

## ŞEKİL LİSTESİ

|                                                     | <b><u>Sayfa</u></b> |
|-----------------------------------------------------|---------------------|
| <b>Şekil 1.1.</b> İskandinav Modeli.....            | 12                  |
| <b>Şekil 1.2.</b> Üç-Bileşen Modeli.....            | 12                  |
| <b>Şekil 1.3.</b> Amerikan (Serqual) Yaklaşımı..... | 13                  |



## TABLO LİSTESİ

### Sayfa

|                                                                                                               |    |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| <b>Tablo 3.1.</b> Katılımcıların Kişisel Özelliklerine İlişkin Toplam ve Yüzde Puanları.....                  | 20 |
| <b>Tablo 3.2.</b> Hizmet Kalitesi Algısının Cinsiyet Gruplarına Göre U-Testi Sonucu.....                      | 21 |
| <b>Tablo 3.3.</b> Hizmet Kalitesi Algısının Medeni Durum Gruplarına Göre U-Testi Sonucu.....                  | 21 |
| <b>Tablo 3.4.</b> Hizmet Kalitesi Algısının Çalışma Durumu Gruplarına Göre U-Testi Sonucu.....                | 22 |
| <b>Tablo 3.5.</b> Hizmet Kalitesi Algısının Eğitime Göre Kruskal Wallis Testi Sonucu.....                     | 23 |
| <b>Tablo 3.6.</b> Hizmet Kalitesi Algısının Kullanım Saatine Göre Kruskal Wallis Testi Sonucu.....            | 24 |
| <b>Tablo 3.7.</b> Hizmet Kalitesi Algısının Kullanım Amacına Göre Kruskal Wallis Testi Sonucu.....            | 25 |
| <b>Tablo 3.8.</b> Üyelerin “Yaşları” ile Hizmet Kalitesi Algıları Arasındaki İlişki....                       | 26 |
| <b>Tablo 3.9.</b> Üyelerin “Haftalık Kullanım Gün Sayısı” ile Hizmet Kalitesi Algıları Arasındaki İlişki..... | 26 |
| <b>Tablo 3.10.</b> Üyelerin “Üyelik Süresi” ile Hizmet Kalitesi Algıları Arasındaki İlişki.....               | 27 |

## TEŞEKKÜR

Çalışmamın her aşamasında beni destekleyen ve her zaman çalışmamda bana titizlikle yardımcı olan değerli danışman hocam Prof. Dr. Ali AYCAN'a teşekkürlerimi bir borç bilirim.

Yüksek lisans eğitim sürecinde ders aldığım hocalarıma bana gösterdikleri sabır, hoşgörölü ve öğretici tavırlarından dolayı sonsuz teşekkür ederim.

Prof. Dr. Yılmaz Uçan'a ölçek kullanım izni aşamasında gösterdiği nezaketten dolayı teşekkür ederim.

Araştırma verilerini toplamda gerekli ilgiyi gösteren spor merkezi çalışanlarına ve üyelerine şükranlarımı sunarım.

Hayatım boyunca bana her zaman yanımda olan ve bana destek olan sevgili aileme sonsuz şükranlarımı sunarım.

.

# 1. GİRİŞ

İçinde bulunduğumuz çağda teknolojinin hızla gelişmesi her alanda olduğu gibi günlük yaşantımıza birçok kolaylık getirmiştir. Bu durum bir taraftan rutin işlerimizi fazla hareket etmeden oldukça hızlı ve basit yollarla halletmemizi sağlarken, diğer taraftan da bizleri tembel ve hareketsiz hale getirmiştir. Bu hareketsiz ve diğerlerinden kopuk yaşam tarzı beraberinde kaçınılmaz olarak çeşitli fiziksel, ruhsal ve sosyal problemlerin yaşanmasına da zemin hazırlamıştır. Bu durumdan yediden yetmişe toplumun her bireyi derinden etkilenmektedir. Özellikle gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde söz konusu problemlerin çok daha fazla yaşandığı da açıkça görülmektedir.

Hareketsiz yaşamın yarattığı problemlerin çözümünde kuşkusuz spor kurtarıcı araç olarak görülmekte, bireylerin ve toplumun yaşadığı her türlü sağlık probleminin çözümünde anahtar rol oynamaktadır. Her geçen gün sporun olumlu etkileri bilimsel açıdan da doğrulanmakta, sporun yaygınlaştırılması ve her yaştan bireyin katılımının sağlanması için kamu ve özel sektör aracılığıyla topluma ulaştırılmaya çalışılmaktadır. Toplumun ihtiyaç duyduğu rekreatif sportif faaliyetler hızlı bir şekilde özel sektöründe bu alana yatırım yapmasına ve bireylere her türden sportif aktivitelere katılabilecekleri imkanlar arz etmelerine neden olmuştur.

Özellikle spor-fitness merkezleri, spor merkezleri veya sağlıklı yaşam merkezleri adı altında birçok irili ufaklı sportif faaliyetler gerçekleştirilebilecek merkezlerin sayısı her geçen gün artmaktadır. Talebin artmasına paralel olarak bu merkezlerin nitelik ve nicelik açısından sürekli bir gelişim içinde günlük yaşantımızın bir parçası haline gelmeye devam etmektedirler. Bireylere bilinçli ve bilimsel yöntemler ile kişiye özel programlar sunarak hizmet veren sportif merkezlerin toplumsal faydaları yadsınamaz. Buna rağmen, alanında uzman olmayanlar tarafından sunulacak sportif yönlendirmelerin yarardan çok zarar sağlayacağı da unutulmamalıdır.

Son yıllarda spor-fitness merkezlerinin sayısının hızla artması ve bu merkezlerde çok çeşitli sportif hizmetlerin sunuluyor olması söz konusu merkezlerin arasında oldukça ciddi rekabetin yaşanmasına da neden olmaktadır. Bu

rekabette avantaj sağlayabilmek için müşterilerin ihtiyaç ve beklentilerinin belirlenmesi önemli rol oynamaktadır. Müşteri memnuniyetin oluşmasında müşterilerin sunulan hizmetlere yönelik hizmet kalitesi algılarının tespit edilmesi oldukça önemli bir konudur. Bu durum, söz konusu merkezlerin karlılığını arttırmakla kalmayıp, topluma sağladıkları faydayı da büyütecektir. Dolayısıyla, spor-fitness merkezi üyelerinin hizmet kalitesi algı düzeylerinin bazı kişisel özellikleri açısından incelenmesinin amaçlandığı bu çalışma, kendi sınırlılıkları dahilinde hem fitness merkezlerine hemde topluma katkı sağlayabilecek olması açısından önemlidir.

## **1.1 Genel Bilgilendirme**

Spor tanımı, sporun işlevleri, sporun faydaları ve ürün olarak spor kavramları sırasıyla açıklanacaktır.

### **1.1.1 Sporun Tanımı**

"Spor" kelimesi, Fransızca "dikkat dağıtma" veya "eğlence" anlamına gelen "deporter" kelimesinden türetildiği için, başlangıçta eğlence ve rekreasyon amaçlı faaliyetlere tanımlamakta kullanılmıştır. İlk başta spor bir rahatlama veya oyun biçimiydi ve stresi azaltmanın bir yolu olarak görülüyordu. Zamanla anlam, fiziksel ve zihinsel fayda elde etmekle yakından bağlantılı hale geldiğinden, fiziksel egzersiz ve bireyler arasındaki rekabeti içeren faaliyetleri kapsayacak şekilde gelişmiştir. (Peters, 2020: 806)

Spor, çaba gerektiren ve kişinin fiziksel veya zihinsel zindeliğini iyileştirmenin yanı sıra iş birliği becerilerini ve kişisel disiplini de geliştirmeyi amaçlayan fiziksel bir aktivitedir. Spor sadece yarışmalar veya eğlence ile sınırlı değildir, bireyler arasındaki sosyal iletişimi, ekip çalışmasını, iş birliğini, aidiyet duygusunu ve halk sağlığını geliştiren etkili bir araçtır. (Koruç ve Bayar, 2004; Yetim ve Cengiz, 2010: 124)

Spor, bireyler tarafından fiziksel ve zihinsel yeteneklerini geliştirmek, genel sağlığı güçlendirmek amacıyla uygulanan bir dizi motor aktivitedir. Bu aktiviteler, kasları güçlendirmeye, kan dolaşımını iyileştirmeye, esnekliği artırmaya yardımcı olan ve stres ve kaygı düzeylerini azaltarak ruh sağlığı üzerinde olumlu etkisi olan çok çeşitli egzersizleri içerir. Spor aynı zamanda sosyal etkileşimi teşvik etmenin

ve aidiyet duygusunu güçlendirmenin etkili bir yoludur ve genel yaşam kalitesinde iyileşmeye katkıda bulunur. (Şahin, Baş ve Çelik, 2015).

Spor sadece fiziksel aktivitelerle sınırlı değildir, tanımını tartışmalı bir alan haline getiren satranç gibi zihinsel aktiviteleri de içerir. Spor genellikle fiziksel oyunlarla ilişkilendirilse, stratejik becerilere ve rasyonel düşünmeye dayalı etkinlikleri dahil etmek bunun ötesine geçer (Yanmıyan ve Yıldız, 2021).

Spor, başlangıçta oyun, eğlence ve fiziksel gelişimle ilişkilendirilmiş, değerlendirme ve meydan okuma aracı olarak kullanılmıştır. Ancak zamanla spor, oldukça farklı alanları kapsayan bir kategoriye dönüşmüştür. Günümüzde spor, ulusal sınırları aşan, profesyonelliğin, ticarileşmenin ve uzmanlaşmanın merkezi haline gelen önemli bir kurumdur. Bu aşamada spor, bireysel, toplumsal ve uluslararası boyutlara ilişkin çok amaçlı amaçlar için etkili bir araç olarak kullanılan, çok yönlü küresel bir kategoriye dönüşmüştür. Modern toplumların gelişmelerini ve ihtiyaçlarını yansıtan çeşitli amaçlarla kullanılmaktadır (Yetim, 2000; Talimciler, 2018: 18)

### **1.1.2 Sporun İşlevleri**

Günlük yaşam içinde göre spor yapma ihtiyacı farklılık gösterebilmektedir. Günümüzde spor, serbest zaman uğraşısı olmaktan bir meslek olmaya kadar geniş bir alanda etkisini göstermektedir. Bununla birlikte bireyler, sporun içinde seyircilik gibi pasif ya da katılımcılık gibi aktif biçimde yer alabilmektedirler. Her ne şekilde olursa olsun toplumsal açıdan sporun etkili ve çok güçlü sosyal bir olgu olduğu yadsınamaz bir gerçektir (Kurtoğlu, 2006: 3; Aycan ve Yıldız 2016).

Ezcan'a (2006;69) sporun yapılış amaçları aşağıda verildiği şekildedir.

- Gelir sağlama veya meslek
- Statü
- Meşguliyet
- Sosyal çevre
- Aidiyet
- Güzellik veya form
- Sosyalleşme
- Güç

- Haz, eğlence ve mutluluk
- Sağlık

Sporu sadece fiziksel olarak gerçekleştirilen bir faaliyetler olarak değil, aynı zamanda bireyin sosyal ve psikolojik açıdan da gelişmesine olanak sağlayan sosyal bir olgu olarak görmek gerekir (Küçük ve Koç 2014).

Sporun çok boyutlu yapısı göz önüne alındığında, sporun faydalarını fizyolojik, psikolojik ve sosyal yönden incelemek mümkün görülmektedir.

### **1.1.3 Sporun Fizyolojik Faydaları**

Sporun bilinen ilk özelliği fiziksel gelişime katkı sağlaması olsa da günümüz modern toplumsal yaşamında serbest zaman olgusunun da etkisiyle sporun yararları daha da anlaşılır hale gelmiştir (Özdenk, 2018).

İnal'a (2003) göre düzenli olarak spor yapmanın fizyolojik faydaları aşağıdaki şekilde sıralanabilir.

- Enerjiyi artırır.
- Şişmanlığı önler
- Kalp hastalıklarını azaltır.
- Vücut direncini artırır.
- Özellikle kılcal damarlarda artışa neden olur
- Kalbin verimli çalışmasını sağlar.
- Kalbin ve organların daha iyi kanlanmasını sağlar.

### **1.1.4 Sporun Sosyal Faydaları**

Spora katılımın bireye kazandırdığı olumlu katkılar zaman içinde yaşadığı topluma da yansarak toplumun düzen ve uyum içinde varlığını devam ettirmesine de katkı sağlamaktadır (Başkan ve Başkan, 2022). Sporun sosyal işlevlerinden bazıları aşağıda verildiği şekliyle açıklanabilir (Yetim, 2000):

- Bireysel serbest zamanların olumlu değerlendirilmesine yardımcı olur.
- Sosyalleşme ve sosyal sorumluluk duygusunu geliştirir.
- Sosyal statü sağlar.

- Bireylerarası ilişkileri geliştirir.
- Toplumsal aidiyet duygusunu geliştirir.
- Uluslararası ilişkileri güçlendirir.
- Kolektif çalışma alışkanlığı kazandırır.

#### **1.1.5 Sporun Psikolojik Faydaları**

Spor ve fiziksel aktivitelere katılımın bireyin genel psikolojik sağlamlık ve mutluluk düzeylerinin artmasında etkili olduğu söylenebilir. Toplumun sağlıklı ve mutlu bireylerden oluşabilmesi için spor ve egzersiz yapmayı cesaretlendirici çalışmaların yapılmasının oldukça önem arz etmektedir (Düzen ve Özçelik, 2022)

Spora katılım, özellikle çocuk ve gençlerin zararlı alışkanlıklardan uzak tutulmasında önemli bir araçtır (Salar, vd., 2012). Bireysel sağlığı arttırmanın en kolay yolunun hareketli olmaktan geçtiği ve oldukça düşük düzeyde bile olsa aktif olmanın birçok psikolojik faydasının olduğu bir gerçektir (Özdenk, 2008)

Genel olarak değerlendirildiğinde spor, teknolojinin bir sonucu olarak ortaya çıkan hareketsiz be bireysel yaşamın getirdiği sorunlara çözüm üreten ve ekonomik açıdan artı bir katma değer yaratan bir olgu olarak bireysel ve toplumsal açıdan sayısız faydaları ile sürekli olarak üretilen ve tüketilen bir ürün olarak da karşımıza çıkmaktadır.

