

T.C
ABANT İZZET BAYSAL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

YEREL YÖNETİMLERE AİT FITNESS MERKEZLERİNDE
ALGILANAN HİZMET KALİTESİ
(ANKARA İLİ ÖRNEĞİ)

Nilgün GÜÇLÜ

Şubat - 2013

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

YEREL YÖNETİMLERE AİT FITNESS MERKEZLERİNDE
ALGILANAN HİZMET KALİTESİ
(ANKARA İLİ ÖRNEĞİ)

Yüksek Lisans Tezi

Hazırlayan

Nilgün GÜÇLÜ

Danışman:

Yrd. Doç. Dr Selami ÖZSOY

Bolu – 2013

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜ'NE,

Nilgün Güçlü'ye ait "Yerel Yönetimlere Ait Fitness Merkezlerinde Algılanan Hizmet Kalitesi (Ankara Örneği)" başlıklı çalışma, jürimiz tarafından Spor Yöneticiliği Anabilim Dalında YÜKSEK LİSANS TEZİ olarak kabul edilmiştir. 11/02/2013

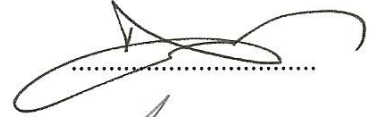
Akademik Unvan, Adı ve Soyadı

İmza

Üye (Tez Danışmanı) : Yrd. Doç. Dr. Selami ÖZSOY



Üye : Yrd. Doç. Dr. Dilşad ÇOKNAZ



Üye : Yrd. Doç. Dr. Ali AYCAN



Sosyal Bilimler Enstitüsü Onayı

Prof. Dr. Yahya Mustafa KESKİN
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürü

ÖZET

YEREL YÖNETİMLERE AİT FITNESS MERKEZLERİNDE ALGILANAN HİZMET KALİTESİ (ANKARA İLİ ÖRNEĞİ)

Yüksek Lisans Tezi, Spor Yöneticiliği Bölümü

Danışman: Yrd. Doç. Dr. Selami Özsoy

Şubat 2013, 99 Sayfa

Bu araştırmanın amacı, Ankara Büyükşehir Belediyesi'ne bağlı 6 belediyenin (Altındağ, Çankaya, Etimesgut, Gölbaşı, Keçiören, Yenimahalle), fitness merkezlerine (hanımlar lokalleri ve gençlik merkezleri) üye kişilerin hizmet kalitesini algılama düzeylerini belirlemek ve üyelerin demografik bilgileriyle hizmet kalitesi arasında farklılık olup olmadığını belirlemektir.

Araştırmanın evreni, Ankara Büyükşehir Belediyesi'ne bağlı 6 belediyenin (Altındağ, Çankaya, Etimesgut, Gölbaşı, Keçiören, Yenimahalle), fitness merkezlerine (hanımlar lokalleri ve gençlik merkezleri) üye kişilerden oluşmuştur. Araştırmaya 306 kadın, 124 erkek, toplam 430 kişi katılmıştır.

Ölçüm aracı olarak, Yılmaz Uçan (2007) tarafından geçerliliği ve güvenilirliği yapılmış olan, fitness merkezlerinin algılanan hizmet kalitesini değerlendirmek amacıyla geliştirilen “Fitness Merkezlerinde Algılanan Hizmet Kalitesi Ölçeği (SFM-HKÖ)” (Ek 2) kullanılmıştır. Üyelerin demografik özelliklerinin hizmet kalitesi memnuniyet değerlerinde anlamlı bir farklılığa yol açıp açmadığının incelenmesi için ANOVA Testi ve T-Testi uygulanmıştır. Ayrıca demografik değişkenlerin alt grupları arasında ki ilişkiyi belirlemek için Tukey Testi kullanılmıştır.

Araştırmada elde edilen verilere göre , katılımcıların; *Etkileşim kalitesi alt boyutunda*: cinsiyet, eğitim durumu, medeni durum, gelir düzeyi; *Çıktı kalitesi alt boyutunda*: cinsiyet; *Fiziksel çevre kalitesi alt boyutunda* ; eğitim durumu, gelir düzeyi;

Egzersiz alet ve ekipman kalitesi alt boyutunda: eğitim durumu, medeni durum, gelir düzeyi, kullanım sıklığı; *Program kalitesi alt boyutunda:* eğitim durumu, medeni durum, gelir düzeyi, üyelik şekli, ulaşım süresi; *Ortam kalitesi alt boyutunda:* ulaşım süresi, değişkenlerinde farklılık gözlenmiştir. Ayrıca, üyelerin yaş ve üyelik süreleri hizmet kalitesi algı düzeylerinde bir farklılık göstermemiştir.

Sonuç olarak ifade etmek gerekirse; Belediyelere ait fitness merkezi üyelerinin SFM-HKÖ puanları göz önüne alındığında: araştırmaya katılanların bu merkezlere ilişkin hizmet kalitesi algıları olumlu yöndedir, yani üyeler fitness merkezlerinden memnundurlar. Fakat üyelerin düşük hizmet kalitesi algıları etkileşim kalitesi, egzersiz alet ve ekipman kalitesi ve program kalitesi alt boyutlarındadır.

Anahtar Kelimeler: Hizmet Kalitesi, Fitness, Belediye.

ABSTRACT

PERCEPTION OF SERVICE QUALITY IN THE FITNESS CENTERS OF MUNICIPALITIES (ANKARA SAMPLE)

Nilgün Güçlü

Master's Degree, Department of Sport Management

Supervisor: Assistant Prof. Dr. Selami Özsoy

February 2013, 99 pages

The aim of this research is to identify the service quality perception level of the fitness centers of different facilities (women clubhouse and youth centers) in 6 municipalities (Altındağ, Çankaya, Etimesgut, Gölbaşı, Keçiören, Yenimahalle) dependent to Ankara Metropolitan Municipality and to determine the differences between the demographic features of the members and their service quality perception.

The universe of the research consists of the members of different facilities (women clubhouse and youth centers) in 6 municipalities (Altındağ, Çankaya, Etimesgut, Gölbaşı, Keçiören, Yenimahalle) dependent to Ankara Metropolitan Municipality. 430 participant are involved to the research and 306 of them are women where as 124 are men.

In the research, “perception of service quality in fitness centers survey” was used. This survey was developed and the validity and reliability evaluations were done by Yılmaz Uçan (2007). In order to identify the meaningful differences between the demographic features of the members and their service quality perception level, ANOVA and T-tests were applied. Besides, Tukey Test was applied to determine the relations among the sub groups of the demographic variables.

According to the datas of the research, there are meaningful significances of the participants' perceptions as follows; in interaction quality dimension: gender, education level, marital status and economic income level; in outcome quality

dimension: gender; in physical environment quality dimension: education level, economic income level; in exercise instruments and equipment quality dimension: education level, marital status, economic income level, frequency of usage; in programme quality dimension: education level, marital status, economic income level, membership style and arrival time; in environment quality dimension: arrival time. Besides, there are no significant differences in age and membership period of the participants.

As a consequence, members of fitness centers of municipalities has a positive service quality perceptions due to their SFM-HKO points, in other words, the members are pleased of the fitness centers. However, members' low level perceptions are in the interaction quality, exercise instruments and equipment quality and programme quality dimensions.

Key words: Service Quality, Fitness, Municipality

Yrd. Doç. Dr. Mehmet KARAKILIÇ'ın anısına...

TEŞEKKÜR

Yerel Yönetimlere ait Fitness Merkezlerinde Algılanan Hizmet Kalitesini tespit etmeyi amaçlayan bu çalışmada, bana yardımlarını ve desteğini esirgemeyen danışman hocam Yrd. Doç. Dr. Selami ÖZSOY’a sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

Çalışmada, değerli zamanlarını bana ayıran Ankara Büyükşehir Belediyesi’ne bağlı Altındağ, Çankaya, Etimesgut, Gölbaşı, Keçiören, Yenimahalle belediyelerine bağlı spor tesislerinde görev yapan yönetici ve antrenörlerimize yardımları ve ilgileri için teşekkür ederim.

Son olarak, her konuda bana destek olan Aileme, saygı değer hocalarım Yrd. Doç. Dr. Gökhan DELİCEOĞLU, Okut. Şenay BAĞDATLI, Serap AKDUMAN ve geçtiğimiz aylarda geçirdiği trafik kazası sonucu hayatını kaybeden, çok değerli hocam Yrd. Doç. Dr. Mehmet KARAKILIÇ’ı saygıyla anıp, sonsuz şükranlarımı sunar, tüm arkadaşlarıma yardım ve destekleri için teşekkür ederim.

İÇİNDEKİLER DİZİNİ

ÖZET	i
ABSTRACT	iii
TEŞEKKÜR	vi
İÇİNDEKİLER DİZİNİ	vii
TABLolar DİZİNİ	ix
ŞEKİLLER DİZİNİ	x
GRAFİKLER DİZİNİ	xi
BÖLÜM I	
1.1. Giriş	13
1.2. Problem Cümlesi	14
1.3. Alt problemler	14
1.4. Araştırmanın Amacı	15
1.5. Araştırmanın Önemi	15
1.6. Sınırlılıklar	16
1.7. Sayıtlar	16
BÖLÜM II	
KURUMSAL TEMELLER ve İLGİLİ LİTERATÜR	17
2.1. Hizmetin Tanımı	17
2.2. Hizmetin Özellikleri	18
2.3. Hizmet Sektörü ve Hizmet İşletmeleri	20
2.3.1. Hizmet Sektörü ve Hizmet İşletmelerinin Genel Özellikleri	21
2.4. Hizmet Kalitesi	21
2.4.1. Hizmet Kalitesi Tanımı	21
2.4.2. Hizmet Kalitesinin Yaklaşımları	22
2.4.3. Hizmet Kalitesi ve Müşteri Memnuniyeti İlişkisi	26
2.4.4. Hizmet Kalitesini Yükseltmek İçin Gerekenler	29
2.4.5. Hizmet Kalitesini Artırmada Karşılaşılan Engeller	30
2.4.6. Hizmet Kalitesini Algılama Düzeyi	32
2.5. Belediyeler ve Spor	34

2.5.1. Belediyenin Tanımı	34
2.5.2. Belediyelerin Evrensel Özellikleri ve Türk Belediyesinin Özellikleri	34
2.5.3. Belediyelerin Görev ve Fonksiyonları	35
2.5.4. Belediyelerin Sporla İlgili Yasal Sorumlulukları	37
BÖLÜM III	
YÖNTEM	39
3.1. Araştırmanın Modeli	39
3.2. Evren ve Örneklem	39
3.3. Veri Toplama Araçları	40
3.4. Verilerin Toplanması	43
3.5. Verilerin Analizi	44
BÖLÜM IV	
BULGULAR VE YORUMLAR	47
BÖLÜM V	
SONUÇLAR VE ÖNERİLER	69
KAYNAKLAR	85
EKLER	90