#### **1.1.6 Ürün Olarak Spor**

Ürün olarak sporun ortaya çıkabilmesi “girdi” boyutunda araç-gereç, spor tesisi ve işgücünü gerektirirken, “çıktı” boyutunda ise çeşitli sportif hizmetler ve örgütler yer almaktadır. Burada üretici ve tüketici açısından sahip olunmak istenen fayda birbirinden farklılık göstermektedir. Üreticiler açısından örgütün kuruluş amacına göre maddi veya toplumsal fayda önemli iken, tüketiciler açısından ise eğlenmeden formunu korumaya kadar oldukça farklı kazanımlar söz konusudur (Ezcan, 2006: 106).

Sporun herkes tarafından farklı bir özelliği ve faydası açısından tercih ediliyor olması, kamu ya da özel spor kuruluşlarının da nitelik ve nicelik olarak gelişmesine ve bunun bir sonucu olarak da aralarında rekabetin artmasına neden olmaktadır. Özellikle son yıllarda talebin artmasına paralel olarak şehirlerde ve

hatta kasabalarda sayıları hızla artan hem kamuya hem de özel teşebbüse ait irili ufaklı spor hizmeti sunan spor-fitness merkezleri faaliyet göstermektedir. Özel spor merkezleri kar amacı güden örgütler olsa da istihdam ve sporun yaygınlaşması açısından katkı sağlamaları ile önemli bir işlevi yerine getirmektedirler.

Kamu ya da özel spor-fitness merkezlerinin varlıklarını ve toplumsal açıdan sağladıkları katkılarını sürdürmelerinde sunulan hizmetlerin tüketiciler tarafından algılanan kalitesi hayati bir öneme sahiptir.

## **1.2 Hizmet Kalitesi**

Hizmet kalitesi kavramının daha iyi anlaşılabilmesi için öncelikle hizmet, hizmetin özellikleri, kalite ve hizmet kalitesi kavramları sırasıyla açıklanacaktır.

### **1.2.1 Hizmet Kavramı**

Günümüzde her yönüyle gelişen toplumsal yaşam beraberinde bireysel ve toplumsal açıdan farklı gereksinimlerin ortaya çıkmasında ve dolayısıyla bu gereksinimleri karşılamaya yönelik de hizmet ve ürünlerin sunulmasını zorunlu hale getirmiştir. Hizmet sektörünün de hızla gelişmesi de örgütlerin sayıca artmasının yanında nitelik olarak da gelişmesini kaçınılmaz hale getirmiştir (Gençer, 2005).

Hizmet kavramının tanımlanmasını güçleştiren ana nedenlerin başında hizmetin çok çeşitli doğasından kanlanmaktadır. Bu nedenle alan yazında birbirinden tanımlamalar ile karşılaşmak mümkün olmamaktadır.

Kotler'e (1997) göre hizmet, bir tarafın diğerine sunduğu, somut ve herhangi bir şeyin sahipliği ile sonuçlanmayan bir aktivitedir.

Lovelock (1996) hizmeti, bir taraftan diğerine sunulan bir çaba şeklinde açıklamıştır.

Ramaswamy (1996) ise hizmeti, hizmeti sunan ve hizmeti alan arasındaki bir faaliyet olarak tanımlamıştır.

Hizmet kavramı ile ilgili tanımlar genel olarak değerlendirildiğinde, ihtiyaç ve isteklerini karşılamak ve faydasını elde etmek için üreticiden tüketiciye değiş tokuş edilen, somut, depolanamayan, üretimi ve tüketiminin eş zamanlı olduğu bir fayda olarak tanımlanabilir.

### **1.2.2 Hizmetin Özellikleri**

Hizmeti soyut ürünlerden ayıran temel özellikler ise aşağıdaki şekilde açıklanabilir (Shilbury, 1994; Shank 1999).

- Hizmetlerin soyut olması; hizmetin elle tutulu ve gözle görülür somut nitelikte olamamasını ifade eder.
- Hizmetlerin eşzamanlı üretilip tüketilmesi; bir hizmetin olabilmesi üreticinin ve tüketicinin aynı anda varlığını gerektirdiğini ifade eder.
- Hizmetlerin heterojen olması; aynı hizmetin tekrar alınmasında dahi her seferin birbirinden bağımsız bir hizmet karşılaşması olmasını ifade eder.
- Hizmetlerin dayanıksız olmasıdır; hizmetlerin önceden üretilip saklanamayacağını ifade eder.

### **1.2.3 Kalite Kavramı**

Hizmet sektörünün gelişmesi ve ülkelerin ekonomilerinde önemli bir pay sahibi olması, hizmet sektörünün ekonomi içerisindeki oranının bir gelişmişlik göstergesi olarak önem kazanmasına yol açmıştır (Zengin ve Erdal, 2000).

Kalite 70’li yıllardan önce firma içi spesifikasyonlara uygunluk olarak tanımlanırken (Mergen, 1993) daha sonraları Kalite, müşteri spesifikasyonlarına uygunluk olarak tanımlanmış ve önemli olan yönetimin değil müşterinin kalite tanımlaması olarak kabul edilmiştir (Berry, Parasuraman ve Zeithaml 1988).

Parasuraman ve vd., (1988) hizmet kalitesini, kuruluşun müşteri beklentilerini karşılama veya aşma yeteneği olarak tanımlamıştır.

Kotler (1997) kaliteyi, müşterinin ihtiyaçlarının karşılanmasına katkıda bulunan hizmetin özelliklerini ve genel imajı şeklinde açıklamıştır.

Heizer ve Render (2001) ise kaliteyi, bir ürünün kullanıcıya gerçek değer sağlama yeteneğini yansıtan ve memnuniyetini ve güvenini doğrudan etkileyen bir dizi kriter olarak düşünmüşlerdir.

Kalitenin birbirinden farklı tanımları olmasına rağmen bu tanımların ortak noktasından hareketle kaliteyi, uygun bir ücret ile sağlanan bir ürünün veya hizmetin müşterilerin ihtiyaç, istek ve beklentilerine uygunluk düzeyi olarak tanımlanabilir (Bolat, 2000).

Hizmet sektöründe kalitenin kontrol edilmesi veya sağlanması hizmetin kendine has özelliklerinden dolayı imalat sektörüne göre daha zordur. Hizmetlerin önceden üretilmeyen ve depolanamayan somut ürünler olması kalite çalışmasının önündeki en büyük engel olarak görülebilir. (Swift, Ross ve Omocho, 1998).

Hizmet kalitesi, sunulan bir hizmetin müşterinin beklentilerine ne kadar uygun olduğunun değerlendirilmesidir. Hizmet işletmecileri, hizmetlerini iyileştirmek, sorunları hızlı bir şekilde tespit etmek ve müşteri memnuniyetini daha iyi değerlendirmek için müşterilerine sundukları hizmet kalitesini sıklıkla değerlendirmek zorundadırlar (Ramya, Kowsalya ve Dharanipriya, 2019).

#### **1.2.4 Hizmet Kalitesi Kavramı**

Hizmet Kalitesi terimi iki farklı kelimenin birleşiminden oluşmaktadır; “hizmet” ve kalite. Hizmet, “bir tarafın diğerine sunabileceği, esasen maddi olmayan ve herhangi bir şeyin sahipliğiyle sonuçlanmayan herhangi bir faaliyet veya fayda” anlamına gelir (Ramya, Kowsalya ve Dharanipriya, 2019).

Mükemmel hizmet kalitesi ve yüksek müşteri memnuniyeti, günümüz hizmet sektörü için en önemli konu ve zorluktur. Müşteri algısı (memnuniyet) ve müşteri beklentisi (önem) hizmet kalitesi performansını belirler Hizmet kalitesi, bir hizmet sağlayıcısının, iş performansını daha iyi hale getirebileceği verimli bir şekilde müşteriyi memnun etme yeteneği anlamına gelir. Hizmet sektöründe de kalite başarı için önemli bir unsurdur. Bunun nedeni, kâr, artan pazar payı ve müşteri memnuniyeti ile olan olumlu bağlantısının fark edilmesidir (Hung, Huang ve Chen, 2003)..

Parasuraman vd. göre (1985) hizmet kalitesi; müşteri beklentisinin verilen hizmetle ne oranda karşılanabildiğinin bir ölçüsüdür. Kaliteli hizmet vermekse; müşterilerin beklentisinin karşılanabilme derecesiyle ilgilidir.

Parasuraman ve vd. (1988) algılanan hizmet kalitesini, “müşterinin beklentileri ve algıları arasındaki farkın yönü ve derecesi” olarak tanımlamaktadırlar. Hizmet kalitesi, beklentileri (beklenen hizmet) ile faydalandığı gerçek hizmet karşılaşmasını (algılanan hizmeti ya da algılanan performansı) karşılaştırmasının neticesinde oluşan müşterinin beklentileri ile karşılaştığı performans arasındaki farkın yönü ve derecesi olarak değerlendirilmektedir. Müşteri beklentileri, hizmete ilişkin arzu ya da isteklerini vurgulamaktadır. Beklentilerin kaynağı olarak insanlardan alınan bilgiler, reklâmlar, müşterinin ihtiyaçları ve önceki tecrübeleri görülebilir (Dale, 1994).

Algılanan kalite, rakiplerinin pahasına belirli bir ürün veya hizmeti seçmeleri için bir neden sağladığı için tüketicilere değer sağlamada kilit bir rol oynar. Algılanan kalite, bir tüketicinin bir ürünün genel mükemmelliğini, performans ve dayanıklılık gibi içsel özelliklerine ve marka adı gibi dış ipuçlarına göre değerlendirme şekli olarak tanımlanır (Dodds, Monroe ve Grewal, 1991).

Kalite, mal üretimi yapanlara göre hizmet sağlayıcı firmalar açısından daha önemli yer tutmaktadır. Bunun nedeni olarak, mal üretimi belli başlı standartlara yapılabilirken, hizmet müşterilerin algısı tarafından belirlenmektedir (Ertürk, 2011).

#### **1.2.5 Hizmet Kalitesi Ölçümü**

Mallarda olduğu gibi, hizmet sağlayıcı, hizmet nihai olarak müşteriye teslim edilmeden önce kalite kontrolü yapamaz. Hizmet kalitesini değerlendirmek için müşteri, beklenen hizmet kalitesi ile hizmeti aldığı anda algıladığı kaliteyi değerlendirir. Hizmet kalitesini ölçmek için başlıca iki yöntem vardır gelir (Ramya, Kowsalya ve Dharanipriya, 2019).

- Boşluk analizi
- Performans ölçümü

Hizmet kalitesinin boşluk analizi modeli 1985 yılında Parasuraman, A. ve diğerleri tarafından geliştirilmiştir. Model, müşterilerin kalite algısının bir dizi beş farklı boşluktan etkilendiğini göstermiştir. Bunlar aşağıda belirtilmiştir gelir (Aktaran: Ramya, Kowsalya ve Dharanipriya, 2019).

Boşluk 1- Müşteri beklentileri ile yönetim algısı arasındaki boşluk. Bu boşluğun nedenleri, yeterli pazar araştırması yapılmaması ve yukarıya doğru iletişim eksikliğidir. Bu boşluk, müşteri ihtiyaçlarını bilmek ve iletişim sistemini geliştirmek için yeterli araştırma programları benimsenerek daraltılabilir. SERVQUAL ölçeği kullanılarak ve yönetim ile müşterilerden alınan puanlar karşılaştırılarak ölçülebilir.

Boşluk 2- Yönetim algısı ile hizmet kalitesi spesifikasyonu arasındaki boşluk. Bu boşluk, yönetimin hizmet kalitesine gönülden bağlı olmaması, yetersiz hizmet liderliği vb. nedenlerle hizmet firmalarında mevcuttur. Hizmet sunum sürecinin standartlaştırılması ve uygun kurumsal hedeflerin belirlenmesi ile kapatılabilir.

Boşluk 3- Hizmet kalitesi arasındaki boşluk spesifikasyon ve hizmet sunumu. Üçüncü boşluk, fiili hizmet sunumundaki tutarsızlıklardan, yani hizmet sağlayıcıların veya çalışanların yönetim tarafından beklenen düzeyde performans göstermemesinden kaynaklanmaktadır. Bunun nedeni etkisiz işe alım, uygun teşvik ve motivasyon eksikliğidir. Bu boşluk, çalışanlara yeterli destek sistemi, daha iyi insan kaynakları yönetim sistemi vb. sağlanarak ortadan kaldırılabilir.

Boşluk 4- Hizmet sunumu ve dış iletişim arasındaki boşluk. Hizmet sunumu ve dış iletişim arasındaki boşluk, müşteri beklentilerini yükselten abartılı vaatler veya müşteriye yönelik etkisiz iletişim nedeniyle ortaya çıkar. Bu boşluk verimli ve etkili bir iletişim sistemi ile kapatılabilir.

Boşluk 5- Beklenen kalite ile algılanan kalite arasındaki boşluk. Bu boşluk, müşterilerin hizmet beklentilerindeki eşitsizlik nedeniyle ortaya çıkmaktadır. Bu durum, pazarlama ve pazarlama araştırması araçlarının etkin kullanımı yoluyla müşteri beklenti ve algılarının belirlenmesi, ölçülmesi ve izlenmesiyle aşılabılır.

Hizmet kalitesini ölçmek için boşluk teorisi metodolojisini kullanmanın bir alternatifi de hizmet performansı ölçümleridir. Bu yöntem kapsamında iki tür performans ölçütü kullanılabilir (Ramya, Kowsalya ve Dharanipriya, 2019).

Hizmet kalitesinin yumuşak ölçütleri: Yumuşak ölçümler, kolayca gözlemlenemeyen ve müşterilerle, çalışanlarla veya başkalarıyla konuşarak toplanması gereken önlemlerdir.

- Müşteri memnuniyeti anketleri

Bu yöntem kapsamında bireysel müşterilerden veya kurumsal müşterilerden hizmet sunumuna ilişkin özel ve genel izlenimlerini değerlendirmeleri istenebilir. Bunun için bir anket veya mülakat programı kullanılabilir. Bunun yanı sıra, odak grup görüşmeleri ve diğer pazar araştırması tekniklerinden yararlanılabilir.

- Dahili performans analizi

Bu yöntemde, müşterilere sunulan hizmetin kalitesine ilişkin algıyı belirli boyutlarda belirlemek için çalışan anketleri yapılır. Ayrıca, kalite çemberlerinden gelen geri bildirimler, performans değerlendirme raporları, müşteri tutma seviyeleri vb. hizmet kalitesini izlemek için bilgi sağlar.