TABLOLAR DİZİNİ

Tablo 2.1. Belediyelerin evrensel özellikleri-Türk belediyesinin özellikleri	35
Tablo 3.1. Ölçek uygulanan fitness merkezleri ve ulaşılabilen üye sayısı	40
Tablo 3.2. Fitness merkezlerine dağıtılan ölçek bilgileri	44
Tablo 3.3. Maddelere göre puanlar ve standart sapmalar	44
Tablo 3.4. Faktörlere göre puanların ortalaması ve standart sapmalar.....	46
Tablo 4.1. SFM-HKÖ Puanların “Cinsiyet” Değişkenine Göre ortalamaları, standart sapmaları ve t testi Sonuçları	56
Tablo 4.2. SFM-HKÖ Puanlarının “Eğitim” Değişkenine Göre Ortalama ve Standart Sapma Değerleri Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları	57
Tablo 4.3. SFM-HKÖ Puanlarının “Yaş” Değişkenine Göre Ortalama ve Standart Sapma Değerleri Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları	59
Tablo 4.4. SFM-HKÖ Puanların “Medeni Durum” Değişkenine Göre ortalamaları, standart sapmaları ve t testi Sonuçları	60
Tablo 4.5. SFM-HKÖ Puanlarının “Gelir Düzeyi” Değişkenine Göre Ortalama ve Standart Sapma Değerleri Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları	61
Tablo 4.6. SFM-HKÖ Puanların “Üyelik Şekli” Değişkenine Göre ortalamaları, standart sapmaları ve t testi Sonuçları	63
Tablo 4.7. SFM-HKÖ Puanlarının “Üyelik Süresi” Değişkenine Göre Ortalama ve Standart Sapma Değerleri Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları	64
Tablo 4.8. SFM-HKÖ Puanlarının “Kullanım Sıklığı” Değişkenine Göre Ortalama ve Standart Sapma Değerleri Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları	65
Tablo 4.9. SFM-HKÖ Puanlarının “Ulaşım Süresi” Değişkenine Göre Ortalama ve Standart Sapma Değerleri Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları	66
Tablo 5.1. Araştırmaya katılan fitness merkezi üyelerinin demografik değişkenlerinin alt boyutlardaki anlamlı farklılıklar bakımından genel görünümü	81
Tablo 5.2. Fitness merkezi üyelerinin “cinsiyet” , “yaş”, “medeni hal”, “gelir düzeyi”, “mezuniyet durumu”, “üyelik şekli”, “üyelik süresi”, fitness merkezi kullanım süresi”, “fitness merkezi kullanım sıklığı”, “ulaşım süresi” değişkenlerine göre dağılımları	82

ŞEKİLLER DİZİNİ

Şekil 2.1. Ghristian Grönroos'on Hizmet Kalitesi Modeli (Grönroos, 1984)	24
Şekil 2.2. Algılanan Hizmet Kalitesi Belirleyicileri (Zeit haml ve ark., 1990)	26

GRAFİKLER DİZİNİ

Grafik 4.1. Fitness Merkezi Üyelerinin “Cinsiyet” Değişkenine Göre Yüzde ve Frekans Dağılımları	47
Grafik 4.2. Fitness Merkezi Üyelerinin “Yaş” Değişkenine Göre Yüzde ve Frekans dağılımları	48
Grafik 4.3. Fitness Merkezi Üyelerinin “Medeni Hali” Değişkenine Göre Yüzde ve Frekans dağılımları	49
Grafik 4.4. Fitness Merkezi Üyelerinin “Gelir Düzeyi” Değişkenine Göre Yüzde ve Frekans dağılımları	50
Grafik 4. 5. Fitness Merkezi Üyelerinin “Mezuniyet Durumu” Değişkenine Göre Yüzde ve Frekans dağılımları	51
Grafik 4.6. Fitness Merkezi Üyelerinin “Üyelik Şekli” Değişkenine Göre Yüzde ve Frekans dağılımları	52
Grafik 4.7. Fitness Merkezi Üyelerinin “Üyelik Süresi” Değişkenine Göre Yüzde ve Frekans dağılımları	53
Grafik 4.8. Fitness Merkezi Üyelerinin “Kullanım Sıklığı” Değişkenine Göre Yüzde ve Frekans dağılımları	54
Grafik 4.9. Fitness Merkezi Üyelerinin “Ulaşım Süresi” Değişkenine Göre Yüzde ve Frekans dağılımları	55

Etik İlkelerle Uyulduđuna İlişkin Metin

Yüksek lisans tezi olarak sunduğum, “Yerel Yönetimlere Ait Fitness Merkezlerinde Algılanan Hizmet Kalitesi” başlıklı çalışmanın yazılmasında, bilimsel ve etik kurallara uyulduğunu, başkalarının eserlerinden yararlanılması durumunda atıfta bulunulduğunu, kullanılan verilerde herhangi bir tahrifat yapılmadığını, tezin tamamının ya da bir kısmının bu üniversite veya başka bir üniversitede bir tez çalışması olarak sunulmadığını beyan ederim. 11/03/2013

Nilgün Güçlü

BÖLÜM I

1.1.Giriş

Düzenli egzersizlerin ruh ve beden sağlığı üzerine olumlu etkilerinin bilimsel araştırmalar ile belgelenmesinden sonra spor her yaştaki insan için önerilmeye başlanmıştır. Günümüzde toplumun büyük çoğunluğu, şu ya da bu biçimde sporla ilgilenmektedir (İnal, 2009). Özellikle sağlıklı bir yaşam için fiziksel etkinliğin öneminin anlaşılmasına bağlı olarak spor, fitness ve rekreasyon etkinliklerine duyulan ilginin artışı hem sportif etkinlikleri ve olanaklarını hem de sağlıkla ilişkili etkinliklere katılımı artırmıştır. Bunun doğal sonucu olarak da bu etkinliklerin yapılabileceği spor merkezleri ve sağlık kulüpleri gibi tesislerin sayılarında bir artış meydana gelmiştir, spor faaliyetlerinin yapıldığı spor tesisleri, spor hizmetleri içinde önemli bir unsur olarak yer almıştır (Girginer ve Şahin, 2007).

Spor tesisleri müşteri merkezli kurumlardır (Memiş, 2007). Günümüzde spor tesisleri, müşteri merkezli hizmet sunan kurumlar olarak müşteri memnuniyetini sağlamak durumundadırlar. Müşterilerin hizmet aldıkları yerden memnun oldukları takdirde tekrar gelmeleri; hizmetin, ürünlerin ve faaliyetlerin sunulduğu; diğer hizmet işletmelerinde olduğu gibi spor tesisleri için de önemlidir (Girginer, 2007).

Spor kişinin ruh ve beden sağlığını güvence altına alan, onun topluma uyumunu sağlayan, günlük hayatın gerginlik ve sürtüşmelerini masseden bir araçtır. Bu özellikleriyle spor çok önemli bir kamu hizmeti alanıdır (Sivrikaya, 2009). Kamu kuruluşlarından, belediyeler, bulundukları il ve ilçelerin bütün ihtiyaçlarını karşılamakla sorumlu kurumlardır. Bu ihtiyaçlar arasında spor, insanlık tarihinin başından beri, toplumların gelişmesinde önemli bir rol oynamıştır.

Son zamanlarda belediyeler, spor hizmetleri uygulamalarına yoğunluk verip, halka dönük spor hizmetleri uygulamalarını en etkin biçimde sürdürme yolunda ilerlemektedir.

Bu çalışmanın amacı, Ankara Büyükşehir Belediyesi'ne bağlı belediyelerin sunduğu fitness hizmetlerinin bu tesislere üye kişiler tarafından algılama düzeyini ölçmek ve bu alanda yapacakları çalışmalara ışık tutmasını sağlamaktır.

Beş bölümden oluşan çalışmanın birinci bölümünde problem, alt problemler, araştırmanın amacı ve önemi üzerinde durulmuştur. İkinci bölümde, hizmet ve hizmet kalitesi kavramı ele alınmış, özellikleri ve çeşitleri üzerinde durulmuş, belediyeler ve spor ilişkisi hakkında bilgi verilmiştir. Üçüncü bölüm, çalışmanın yöntemi ile ilgili bölümü kapsamaktadır. Burada araştırmanın modeli, evren ve örneklem, veri toplama aracı ve verilerin toplanması ile ilgili bilgilere yer verilmiştir. Çalışma neticesinde elde edilen veriler ışığında toparlanan bulgular ve bu bulgular neticesinde yapılan yorumlar dördüncü bölümü oluşturmaktadır. Beşinci bölümde ise, belediyelere bağlı spor hizmetlerinden faydalanan üyelerin hizmet kalitesini ölçmek amacıyla yapılan araştırma sonucunda elde edilen bulgular değerlendirilerek sonuçlar ve önerilere yer verilmiştir.

1.2.Problem

Yerel yönetimlerin (Belediye) sunduğu fitness hizmetlerinden faydalanan üyelerin hizmet kalitesini algılama düzeyleri nedir?

1.3.Alt Problemler

- Sunulan hizmetlerden faydalanan üyelerin, hizmet kalitesi algıları cinsiyetlerine göre farklılık göstermekte midir?
- Sunulan hizmetlerden faydalanan üyelerin, hizmet kalitesi algıları yaşa göre farklılık göstermekte midir?
- Sunulan hizmetlerden faydalanan üyelerin, hizmet kalitesi algıları medeni haline göre farklılık göstermekte midir?
- Sunulan hizmetlerden faydalanan üyelerin, hizmet kalitesi algıları gelirine göre farklılık göstermekte midir?
- Sunulan hizmetlerden faydalanan üyelerin, hizmet kalitesi algıları eğitim düzeyine göre farklılık göstermekte midir?
- Sunulan hizmetlerden faydalanan üyelerin, hizmet kalitesi algıları üyelik şekline göre farklılık göstermekte midir?

- Sunulan hizmetlerden faydalanan üyelerin, hizmet kalitesi algıları üyelik sürelerine göre farklılık göstermekte midir?
- Sunulan hizmetlerden faydalanan üyelerin, hizmet kalitesi algıları spor tesisini kullanma sıklığına göre farklılık göstermekte midir?
- Sunulan hizmetlerden faydalanan üyelerin, hizmet kalitesi algıları tesise ulaşım sürelerine göre farklılık göstermekte midir?

1.4.Araştırmanın amacı

Yerel yönetimlerin, spor konusundaki çalışmaları diğer hizmetleri ile paralellik taşımaktadır. Son zamanlarda sayıları hızla artan gençlik merkezleri özel spor tesisleri ve hanımlar lokalleri ile rekabette sınır tanımayan özel sektöre ait büyük spor kompleksleri hizmetlerini her geçen gün daha iyiye taşımaktadırlar.

Bu araştırmanın amacı, Ankara Büyükşehir Belediyesine bağlı belediyelerin (Altındağ, Çankaya, Etimesgut, Gölbaşı, Keçiören ve Yenimahalle Belediyeleri) hanımlar lokalleri, gençlik merkezi, aile yaşam gençlik merkezleri üyelerinin, bu merkezlerin sunmuş olduğu spor hizmetlerinin kalitesinden duyduğu memnuniyet düzeyini belirlemek ve bu bilgiler ışığında, adı geçen belediyelerin spor hizmetlerini sunduğu bu merkezlerle ilgili neler yapabileceği konusunda önerilerde bulunmaktır.

Ayrıca üyelerin özel veya standart müşteri olarak yararlanmalarının ve demografik özelliklerinin fitness merkezlerinin uyguladığı hizmet kalitesi uygulamalarını değerlendirmeleri bakımından ilişki oluşturup oluşturmadığı incelenmiştir.

1.5. Araştırmanın önemi

Her kurumda olduğu gibi yerel yönetimler için de sporun önemi ve yeri tartışılmaz. Belediyeler, yerel yönetimler içerisinde, hem ortak ve yerel nitelikteki kamusal ihtiyaçları karşılayan hizmet birimleri, hem demokratik değerlerin gelişiminin en önemli aracı kurumsal yapıları, hem de halka en yakın kamusal yönetim kuruluşları olmaları bakımından çok önemli role sahiptirler (Yüzgenç, 2010). Bu çalışmanın temel

yapısı, tüketici ihtiyaç ve beklenti düzeyinin bir ölçütü olan hizmet kalitesinin, spor sektöründe özellikle kamuya ait fitness merkezlerinde incelenmesidir.