Hizmet kalitesinin zor ölçütleri: Bu yöntem, sayılabilen, zamanlanabilen veya denetimler yoluyla ölçülebilen özellikleri ve faaliyetleri içerir. Bu tür ölçümler, bir banka tarafından hesap cüzdanının güncellenmesini bekleme süresini, vadesiz bir çek düzenlemek için geçen süreyi, müşteri tarafından yatırılan bir çekin takas ve kredilendirilmesindeki gecikmeyi vb. içerebilir.

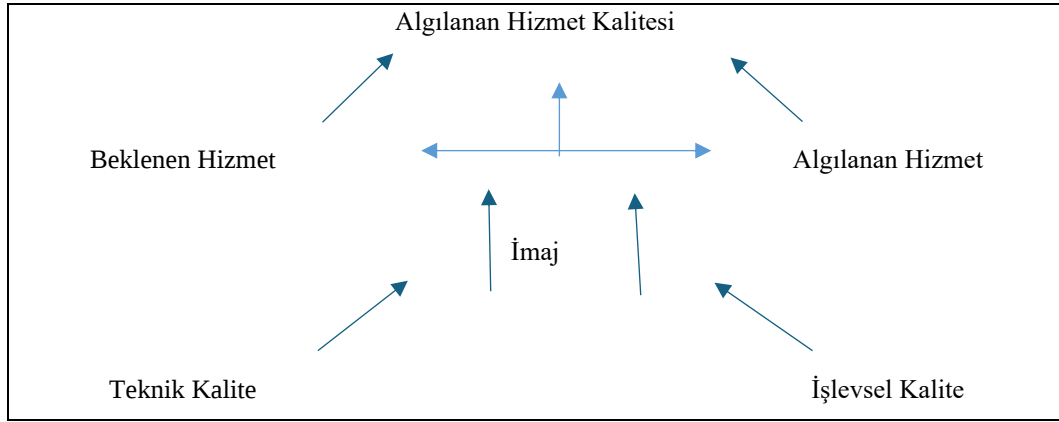
### **1.3 Hizmet kalitesi ile temel yaklaşımlar**

Hizmet kalitesini ölçmeye yönelik geliştirilen temel yaklaşımlar aşağıda sırasıyla verilmiştir.

#### **1.3.1 İskandinav Modeli**

Grönroos tarafında geliştirilen “İskandinav yaklaşımı, işlevsel ve teknik kalite boyutlarını ve bu iki kalite boyutuna firma imajının da dahi olmasıyla

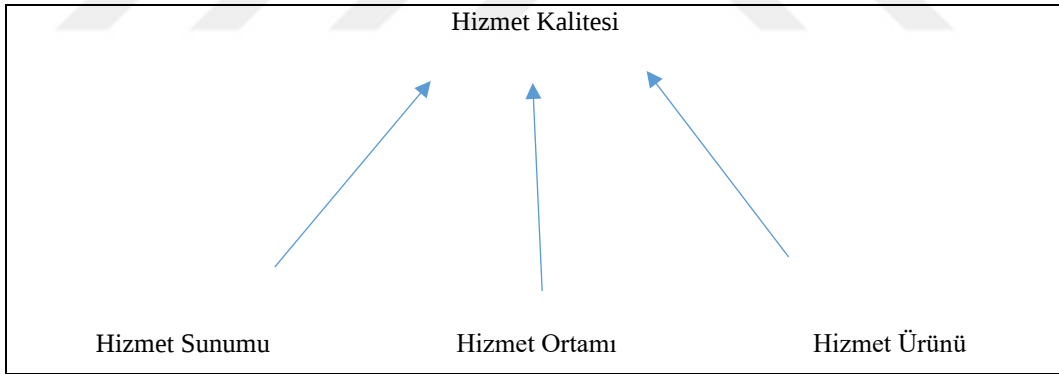
algılanan hizmet kalitesinin ortaya çıkmasını ifade etmektedir. İçermektedir (Brady ve Cronin, 2001).



Şekil 1.1. İskandinav Modeli

### 1.3.2 Üç-Bileşen Modeli

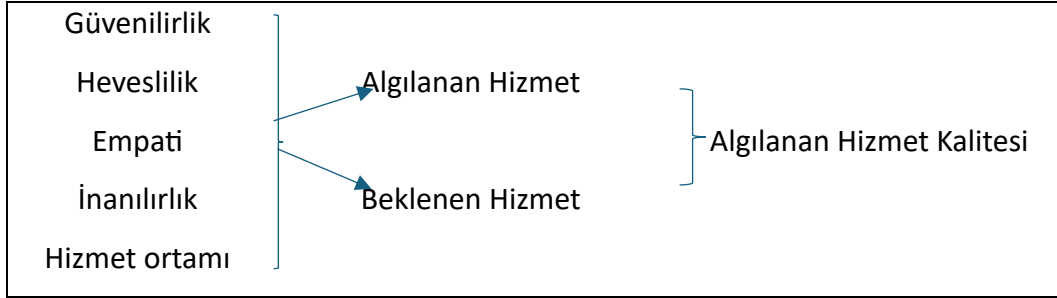
İskandinav yaklaşımıyla benzerlik gösteren üç-Bileşen modeli, hizmet sunumu (etkileşim), hizmet ortamı (fiziksel çevre) ve hizmet ürünü (temel hizmet) kalitesi boyutlarından oluşmaktadır (Rust ve Oliver 1994).



Şekil 1.2. Üç-Bileşen Modeli

### 1.3.3 Amerikan (Servqual) Modeli

Parasuraman ve ark. tarafından geliştirilen Amerikan modelinde hizmet kalitesi algısını oluşturan 5 boyut; güvenilirlik, heveslilik, empati, inanılabilirlik ve hizmet ortamıdır (Parasuraman ve vd.,1988).



**Şekil 1.3.** Amerikan (Serqual) Yaklaşımı

#### **1.4 Hizmet Kalitesi Boyutları**

Hizmet kalitesine yön veren yaklaşımlar incelendiğinde, hizmet kalitesi algısının oluşması üzerinde etkisi olan 3 ana boyuttan bahsetmek mümkündür. Bunlar; fiziksel çevre kalitesi, etkileşim kalitesi ve temel hizmet kalitesidir.

##### **1.4.1 Fiziksel Çevre Kalitesi**

Hizmetin üretimi-tüketimi müşteri varlığını gerektirmesi ve hizmetin sunulduğu ortamın özellikleri hizmet sunumu esnasında kalite algısını etkileyen başlıca boyutlardan birisidir (Ko ve Pastore, 2005). Hizmet sunumunun gerçekleştirildiği fiziki ortam; ortamın atmosferi (ısı, ışık, ısı, müzik vb.), ortamın tasarımı (araç- gereçlerin görünüşü, dizaynı, işlevleri vb.) ve ortamdaki bilgilendirici işaretler (giriş, çıkış, soyunma odası, tuvalet vb.) gibi faktörlerden oluşmaktadır (Bitner, 1992).

##### **1.4.2 Etkileşim Kalitesi**

Hizmetin üretimi ve tüketimin eş zamanlı gerçekleşmesi, hizmeti veren ve alanın yüz yüze karşılaşmasını gerekli kılmaktadır. Bu hizmet karşılaşması beraberinde hizmeti verenin, alanın ve bazı hizmetlerde de diğer müşterilerin etkileşim içinde hizmet üretim sürecini yaşamasını gerektirmektedir. Özellikle hizmeti verenin uzmanlığı ve davranışları kalite algısını etkilemekte ve etkileşim kalitesini bir kalite boyutu olarak ortaya çıkarmaktadır (Hsieh ve Hsiang, 2004).

##### **1.4.3 Temel Hizmet Kalitesi**

Temel hizmet kalitesini oluşturan unsurların neler olduğu konusunda birbirinden farklı görüşler ile karşılaşılmasına rağmen, Ko ve Pastore (2005) temel

hizmet kalitesini, a) fiziksel değişim, b) değerlik ve c) sosyallik olarak değerlendirmiştir. Gr6nroos (1984, p. 38) ise temel hizmet kalitesini, hizmet üretim "hizmet üretim süreci bittiğinde müşteriye kalan şey." Olarak tanımlamıştır (Aktaran, Brady ve Cronin, 2001).

### **1.5 Hizmet Kalitesi ile İlgili Yapılmış Araştırmalar**

Türksoy ve Aycan'ın (2020) çalışmasında, spor merkezi üyelerinin kalite algıları bazı kişisel özelliklerine göre incelenmiş, 400 katılımcıdan elde veriler neticesinde cinsiyet, yaş, eğitim, gelir üyelik süresi ve tesis kullanım zamanının kalite algısını etkilediğı sonucuna ulaşılmıştır.

Yıldız, Polat, Sönmezoğlu ve Çokpartal'ın (2016) fitness merkezi üyelerinin hizmet kalitesi algılarını belirleyen faktörleri tespit etmeyi amaçladıkları çalışmaya 691 üye gönüllü olarak katılmıştır. Çalışmanın verileri Uçan (2007) tarafından geliştirilen "Spor-Fitness Merkezleri Algılanan Hizmet Kalitesi Ölçeğı (SFM-HKÖ)" tarafından toplanmıştır. Araştırma sonucunda, müşteri beklentileri, ekipmanlar, fitness merkezinin deneyimi, müşteri sadakati, fiziki görünüm gibi etmenlerin kalite algısında önemli faktörler olduğu belirlenmiştir.

Erdoğan ve Şirin'in (2020) araştırmasında, spor merkezi müşterilerinin sunulan hizmete yönelik algıladıkları risk faktörlerinin, algılanan hizmet kalitesi, hizmet değeri ve memnuniyete olan etkisi araştırılmıştır. Araştırmada veri toplama araçlarından biri de Uçan (2007) tarafından geliştirilen "Spor-Fitness Merkezleri Algılanan Hizmet Kalitesi Ölçeğıdir. Araştırma sonuçları, spor merkezlerinde hizmet kalitesi, değeri ve memnuniyetin algılanan riski azaltma açısından etkili olduğu tespit edilmiştir.

Chayomchai ve Chanarpas'ın (2021) yapmış oldukları çalışmanın amacı, fitness merkezi işletmesinde hizmet kalitesinin beş alanı arasındaki ilişkiyi incelemektir. Çalışmanın evreni, Tayland'ın Phetchabun eyaletinde sağlık için fitness merkezini kullanan kişilerdir. Örneklem büyüklüğü 390 katılımcıdır. Sonuç olarak, fitness merkezi işletme yöneticilerinin veya girişimcilerinin somutluk, güvenilirlik, yanıt verebilirlik, güvence ve empati dahil olmak üzere hizmet kalitesinin beş yönüne de odaklanmaları gerektiğini göstermektedir.

Zengin, Yetiş ve Gayretli'nin (2022) çalışmasında, spor tesislerini kullanan üyelerin spor hizmetleri kalite algı düzeyleri incelenmiştir. Araştırmanın verileri 208 gönüllü katılımcıdan de Uçan (2007) tarafından geliştirilen “Spor-Fitness Merkezleri Algılanan Hizmet Kalitesi Ölçeği” kullanılarak elde edilmiştir. Araştırma sonucunda, fiziksel çevre kalitesi alt boyutunda erkekler lehine anlamlı bir farklılık tespit edilirken diğer diğer alt boyutlarda anlamlı bir farklılık bulunmamıştır.

Güzel ve Taşçı'nın (2022) Erzurum ilinde fitness, pilates, spinning vb. birçok aktiviteye sahip 9 farklı spor salonunda 400 üye ile hizmet kalitesi algı düzeyini belirlemeyi amaçladıkları çalışma sonucunda, algılanan hizmet kalitesi ile üyelik satın alma, öneri, kullanılan spor merkezi, tercih/amaç değişkenleri arasında anlamlı farklılıklar belirlenmiştir.

Üzüm ve arkadaşlarının (2016) gerçekleştirdikleri çalışma, kamu ve özel spor merkezlerinde üyelerin memnuniyet düzeylerinin incelenmesi maksadıyla yapılmıştır. İstanbul, İzmir, Sakarya, Bolu ve Karabük illerindeki resmi ve özel spor kurumlarından hizmet alan toplam 405 katılımcıdan Uçan (2007) tarafından geliştirilen “Spor-Fitness Merkezleri Algılanan Hizmet Kalitesi Ölçeği” kullanılarak veriler toplanmıştır. Araştırma sonucunda, cinsiyet, medeni durum, ücret kullanım sıklığı ve kurum türü değişkenlerinin hizmet kalitesi algısı üzerinde etkili olduğu tespit edilmiştir.

Soygüden, Kaya ve Hoş, (2015) çalışmalarında, fitness merkezleri müşterilerinin algıladıkları ve bekledikleri hizmet kalitesi düzeyi 4 farklı boyut (personel, program, soyunma odaları ve tesis) altında incelenmiştir. Çalışmaya 219 fitness merkezi üyesi katılmış ve Gürbüz ve diğerleri (2005) tarafından uyarlaması yapılan “Hizmet Kalitesi Değerlendirme Ölçeği” kullanılmıştır. Araştırma sonucunda cinsiyet, yaş ve eğitim durumunun kalite algısını etkilediği belirlenmiştir.

Álvarez-García, Oliveira, ve Rueda-Armengot'ın (2017) çalışmasının amacı, bir spor merkezinin (vaka çalışması) kullanıcıları tarafından algılanan hizmet kalitesi düzeyini bilmek ve alınan hizmetten duydukları memnuniyeti analiz etmektir. Ayrıca çalışmada, algılanan kalite ile memnuniyet arasında bir ilişki olup

olmadığı da analiz edilmiştir. Araştırma verileri 1512 aboneden oluşan bir evrenden 206 müşteriden oluşan bir örneklem grubundan elde edilmiştir. Araştırma sonucunda, algılanan kalite ile memnuniyet arasında yüksek bir ilişki olduğu belirlenmiştir.