Bu çalışmanın sonucunda elde edilen veriler ışığında, yerel yönetimlerin fitness merkezleri yöneticileri tarafından daha kaliteli hizmeti müşterilerine sunma, bu yolla hem sağlıklı ve güvenli, hem de daha kârlı bir işletme yönetimi planlamaları sağlanabilir.

1.6. Sınırlılıklar

Bu araştırmanın sınırlılıkları şunlardır:

- 1) Araştırma, Ankara Büyükşehir Belediyesine bağlı 6 belediye ile sınırlıdır.
- 2) Araştırma, fitness merkezlerinin Ocak-Mart 2011 tarihleri arasındaki aktif üyeleri ve yalnızca fitness merkezleri ile sınırlıdır.

1.7. Sayıtlar

Bu araştırmanın sayıtları şunlardır:

1. Araştırmada kullanılan ölçeğin, araştırmanın amacına hizmet edeceği varsayılmıştır.
2. Araştırmada çalışma grubunu oluşturan fitness merkezi üyelerinin ölçekteki ifadeleri gerçeklere uygun ve içtenlikle yanıtladığı varsayılmıştır.

BÖLÜM II

2. Kurumsal Temeller

Araştırma konusu ile ilgili kuramsal temeller ve ilgili literatürün sunulduğu bu bölümde “Hizmet” ve “Hizmet Kalitesi” ile ilgili açıklamalar yapılmıştır.

2.1. Hizmetin Tanımı

Hizmet kavramı ilk defa 1700’lü yıllarda, Fransız filozoflar tarafından sistematik bir şekilde ele alınmış ve tarımsal faaliyetlerin dışında kalan tüm faaliyetler olarak tanımlanmıştır. Bu tanımın, günün şartları dahilinde tarım ile uğraşan insanların çokluğu nedeniyle ortaya konulduğu düşünülmelidir. Ancak bu tanım, günümüzde pek yeterli ve anlamlı olmaktan uzaktır (Korkmaz, 2006).

Konu ile ilgili literatür incelendiğinde, hizmetlerin değişik biçimlerde tanımlandığı görülmektedir. Bu tanımlardan ön plana çıkanlardan bazıları şunlardır;

Grönroos’a göre hizmet; normal olarak az ya da çok soyut bir yapıya sahip müşteri ve hizmet personeli veya hizmeti sağlayanın fiziksel kaynakları arasında oluşan ve müşteri sorunlarına çözüm olarak sunulan bir faaliyet ya da faaliyetler dizisidir (Gidhagen, 1998). Lovelock’a göre hizmet; sadece bir faaliyet değil; bir süreç ya da performanstır (Vargo ve Lush, 2004). Amerikan Pazarlama Birliği’ne göre hizmet; satışa sunulan veya malların satışıyla birlikte sağlanan eylemler, yararlar veya doygunluklardır (Eser, 2003). Kotler ve Armstrong’a göre hizmet; bir tarafın diğerine sunduğu, temel olarak dokunulmayan ve herhangi bir şeyin sahipliğiyle sonuçlanmayan faaliyet veya faydadır (Aktaran; Akartepe, 2006). Mucuk’a göre hizmet; tüketicinin mülkiyetle ilişkisi olmaksızın satın aldığı faydalardır (Mucuk, 1994). Zeithaml ve Bitner ise hizmeti, en basit şekli ile eylemler, süreçler ve performanslar olarak tanımlamıştır (Zeithaml ve Bitner, 1990). Genel bir tanım yapmak gerekirse kalite, üretildiği yerde tüketilen bir iş veya eylem, bir başarımlı gücü, sosyal olay veya çaba olarak tanımlanabilir (Uyguç, 1998).

2.2. Hizmetin Özellikleri

Hizmet kavramının anlaşılması için birçok çalışma yapılmasına rağmen, hizmetlerin özellikleri ile ilgili olarak araştırmacılar arasında tam bir fikir birliği oluşmamıştır. Fakat hizmet ve hizmet kalitesi alanında araştırma yapan bilim adamlarının ortak görüşlerini yansıtan ve hizmetleri mallardan ayıran dört temel özellik bulunmaktadır. Bu özellikler, soyutluk, hetorejenlik, ayrılmazlık (Eşzamanlılık) ve dayanıksızlık olarak adlandırılmıştır.

a. Soyutluk

Mallar ve hizmetler arasındaki en temel farklılık soyutluktur. Çünkü hizmetler bir nesneden çok performans veya hareketlerdir. Hizmetin soyutluğu, onun kolayca gösterilemez olması demektir. Bu yüzden hizmetler satın alınmadan önce görülemez, tadılamaz, hissedilemez, işitilemez veya koklanamaz (Gençer, 2005). Müşteri hizmetin değerini ve niteliğini, ancak satın aldıktan sonra ya da hizmetin tüketilmesi veya satın alınması süresince değerlendirebilir (Uçan, 2007).

Hizmetleri, mallar gibi hemen gösterme tanıtmaya imkanı yoktur (Helvacıoğlu, 1999).

Hizmetlere dokunulamaması, tam bir standardizasyon yapılamamasına, mülkiyetin alıcıya geçirilememesine, patentlenememesine, stoklanamamasına, üretim ve tüketimin ayrılmaz oluşuna, böylece dağıtımının güçleşmesine neden olmaktadır (Cowel, 1984).

Hizmetlerin soyutluk özelliğinin getirdiği bazı sorunlar şu şekilde sıralanabilir (Öztürk, 1998).

- Hizmetler stoklanamaz.
- Hizmetler patent aracılığı ile korunamaz. Bu nedenle taklit edilebilirler.
- Hizmetler kolayca sergilenemez ya da müşterilere iletilemez.
- Somut olmadıklarından dolayı hizmet kalitesinin müşteriler tarafından değerlendirilmesi zorlaşmaktadır.
- Hizmetlerin fiyatlandırılması oldukça zordur.

b. Hetorejenlik

Hizmetler bir performans olarak nitelendirildikleri için, aynı hizmetin farklı zamanlarda, aynı birimin farklı elemanlarınca, bir müşteriden diğer bir müşteriye sunumu ve kalitesi farklılık göstermektedir. Bu özelliğe bağlı olarak da hizmetler için bir standart oluşturmak ve kalite kontrol faaliyetlerini gerçekleştirmek güçleşmekte ve bir problem alanı olarak karşımıza çıkmaktadır (Helvacıoğlu, 1999).

Hizmetin bir diğer niteliği de, hizmetin ne zaman, nerede, nasıl ve kim tarafından sağlandığına bağlı olarak kalitesi geniş ölçüde değişebilmesidir (Bayuk, 2006).

Hizmetin değişkenliğini ortaya çıkaran faktörler (Varinli,1996);

- Hizmet üreticisine bağlı değişkenlik,
- Tüketiciye bağlı değişkenlik,
- Hizmet üreticisi ile tüketici arasındaki iletişime bağlı değişkenlik,
- Hizmetin üretildiği zamana bağlı değişkenlik,
- Çevre şartlarına bağlı değişkenlik,
- Hizmet üreticisi ve tüketicinin imkânlarına bağlı değişkenlik şeklinde sıralanabilir.

c. Ayrılmazlık (Üretimle tüketimin eş zamanlı olması)

Hizmetlerin üretimi ve tüketimi malların üretimi ve tüketimi gibi ayrı zamanlarda değil aynı zamanlarda gerçekleşmesidir. Hizmetlerin üretimi, satın alınması, kullanılması ve değerlendirilmesi kısa aralıklarla gerçekleşmektedir. Müşterilerin bir işletmeden hizmet satın almaları için işletmeye gitmeleri ya da işletmede çalışan personellerin müşterilerinin ayağına gelmesi gerekmektedir. Bu nedenle hizmetlerde doğrudan dağıtım söz konusudur (Valarie, 1985). Dolayısıyla hizmet (Dinçer, 2007);

- Birbirinden farklı pazarlarda aynı anda pazarlanamazlar.
- Aynı anda çeşitli hizmetler bir arada pazarlanamazlar.
- Üretici ile tüketici arasında yakınlık ve yüz yüze ilişki gerektirmektedir.

d. Dayanıksızlık

Parasuraman ve arkadaşları (1985) hizmetlerin özelliklerini tanımlarken dayanıksızlık özelliğini dikkate almamışlardır. Dayanıksızlık özelliği, ayrılmazlık özelliğine benziyor gibi görünse de ayrılmazlık üretimle tüketimin eş zamanlı olmasını belirtirken, Öztürk'e göre (2003) dayanıksızlık hizmetin stoklanamaması, saklanamaması, iade edilememesi ve yeniden satılamaması manasına gelir.

Hizmetlerin dayanıksızlığı, hizmetlerin daha sonraki bir satış veya kullanım için depolanıp saklanılamayacağı anlamına gelir. Talep sabitken, dayanıksızlık bir problem teşkil etmez, ancak talep dalgalandığında, hizmet işletmeleri, genellikle problemlerle karşı karşıya kalırlar. Bu sebeple hizmet işletmeleri, arz ve talebi dengelemek için stratejiler geliştirirler. Mesela oteller, sezon haricinde daha düşük fiyatlar uyguluyorlar, restoranlar, talebin yoğun olduğu saatlerde part-time garsonlar çalıştırıyorlar (Kotlar ve Armstrong, 1996).

2.3. Hizmet Sektörü ve Hizmet İşletmeleri

Ekonomik gelişme süreci içinde hizmetler, giderek artan bir önem kazanmaktadır. Hizmet sektörü, hayatın yoğun ve karmaşık yapısının basitleştirilmesini, düzenli bir duruma getirilmesini ve ekonominin sağlıklı bir biçimde yürütülebilmesini sağlayacak faaliyetleri içermektedir. Üretim hacmini yükselten teknolojik gelişmeler, hizmet sektöründen beklentilerin artmasına ve yeni mesleklerin doğuşuna ortam hazırlamaktadır (Gedikli, 1998).

Hizmet işletmesi, öncelikle hizmetlerin satıldığı yerdir. Örnek olarak spor salonları, bankalar, hava alanları, hukuk büroları sayılabilir. Hizmet işletmelerinde herhangi bir fiziki malın transferinin yapılması veya hizmetin ürünle birlikte sunulması bu gerçeği değiştirmez. Çünkü bu tür bir transfer geçicidir ve işletmenin faaliyetlerinin odağını oluşturmaz. Sonuç olarak hizmet işletmeleri, başkalarının gereksinimlerini karşılamak amacıyla öncelikle hizmet üreten ve satan endüstriyel kuruluşlar olarak tanımlanabilir (Sevimli, 2006).

2.3.1. Hizmet sektörü ve hizmet işletmelerinin genel özellikleri

Bir ülke ekonomisinin genel karakteri üç ana sektörün (tarım, endüstri, hizmetler) gelirdeki payları ile belirlenir. Endüstrileşme evriminin bilinen özelliği; ilk aşamada tarım sektörünün endüstriye, son aşamada ise endüstrinin hizmetler sektörüne kaymasıdır (Kobu, 1996).

Günümüzde, gelişmiş ülkelerde ulusal gelirin %70'i hizmet sektöründe sağlanmakta ve hizmet sektöründe gözlenen verimlilik artışındaki hız, öteki sektörleri geride bırakmaktadır (İslamoğlu, 1995).

2.4.Hizmet Kalitesi

Bu bölümde, hizmet kalitesi ile ilgili yapılan tanımlar, hizmet kalitesinin ölçümüne ilişkin olarak geliştirilen farklı model ve yaklaşımlar üzerinde durularak, bu yaklaşımlar çerçevesinde hizmet kalitesinin boyutları incelenecektir.

2.4.1. Hizmet Kalitesi Tanımı

Bugün hizmet yönetimi ve pazarlama, hizmet kalitesi alanının en önemli konuları arasında yer almaktadır ve kalite kelimesi yönetimin değişmez bir yapı taşı olmuştur.

Bitner ve Hubbert, (1992) hizmeti, “müşterinin örgüt ve sunduğu hizmetine olan, genel izlenimleri” şeklinde tanımlamışlardır. Geleneksel yaklaşım hizmet kalitesini açıklarken, hizmet kalitesinin “müşterilerin beklentileri ile gerçek başarımların gücünü karşılaştırmaları sonucu oluşan algıları” olduğunu vurgulamışlardır (Bitner, 1992).

Hizmet kalitesi algısının içeriği ve ölçümü günümüzde dahi tartışmaya yol açan bir konudur. Hizmet kalitesi algısının nasıl ölçülebileceği ile ilgili önemli gelişmeler kaydedilmesine rağmen, ölçülecek olan şeyin ne olduğu hakkında çok sınırlı ilerleme sağlanmıştır. Hizmet kalitesi algısının boyutlarının içeriği hakkında genel bir görüş birliği yoktur (Yüzgenç, 2010).

Hizmet kalitesinin ilk ölçümleri Service Quality (SERVQUAL) (Parasuraman ve ark., 1988) ve Service Performance (SERVPERF) (Cronin ve ark., 1992) ölçekleri ile yapılmıştır. Geliştirilen hizmet kalitesi ölçeklerinin geçerliliklerinin farklı hizmet pazarlarında düşük çıkması, araştırmacılarının farklı hizmet gruplarına göre daha

özelleştirilmiş ölçekler hazırlamaya itmiştir. Ülkemizde, yerel yönetimlerde hizmet kalitesinin ölçümüne ilişkin sınırlı birkaç araştırma yapılmıştır. Bunlardan Türkiye Ekonomik ve Sosyal Etütler Vakfı'nın (TESEV) yaptığı araştırma, konuyla ilişkin verilebilecek temel örnektir. Bu araştırmada merkezi ve yerel yönetimler boyutunda karşılaştırmalı bir çerçevede, üretilen hizmetlerde vatandaşın memnuniyeti ölçülmeye çalışılmış ve patlayıcı ilişkiler ele alınmıştır. Araştırma sonuçlarına göre, kamu yönetimine duyulan güven ve sağlanan hizmetlerden duyulan memnuniyet oldukça düşüktür. Yine merkezi yönetimle yerel yönetimlerin sundukları hizmetin uyandırdığı memnuniyet, birbirinden oldukça farklıdır. Yerel yönetimlere duyulan memnuniyet, merkezi yönetime oranla çok daha yüksek bulunmuştur (Duman ve ark., 2008).

2.4.2. Hizmet Kalitesi Yaklaşımları

Hizmet kalitesi, çok boyutlu bir olgudur. Kalitenin belirgin yönleri belirlenmeksizin, ürün veya hizmet kalitesinin garantilenmesi mümkün değildir (Ghobadian ve ark., 1994). Aşağıda Grönroos ve Parasuraman, Zeithaml ve Berry tarafından geliştirilen hizmet kalitesi modelleri ele alınacaktır.

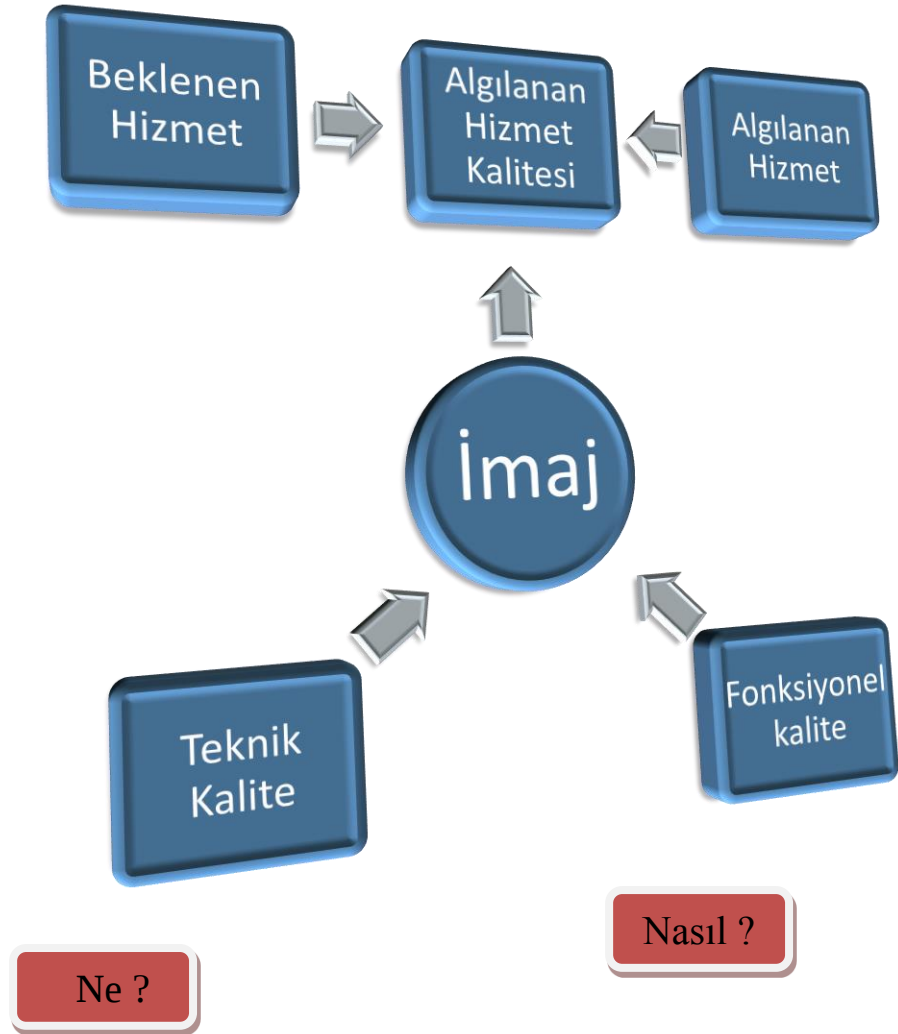
i. Christian Grönroos Tarafından Geliştirilen Hizmet Kalitesi Modeli

Grönroos'a göre, hizmet kalitesinin üç boyutu vardır (Ghobadian ark., 1994).

- 1) Çıktının Teknik Kalitesi:** Hizmet deneyiminin gerçek sonucudur. Hizmet çıktısı, tüketici tarafından genellikle objektif bir bakışla ölçülür.
- 2) Hizmet Deneyiminin Fonksiyonel Kalitesi:** Kalitenin bu unsuru, hizmet sağlayıcı ile hizmeti alan arasındaki etkileşimle ilgilidir ve genellikle subjektif bir tarzda algılanır.
- 3) İşletme imajı:** Bu unsur, müşterilerin hizmet organizasyonu ile ilgili algılamalarıyla ilgilidir. İmaj; teknik ve fonksiyonel kalite, fiyat, iletişim, fiziki yerleşim, mekânın görünümü ve çalışanların beceri ve davranışlarına dayanır.

Lehtinen ve Lehtinen, kalite boyutlarının belirlenmesinde, süreç kalitesi ile sonuç kalitesinin ayrı tutulması gerektiğini ileri sürerler. Bu, faydalı bir ayırımdır ve hizmet kalitesi boyutlarının tespitinde kullanılmıştır. Lehtinen ve Lehtinen de hizmet kalitesinin üç boyutu olduğunu ileri sürerler (Ghobadian ve ark., 1994):

- (a) Fiziki Kalite: Binaların mekanların durumu, yardımcı ekipman durumları gibi şeyleri içerir.
- (b) İşletme kalitesi: Organizasyonun imajı ve profili ile ilgilidir.
- (c) İnteraktif Kalite: Müşteriler arası etkileşim kadar, müşterilerle organizasyonun personeli arasındaki etkileşimden de kaynaklanır.



Şekil 2.1. Ghristian Grönroos'un Hizmet Kalitesi Modeli (Grönroos, 1984)

- ii. Parasuraman, Zeithaml ve Berry Tarafından Geliştirilen Hizmet Kalitesi Modeli

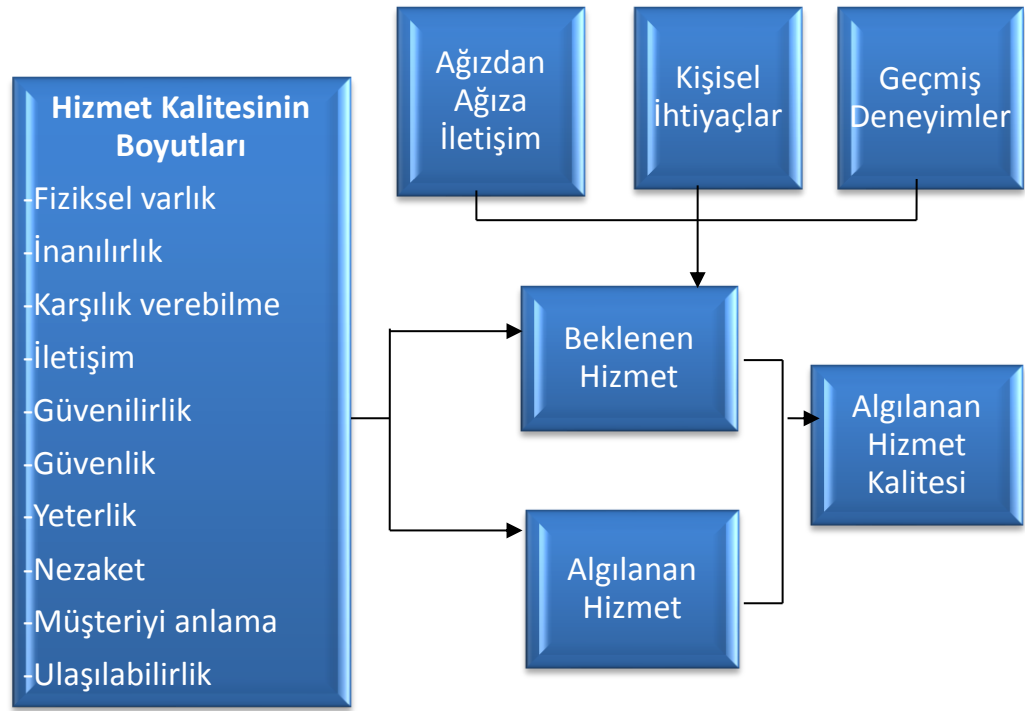
Hizmet kalitesi, hizmet beklentisi ile algılanan hizmetin değerlendirilmesidir. Kalitenin değeri, hizmetin sunumu esnasında müşteri ve ilgili personel arasında oluşur. Beklentilerin üzerine çıkıldığında, yani algılanan hizmet kalitesi arttığında, hoş bir sürpriz oluşur. Beklentiler gerçekleşmediğinde, hizmet kalitesi kabul edilemez şeklinde algılanır. Beklentiler algılanan hizmetle teyid edilirse, kalite başarılıdır.

Beklentilerin kullanılan kelimeler, kişisel gereksinimler ve geçmiş deneyimler gibi belirli kaynakları vardır (Fitzsimmons, J. ve Fitzsimmons, M., 1994).