Huang ve Kim (2023) çalışmalarında, hizmet kalitesi faktörlerinin müşteri memnuniyeti, güven, bağlılık ve sadakat üzerindeki etkisini araştırmak ve özellikle spor katılımının tüketici deneyimlerini ve algılarını şekillendirmedeki moderatör rolüne odaklanmışlardır. Bu amaçla, Çin'in Zhengzhou kentindeki spor fitnes merkezlerinde 606 tüketici ile kesitsel bir anket gerçekleştirilmiştir. Mplus sürüm 8 aracılığıyla yapılan gizli moderatörlü yapısal eşitlik (LMS) analizinin sonuçları, spor fitnes merkezlerinde müşteri memnuniyeti ile somutluk, güvenilirlik, yanıt verebilirlik, güvence ve empati arasında pozitif bir ilişki olduğunu belirlenmiştir. Ayrıca, müşteri memnuniyeti güven ve müşteri bağlılığını olumlu yönde etkilediği, bunlar da sadakati olumlu yönde etkilediği tespit edilmiştir.

Thamnopoulos, Tzetzis ve Laios, (2012) çalışmalarında, hizmet kalitesi algılarının ve müşteri memnuniyetinin yeniden satın alma niyetini ve ağızdan ağıza iletişimi ne derece yordadığını belirlemeyi amaçlamışlardır. Çalışmaya katılan dokuz yüz yirmi beş (N=925) Yunan profesyonel futbol seyircisi, hizmet kalitesi, memnuniyet, yeniden satın alma niyeti ve ağızdan ağıza iletişim algılarını ölçmek için SPORTSERV anketini doldurmuştur. Sonuç olarak, hizmet kalitesi ve memnuniyetin birlikte izleyicilerin yeniden satın alma niyetini ve ağızdan ağıza iletişimi önemli oranda yordadığını ortaya koymuştur.

Polyakova and Ramchandani'nin (2023) çalışmasında, İngiltere'deki kamu spor merkezlerinde hizmet kalitesine yönelik kullanıcı algılarını belirlemeyi amaçlamışlardır. Araştırma verileri, İngiltere'deki 12 kamu spor merkezinden birinde fitnes salonlarını düzenli olarak ziyaret eden 349 müşteriden oluşan rastgele bir örneklemden çevrimiçi bir anket yoluyla toplanmıştır. Fiziksel ortam, özellikle de 'ekipman', düzenli spor salonu kullanıcıları tarafından kalitenin en önemli unsuru olarak algılanırken, 'ekipman' ve 'ambiyans' performansı genel algılanan hizmet kalitesi ile en güçlü ilişkiyi sergilemiştir.

## 2. MATERYAL ve YÖNTEM

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

### 2.1 Araştırmanın Modeli

Araştırma amacı doğrultusunda genel tarama modellerinden biri olan kesit alma yaklaşımına (zamansal süreç ile ilgili) göre yapılmıştır. Karasar (2014)'a göre kesit alma yaklaşımında, “gelişim, çeşitli gelişmişlik evrelerini temsil ettiği kabul edilen, birbirinden ayrı gruplar üzerinde ve bir anda (an'sal olarak) yapılacak gözlemlerle belirlenmeye çalışılır. Böylece alınan sonuçlar, sanki aynı gruptan alınmış gibi yorumlanır ve gelişmenin sürekliliğini yansıttığı varsayılır”.

### 2.2 Araştırmanın Problem Cümlesi

“Spor-Fitnes Merkezlerinde Algılanan Hizmet Kalitesi düzeyi kullanıcıların bazı kişisel özelliklerine göre farklılaşmakta mıdır?

### 2.3 Alt problemler

1. Spor-Fitnes merkezi kullanıcılarının cinsiyetlerine göre algıladıkları hizmet kalitesi arasında bir fark var mıdır?
2. Spor-Fitnes merkezi kullanıcılarının medeni durumlarına göre algıladıkları hizmet kalitesi arasında bir fark var mıdır?
3. Spor-Fitnes merkezi kullanıcılarının işte çalışma durumlarına göre algıladıkları hizmet kalitesi arasında bir fark var mıdır?
4. Spor-Fitnes merkezi kullanıcılarının eğitim durumlarına göre algıladıkları hizmet kalitesi arasında bir fark var mıdır?
5. Spor-Fitnes merkezi kullanıcılarının yaşlarına göre algıladıkları hizmet kalitesi arasında bir fark var mıdır?
6. Spor-Fitnes merkezi kullanıcılarının haftalık kullanım sürelerine göre algıladıkları hizmet kalitesi arasında bir fark var mıdır?

7. Spor-Fitnes merkezi kullanıcılarının üyelik sürelerine göre algıladıkları hizmet kalitesi arasında bir fark var mıdır?

8. Spor-Fitnes merkezi kullanıcılarının kullanım saatlerine göre algıladıkları hizmet kalitesi arasında bir fark var mıdır?

9. Spor-Fitnes merkezi kullanıcılarının geliş amaçlarına göre algıladıkları hizmet kalitesi arasında bir fark var mıdır?

## **2.4 Araştırmanın Evren ve Örneklemi**

Bu araştırmanın örneklemini aynı zamanda araştırmanın çalışma evrenini oluşturmaktadır. Kolayda örneklem yöntemiyle seçilen Bolu il merkezinde faaliyet gösteren spor-fitnes merkezlerinden 198 üye araştırmanın örneklemini oluşturmaktadır.

## **2.5 Veri Toplama Aracı**

Araştırmada veri toplama aracı olarak UÇAN (2007)'ın geliştirdiği “Spor-Fitnes Merkezlerinin Algılanan Hizmet Kalitesi Ölçeği” formu kullanılmıştır. Ölçek, 31 madde ve beşli Likert derecelendirmesi (5= Tamamen katılıyorum, 1=Hiç katılmıyorum) ile puanlanan ifadelerden oluşan altı boyutlu bir yapıya sahiptir. Boyutlar; etkileşim kalitesi, çıktı kalitesi, fiziksel çevre kalitesi, egzersiz alet ve ekipmanları kalitesi ve ortam koşulları kalitesi, olarak adlandırılmıştır. Bütün boyutlar, kabul edilebilir alfa değerlerine sahiptir (.95 ile .77 arasında) ve ölçeğin tümüne ait alfa güvenirlik katsayısı .95'tir. Ölçekte ters puanlanan bir ifade bulunmamaktadır. Ölçeğin bu çalışma için iç tutarlılık katsayısı .93 olarak bulunmuştur.

## **2.6 Varsayımlar**

1. Araştırmaya katılan üyelerin ölçek sorularını gerçeklere uygun ve içtenlikle yanıtladığı varsayılmıştır.

2. Bu çalışmada kullanılan veri toplama aracının çalışmanın amacına en uygun ölçek olduğu varsayılmıştır.

## **2.7 Sınırlılıklar**

1. Bu çalışma Bolu İl merkezinde faaliyet gösteren spor-fitnes merkezleri üyeleri ile sınırlıdır.

## **2.8 Araştırma Verilerinin Toplanması**

Araştırma verilerinin toplanması için ilk önce Bolu il merkezinde faaliyet gösteren 9 ayrı spor-fİtnes merkezleri yetkileriyle görölmüş, çalışmanın amacına ve ölçeğine ilişkin gerekli bilgilendirmeler yapılmıştır. Daha sonra kendilerinden araştırmaya gönüllü olarak katılmak isteyen üyelere ölçek formlarının yüz yüze görüşme yöntemiyle uygulamaları istenmiştir. Verilerin toplanmasının ardından 198 üyeden elde edilen veriler değerlendirmeye alınmıştır.

## **2.9 Araştırma Verilerinin Analizi**

Araştırma verilerinin analizinde nonparametrik testler kullanılmıştır. Verilerin analizinde katılımcılara ilişkin kişisel bilgiler yüzde ve frekans dağılımı kullanılarak belirlenmiştir. Bunun yanında, katılımcıların kişisel özelliklerinin hizmet kalitesi algı düzeylerine olan etkisini belirlemek amacıyla iki grubun karşılaştırılması için Mann-Whitney U Testi, ikiden daha fazla grubun karşılaştırılması için Kruskal Wallis-H Testi, gruplar arası ikili karşılaşmalarda Dunn Bonferroni testi ve gruplandırılmayan sürekli sayısal veriler için Spearman korelasyon analizi kullanılmıştır.

### 3. BULGULAR

Araştırmanın bu bölümünde spor-fitness merkezi üyelerinin bazı kişisel bilgilerine ve hizmet kalitesi algı düzeylerine ilişkin bulgular yer almaktadır.

#### 3.1 Araştırmaya Katılan Üyelerin Kişisel Bilgilerine Ait Bulgular

Araştırmaya katılan üniversite öğrencilerine ilişkin bazı kişisel bilgilere ilişkin toplam ve yüzde puanları aşağıdaki tablo 1’ de verilmiştir.

**Tablo 3.1.** Katılımcıların Kişisel Özelliklerine İlişkin Toplam ve Yüzde Puanları

| Değişkenler                  |                    | N                | %               |
|------------------------------|--------------------|------------------|-----------------|
| Cinsiyet                     | Kadın              | 72               | 36,4            |
|                              | Erkek              | 126              | 63,6            |
|                              | Toplam             | 198              | 100             |
| Medeni Durum                 | Evli               | 58               | 29,3            |
|                              | Bekar              | 140              | 70,7            |
| Çalışma Durumu               | Evet               | 113              | 57,1            |
|                              | Hayır              | 85               | 42,9            |
| Eğitim Durumu                | İlkokul-Lise       | 83               | 41,9            |
|                              | Üniversite         | 103              | 52              |
|                              | Lisansüstü         | 12               | 6,1             |
| Haftalık Kullanım Gün Sayısı | 2 Gün              | 4                | 2,0             |
|                              | 3 Gün              | 42               | 21,2            |
|                              | 4 Gün              | 51               | 25,8            |
|                              | 5 Gün              | 68               | 34,3            |
|                              | 6 Gün              | 29               | 14,6            |
|                              | 7 Gün              | 4                | 2,0             |
|                              |                    |                  |                 |
| Kullanım Saati               | 06:00-12:00        | 15               | 7,6             |
|                              | 12:01-18:00        | 56               | 28,3            |
|                              | 18:01-24:00        | 127              | 64,1            |
| Öncelikli Kullanım Amacı     | Fiziksel görünüm   | 90               | 45,5            |
|                              | Yetenek geliştirme | 30               | 15,2            |
|                              | Sağlık iyileştirme | 44               | 22,2            |
|                              | Sosyalleşme        | 11               | 5,6             |
|                              | Rahatlama          | 23               | 11,6            |
| Yaş                          | <i>En Düşük</i>    | <i>En Yüksek</i> | <i>Ortalama</i> |
|                              | 14                 | 52               | 26,9            |
|                              | Üyelik Süresi (Ay) | 1                | 115             |
| Üyelik Süresi (Ay)           | 1                  | 115              | 11,7            |

Tablo 3,1’de araştırmaya katılan toplam 198 spor-fitness merkezi üyesinin 72’sinin (%36,4) kadın ve 126’sının (%63,6) ise erkek olduğu görülmektedir. Üyelerin çoğunlukla üniversite mezunu (%52) oldukları, spor-fitness merkezlerini üyelerin çoğunluğunun (68 kişi, %34,3) 5 gün kullandığı, üyelerin %64,1’inin akşam saatlerini tercih ettiği ve üyelerin en fazla (%45,5) fiziksel görünümünü

iyileştirmek amacıyla spor yaptıkları, ortalama yaşlarının 29,9 olduğu ve ortalama 11,7 aylık kullanım süreleri olduğu Tablo 3,1’de gösterilmiştir.

### 3.2 Cinsiyet Değişkenine Göre Hizmet Kalitesi Algısı

**Tablo 3.2.** Hizmet kalitesi algısının cinsiyet gruplarına göre U-testi sonucu

| Boyut                    | Grup  | n   | Sıra Ortalaması | Sıra Toplamı | U       | p     |
|--------------------------|-------|-----|-----------------|--------------|---------|-------|
| Fiziksel Çevre Kalitesi  | Kadın | 72  | 114,45          | 8240,50      | 3459,50 | .003* |
|                          | Erkek | 126 | 90,96           | 11460,50     |         |       |
| Ortam Koşulları Kalitesi | Kadın | 72  | 112,06          | 8068,00      | 3652,00 | .011* |
|                          | Erkek | 126 | 92,33           | 11633,00     |         |       |
| Egz.Alet-Ekip Kalitesi   | Kadın | 72  | 110,05          | 7923,50      | 3776,50 | .021* |
|                          | Erkek | 126 | 93,47           | 11777,50     |         |       |
| Program Kalitesi         | Kadın | 72  | 112,05          | 8067,50      | 3632,50 | .007* |
|                          | Erkek | 126 | 92,33           | 11633,50     |         |       |
| Etkileşim Kalitesi       | Kadın | 72  | 106,04          | 7635,00      | 4065,00 | .151  |
|                          | Erkek | 126 | 95,76           | 12066,00     |         |       |
| Çıktı Kalitesi           | Kadın | 72  | 101,51          | 7308,50      | 4391,50 | .602  |
|                          | Erkek | 126 | 98,35           | 12392,50     |         |       |
| Toplam                   | Kadın | 72  | 115,49          | 8315,00      | 3313,00 | .002* |
|                          | Erkek | 126 | 89,50           | 11188,00     |         |       |

\*p<0,05

Tablo 3.2 incelendiğinde, araştırmaya katılan fitness-spor merkezleri üyelerinin cinsiyetleri ile hizmet kalitesi algı düzeyleri arasında “Fiziksel Çevre Kalitesi” boyutunda (U=3409,50), “Ortam Koşulları Kalitesi” boyutunda (U=3652,00), “Egz. Alet-Ekip. Kalitesi” boyutunda (U=3776,50), “Program Kalitesi” boyutunda (U=3632,50) ve (Toplam) kalite algısında (U=3313,00) istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmuştur (p<0,05). İlgili boyutlarda ve toplam hizmet kalitesi algısında kadınların hizmet kalitesi algı düzeyleri erkeklere oranla istatistiksel olarak anlamlı düzeyde daha yüksektir.

### 3.3 Medeni Durum Değişkenine Göre Hizmet Kalitesi Algısı

**Tablo 3.3.** Hizmet kalitesi algısının medeni durum gruplarına göre U-testi sonucu

| Boyut                    | Grup  | n   | Sıra Ortalaması | Sıra Toplamı | U       | p    |
|--------------------------|-------|-----|-----------------|--------------|---------|------|
| Fiziksel Çevre Kalitesi  | Evli  | 58  | 101,32          | 5876,50      | 3954,50 | .760 |
|                          | Bekar | 140 | 98,75           | 13824,50     |         |      |
| Ortam Koşulları Kalitesi | Evli  | 58  | 92,88           | 5387,00      | 3676,00 | .251 |
|                          | Bekar | 140 | 102,24          | 14314,00     |         |      |
| Egz.Alet-Ekip. Kalitesi  | Evli  | 58  | 98,72           | 5725,50      | 4014,50 | .884 |
|                          | Bekar | 140 | 99,83           | 13975,50     |         |      |
| Program Kalitesi         | Evli  | 58  | 96,54           | 5599,50      | 3888,50 | .585 |
|                          | Bekar | 140 | 100,73          | 14101,50     |         |      |

**Tablo 3.3. (devam).** Hizmet kalitesi algısının medeni durum gruplarına göre U-testi sonucu

|                    |       |     |        |          |         |      |
|--------------------|-------|-----|--------|----------|---------|------|
| Etkileşim Kalitesi | Evli  | 58  | 102,82 | 5963,50  | 3867,50 | .535 |
|                    | Bekar | 140 | 98,13  | 13737,50 |         |      |
| Çıktı Kalitesi     | Evli  | 58  | 99,08  | 5746,50  | 4035,50 | .926 |
|                    | Bekar | 140 | 99,68  | 13954,50 |         |      |
| Toplam             | Evli  | 58  | 96,61  | 5506,50  | 3853,50 | .700 |
|                    | Bekar | 140 | 99,98  | 13996,50 |         |      |

\*p<0,05

Tablo 3.3 incelendiğinde ise, araştırmaya katılan fitnes-spor merkezleri üyelerinin medeni durumları ile hizmet kalitesi algı düzeyleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamıştır (p<0,05). Bu bulguya rağmen, toplam hizmet kalitesi algısında bekar üyelerin evli olanlardan daha yüksek hizmet kalitesi algısına sahip olduğu söylenebilir.

### 3.4 Çalışma Durumu Değişkenine Göre Hizmet Kalitesi Algısı

**Tablo 3.4.** Hizmet kalitesi algısının çalışma durumu gruplarına göre U-testi sonucu

| Boyut                    | Grup  | n   | Sıra Ortalaması | Sıra Toplamı | U       | p    |
|--------------------------|-------|-----|-----------------|--------------|---------|------|
| Fiziksel Çevre Kalitesi  | Evet  | 113 | 95,64           | 10807,50     | 4366,50 | .246 |
|                          | Hayır | 85  | 104,63          | 8893,50      |         |      |
| Ortam Koşulları Kalitesi | Evet  | 113 | 96,43           | 10897,00     | 4456,00 | .341 |
|                          | Hayır | 85  | 103,58          | 8804,00      |         |      |
| Egz.Alet-Ekip. Kalitesi  | Evet  | 113 | 101,23          | 11438,50     | 4607,50 | .565 |
|                          | Hayır | 85  | 97,21           | 8262,50      |         |      |
| Program Kalitesi         | Evet  | 113 | 99,31           | 11222,50     | 4781,50 | .951 |
|                          | Hayır | 85  | 99,75           | 8478,50      |         |      |
| Etkileşim Kalitesi       | Evet  | 113 | 99,34           | 11225,50     | 4784,50 | .957 |
|                          | Hayır | 85  | 99,71           | 8475,50      |         |      |
| Çıktı Kalitesi           | Evet  | 113 | 97,99           | 11072,50     | 4631,50 | .549 |
|                          | Hayır | 85  | 101,51          | 8628,50      |         |      |
| Toplam                   | Evet  | 113 | 95,46           | 10691,50     | 4363,50 | .305 |
|                          | Hayır | 85  | 103,66          | 8811,50      |         |      |

\*p<0,05

Tablo 3.4' e göre, araştırmaya katılan fitnes-spor merkezleri üyelerinin çalışma durumları ile hizmet kalitesi algı düzeyleri arasında anlamlı herhangi bir boyutta ve toplamda istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamıştır (p<0,05). Bu bulguya rağmen genel olarak değerlendirildiğinde, çalışmayan üyelerin hizmet kalitesi algı düzeyleri çalışan olanlardan daha yüksek olduğu söylenebilir.

Tuzcuoğlu (2021) çalışmasında, çalışmayan katılımcıların fiziksel tesis alt boyutunda çalışanlara göre daha yüksek hizmet kalitesi algısına sahip olduklarını belirtmiştir. Yıldız, Onağ ve Onağ'ın (2013) spor-fitness merkezinde gerçekleştirdikleri çalışmada, çalışma durumu değişkeni açısından öğrencilerin ve personelin hizmet kalitesi algılarını karşılaştırdıklarında personel, soyunma odası, antrenman tesisi ve genel olarak algılanan hizmet kalitesi algısında istatistiksel açıdan anlamlı farklılığın olduğunu ve bu farklılığın öğrenciler lehine gerçekleştiği sonucuna varmışlardır.

### 3.5 Eğitim Değişkenine Göre Hizmet Kalitesi Algısı

**Tablo 3.5.** Hizmet kalitesi algısının eğitime göre Kruskal Wallis Testi Sonucu

| Boyutlar                 | Eğitim       | n   | Sıra Ortalaması | sd | $\chi^2$ | p    |
|--------------------------|--------------|-----|-----------------|----|----------|------|
| Fiziksel Çevre Kalitesi  | İlkokul-Lise | 83  | 110,01          | 2  | 5,568    | .062 |
|                          | Üniversite   | 103 | 92,57           |    |          |      |
|                          | Lisansüstü   | 12  | 86,25           |    |          |      |
| Ortam Koşulları Kalitesi | İlkokul-Lise | 83  | 107,48          | 2  | 4,075    | .130 |
|                          | Üniversite   | 103 | 95,17           |    |          |      |
|                          | Lisansüstü   | 12  | 81,50           |    |          |      |
| Egz.Alet-Ekip. Kalitesi  | İlkokul-Lise | 83  | 101,29          | 2  | .228     | .892 |
|                          | Üniversite   | 103 | 97,92           |    |          |      |
|                          | Lisansüstü   | 12  | 100,71          |    |          |      |
| Program Kalitesi         | İlkokul-Lise | 83  | 100,65          | 2  | .103     | .950 |
|                          | Üniversite   | 103 | 98,91           |    |          |      |
|                          | Lisansüstü   | 12  | 96,58           |    |          |      |
| Etkileşim Kalitesi       | İlkokul-Lise | 83  | 98,11           | 2  | .178     | .915 |
|                          | Üniversite   | 103 | 100,88          |    |          |      |
|                          | Lisansüstü   | 12  | 97,21           |    |          |      |
| Çıktı Kalitesi           | İlkokul-Lise | 83  | 99,59           | 2  | .073     | .954 |
|                          | Üniversite   | 103 | 99,79           |    |          |      |
|                          | Lisansüstü   | 12  | 96,42           |    |          |      |
| Toplam                   | İlkokul-Lise | 83  | 106,43          | 2  | .3,026   | .220 |
|                          | Üniversite   | 103 | 94,99           |    |          |      |
|                          | Lisansüstü   | 12  | 82,71           |    |          |      |

\*p<0,05

Tablo 3.5 incelendiğinde, araştırmaya katılan fitness-spor merkezleri üyelerinin hizmet kalitesi algı puanlarının eğitim durumlarına göre herhangi bir boyutta ve toplamda istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamıştır (p<0,05).

### 3.6 Kullanım Saati Değişkenine Göre Hizmet Kalitesi Algısı

**Tablo 3.6.** Hizmet kalitesi algısının kullanım saatine göre Kruskal Wallis Testi Sonucu

| Boyutlar                 | Kullanım Saati | n   | Sıra Ortalaması | sd | $\chi^2$ | p     | Gruplar Arası Fark |
|--------------------------|----------------|-----|-----------------|----|----------|-------|--------------------|
| Fiziksel Çevre Kalitesi  | 06:00-12:00    | 15  | 66,00           | 2  | 19,467   | .000* | 3 - 1              |
|                          | 12:01-18:00    | 56  | 80,40           |    |          |       | 3 - 2              |
|                          | 18:01-24:00    | 127 | 111,88          |    |          |       |                    |
| Ortam Koşulları Kalitesi | 06:00-12:00    | 15  | 72,73           | 2  | 13,916   | .001* | 3 - 1              |
|                          | 12:01-18:00    | 56  | 83,63           |    |          |       | 3 - 2              |
|                          | 18:01-24:00    | 127 | 109,66          |    |          |       |                    |
| Egz.Alet-Ekip. Kalitesi  | 06:00-12:00    | 15  | 122,20          | 2  | 15,496   | .000* | 1 - 2              |
|                          | 12:01-18:00    | 56  | 78,89           |    |          |       | 3 - 2              |
|                          | 18:01-24:00    | 127 | 105,91          |    |          |       |                    |
| Program Kalitesi         | 06:00-12:00    | 15  | 117,40          | 2  | 16,378   | .000* | 3 - 2              |
|                          | 12:01-18:00    | 56  | 77,44           |    |          |       | 1 - 2              |
|                          | 18:01-24:00    | 127 | 107,11          |    |          |       |                    |
| Etkileşim Kalitesi       | 06:00-12:00    | 15  | 106,87          | 2  | 6,082    | .048  |                    |
|                          | 12:01-18:00    | 56  | 86,00           |    |          |       |                    |
|                          | 18:01-24:00    | 127 | 104,58          |    |          |       |                    |
| Çıktı Kalitesi           | 06:00-12:00    | 15  | 107,67          | 2  | 9,082    | .011* | 3 - 2              |
|                          | 12:01-18:00    | 56  | 85,59           |    |          |       |                    |
|                          | 18:01-24:00    | 127 | 104,67          |    |          |       |                    |
| Toplam                   | 06:00-12:00    | 15  | 76,97           | 2  | 19,708   | .000* | 3 - 2              |
|                          | 12:01-18:00    | 56  | 75,19           |    |          |       |                    |
|                          | 18:01-24:00    | 127 | 112,21          |    |          |       |                    |

\*p<0,05

Tablo 3.6 incelendiğinde, araştırmaya katılan fitness-spor merkezleri üyelerinin hizmet kalitesi algı puanlarının kullanım saati durumlarına göre etkileşim kalitesi haricinde tüm boyutlarda ve toplamda istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde farklılaştığı görülmektedir ( $p<0,05$ ). Bu bulgu, kullanım saatinin üyelerin hizmet kalitesi algılarında farklı etkilere sahip olduğunu göstermektedir. Farkın hangi gruplar arasında olduğunu Dunn Bonferroni testi kullanılarak belirlenmiştir. Tablo 6'nın genel olarak yorumlanması neticesinde, spor-fitness merkezini akşam saatlerinde kullanan üyelerin etkileşim kalitesi haricinde tüm boyutlarda diğer gruplardan ve özellikle öğle saatlerinde spor-fitness merkezlerini kullananlardan daha yüksek kalite algısına sahip oldukları görülmektedir.

### 3.7 Kullanım Amacı Değişkenine Göre Hizmet Kalitesi Algısının

**Tablo 3.7.** Hizmet kalitesi algısının kullanım amacına göre Kruskal Wallis Testi Sonucu

| Boyutlar                 | Geliş Amacı        | n  | Sıra Ortalaması | sd | $\chi^2$ | p     | Gruplar Arası Fark |
|--------------------------|--------------------|----|-----------------|----|----------|-------|--------------------|
| Fiziksel Çevre Kalitesi  | Fiziksel Görünüm   | 90 | 109,87          | 4  | 10,320   | .035* |                    |
|                          | Yetenek Geliştirme | 30 | 106,00          |    |          |       |                    |
|                          | Sağlık İyileştirme | 44 | 84,27           |    |          |       |                    |
|                          | Sosyalleşme        | 11 | 99,05           |    |          |       |                    |
|                          | Rahatlama          | 23 | 109,87          |    |          |       |                    |
| Ortam Koşulları Kalitesi | Fiziksel Görünüm   | 90 | 104,78          | 4  | 5,571    | .274  |                    |
|                          | Yetenek Geliştirme | 30 | 109,50          |    |          |       |                    |
|                          | Sağlık İyileştirme | 44 | 87,80           |    |          |       |                    |
|                          | Sosyalleşme        | 11 | 81,73           |    |          |       |                    |
|                          | Rahatlama          | 23 | 96,70           |    |          |       |                    |
| Egz.Alet-Ekip. Kalitesi  | Fiziksel Görünüm   | 90 | 103,44          | 4  | 3,532    | .433  |                    |
|                          | Yetenek Geliştirme | 30 | 98,25           |    |          |       |                    |
|                          | Sağlık İyileştirme | 44 | 98,98           |    |          |       |                    |
|                          | Sosyalleşme        | 11 | 74,45           |    |          |       |                    |
|                          | Rahatlama          | 23 | 98,70           |    |          |       |                    |
| Program Kalitesi         | Fiziksel Görünüm   | 90 | 107,46          | 4  | 7,407    | .116  |                    |
|                          | Yetenek Geliştirme | 30 | 97,83           |    |          |       |                    |
|                          | Sağlık İyileştirme | 44 | 98,38           |    |          |       |                    |
|                          | Sosyalleşme        | 11 | 74,27           |    |          |       |                    |
|                          | Rahatlama          | 23 | 84,76           |    |          |       |                    |
| Etkileşim Kalitesi       | Fiziksel Görünüm   | 90 | 104,02          | 4  | 3,680    | .471  |                    |
|                          | Yetenek Geliştirme | 30 | 93,75           |    |          |       |                    |
|                          | Sağlık İyileştirme | 44 | 103,57          |    |          |       |                    |
|                          | Sosyalleşme        | 11 | 85,14           |    |          |       |                    |
|                          | Rahatlama          | 23 | 88,41           |    |          |       |                    |
| Çıktı Kalitesi           | Fiziksel Görünüm   | 90 | 103,41          | 4  | 8,417    | .077  |                    |
|                          | Yetenek Geliştirme | 30 | 108,20          |    |          |       |                    |
|                          | Sağlık İyileştirme | 44 | 99,06           |    |          |       |                    |
|                          | Sosyalleşme        | 11 | 84,77           |    |          |       |                    |
|                          | Rahatlama          | 23 | 80,76           |    |          |       |                    |
| Toplam                   | Fiziksel Görünüm   | 90 | 109,42          | 4  | 8,584    | .072  |                    |
|                          | Yetenek Geliştirme | 30 | 103,22          |    |          |       |                    |
|                          | Sağlık İyileştirme | 44 | 89,95           |    |          |       |                    |
|                          | Sosyalleşme        | 11 | 82,41           |    |          |       |                    |
|                          | Rahatlama          | 23 | 78,41           |    |          |       |                    |

\*p<0,05

Tablo 3.7 incelendiğinde, araştırmaya katılan fitnes-spor merkezleri üyelerinin hizmet kalitesi algı puanlarının kullanım amaçlarına göre fiziksel çevre boyutunda istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık ( $p<0,05$ ) bulunmuştur. Buna rağmen, farkın hangi gruplar arasında olduğunu belirlemek amacıyla yapılan Dunn Bonferroni testi sonucunda gruplar arasında herhangi bir farklılık belirlenmemiştir.