Bir hizmet organizasyonunda “kalite” verilen hizmetin müşteri beklentilerini ne ölçüde karşıladığının bir ölçüsüdür. Hizmetlerin çoğu, müşterinin hizmetin veriliş sürecinde hazır bulunmasını gerektiren şekilde sunulur. Bunun anlamı; kalite algılamasının sadece hizmet çıktısından değil, aynı zamanda “hizmet sürecinin” kendisinden de etkileniyor olmasıdır. “Algılanan kalite” bir sürekliliğe yayılıdır. Bu sürekliliğin bir ucunda “kabul edilemez kalite” bulunurken, diğer ucunda da “ideal kalite” vardır. Aradaki noktalar, farklı kalite derecelerini temsil ederler. Bu noktalardan biri, “tadminkâr kalite” noktasıdır. “Algılanan kalite”, müşterinin aldığı hizmetin kalitesi hakkında hissettiği şeydir. Müşteri memnuniyetinin derecesini belirler. Muhtemel üç kalite çıktısı (Ghobadian ark., 1994):

- a. Müşteri beklentilerinin tam olarak karşılandığı “tadminkâr kalite”,
- b. Algılanan kalitenin müşteri beklentilerinden daha yüksek olduğu “ideal kalite”,
- c. Algılanan kalitenin müşteri beklentilerinin altında kaldığı “kabul edilemez kalite”.

Hizmeti sağlayan, hem “a” hem de “b” koşulunun hizmetin her sunumunda elde edilmesini garanti etmelidir. Kalite sürekliliğindeki bu noktalar arasında kalan diğer noktalara odaklanmak pratik değildir. Hizmet sağlayıcıları, müşteri beklentilerinin açık bir anlayışına sahip iseler, (a) ve (b) şartlarına ulaşmaları daha mümkündür. Dahası, rekabet gücü için, rakiplere göre daha yüksek tadminkâr ve ideal kalite seviyeleri tutturmak önemlidir.



Şekil 2.2. Algılanan Hizmet Kalitesi Belirleyicileri (Zeithaml ve ark., 1990)

2.4.3. Hizmet kalitesi ve müşteri memnuniyeti ilişkisi

Müşterilerin hizmet kalitesini ölçerken kullandıkları ilkeler aşağıdaki gibi tanımlanmıştır (Fitzsimmons, J. ve Fitzsimmons, M., 1994).

- **Güvenilirlik:** Söz verilen hizmetin tam ve bağımlı olarak gerçekleştirilme performansdır. Performans tutarlılığı ve güvenilebilirliğidir (Boone ve Kurtz,1992). Güvenilirlik; söz verilen hizmeti zamanında, hassasiyetle ve güvenilir biçimde verebilme kabiliyetidir (Ghobadian ve ark., 1994). Güvenilir hizmet performansının anlamı, hizmetin, her zaman aynı davranışla ve hatasız olarak gerçekleştirilmesidir. Örneğin, pek çok kişi için postanın her gün aynı zamanda alınması önemlidir (Fitzsimmons, J. ve Fitzsimmons, M., 1994).
- **Cevap Verebilirlik:** Çalışanların hizmeti vermeye hazırlıklı olmalarını ve gönüllülüklerini içerir. Bir tıp merkezinde acil bir vakanın anında ele alınması, bir telefona cevap vermek için günün sonuna kadar bekletmeyen bir avukat

buna örnek olarak gösterilebilir (Boone ve Kurtz, 1992). İstekli olmak, müşterilere hızlı hizmet vermeye yardım eder. Belirli bir neden olmadan müşterileri bekletmek, kalite beklentisi üzerinde gereksiz olumsuz algılama yaratır. Hizmetin başarısız olması halinde, profesyonellikle sorunun giderilmesi, kalite üzerinde çok pozitif algılama yaratır. Gecikmiş bir posta, ücretsiz içecek servisi, potansiyel olarak fakir müşteride hatırlanacak bir iyiliğe dönüşebilir (Fitzsimmons, J. ve Fitzsimmons, M., 1994).

Cevap verebilirlik, şikâyetlerle etkin biçimde ilgilenme ve hizmetin çabuklaştırılmasıdır. Mesela bir paket tur operatörünün kalacak yer problemleriyle çabuk ve etkin biçimde ilgilenebilmesi veya bir oto kiralama servisinde kiralanan otomobil çok önemsiz bir problem yüzünden atıl kalmış olsa bile, eşdeğer veya daha iyi bir otomobille değiştirilmesi örnek olarak verilebilir (Ghobadian ve ark., 1994).

- İtimat: Çalışanların bilgisi, nezaketi ve yetenekleri güven ve itimadı artırır. İtimadın içeriği; hizmeti gerçekleştirme yeteneği, nezaket ve müşteriye saygı, müşteri ile etkili iletişim, hizmeti verenin müşteri ile samimi ve ilgili genel davranışı özelliklerini kapsar (Fitzsimmons, J. ve Fitzsimmons, M., 1994). Hizmet sağlayıcının dışarı yansıttığı güvene işaret eder. Hastasına dostane yaklaşım gösteren bir doktor, buna iyi bir örnek teşkil eder (Boone ve Kurtz, 1992). Hizmete inanılıp, güvenilme derecesi, hizmet sağlayıcının ünü, ön-saf personelinin kişilik özellikleri gibi unsurlar itimat üzerinde etkilidir (Ghobadian ve ark., 1994).
- Empati: Özen göstermenin koşulu, müşterilere olan ilginin bireyselleştirilmesidir. Empati; yaklaşım, güvenlik hissi ve müşteri ihtiyaçlarını anlama gayreti özelliklerini içerir (Fitzsimmons, J. ve Fitzsimmons, M., 1994). Empati, hizmet sağlayıcının müşteri ihtiyaçlarını anlama ve hizmeti kişiselleştirme gayretleriyle ilgilidir (Boone ve Kurtz, 1992). Empati, hizmeti müşteri ihtiyaçlarına göre ayarlama yönünde gönüllü olmakla ilgilidir. Bir restoranda menüde olmayan bir yemeği tedarik etmek, bir

tur operatörünün müşterinin özel taleplerine göre planlama yapması örnek olarak gösterilebilir (Ghobadian ve ark., 1994).

- **Somutluk:** Fiziksel olanaklar, ekipman, personel ve iletişim materyallerinin dış görünüşüdür. Somut unsurlar, hizmetin fiziki kanıtlarıdır. Bir hukuk bürosunun dekoru, bir uçuş personelinin üniformaları vb. bunlara örnektir. Fiziksel çevreyi çevreleyenlerin koşulları, hizmet sağlayıcısının detaylara gösterdiği özen ve ilginin somut kanıtıdır. Bu değerlendirme boyutu, bir otelde yan odada kalan gürültülü bir müşteri gibi hizmete dahil diğer müşterilerin de yönetimini kapsayacak şekilde genişletilebilir (Fitzsimmons, J. ve Fitzsimmons, M., 1994; Boone ve Kurtz, 1992:374). Somut unsurlar, yüksek etkileşimli hizmetlerde daha önemlidirler (Ghobadian ve ark., 1994).
- **Yetenek:** Rekabet gücüdür. Personel, hizmeti etkin biçimde verebilecek bilgi ve beceriye sahip olmalıdır.
- **Erişim:** Yaklaşım ve bağlantı kurma kolaylığıdır. Örneğin, alışılmış açılış saatleri, uygun bir yerleşim yeri.
- **Nezaket:** Personelin müşterilere gösterdiği kibarlık, saygı, ilgi ve dostane tavırlara karşılık gelir.
- **Güven:** Tehlike, risk ve şüpheden uzak olmaktır. Fiziki emniyet, mali emniyet ve güvenilirliği içerir.
- **İletişim:** Müşterileri hizmet hakkında anlayabilecekleri bir dille bilgilendirmek ve onları dinlemektir. Örneğin, düzenli güncelleme yapan bir hava yolu şirketi için bu, bir rötör meydana geldiğinde kesin ve detaylı bilgi vermeye karşılık gelir.
- **Müşteriyi anlamak/ tanımak:** Müşteri ihtiyaç ve özel isteklerini anlamayı, bireyselleştirilmiş ilgi sağlamayı ve yüksek etkileşimli bireysel hizmetlerde

önemli bir unsur olan “sürekli müşteri”yi fark etmeyi içerir (Ghobadian vd., 1994).

Müşteriler, hizmet kalitesiyle ilgili beklenen hizmet ve algılanan hizmet temeli üzerine kurulu fikirlerini oluştururken, yukarıda tanımlanan boyutları kullanırlar. Beklenen hizmet ile algılanan hizmet arasındaki boşluk hizmet kalitesinin ölçüsüdür; sonuç ya memnuniyettir ya da tam tersi memnuniyetsizliktir (Fitzsimmons, J. ve Fitzsimmons, M., 1994). Kalite boyutlarının her birinin önemi ve kullanım değeri, hizmetin tabiatına bağlıdır. Örneğin, düşük etkileşimli ve düşük çeşitlilikteki standart hizmetler için “kişiselleştirme”, hizmet kalitesinin önemli bir boyutu değildir. Perakendecilik gibi yüksek çeşitlilik ve etkileşim içeren kısa süreli hizmetlerde erişim, kişiselleştirmeden çok daha önemli olur (Ghobadian ve ark., 1994).

Müşteri memnuniyetine etki eden başlıca faktörler şu şekilde özetlenebilir:

Deneyimler: Müşteri memnuniyeti için en önemli unsur önceki deneyimlerdir. Müşteriler genellikle hizmet almaya karar verirken ilk olarak geçmiş deneyimlerinden yararlanırlar ve aldıkları hizmeti daha önceki deneyimleri ile karşılaştırırlar.

Kişisel özellikler: Müşterilerin demografik, sosyal, fiziksel, eğitim seviyesi, uzmanlık derecesi gibi özellikleri de memnuniyet dereceleri üzerinde çok etkilidir.

Durumsal etki faktörleri: Ürün kategorisindeki teknolojik gelişme, reklam ve halkla ilişkiler faaliyetleri gibi faktörleri içerir.

Sözlü iletişim: Müşterilerin sunulan hizmetle ilgili çevrelerinden daha önce edindikleri bilgiler (Sevimli, 2006).

2.4.4. Hizmet kalitesini yükseltmek için gerekenler

Kalite beklentileri ile gerçekte yaşanan ve sunulan kalite uygulamada çoğu kez örtüşmez; pratikte bu ikisi arasında birtakım boşluklar ortaya çıkar. Müşteri anket ve soruşturmaları bu tür hizmet sunum boşluklarını ortaya çıkardığında bunun nedenlerine inmek gerekecektir. Bu nedenleri ortadan kaldırmak için de hizmet sunum politikasında belirli değişikliklere gidilmesi gerekecektir (Yüksel, 2002).

Hizmet kurumlarında müşteri ile doğrudan ilişkide bulunan personelin fonksiyonel kalite üzerinde yaşamsal bir önemi bulunmaktadır. Grönroos, iyi teknik çözümler, çalışanların teknik yeterlilikler, müşterilerin uygun kullanımı ve bilgisayar tabanlı sistemlerle teknik kalitenin artırılabilirliğini öne sürmektedir. Kurum imajının yükseltilmesi ve dolayısıyla hizmetin toplam kalitesinin yükseltilmesi için teknik ve fonksiyonel kalitenin bir arada değerlendirilmesi gerekir (Budak, 1996).

Bir işletme sunduğu ürünlerin kalitesini iyileştirmek için aşağıda belirtilen hususları yerine getirmesi gerekir (Berry, Parasuraman and Zeithaml, 1988):

- Bir hizmet işletmesinin kalitesini iyileştirme süreci, hizmet kalitesi belirleyicilerinin araştırılması ile başlar.
- Müşteri beklentileri, kalite belirleyicilerinde önemli rol oynar. Bir hizmet işletmesi yerine getirebileceğinin üzerinde taahhütler vermekten sakınmalıdır.
- Hizmet işletmesi, müşteriye hizmeti hakkında eğiterek müşterisinin yanında olduğu algısını yaratmalı, böylece güvenini korumalıdır. Müşterinin hizmet hakkındaki bilgisi ne kadar artarsa, o kadar doğru karar verir ve bu da memnuniyet düzeyinin yükselmesine neden olur.
- Kalite kültürünü yaratmak için, belirli kalite standartları oluşturulmalı, bu standartları karşılamak amacıyla kapasiteye bağlı kalarak personel istihdam edilmeli, personelin standartları karşıladığından emin olunmalıdır.
- Bir hizmet işletmesinde insan kaynakları yerine otomasyon sistemlerini kullanmak, hizmet sunulurken ortaya çıkacak hataları minimize edebilir. Teknoloji hakkında doğru kararlar almada müşterinin, hizmetin hangi noktalarında insan gücü, hangi noktalarında otomasyon istediğini bilmek önemli rol oynar. Daha iyi hizmet için, beşeri ve teknik gücün optimum karmasını bulmak gereklidir.
- Bir işletmenin sunduğu hizmeti izlemesi, geliştirilmesi gerekli olduğu düşünülen hizmet konularının neler olduğunu öğrenmede yardımcı olur. Bu sayede işletmeler müşterilerinin hizmetlerinden memnun olma düzeylerini öğrenirler.

2.4.5. Hizmet kalitesini artırmada karşılaşılan engeller

Yapılan araştırmalara göre hizmet sektöründe hizmet kalitesini artırmada karşılaşılan sorunlar şunlardır (Berry, Zeithaml ve Parasuraman, 1985).

- *Üretim ve tüketimin eş zamanlı olması:* Hizmetlerde üretim ve tüketimin eş zamanlı olması nedeniyle hizmet personelinin davranışı, kıyafeti, konuşması müşterinin hizmeti nasıl algıladığını ve dolayısıyla hizmet kalitesini etkiler.
- *Personelin niteliği:* Birçok hizmet işletmesinde müşteriyle ilişki halinde bulunan personelin eğitim düzeyi düşüktür ve bu personelin işten ayrılma oranları yüksektir. Böylece personelin niteliğinden kaynaklanan sorunlar hizmet kalitesine yansır.
- *Hizmet personelinin teşvik edilmesi:* Müşteriler kendilerine hizmet sağlayan personeli, işletmenin kendisi olarak algılar. Hizmet kalitesinin memnun edici olması için bu personelin hizmet sunma yeterliliğinin ve istekliliğinin olması gerekmektedir.
- *İletişim eksikliği:* İşletmenin sunmayı vaat ettiği ile sunduğu hizmet arasında farklılığın olması iletişim sorunudur. Sunulacak hizmet ile ilgili olarak daha önce verilen sözlerin yerine getirilmemesi, hizmet kalitesinin düşük düzeyde algılanmasına neden olabilir (Özkul, 2007).
- *Çok fazla yeni ürün:* Hizmet hattında çok fazla yeni ürün bulunması hizmet kalitesini etkiler, mevcut hizmetlerde karışıklığa sebep olur.
- *Müşterilerin fazla olması “Özel İlgi” eksikliği:* Müşteriler, hizmet işletmesinde personelin kendilerini tanımasını ve özel muamele göstermesini bekler. Müşterinin fazla olması nedeniyle personelin bu beklentiyi karşılayamaması kaliteyi etkiler.
- *Kısa dönem kârlılığa yoğunlaşma:* Kısa dönem kârlılık stratejisinde, maliyetlerin yüksek oranda aşağıya çekilmesi söz konusudur. Bu durumda istenilen hizmet kalitesi düzeyine ulaşılamaz. Bunun sonucunda da işletmeye duyulan güven azalır.
- *Yönetimin müşteri beklentilerini anlayamaması:* Müşteri beklentileri ve yöneticilerin bu beklentileri anlaması arasında bir fark olursa, algılanan kalite olumsuz etkilenecektir. Yönetimin müşteri beklentilerini belirlemedeki başarısızlığı, kalite açıklığını yaratacaktır.
- *Yönetimin müşteri beklentilerinin karşılanamayacağına ilişkin inancı:* Yönetimin müşteri beklentilerinin ne olduğunu tam olarak anladığı durumda dahi

hizmet kalitesi problemleri ortaya çıkabilir. Yöneticiler, bu beklentilerin hepsini karşılamanın imkânsız olduğuna veya uygulanamayacağına inanabilirler. Bu durum hizmet işletmelerinin yüksek düzeyde interaktif, yoğun emek, çok şubeli olarak hizmet sunmalarından kaynaklanır. Böylece performansı ve kalitesi zedelenir.

- *Hizmet personelinin hizmeti sunma istek ve yeterlilikte olmaması:*

Hizmet kalitesi, hizmeti sunan personelin istenilen düzeyde hizmeti sunmaya yeterli veya istekli olmadığı durumda olumsuz etkilenir. Hizmeti sunma istekliliği; “bir kişinin kendi işine göstereceği maksimum çaba ile yerine bir başkasının yerleştirilmesinden kaçınmak amacıyla göstereceği minimum çaba arasındaki fark” olarak açıklanabilir (Berry, Parasuraman ve Zeithaml,1988).

2.4.6. Hizmet kalitesini algılama düzeyi

a. Algılanan hizmet kalitesi

Müşterilerin algıladığı hizmet kalitesi “müşteri beklentileri ile algıları arasındaki farklılık ölçüsü” olarak tanımlanırken, sözlü iletişim, kişisel ihtiyaçlar, geçmiş deneyimler ve dışsal iletişimlerin müşteri beklentilerini etkileyen faktörler olduğu saptanmıştır (Zeithaml ve ark., 1990).

Zeithaml’a göre algılanan hizmet kalitesi, müşterinin, bir ürün ya da hizmetin üstünlüğü veya mükemmelliği ile ilgili genel bir yargısıdır (Robledo, 2001).

Algılanan hizmet kalitesi, müşterilerin hizmetten beklentileri ile hizmet sunumu sırasında, hizmetin performansına yönelik olarak oluşan algıların yönünün bir sonucudur. Beklenen hizmet algılanan hizmetten büyük olursa, algılanan kalite tatmin edici olmaktan daha düşük olacaktır. Müşteriler tarafından algılanan kalitenin ideal kalite olarak kabul edilmesi için ise; beklenen hizmetin algılanan hizmetten küçük olması gerekmektedir (Parasuraman ve ark., 1985).

Ghobadian ve arkadaşlarının (1994) yapmış olduğu çalışmada, algılanan hizmet kalitesini, müşterilerin hizmetin kalitesine yönelik sezgileri olduğunu ve müşterilerin tatmin derecesini büyük ölçüde belirlediği sonucuna ulaşmışlardır.

Algılanan hizmet kalitesinin ölçümü için en çok kullanılan üç temel ölçek bulunduğu yapılan pek çok araştırmada karşımıza çıkmaktadır. Bu ölçekler genel

olarak; SERVQUAL (Parasuraman vd., 1985), SERVPERF (Cronin ve Taylor, 1992) ve EP'dir (Evaluated Performance) (Teas, 1993).

b. Beklenen hizmet kalitesi

Parasuraman ve arkadaşlarına göre (1985), beklenen hizmet; müşterinin hizmetten beklentileridir ve beklenen hizmeti; müşterilerin geçmiş deneyimleri, kişisel gereksinimleri, ağızdan ağza iletişimleri ve işletme tarafından kendilerine iletilen mesajlar belirler.

Parasuraman ve arkadaşlarına (1985) göre, hizmet kalitesi modeli ve bu modeldeki boşluklar; hizmet kalitesi, hizmet yerine giriş kolaylığı, haberleşme araçlarının açıklığı, hizmet sunanların nezaketi, görevlilerin uzmanlık ve duygudaşlığı, hizmetin müşteri ihtiyaçlarına ne ölçüde cevap verdiği, hizmet sayesinde elde edilen sonuçların kalite ve çabukluğu ile ilgilidir (Yıldız, 1994).

Yıldız'a (1994) göre ise; hizmet kalitesi, hizmet yerine giriş kolaylığı, haberleşme araçlarının açıklığı, hizmet sunanların nezaketi, görevlilerin uzmanlık ve duygudaşlığı, hizmetin müşteri ihtiyaçlarına ne ölçüde cevap verdiği, hizmet sayesinde elde edilen sonuçların kalite ve çabukluğu ile ilgilidir.

1987 yılında David A. Garvin tarafından tanımlanmış ürün kalite boyutları daha sonra hizmetler için de tanımlanmıştır. Bu boyutlar hizmet kalitesinin daha iyi anlaşılabilmesine ve müşterilerin hizmetin hangi unsurlardan tatmin olup olmadığının kavranmasına ışık tutmaktadır. (Ardıç ve Baş, 2001).

Yapılan birçok çalışma demografik değişkenlerle hizmet kalite beklentileri arasında ilişki olduğunu göstermektedir. Özellikle Thompson ve Kaminski 1993'te yaş ile hizmet kalite boyutları arasında, Gagliana ve Hathcote 1994'te gelir ile Webster ise, cinsiyet ve yaş ile hizmet kalite boyutları arasında anlamlı istatistiksel sonuçlar bulmuşlardır (Royne, 1996).

Tüketicilerin hizmet kalitesi algılamalarında, çalışanların performansının önemli bir yeri vardır. Özellikle de personel-müşteri etkileşimi dikkate alınırsa, algılanan hizmet kalitesinde bu boyutların önemi daha da artmaktadır (Ciğerim, 2005).

2.5. BELEDİYESLER VE SPOR

2.5.1. Belediyenin tanımı

Kavramsal olarak belediye: belde veya şehir halkının, yerel nitelikteki ortak ihtiyaçlarını karşılamak üzere kurulan, görevleri kendi organları eliyle yürütülen, karar organı seçimle işbaşına gelen, idari ve mali özerkliğe sahip kamu tüzel kişisi (Bozlağan, 2003) olarak tanımlanmaktadır.

2005 yılında düzenlenerek çıkarılan 5393 sayılı belediye kanuna göre, nüfusu 5.000 ve üzerinde olan yerleşim birimlerinde belediye kurulabilir. Ancak bu kuruluş kendiliğinden olmaz. Köy halkının belediye kurulmasını istemesi ve bu isteğin yapılacak oylama ile resmi olarak saptanması, ilgili idare kurullarının olumlu kararı, Danıştay'ın incelemesi, Bakanlar Kurulu'nun kararı ve Cumhurbaşkanı'nın onaması gibi formaliteler yerine getirildikten sonra bir köye belediye kurulabilir (Boz, 2007).

2.5.2. Belediyelerin evrensel özellikleri ve Türk Belediyesinin özellikleri

Belediye çalışanlarının tümü, belli bir üste bağlı olarak, yasal kurumların dışına çıkmadan, mevzuatla kendisine verilen görevleri ve üstlerin emir ve talimatlarını uygulamaktadırlar. Bununla birlikte, hizmetlerin yerine getirilmesi konusundaki resmi işlemleri mevzuatta belirtilen şekil şartlarına uygun bir şekilde yürütmek zorunda olduklarından dolayı, belediyeler demokratik bir kurum niteliği taşırlar (Bozlağan, 2001).