### 3.8 Yaş Değişkenine Göre Hizmet Kalitesi Algısı

**Tablo 3.8.** Üyelerin “Yaşları” ile Hizmet Kalitesi Algıları Arasındaki İlişki

|     |   | Fiziksel<br>Çevre<br>Kalitesi | Ortam<br>Koşulları<br>Kalitesi | Egz.Alet-<br>Ekip.<br>Kalitesi | Program<br>Kalitesi | Etkileşim<br>Kalitesi | Çıktı<br>Kalitesi | Toplam |
|-----|---|-------------------------------|--------------------------------|--------------------------------|---------------------|-----------------------|-------------------|--------|
| Yaş | r | -.036                         | .001                           | .108                           | .018                | .034                  | .010              | .004   |
|     | p | .615                          | .988                           | .131                           | .801                | .636                  | .888              | .953   |

\*\*p<0,01 \*p<0,05

Tablo 3.8 incelendiğinde, spor-fitness merkezi üyelerinin “yaşları” ile hizmet kalitesi algıları arasında ilişkinin olup olmadığını belirlemek için yapılan Spearman sıra farkları korelasyon analizi sonucunda istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmamıştır ( $p<0,01$ ,  $p<0,05$ ).

### 3.9 Haftalık Kullanım Gün Sayısı Değişkenine Göre Hizmet Kalitesi Algısı

**Tablo 3.9.** Üyelerin “Haftalık Kullanım Gün Sayısı” ile Hizmet Kalitesi Algıları Arasındaki İlişki

|                                       |   | Fiziksel<br>Çevre<br>Kalitesi | Ortam<br>Koşulları<br>Kalitesi | Egz.Alet-<br>Ekip.<br>Kalitesi | Program<br>Kalitesi | Etkileşim<br>Kalitesi | Çıktı<br>Kalitesi | Toplam  |
|---------------------------------------|---|-------------------------------|--------------------------------|--------------------------------|---------------------|-----------------------|-------------------|---------|
| Haftalık<br>Kullanım<br>Gün<br>Sayısı | r | -.192**                       | -.138                          | -.146*                         | .182*               | .117                  | .117              | -.208** |
|                                       | p | .007                          | .053                           | .041                           | .010                | .101                  | .101              | .003    |

\*p<0,05

Spor-fitness merkezi üyelerinin “haftalık kullanım gün sayısı” ile hizmet kalitesi algıları arasında ilişkinin olup olmadığını belirlemek için yapılan Spearman sıra farkları korelasyon analizi sonucunda, “fiziksel çevre kalitesi” ( $r = -.192$ ,  $p = .00 < 0,01$ ) ve “egzersiz alet ekipman kalitesi” ( $r = -.146$ ,  $p = .01 < 0,05$ ) arasında düşük düzeyde negatif yönlü, “program kalitesi” ( $r = .182$ ,  $p = .01 < 0,05$ ) arasında ise pozitif yönlü düşük düzeyde istatistiksel olarak anlamlı ilişki bulunmuştur. Haftalık kullanım gün sayısı ile toplam hizmet kalitesi algısı ( $r = -.208$ ,  $p = .01 < 0,05$ ) arasında ise düşük düzeyde negatif yönlü ilişki bulunmuştur. Genel olarak değerlendirildiğinde, haftalık kullanım gün sayısının artması kalite algısını olumsuz yönde etkilerken, azalması ise olumlu yönde etkilemektedir. Bu durum, program

kalitesi boyutunda ise haftalık gün sayısının artması ile kalite algısı artırmakta, kullanım güz sayısının azalması ile de kalite algısı azalmaktadır.

### 3.10 Üyelik Süresi Değişkenine Göre Hizmet Kalitesi Algısı

**Tablo 3.10.** Üyelerin “Üyelik Süresi” ile Hizmet Kalitesi Algıları Arasındaki İlişki

|                          |   | Fiziksel<br>Çevre<br>Kalitesi | Ortam<br>Koşulları<br>Kalitesi | Egz.Alet-<br>Ekip.<br>Kalitesi | Program<br>Kalitesi | Etkileşim<br>Kalitesi | Çıktı<br>Kalitesi | Toplam |
|--------------------------|---|-------------------------------|--------------------------------|--------------------------------|---------------------|-----------------------|-------------------|--------|
| Üyelik<br>Süresi<br>(Ay) | r | -.138                         | -.122                          | -.059                          | -.032               | -.050                 | -.045             | -.104  |
|                          | p | .052                          | .086                           | .406                           | .657                | .487                  | .531              | .145   |

\*p<0,05

Spor-fitness merkezi üyelerinin “üyelik süreleri” ile hizmet kalitesi algıları arasında ilişkinin olup olmadığını belirlemek için yapılan Spearman sıra farkları korelasyon analizi sonucunda istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmamıştır ( $p<0,01$ ,  $p<0,05$ ).

#### 4. TARTIŞMA

Araştırma bulguları değerlendirildiğinde, hizmet kalitesini oluşturan bütün boyutlarda da kadınların erkeklere oranla daha yüksek kalite algısına sahip olduğu görülmektedir (Tablo 3.2). Bunun nedeni olarak, erkeklerin spor-fitness merkezlerinde sunulan hizmetlere yönelik beklentilerin kadınlara göre daha yüksek olması gösterilebilir. Benzer şekilde, Esentaş, Yıldız ve Güzel (2020) çalışmalarında, erkek katılımcıların kadınlara göre hizmet beklentilerinin istatistiksel olarak anlamlı düzeyde yüksek olduğu sonucuna varmışlardır. Çiftçi ve Çakmak'ın (2018) fitness merkezlerinde yapmış olduğu çalışmada erkeklerin hizmete ilişkin beklentilerin kadınlara oranla anlamlı düzeyde daha yüksek olduğu, buna rağmen hizmet kalitesi algıları arasında anlamlı bir farklılık olmadığı sonucuna varmışlardır. YILDIZ, ONAĞ ve ONAĞ'ın (2013) çalışmasında, program, soyunma odası, antrenman tesisi ve genel hizmet kalitesi algısında kadınlar lehine istatistiksel açıdan anlamlı farklılık gösterdiği belirtilmiştir. Yıldız ve Tüfekçi'nin (2010) spor-fitness merkezlerinde gerçekleştirdikleri çalışmada ise, kadın üyelerin personel, soyunma odası, program ve fiziksel tesis boyutlarına ilişkin beklentilerin erkeklerden daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca, kadınların en yüksek beklentilerin soyunma odalarına ilişkin olduğu bunun nedeninin ise temizlik konularında daha hassas olmalarından kaynaklanabileceği belirtilmiştir. Yerlisu Lapa ve Baştaç'ın (2012) çalışmasında, kadın katılımcıların erkeklere göre soyunma odalarından daha yüksek memnuniyet düzeyine sahip oldukları belirtilmiştir.

İslamoğlu ve Ark.'nın (2019) fitness merkezlerine yönelik çalışma bulguları incelendiğinde erkek katılımcıların kadınlara göre anlamlı düzeyde yüksek hizmet kalitesi algısına sahip oldukları görülmektedir. Türksoy ve Aycan (2020) yaptıkları çalışmada, bütün boyutlarda erkeklerin hizmet kalitesi algılarının yüksek olduğunu belirtmekle birlikte, "ekipman kalitesi" boyutunda erkek kullanıcıların kadın kullanıcılara göre istatistiksel olarak anlamlı düzeyde yüksek kalite algısına sahip olduklarını tespit etmişlerdir. Erdoğan'ın (2016) çalışmasında, spor merkezi müşterilerinin hizmet kalitesi algıları, çıktı kalitesi, egzersiz alet-ekipman kalitesi ve ortam koşulları kalitesi boyutlarında erkek müşterilerin lehine anlamlı düzeyde farklılaştığı belirlenmiştir. Zengin, Yetiş ve Gayretli'nin (2022) çalışmasında,

fiziksel çevre kalitesi boyutunda erkelerin kadınlara göre anlamlı düzeyde yüksek kalite algısına sahip olduklarını ortaya konulmuştur.

Olca, Sürme ve Dağlıoğlu (2020) çalışmalarında, spor ve rekreatif amaçlı tesislerinde hizmet kalitesi algısının cinsiyet değişkenine göre farklılık göstermediğini ifade etmişlerdir. Benzer şekilde Tuzcuoğlu (2021) 337 kişi ile gerçekleştirdiği çalışmada, fitnes merkezi üyelerinin cinsiyetleri ile hizmet kalitesi algıları arasında anlamlı bir ilişki bulunmadığını belirtmiştir. Cengiz ve Yaşartürk’de (2020) cinsiyet değişkenine göre hizmet kalitesi puan ortalamaları arasındaki istatistiksel olarak anlamlı farklılık tespit etmemiştir. Spor merkezlerinde yapılan diğer bazı çalışmalarda da hizmet kalitesi algısında cinsiyet değişkeni açısından anlamlı bir farklılığın tespit edilemediği belirtilmiştir (Yüzgenç ve Alay Özgül, 2014; Üzüm ve ark., 2016; Güzel ve Taşçı, 2022)

Araştırma bulgularına göre, katılımcıların medeni durumları ile hizmet kalitesi algı düzeyleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamıştır (Tablo 3.3). Zengin, Yetiş ve Gayretli (2022) çalışmalarında, spor-fitnes merkezi üyelerinin medeni durum değişkenine göre t-testi sonuçlarına bakıldığında; fiziksel çevre kalitesi, etkileşim kalitesi ve çıktı kalitesi boyutlarında evli bireylerin algıladıkları hizmet kalitesi düzeyinin bekar bireylere göre daha yüksek olduğunu, buna rağmen ortam koşulları kalitesi, egzersiz alet ekipman kalitesi ve program kalitesi boyutlarında ise bekar bireylerin algıladıkları hizmet kalitesi düzeyinin evli bireylere göre daha yüksek olduğunu belirlemişlerdir. Tuzcuoğlu (2021) 337 kişi ile gerçekleştirdiği çalışmada, fitnes merkezi üyelerinin medeni durumları ile hizmet kalitesi algıları arasında anlamlı bir ilişki bulunmadığını belirtmiştir. Cengiz ve Yaşartürk (2020) spor-fitnes merkezleri üyelerinin kalite algılarında medeni durum değişkenine göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık tespit etmemişlerdir.

Erdoğan (2016) çalışmada, spor merkezi üyelerinin etkileşim kalitesi, çıktı kalitesi, egzersiz alet-ekipman kalitesi, program kalitesi, ortam koşulları kalitesi boyutlarında ve genel kalite algı düzeyinin medeni durum değişkenine göre anlamlı düzeyde farklılaşmadığını, sadece fiziksel çevre kalitesi boyutunda evli müşterilerin lehine anlamlı bir farklılığın tespit edildiğini bildirmiştir.

Üzüm ve ark. (2016) program kalitesi alt boyutunda evli olan katılımcılar ile bekâr olan katılımcılar arasında evliler lehine istatistiksel olarak anlamlı bir

farklılığın oluştuğunu belirtmişlerdir. Yüzgenç ve Alay Özgül'ün (2014) çalışma bulgularına göre evli olan üyelerin çalışanlar, program ve tesise ilişkin hizmet kalitesi algı düzeyleri, bekâr üyelerin algı düzeylerinden daha yüksektir.

Katırcı ve Oyman'ın (2011) “spor merkezlerindeki tüketici tatminini ölçmek” amacıyla yaptıkları çalışmada, bekar olan grubun evli olanlara göre atmosfer boyutu ile ilişkili daha fazla tatmin duydukları belirlenmiştir. Esentaş, Yıldız ve Güzel (2020) çalışmalarında, personel, program, soyunma odası ve tesis alt boyutlarında bekar gruplar lehine anlamlı farklılık tespit etmişlerdir.

Araştırma bulgularına göre katılımcıların çalışma durumları ile hizmet kalitesi algı düzeyleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamıştır (Tablo 4). Tuzcuoğlu (2021) çalışmasında, çalışmayan katılımcıların fiziksel tesis alt boyutunda çalışanlara göre daha yüksek hizmet kalitesi algısına sahip olduklarını belirtmiştir. Yıldız, Onağ ve Onağ'ın (2013) spor-fitness merkezinde gerçekleştirdikleri çalışmada, çalışma durumu değişkeni açısından öğrencilerin ve personelin hizmet kalitesi algılarını karşılaştırdıklarında personel, soyunma odası, antrenman tesisi ve genel olarak algılanan hizmet kalitesi algısında istatistiksel açıdan anlamlı farklılığın olduğunu ve bu farklılığın öğrenciler lehine gerçekleştiği sonucuna varmışlardır.

Araştırma bulguları incelendiğinde, katılımcıların eğitim durumları ile hizmet kalitesi algı düzeyleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık tespit edilmemiştir (Tablo 5). Erdoğan'ın (2016) çalışmasında, sağlıklı yaşam ve spor merkezi müşterilerinin hizmet kalitesi algılarının eğitim düzeylerine göre farklılaşmadığını belirtilmiştir. Güzel ve Taşçı'nın (2022) çalışmasında da spor salonları müşterilerinin hizmet kalitesi algıları ile eğitim düzeyi değişkeni arasında anlamlı bir farklılık görülmemesine rağmen, üniversite mezunu olanların en yüksek kalite algısına sahip olduklarını ifade edilmiştir. Zengin, Yetiş ve Gayretli'nin (2022) çalışmasında da benzer şekilde, hizmet kalitesi algısı ve eğitim düzeyi arasında herhangi bir farklılık tespit edilmemiştir. Yüzgenç ve Alay Özgül'ün (2014) araştırmasına göre, üyelerin eğitim düzeylerindeki farklılıkların hizmet kalitesi algılarında bir değişime neden olmadığını ifade edilmiştir.

Türksoy ve Aycan'ın (2020) çalışmasında, eğitim düzeyi açısından hizmet kalitesi algısını değerlendirdiklerinde, üniversite mezunlarının ortaöğretim ve

ilköğretim mezunlarına oranla daha düşük kalite algısına sahip olduğunu belirlenmiştir. Benzer olarak, Yerlisu Lapa ve Baştaç'ın (2012) çalışmasında, soyunma odaları ve tesis boyutunda üniversite ve üstü eğitilmiş katılımcıların, eğitimi lise ve dengi olan katılımcılara göre kalite algılarının daha düşük olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Olçay, Sürme ve Dağlıoğlu (2020) rekreatif amaçlı tesislerinde hizmet kalitesi algısının eğitim değişkenine göre farklılık gösterdiğini, lisans ve lisansüstü eğitime sahip olanların daha yüksek ortalamaya kalite algısına sahip olduğunu belirtmişlerdir. Çiftçi ve Çakmal'ın (2018) çalışma bulguları, spor-fitness merkezleri üyelerinin hizmet kalitesi algılarının eğitim düzeyine göre farklılaştığı, üniversite mezunlarının hizmet kalitesi algılarının lise ve ilk okul mezunlarına göre daha yüksek olduğu yönündedir. Üniversite ve ilköğretim mezunu olanlar arasındaki farkın ise ilk grup lehine gerçekleştiği ifade edilmiştir.

Araştırma bulgularına göre, spor-fitness merkezini akşam saatlerinde kullanan üyelerin etkileşim kalitesi haricinde tüm boyutlarda diğer gruplardan daha yüksek kalite algısına sahip oldukları görülmektedir (Tablo 3.6). Türksoy ve Aycan'ın (2020) çalışmasında, kullanım saati açısından hizmet kalitesi algısını değerlendirdiklerinde, tesisleri 18:00 – 22:00 saatleri arasında kullananların bütün boyutlarda diğer gruplara oranla daha düşük kalite algısına sahip oldukları belirlenmiştir. Eroğlu'nun (2006) çalışmasında, spor merkezine 18.00 ila 21.00 saatleri arasında gelenlerin en çok şikâyetle bulunan gruplar oldukları belirtilmiştir. Bu durumun nedeni olarak, yoğunluğun en çok akşam saatlerinde olması dolayısıyla spor yapılan aletlerde sıra bekleme, duşların yetersiz kalması, havalandırma ve ısıtıcılarda yaşanan problemler, personelin yetersiz kalması gibi birçok problemin yaşanabileceği gösterilmiştir.

Türksoy ve Aycan'ın (2020) çalışmasında, spor tesisi kullanıcılarının spor tesisini kullanım amaçları bakımından algıladıkları hizmet kalitesi düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı farklılık tespit edilmemiştir (3.7). Buna rağmen, katılımcıların tesis kullanım amaçları sıralamasında fiziksel görünümünün iyileştirmenin öncelikli amaçları olduğunu belirtilmiştir. Güçel ve Taşçı'nın

(2022) çalışmasında da benzer şekilde salonları müşterilerinin hizmet kalitesi algıları ile tercih değişkeni arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmemiştir.

Araştırma bulgularına benzer şekilde, alan yazında spor-fitness merkezi üyelerinin yaşları ile hizmet kalitesini algılarının farklılaşmadığını belirten çalışmalar mevcuttur (Yerlisu Lapa ve Baştaç, 2012; Erdoğan, 2016; Üzüm ve ark., 2016; Cengiz ve Yaşartürk, 2020; Koç, Yıldız ve Yüce, 2024).

Türksoy ve Aycan'ın (2020) gerçekleştirdikleri çalışmada, spor tesisi kullanıcılarının yaşları ile algıladıkları fiziksel çevre kalitesi arasında negatif yönde düşük düzeyde istatistiksel olarak anlamlı ilişki olduğunu belirtilmiştir. Olcay, Sürme ve Dağlıoğlu'nun (2020) çalışmasında, bütün boyutlarda yaş grubu büyüdükçe hizmet kalitesi algı ortalamalarının da yükseldiğini tespit edilmiştir. İslamoğlu ve ark., (2019) spor-fitness merkezlerinde gerçekleştirdikleri çalışmada, yaş gruplarına göre Etkileşim, fiziksel çevre, alet -ekipman, program ve ortam kalitesi alt boyutlarında anlamlı farklılıklar tespit etmişlerdir.

Araştırmada, haftalık kullanım gün sayısı ile kalite algısı arasında negatif yönlü bir ilişkinin olduğu belirlenmiştir (Tablo 3.9). Bu bulgu, spor-fitness merkezlerini daha sık kullanan üyelerin özellikle fiziksel çevre ve egzersiz alet-ekipman konusunda daha fazla olumsuzlukla karşılaşmasına ve bu durum da kalite algılarının düşmesine neden olabileceği şeklinde açıklanabilir. Buna rağmen, üyelerin spora katılım sıklığı kullanan programların olumlu etkilerini hissetmeleri açısından önemli olduğundan kalite algılarının da artmasına neden olabileceği şeklinde yorumlanabilir.

Koç, Yıldız ve Yüce'nin (2024) çalışmasında spor tesislerinde spor yapma sıklığı değişkeni açısından yapılan değerlendirmede, haftada 1-2 gün ile 3- 4 gün spor yapma sıklığı grupları arasında 3-4 gün spor yapanların lehine istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir.

Yiğit'in (2023) çalışmasında, rekreasyonel spor tesislerinde haftalık geçirilen süre değişkenine göre üyelerin toplam hizmet kalitesi ve alt boyut puanlarında merkezleri daha sık kullanan bireylerin lehine istatistiki olarak anlamlı bir farklılığın olduğunu tespit edilmiştir.

Tuzcuoğlu'nun (2021) 337 kişi ile gerçekleştirdiği çalışmada, katılımcıların haftalık tesis kullanım süreleri ile hizmet kalitesi algıları arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir. Yıldız, Onağ ve Onağ'ın (2013) çalışmasında da spor-fitness merkezlerini daha sık kullanan üyelerin program, fiziksel tesis ve genel hizmet kalitesi algılarının daha az kullananlardan anlamlı düzeyde yüksek olgu sonucuna ulaşılmıştır. Çiftçi ve Çakmak (2018) ise, katılımcıların bir hafta içinde tesisi kullanma sıklıklarının beklenen hizmet kalitesi ile ilgili görüşlerinde anlamlı farklılığa neden olmasına rağmen, kullanım sıklığının algıladıkları hizmet kalitesi düzeyinde bir farklılığa neden olmadığını belirtmişlerdir.

Alan yazında, araştırma bulgusuna benzer şekilde spor-fitness merkezi üyelik süresi ve hizmet kalitesi algısı arasında anlamlı bir ilişkinin bulunmadığı bazı çalışmalar mevcuttur (Tuzcuoğlu, 2021; Güzel ve Taşçı, 2022; Koç, Yıldız ve Yüce, 2024).

Türksoy ve Aycan'ın (2020) çalışmasında, araştırmaya katılan spor tesisi kullanıcılarının üyelik süreleri ile algıladıkları fiziksel çevre kalitesi ve ortam kalitesi arasında negatif yönde düşük düzeyde istatistiksel olarak anlamlı ilişki bulunmuştur. Yıldız, Onağ ve Onağ'ın (2013) çalışmasında, üyelik süresi değişkeni açısından algılanan hizmet kalitesi ve ilgili boyutların karşılaştırılması sonucunda; üyelik süresi az alanların daha uzun üyelik süresi olanlara göre hizmet kalitesi algılara genel olarak anlamlı düzeyde daha yüksek olduğu belirlenmiştir.

## 5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Araştırmaya ilişkin sonuç ve öneriler de bu bölümde yer almaktadır.

### 5.1 Sonuç

Spor- fitnes merkezlerinde algılanan hizmet kalitesinin kullanıcıların bazı kişisel özellikleri açısından incelendiği çalışmada, elde edilen verilerin araştırmanın amacına göre analiz edilmesi sonucunda ulaşılan bulgular ışıında aşağıdaki sonuçlara ulaşılmıştır.

1.Araştırmaya katılan spor-fitnes merkezleri üyelerinin hizmet kalitesi algıları yüksektir.

2.Katılımcıların cinsiyeti, tesis kullanım saati, katılım amacı ve haftalık kullanım gün sayısı hizmet kalitesi algılarının farklılaşmasına neden olmaktadır.

### 5.2 Öneriler

1. Spor-fitnes merkezleri önceden belirlenecek bazı kriterlere göre sınıflandırılarak yapılacak araştırmaların kalite algısının belirlenmesi daha güvenilir sonuçlar elde edilmesini sağlayabilir.

2. Spor- fitnes merkezi üyelerinin çoğunlukla katıldığı faaliyet türlerinin belirlenmesi özellikle alt boyutlara ilişkin kalite algılarının değerlendirilmesinde avantaj sağlayabilir.

3. Nicel ve nitel araştırma yöntemlerinin birlikte kullanılması daha sağlıklı sonuçlara ulaşmayı sağlayabilir.

4. Hizmet kalitesi algısı üzerinde etkili olan diğer faktörlerin araştırılması konunun çok boyutlu değerlendirilmesinde etkili olabilir.

## KAYNAKLAR

Álvarez-García, J., Oliveira, C. ve Rueda-Armengot, C. (2017). Evaluation of Service Quality at a Sport Center: Case Study. *Sports Management as an Emerging Economic Activity: Trends and Best Practices*, 73-85.

Aycan, A. ve Yıldız, K. (2016). 11-14 Yaş Grubu Öğrencilerin Spora Katılım Motivasyonlarının Cinsiyetleri Açısından İncelenmesi. *International Journal of Social Science Research*, 5(2), 1-9.

Başkan, A. H. ve Başkan, A. H. (2022). Z Kuşağında Yer Alan Öğrencilerin Spora Yönelik Tutumları ve Buna Etki Eden Faktörler. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 9(4), 365-386.

Berry, L. L., Parasuraman, A. ve Zeithaml, V. A. (1988). The Service-Qualit Puzzle. *Business Horizons*, 31(5), 35-43.

Bitner, M. J. (1992). Servicescapes: The Impact of Physical Surroundings on Customers and Employees. *Journal Of Marketing*, 56(2), 57-71.

BOLAT, T. (2000). *Toplam Kalite Yönetimi*. 1. Baskı, İstanbul. Beta Basım Yayım Dağıtım,

Brady M.K. ve Cronin J.J. "Some New Thoughts on Conceptualizing Perceived Service Quality: A Hierarchical Approach". *Journal of Marketing*, 65: 34- 49, 2001.

Cengiz, R. ve Yaşartürk, F. (2020). Fitness Katılımcılarının Spor Salonlarındaki Hizmet Kalitesi ve Serbest Zaman Doyum Düzeyleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. *Uluslararası Güncel Eğitim Araştırmaları Dergisi*, 6(1), 48-62.

Chayomchai, A. ve Chanarpas, M. (2021). The Service Quality Management of The Fitness Center: The Relationship Among 5 Aspects of Service Quality. *International Journal of Current Science Research and Review*, 4(06), 514-521.

Çalışkan, M. Y. ve Erdoğan, M. (2022). Spor Merkezlerinden Hizmet Alan Üyelerin Hizmet Kalitesi Algılarının ve Beklentilerinin Karşılanma Düzeyinin İncelenmesi. *Türk Spor Bilimleri Dergisi*, 5(1), 49-63.

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

Dale, B.G. (1994). *Managing Quality*. Ed: Lewis B.R., *Managing Service Quality*. 2. Edition, S. 137–236, Prentice Hall International Ltd, Hertfordshire,

Dodds, W. B., Monroe, K. B. ve Grewal, D. (1991). Effects of Price, Brand, and Store Information on Buyers' Product Evaluations. *Journal of Marketing Research*, 28(3), 307-319.

Düzen, A. Ç. ve Özçelik, İ. Y. (2022). Lise Öğrencilerinin Spor Yapma Durumuna Göre Psikolojik Sağlık ve Mutluluk Düzeylerinin İncelenmesi. *Akdeniz Spor Bilimleri Dergisi*, 5(2), 176-191.

Erdoğan, A. (2016). Hizmet Kalitesi, Hizmet Değeri ve Memnuniyet Üzerinde Algılanan Risk Faktörünün Etkisi: Sağlıklı Yaşam ve Spor Merkezleri Üzerine Bir Uygulama. Selçuk Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Spor Yöneticiliği Ana Bilim Dalı, Konya.

Erdoğan, A. ve Şirin, E. F. (2020). Algılanan Hizmet Kalitesi Hizmet Değeri ve Memnuniyet Üzerinde Algılanan Risk Faktörünün Etkisi: Sağlıklı Yaşam ve Spor Merkezleri Üzerine Bir Uygulama. Spormetre Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi, 18(4), 134-153.

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

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

Esentaş, M., Yıldız, K. ve Güzel, P. (2020). Özel Spor Salonu Müşterilerinin Hizmet Kalitelerinin Bazı Demografik Değişkenler Açısından İncelenmesi. Sportif Bakış: Spor ve Eğitim Bilimleri Dergisi, 7, 11-25.

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

Güzel, D. ve Taşcı, M. F. (2022). Spor Merkezlerinde Algılanan Hizmet Kalitesi Düzeyinin Belirlenmesi: Erzurum İli Örneği. Bucak İşletme Fakültesi Dergisi, 5(1), 66-88.

Heizer, J. ve Render, B. (1996). Principles Operations Management. New Jersey Upper Saddle River.

Hsieh, Y. C. ve Hsiang, S. T. (2004). A Study of the Impacts of Service Quality on Relationship Quality in Search-Experience-Credence Services. Total Quality Management & Business Excellence, 15(1), 43-58.

Huang, Y. ve Kim, D. (2023). How does Service Quality Improve Consumer Loyalty in Sports Fitness Centers? The Moderating Role of Sport Involvement. Sustainability, 15(17), 12840.

Hung, Y. H., Huang, M. L. ve Chen, K. S. (2003). Service Quality Evaluation by Service Quality Performance Matrix. Total Quality Management and Business Excellence, 14(1), 79-89.