Tablo 2-1. Belediyelerin Evrensel Özellikleri-Türk Belediyesinin Özellikleri (Bozlağan, 2001).

Belediyenin Evrensel Özellikleri	Türk Belediyesinin Özellikleri
Ulusal anayapının bütünlüklü bir parçasıdır.	Ulusal anayapının bütünlüklü bir parçasıdır
Köklü (binlerce yıllık) bir geleneğin sonucudur.	Tanzimat döneminin bir sonucudur.
Temelinde “özgürlük”, “katılım” ve “etkinlik” düşüncesi vardır.	Temelinde “etkinlik” düşüncesi vardır.
Siyasi yönü ağır basan bir yönetimdir.	İdari yönü ağır basan bir yönetimdir.
Kaynağını halktan alan ve öncelikle halka karşı sorumlu olan bir hizmet birimidir.	Kaynağını mevzuattan alan ve öncelikle merkezi idareye karşı sorumlu olan bir hizmet birimidir.
Varlık sebebi yerel halktır.	Varlık sebebi yasal düzenlemeler ve merkezi siyasal iradedir.
Tüzel kişiliktir/Kamu tüzel kişisidir.	Kamu tüzel kişisidir.
İdari ve malî açıdan büyük ölçüde özerk bir yönetim/kamu yönetimi birimidir.	İdari ve mali açıdan kısmen özerk bir kamu yönetimi birimidir.
Karar organları (kimi durumlarda yürütme organları) seçimle işbaşına gelir.	Karar organı ve yürütme organları (başkanlar doğrudan, encümenler ise kısmen ve dolaylı olarak) seçimle işbaşına gelir.
Yerel hizmetleri yürütecek yeterli örgütsel yapılanmaya sahiptir.	Yerel hizmetleri yürütecek örgütsel yapılanmaya sahiptir.
Kâr amaçlı değildir.	Kâr amaçlı değildir.
Üst yönetim birimlerinin (merkezi idare, eyalet, bölge veya il yönetimi) hukuka uygunluk açısından denetim ve gözetimi altındadır.	Merkezi idarenin vesayet denetimi altındadır.
Komün, kent veya kırsal alanlarda kuruludur.	Belde ve kentlerde kurulur.

2.5.3. Belediyelerin görev ve fonksiyonları

5393 sayılı Belediye Kanunu’nda, belediyelerin görevlerine ilişkin olarak temel görev alanları ve isteğe bağlı görev alanları şeklinde düzenleme yapılmıştır. Bu çerçevede belediyenin görevleri şunlardır (md.14). Belediye, mahallî müşterek nitelikte olmak şartıyla;

- İmar, su ve kanalizasyon, ulaşım gibi kentsel alt yapı; coğrafi ve kent bilgi sistemleri; çevre ve çevre sağlığı, temizlik ve katı atık; zabıta, itfaiye, acil

yardım, kurtarma ve ambulans; şehir içi trafik; defin ve mezarlıklar; ağaçlandırma, park ve yeşil alanlar; konut; kültür ve sanat, turizm ve tanıtım, gençlik ve spor; sosyal hizmet ve yardım, nikâh, meslek ve beceri kazandırma; ekonomi ve ticaretin geliştirilmesi hizmetlerini yapar veya yaptırır. Büyükşehir belediyeleri ile nüfusu 50.000'i geçen belediyeler, kadınlar ve çocuklar için koruma evleri açar.

- Devlete ait her derecedeki okul binalarının inşaatı ile bakım ve onarımını yapabilir veya yaptırabilir, her türlü araç, gereç ve malzeme ihtiyaçlarını karşılayabilir; sağlıkla ilgili her türlü tesisi açabilir ve işletebilir; kültür ve tabiat varlıkları ile tarihi dokunun ve kent tarihi bakımından önem taşıyan mekânların ve işlevlerinin korunmasını sağlayabilir; bu amaçla bakım ve onarımını yapabilir, korunması mümkün olmayanları aslına uygun olarak yeniden inşa edebilir. Gerektiğinde, öğrencilere, amatör spor kulüplerine malzeme verir ve gerekli desteği sağlar, her türlü amatör spor karşılaşmaları düzenler, yurt içi ve yurt dışı müsabakalarda üstün başarı gösteren veya derece alan sporculara belediye meclisi kararıyla ödül verebilir, gıda bankacılığı yapabilir.

- 5216 sayılı Büyükşehir Belediyesi Kanunu'nda stratejik plan, nazım imar planı ve ulaşım planlarını ile doğal afet planlarını yapmak, yetki alanında kalan bölgelerde meydan, bulvar, cadde ve ana yolları yapmak, yaptırmak, bakım ve onarımlarını sağlamak, coğrafi ve kent bilgi sistemlerini kurmak, sürdürülebilir kalkınma ilkesine uygun olarak çevrenin, tarım alanlarının ve su havzalarının korunmasını sağlamak, toplu taşıma hizmeti sunmak, su ve kanalizasyon hizmetlerini yürütmek, gıda ile ilgili olanlar dâhil birinci sınıf gayrisihhî müesseseleri ruhsatlandırmak ve denetlemek büyükşehir belediyelerinin görev ve sorumluluğundadır. Ayrıca kanunda, sosyal ve kültürel kapsamdaki hizmetler ile kültür ve tabiat varlıklarını ve tarihi dokunun korunmasına yönelik hizmetleri yürütmekte büyükşehir belediyesinin görev ve sorumlulukları arasında sayılmıştır (5216: md.7).

- Büyükşehir belediyelerinin görev ve sorumlulukları, bir önceki Büyükşehir Belediyesi Kanunu'na göre genişletilmiştir. Bu kapsamda, büyükşehir belediyelerinin görev, yetki ve sorumlulukları, Anayasanın 127. maddesindeki esaslar ve Avrupa Yerel Yönetimler Özerklik Şartında öngörülen esaslar çerçevesinde yeniden belirlenmiştir. Kanunda büyükşehir belediyelerinin görevleri ayrıntılı olarak

düzenlenmiştir. Görevlerin ayrıntılı olarak düzenlenmesinin amacı büyükşehir belediyeleri ile diğer belediyeler arasında çıkması muhtemel görev ve yetki çatışmasını önlemektir (5216/Genel Gerekçe).

(<http://www.tbmm.gov.tr/kanunlar/k5215.html>, 11 Mart 2013’de erişildi).

2.3.4. Belediyelerin sporla ilgili yasal sorumlulukları

Spora ilk kez 1982 anayasasında yer verilmiştir. 1982 anayasasında sporla ilgili iki madde yer almaktadır.

i. Anayasada Spor

1982 yılında kabul edilen ve halen yürürlükte olan anayasada ilgili maddeler şunlardır;

A. Gençliğin Korunması

Madde 58- Devlet, İstiklal ve Cumhuriyetimizin emanet edildiği gençlerin, müspet ilmin ışığında, Atatürk ilke ve inkılapları doğrultusunda ve devletin ülkesi ve milletiyle bölünmez bütünlüğünü ortadan kaldırmayı amaç edinen görüşlere karşı yetiştirme ve gelişmelerini sağlayıcı tedbirleri alır. Devlet gençleri alkol düşkünlüğünden, uyuşturucu maddelerden, suçluluk, kumar vb. alışkanlıklardan ve cehaletten korumak için gerekli tedbirleri alır (TC Anayasası, 1982).

B. Gençlik ve Spor

Madde 59- Devlet her yaştaki “Türk vatandaşlarının, beden ve ruh sağlığını geliştirilecek tedbirleri alır. Sporun kitlelere yayılmasını teşvik eder.

Devlet başarılı sporcuyu ödüllendirir (TC Anayasası, 1982).

ii. Belediye kanununda spor

Spor politikalarımızın belirlenmesi ve hayata geçirilmesi devletin görevleri arasındadır. Gençliğin korunması ve sporun geliştirilmesi ile ilgili görev, devletin idari yapısı içerisinde büyük payı olan belediyelere düşmektedir.

1930 yılında yürürlüğe giren, belediye mevzuatına esas teşkil eden kanunda sporla ilgili şu hükümler yer almaktadır;

a. Yarış yerleri yapmak işletmek

1580 15/46- Stadyum kurmak ve işletmek

b. Stadyumlar kurmak ve işletmek

1580 15/54- Gençler için mahallin ihtiyacına uygun stadyumlar kurmak ve işletmek.

c. Oyun ve spor yerleri yapmak

1580 15/33- halk için kütüphane ve okuma salonları açmak, belediye bahçeleri, fidanlıkları, çocuk bahçeleri, oyun ve spor yerleri açmak, belediye koruları açmak ve korumak,

Belediye kanununda da yer aldığı gibi, Anayasa’da yer alan “sporu kitlelere yaymak” ifadesine uygun olarak, Belediye Kanunu, belediyeleri oyun, spor alanları yapmak ve gerekli altyapıyı hazırlamakla yükümlü kılar.

iii. Büyükşehir Belediyeleri Kanununda Spor

1984 yılında yürürlüğe giren bu kanun, daha yeni ifadelerle aynı hükmü içerir;

Madde 6/A-f- Yeşil sahalar, parklar ve bahçeler yapmak, sosyal ve kültürel hizmetleri yerine getirmek, spor, dinlenme, eğlence vb. yerleri yapmak, yaptırmak, işletmek ve işlettirmek (Belediye Kanunu,

<http://www.tbmm.gov.tr/kanunlar/k5215.html>, 11 Mart 2013’de erişildi).

Anayasa ve kanunlarla belediyelere verilen bu görevlerin yanında, daha önce belirtildiği gibi, spor halkla ilişkiler açısından da önemli bir yere sahiptir. Fonksiyonları gereği sürekli halkla iç içe olan belediyelerin, önemli bir iletişim aracı olan sporun halka götürülmesi, aynı zamanda sağlıklı bir toplumun oluşturulmasında önemli bir adım olacaktır (Çoban, 2002).

BÖLÜM III

YÖNTEM

Bu bölümde, araştırma modeli, araştırma grubu, verilerin toplanması, verilerin çözümlenmesi alt başlıklar altında sunulmuştur.

3.1.Araştırma Modeli

Araştırma, nicel araştırma yöntemlerinden tarama modeliyle gerçekleştirilmiştir. Ankara Büyükşehir Belediyesine bağlı belediyelere ait fitness merkezlerinin algılanan hizmet kalitesini ölçmek amacıyla Fitness Merkezlerinde Algılanan Hizmet Kalitesi Ölçeği (SFM-HKÖ) modeli kullanılmıştır.

3.2. Evren ve Örneklem

Araştırmanın, belediyelere ait fitness merkezlerinin algılanan hizmet kalitesini ölçmek amacıyla yapılan bu çalışma doğrultuda ulaşılan fitness merkezleri ve üye sayıları Tablo 3.1’de gösterilmiştir.

Tablo 3.1. Ölçek uygulanan fitness merkezleri ve ulaşılabilen üye sayısı

Belediye	Fitness merkezi sayısı	Ulaşılabilen Üye sayısı
Altındağ	2	98
Çankaya	1	22
Etimesgut	2	52
Gölbaşı	1	37
Keçiören	3	148
Yenimahalle	2	73
Toplam	11	430

3.3. Veri Toplama Aracı

Bu araştırmada; spor-fitness tesislerine üye kişilere EK-1’de yer alan “Fitness Merkezleri Algılanan Hizmet Kalitesi Ölçeği (SFM-HKÖ)” uygulanmıştır.