İnal, A. N. (2003). Beden Eğitimi ve Spor Bilim. Ankara, Nobel Yayın Dağıtım.

İslamoğlu, İ., Çebi, M., Eliöz, M., Yamak, B. ve İmamoğlu, O. (2019). Özel Spor Merkezlerindeki Hizmet Kalite Algısı. Journal of International Social Research, 12(65), 1112-1117.

Katırcı, H. ve Oyman, M. (2011). Spor Merkezlerinde Tüketici Tatmini ve Sadakat. Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi, 5(2), 90-100.

Ko, Y. J. ve Pastore, D. L. (2005). A Hierarchical Model of Service Quality for the Recreational Sport Industry. Sport Marketing Quarterly, 14(2).

Koç, K., Yıldız, S. ve Yüce, M. S. (2024). Spor Tesislerinden Yararlanan Bireylerin Hizmet Kalitesi Algılarına Yönelik Bir Araştırma. Sivas Cumhuriyet Üniversitesi Spor Bilimleri Dergisi, 5(1), 44-51.

Koruç, Z. ve Bayar, P. (2004). Egzersizin Depresyon Tedavisindeki Yeri ve Etkileri. Spor Bilimleri Dergisi, 15(1), 49-64

Kotler, P. (1997). Marketing Management Analysis Planning, Implementation and Control". 9th Ed., USA., Prentice Hall, Inc.

Kurtoğlu, T. (2006). Halkın Yerel Yönetimlerden Spor Hizmetleri Konusunda Beklentileri (Mersin İli Örneği). (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Mersin Üniversitesi/Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Mersin.

Küçük, V. ve Koç, H. (2004). Psiko-Sosyal Gelişim Süreci İçerisinde İnsan ve Spor İlişkisi. Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 10, 131-141.

Lovelock, C. H. (1996). Service Marketing. 3rd Edition, New Jersey, Prentice Hall.

Mergen, E. (1993). Toplam Kalite Yönetimi. Anadolu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 11(1), 25-33.

Olca, A., Sürme, M. ve Dağlıoğlu, T. (2020). Spor ve Rekreatif Amaçlı Tesislerde Hizmet Kalitesinin Değerlendirilmesinde Demografik Değişkenlerin Rolü. İktisadi ve İdari Yaklaşımlar Dergisi, 2(2), 223-235.

Özdenk, S. (2018). Spor Bilimlerinde Akademik Araştırmalar. Önemi ve Sınıflandırılması. Eraslan, M. (Edt.). Beden Eğitimi ve Spor, Faydaları, Ankara, Gece Kitaplığı.

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A. ve Berry, L. L. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and its Implications for Future Research. Journal of Marketing, 49(4), 41-50.

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A. ve Berry, L. L. (1988) "SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality," Journal of Retailing, Vol. 64(1), P. 12-40.

Peters, M. A. (2020). Critical Philosophy of Sport. Educational Philosophy and Theory, Vol.:52, No.8, United Kingdom.

Polyakova, O. ve Ramchandani, G. (2023). Perceived Service Quality Among Regular Users of Gyms In Public Sports Centres in The UK. Managing Sport and Leisure, 28(1), 35-54.

Ramaswamy, R. (1996). Design and Management of Service Process. Massachusetts, Addison Wesley Publishing Company Inc.

Ramya, N., Kowsalya, A. ve Dharanipriya, K. (2019). Service Quality and its Dimensions. EPRA International Journal of Research and Development, 4(2), 38-41.

Rust, R. T. (1994). Service Quality: Insights and Managerial Implications from the Frontier. Service Quality: New Directions in Theory and Practice/Sage Publications.

Salar, B., Hekim, M. ve Tokgöz, M. (2012). 15-18 Yaş Grubu Takım ve Ferdi Spor Yapan Bireylerin Duygusal Durumlarının Karşılaştırılması. Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi (6), 123-135. <https://doi.org/10.20875/sb.47129>

Shank, M. D. (1999). Sport Marketing A Stratejik Perspective. New Jersey, Upper Saddle River, Prentice Hall.

Shilbury, D. (1994). Delivering Quality Service in Professional Sport. Sport Marketing Quarterly 3(19 29-35.

Soygüden, A., Kaya, S. ve Hoş, S. (2015). Türkiye’de ki Fitness Merkezlerinin Hizmet Kalitesine Yönelik Düzeylerinin İncelenmesi. *Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 9(1), 163-178.

Swift J A, Ross E. ve Omochonu V K. (1998). *Total Quality Managemnet*. 2. Ediction , Florida, St Lucie Press.

Şahin, M., Baş, M. ve Çelik, A. (2015). Öznel İyi Oluş ve Spor. *Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 17(1), 23-31.

Talimciler, A. (2018). *Sporun Sosyolojisi Sosyolojinin Sporu*. İstanbul, Bağlam Yayıncılık.

Thamnopoulos, Y., Tzetzis, G., ve Laios, S. (2012). The İmpact of Service Quality and Satisfaction on Customers’ Future İntentions, In the Sport Spectators’ Context. *The Sport Journal*, 15(1), 1-14.

Tuzcuoğlu, M. (2021). *Fİtnes Merkezlerinin Hizmet Kalitesinin İncelenmesi (Aydın ili örneği)*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Beden Eğitimi ve Spor Eğitimi Anabilim Dalı, Aydın.

Türksoy, B. ve Aycan, A. (2020). Spor Merkezlerinde Sunulan Hizmetlere Yönelik Kalite Algısının Değerlendirilmesi. *Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 20(2), 489-508.

Uçan, Yılmaz, Spor – Fitness Merkezlerinin Algılanan Hizmet Kalitesi Ölçeğinin Geliştirilmesi, Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayımlanmamış Doktora Tezi, 2007.

Üzüm, H., Yeşildağ, B., Karlı, Ü., Ünlü, H., Parlar, F. M., Çokpartal, C. ve Tekin, N. (2016). Kamu ve Özel Spor Merkezleri Müşterilerinin Hizmet Kalitesi Algılarının İncelenmesi. *Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 16(3), 167-180.

Yanmıyan, S. ve Yıldız, G. (2021). Spor Sponsorluğunun Sporu Endüstrileştirmesi. *Asya Studies*, 5(15), 163-170.

Yerlisulapa, T. ve Baştaş, E. (2012). Antalya’da Fitness Merkezlerine Devam Eden Bireylerin Yaş, Cinsiyet ve Eğitimlerine Göre Bu Merkezlere Yönelik Hizmet Kalitesi Değerlendirilmelerinin İncelenmesi. *Pamukkale Spor Bilimleri Dergisi*, 3(1), 98-105.

Yetim, A. (2000). Sporun Sosyal Görünümü. *Gazi Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 5(1), 63-72.

Yetim, A. ve Cengiz, R. (2010). *İletişim ve Spor*. Ankara, Berikan Yayınevi.

Yıldız, K., Polat, E., Sönmezoğlu, U. ve Çokpartal, C. (2016). Fitness Merkezi Üyelerinin Algıladıkları Hizmet Kalitesinin Belirleyicileri Üzerine Bir Analiz. *Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 10(3), 453-464.

Yıldız, S. M. ve Tüfekçi, Ö. (2010). Fitness Merkezi Müşterilerinin Hizmet Kalitesine Yönelik Beklenti ve Algılarının Değerlendirilmesi. *Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 13(24), 1-11.

Yıldız, Y., Onağ, A. O. ve Onağ, Z. (2013). Spor ve Rekreasyon Hizmetlerinde Algılanan Hizmet Kalitesinin İncelenmesi: Fİtnes Merkezi Örneği. *Uluslararası Hakemli Beşerî ve Akademik Bilimler Dergisi*, 2(3), 114-130.

Yiğit, O. (2023). Rekreatyoneel Spor Tesislerinin Hizmet Kalitesinin Q-Sport 14 Ölçeği ile Ölçölmesi ve Tesislerle İlgili Değişkenlere Göre Karşılaştırması. Fenerbahçe Üniversitesi, Spor Bilimleri Dergisi, 3(3), 3-12.

Yüzgeç, A. A. ve Özgöl, S. A. (2014). Yerel Yönetimlerin Sunduğu Spor Hizmetlerinde Hizmet Kalitesi (Gençlik Merkezleri ve Aile Yaşam Gençlik Merkezleri Örneği). Spor Bilimleri Dergisi, 25(2), 79-93.

Zengin, E. ve Erdal, A. (2000). Hizmet Sektöründe Toplam Kalite Yönetimi. Journal Of Qafqaz University, 3(1), 43-56.

Zengin, S., Yetiş, Ü. ve Gayretli, Z. (2022). Spor Tesislerini Kullanan Bireylerin Algıladıkları Hizmet Kalite Düzeyleri: Ankara İli Örneği. Akdeniz Spor Bilimleri Dergisi, 5(Özel Sayı 1), 117-129



## EKLER

### EK 1 Spor-fitness Merkezleri Algılanan Hizmet Kalitesi Ölçeği

| <b>Sizin Performans Algınız...</b><br>Aşağıda sizin halen devam ettiğiniz spor-fitness merkezi hakkında bazı ifadeler bulunmaktadır. Lütfen bu ifade edilen durumlarla ilgili olarak beklentilerinizin hangi derecede karşılanıp karşılanmadığını, |                                                                                                                       | Tamamen Katılıyorum | Çok Katılıyorum | Orta Derecede Katılıyorum | Az Katılıyorum | Hiç Katılıyorum |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------|-----------------|---------------------------|----------------|-----------------|
| (1) <b>Hiç Katılmıyorum,</b>                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                       |                     |                 |                           |                |                 |
| (2) <b>Az Katılıyorum,</b>                                                                                                                                                                                                                         |                                                                                                                       |                     |                 |                           |                |                 |
| (3) <b>Orta Derecede Katılıyorum,</b>                                                                                                                                                                                                              |                                                                                                                       |                     |                 |                           |                |                 |
| (4) <b>Çok Katılıyorum,</b>                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                       |                     |                 |                           |                |                 |
| (5) <b>Tamamen Katılıyorum,</b>                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                       |                     |                 |                           |                |                 |
| seçeneklerinden uygun değeri ①, ②, ③, ④, ⑤. Daire içerisine alarak işaretleyiniz.                                                                                                                                                                  |                                                                                                                       |                     |                 |                           |                |                 |
| 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               |
| Diğer sayfaya geçiniz.                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                       |                     |                 |                           |                | ➔               |

|  |                                                                                                                                         | Tamamen Katılıyorum | Çok Katılıyorum | Orta Derecede Katılıyorum | Az Katılıyorum | Hiç Katılmıyorum |
|-----------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------|-----------------|---------------------------|----------------|------------------|
| 17                                                                                | Bu merkezdeki spor eğitmenleri/antrenörler yeterli bilgiye sahip işini bilen kişilerdir.                                                | 5                   | 4               | 3                         | 2              | 1                |
| 18                                                                                | Bu merkezdeki spor eğitmenleri/antrenörler hareketlerin nasıl yapılacağı hakkında bilgi verirler.                                       | 5                   | 4               | 3                         | 2              | 1                |
| 19                                                                                | Bu merkezdeki spor eğitmenleri/antrenörler bireysel olarak üyelerle ilgilenirler ve yanlış bir hareket yaptığınızda uyarıp düzeltirler. | 5                   | 4               | 3                         | 2              | 1                |
| 20                                                                                | Bu merkezdeki spor eğitmenleri/antrenörler fiziksel görünümü düzgün, sportif kişilerdir.                                                | 5                   | 4               | 3                         | 2              | 1                |
| 21                                                                                | Bu merkezdeki spor eğitmenleri/antrenörler özenli ve temiz giyimlidir.                                                                  | 5                   | 4               | 3                         | 2              | 1                |
| 22                                                                                | Bu merkezdeki tüm personel kibar ve saygılıdır.                                                                                         | 5                   | 4               | 3                         | 2              | 1                |
| 23                                                                                | Bu merkezdeki tüm personel güler yüzlü ve samimidir.                                                                                    | 5                   | 4               | 3                         | 2              | 1                |
| 24                                                                                | Bu merkezdeki tüm personel işleriyle ilgili yeterli bilgiye sahiptir.                                                                   | 5                   | 4               | 3                         | 2              | 1                |
| 25                                                                                | Bu merkezdeki tüm personel sorun ve şikâyetler ile anında ilgilenir.                                                                    | 5                   | 4               | 3                         | 2              | 1                |
| 26                                                                                | Bu merkezdeki tüm personel işlerini severek yapar.                                                                                      | 5                   | 4               | 3                         | 2              | 1                |
| 27                                                                                | Bu merkezde spor yaptıktan sonra <b>kendim için</b> bir şeyler yaptığımı hissediyorum.                                                  | 5                   | 4               | 3                         | 2              | 1                |
| 28                                                                                | Bu merkezde spor yaptıktan sonra kendimi daha sağlıklı ve iyi hissediyorum.                                                             | 5                   | 4               | 3                         | 2              | 1                |
| 29                                                                                | Bu merkezde spor yaptıktan sonra katılım amacımı gerçekleştirdiğimi düşünüyorum.                                                        | 5                   | 4               | 3                         | 2              | 1                |
| 30                                                                                | Bu merkezde spor yapmamın yaşantıma olumlu değişiklikler getirdiğini düşünüyorum.                                                       | 5                   | 4               | 3                         | 2              | 1                |
| 31                                                                                | Bu merkezde spor yaparken iyi vakit geçirdiğimi düşünüyorum.                                                                            | 5                   | 4               | 3                         | 2              | 1                |

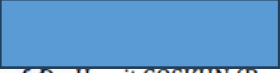
## EK2. Etik Kurulu Onayı



### Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimlerde İnsan Araştırmaları Etik Kurulu

**Salih Ahmed AL SALİH**  
Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi  
Lisansüstü Eğitim Enstitüsü  
Spor Yöneticiliği

**Sayın Salih Ahmed AL SALİH,**  
“**Spor-Fitnes Merkezlerinde Algılanan Hizmet Kalitesinin Değerlendirilmesi**” adlı İnsan Araştırmaları Etik Kuruluna yapmış olduğunuz başvurunuz (Protokol NO. 2024/338) kurulumuzun 01.10.2024 tarihli ve 2024/10 toplantısında değerlendirilerek etik olarak **uygun bulunmuştur**. Bilgilerinize sunarız.

  
Prof. Dr. Hamit COŞKUN (Başkan)