Araştırma soruları kapsamında uygulanan ölçek aşağıda açıklanmıştır.

Fitness Merkezleri Algılanan Hizmet Kalitesi Ölçeği (SFM-HKÖ)

Fitness Merkezleri Algılanan Hizmet Kalitesi Ölçeği’nin (SFM-HKÖ) geçerlilik ve güvenirlik çalışmasının yapıldığı görülmüştür.

Ölçeğin yapı ve geçerliği çalışması için, Uçan tarafından faktör analizi yöntemi kullanılmıştır. Uygulanan ölçekte yer alacak maddelerin seçimi ve ölçeğin bütünü için en yüksek alfa güvenirlik seviyesine ulaşmak için, madde-ölçek korelasyonları ve madde silindiğinde alfa değerleri temel alınmıştır. Bu çalışma sonucunda, ölçeğin 6 boyut ve 31 maddeden oluştuğu ve bu boyutlarla açıklanan

varyans oranının yeterli olduğu görülmüştür. Ayrıca yapılan analiz sonuçları, her bir maddenin bileşen faktör ile madde-ölçek korelasyonlarının yeterli düzeyde olduğu doğrulanmıştır. Ölçeğe ait analiz sonucunda ortaya çıkan 6 faktörün birlikte açıklandığı toplam varyans %40-%60 arası kabul edilebilir değerler olduğu göz önüne alındığında, yeterli düzeyde olduğu görülmektedir. Fitness Merkezlerinde Algılanan Hizmet Kalitesi Ölçeği'nin nihai şekline alınan tüm maddelerin faktör yükleri 0.40'ın üzerindedir. Bu değer ise, bir maddenin ölçme aracına alınabilmesi için öngörülen 0.30-0.40 faktör yükü alt kesme noktası ölçütünü karşılamaktadır (Uçan, 2007).

Ölçeğin güvenilirliğini test etmek amacıyla Uçan tarafından yapılan analiz sonuçlarına göre ölçeğin tümüne ait Cronbach Alpha güvenirlik katsayısı 0.95' dir. Ayrıca tüm faktörlere ait Cronbach Alpha güvenirlik katsayıları 0.77 ile 0.95 arasında değişmektedir. Birçok istatistik bilimcisine göre; araştırmalarda kullanılabilecek ölçme araçları için öngörülen güvenirlik düzeyinin 0.70 olduğu dikkate alındığında, ölçeğin bütünü ve tüm alt boyutlarına ait güvenirlik düzeylerinin yeterli olduğu söylenebilir.

Uçan tarafından geliştirilen ölçek, fitness merkezlerinin algılanan hizmet kalitesini, altı boyutta ölçmektedir. Analizler sonucunda ortaya çıkan bu boyutlar, araştırmacı tarafından şöyle adlandırılmıştır:

1. Etkileşim Kalitesi,
2. Çıktı Kalitesi (Sonuç Kalitesi),
3. Fiziksel Çevre Kalitesi,
4. Egzersiz Alet ve Ekipmanları,
5. Program Kalitesi,
6. Ortam Koşulları Kalitesi.

Ayrıca geliştirilen ölçek Likert tipi bir ölçektir. Likert tipi bir ölçekte, ölçek puanı maddelere gösterilen tepki puanlarının toplamından oluşmaktadır. Geliştirilen "Fitness Merkezleri Algılanan Hizmet Kalitesi Ölçeği"nden alınabilecek hizmet kalitesinin derecesini ifade eden puanlar, maddelerden alınan puanların toplanması ile elde edilmektedir. Ölçek 5'li derecelendirme ile (5 Tamamen Katılıyorum ile 1 Hiç Katılmıyorum arasında) değerlendirilmektedir ve 31 maddeden oluşmaktadır. Böylece ölçekten alınabilecek en düşük puan 31 ve en yüksek puan ise 155 olmaktadır

1. Etkileşim Kalitesi Boyutu; spor hizmetlerinde kalite algısını etkileyen önemli boyutlardan biridir. Bu boyut hizmetin “nasıl” sunulduğuyla ilgilidir (Brady ve ark, 2001, Grönroos, 1984). Etkileşimin iki şekli vardır. Birincisi “müşteri ve hizmeti sunan kişi” arasında, ikincisi “müşteriler arasındaki” etkileşimdir (Zeithaml ve ark., 1990).

2. Çıktı-Sonuç Kalitesi Boyutu; hizmet fiilinin çıktısı üzerine odaklanmıştır ve müşterinin hizmetten ne fayda sağladığını vurgulamaktadır (Rust ve Oliver 1994, Ko ve Pastore, 2005). Grönroos, (1984) çıktı kalitesini “teknik kalite” olarak değerlendirmiş ve “hizmet firmasıyla etkileşim sonunda müşterinin ne aldığı” ile ilgili olduğunu belirtmiştir (Grönroos, 1984). Genellikle spor-fitness merkezine giden üyeler spor programlarına katıldıktan sonra bazı faydalar görmeyi beklerler. Örneğin fiziksel uygunluğun artması, becerilerinin artması, mutlu hissetme ya da sosyal etkileşim gibi (Changve ark., 2003).

3. Fiziksel Çevre Boyutu; hizmet sunumunun gerçekleştirilmesi için yapılmış tesislerdir, doğal ya da sosyal çevre değildir (Bitner, 1992). Fitness ve rekreasyonel sporla ilgili yapılan çalışmalarda “fiziksel çevre kalitesinin” önemi vurgulanmıştır. Müşteriler, hizmetin hem üretimi hem de tüketimi sırasında, fiziksel çevreden etkilenmektedir.

4. Egzersiz Alet-Ekipman Boyutu; bu boyutu oluşturan maddeler, spor-fitness merkezindeki egzersiz alet ve ekipmanlarının niteliklerini içeren maddelerden oluşmaktadır. Bu maddeler kısaca, egzersiz alet ve ekipmanlarının yeterli sayıda olması, çeşitliliği, modernliği, güvenli olması ve her zaman düzgün çalışıyor olmasını içeren maddelerdir.

5. Program Boyutu; fitness merkezi üyelerinin, bu merkezlere geliş amaçlarının ve bu merkezlerde kendilerine sunulan program ve aktivitelerin, içerik ve niteliğini belirten maddelerden oluşmaktadır.

6. Ortam Koşulları Kalitesi Boyutu; fitness merkezlerinin havalandırması, aydınlatması ve ortam ısısı ayarlaması ile ilgili maddelerdir.

3.4. Verilerin Toplanması

Araştırmada, spor-fitness merkezlerinin algılanan hizmet kalitesini değerlendirmek amacıyla Uçan tarafından geliştirilen “Spor-fitness Merkezlerinde Algılanan Hizmet Kalitesi Ölçeği” (Ek 2) kullanılmıştır. Ölçek iki bölümden oluşmuştur. Birinci bölümde, araştırmaya katılan spor-fitness merkezi üyelerinin cinsiyetleri, yaşları, medeni durumları, gelir düzeyleri, eğitim durumları, üyelik şekilleri, ulaşım süreleri, haftalık kullanım şekilleri ve ulaşım süreleri ile ilgili verilere ulaşabilmek için 9 adet soruya yer verilmiştir. Bu sorularla, ne kadar zamandır bu tesise üye oldukları, ortalama olarak tesise ulaşım süreleri, haftada ne sıklıkla tesisten yararlandıklarını ve hangi amaçla spor yaptıkları ile ilgili cevaplar aranmıştır.

Ölçeğin ikinci bölümünde, fitness merkezlerinde algılanan hizmet kalitesinin boyutları olarak kabul edilen;

1. Fiziksel Çevre Kalitesi ile ilgili, 13,
2. Program (aktivite) Kalitesi ile ilgili, 3,
3. Etkileşim Kalitesi ile ilgili, 10,
4. Çıktı (sonuç) Kalitesi ile ilgili, 5, olmak üzere 31 madde yer almaktadır.

Spor merkezi üyelerinin, bu bölümde yer alan ifadeleri değerlendirmeleri için kullanılan sınıflama ve ifade puanlaması aşağıdaki gibidir;

- (1) Hiç Katılmıyorum,
- (2) Az Katılıyorum,
- (3) Orta Derecede Katılıyorum,
- (4) Çok Katılıyorum,
- (5) Tamamen Katılıyorum.

Araştırmada, ölçeğin uygulandığı Altındağ Belediyesi, Çankaya Belediyesi, Etimesgut Belediyesi, Gölbaşı Belediyesi, Keçiören Belediyesi, Yenimahalle Belediyesi’nde belirlenen fitness merkezleri yöneticileri ile görüşülmüş araştırma ile ilgili bilgi verilmiştir. Fitness merkezleri üyelerinden ölçeğin uygulanması konusunda izin istenmiştir. Araştırmada kullanılan ölçek ile ilgili gerekli açıklamalarda

bulunulmuştur. Yapılan görüşmeler neticesinde ulaşılabilen fitness merkezleri üyelerine uygulanan ölçeklerin sayısal verileri Tablo 3.2’de verilmiştir.

Tablo 3.2. Fitness merkezlerine uygulanan ölçek bilgileri.

	ALTINDAĞ	ÇANKAYA	ETİMESGUT	GÖLBAŞI	KEÇİÖREN	YENİMAHALLE	TOPLAM
Dönen ölçme aracı	98	24	58	40	148	73	441
Geçerli ölçme aracı	98	22	52	37	148	73	430

3.5. Verilerin Analizi

İstatistiksel işlemler için “SPSS 13.0 Paket Programı” kullanılmıştır. Analizler sırasıyla, anketi cevaplayanların demografik özelliklerine ait frekans dağılımları, faktör analizi, değişkenlere ait ortalama, standart sapma ve korelasyon katsayıları analizlerinden oluşmaktadır. Anlamlılık düzeyi için 0.05 değeri alınmıştır.

Tablo 3.3’te, ölçekte yer alan 31 maddeye ilişkin puanlar ve standart sapmalar verilmiştir. 31 maddenin güvenirlik katsayısı $\alpha=0.896$ bulunmuştur.

Tablo 3.3. Maddelere göre puanlar ve standart sapmalar

	N	Ortalama	SS
S1- Bu merkezdeki bekleme ve dinlenme alanları (yerleri) yeterli ve rahattır.	430	3.8140	1.28022
S2- Bu merkezdeki soyunma odaları ve duşlar her zaman temizdir.	430	4.1163	1.01755

S3- Bu merkezdeki soyunma odaları ve duşların havalandırması yeterlidir.	430	3.8349	1.16802
S4- Bu merkezdeki soyunma odalarında yeterli alan ve yeterli sayıda duş vardır.	430	3.7721	1.19991
S5- Bu merkezdeki duşlarda her zaman bol sıcak su vardır.	430	4.2535	.97446
S6- Bu merkezdeki soyunma dolapları yeterli sayıdadır.	430	4.1233	1.20650
S7- Bu merkezde spor yapılan alanlar memnun edici düzeyde temizdir.	430	4.1953	1.10265
S8- Bu merkezin havalandırması yeterlidir.	430	4.0140	2.73709
S9- Bu merkezin aydınlatması yeterlidir.	430	4.4767	.76835
S10- Bu merkezin ısısı hava koşullarına uygun şekilde ayarlanmaktadır.	430	4.3744	.89380
S11- Bu merkezdeki egzersiz alet ve ekipmanları yeterli sayıdadır.	430	3.7163	1.29675
S12- Bu merkezdeki egzersiz alet ve ekipmanları ihtiyaçlara uygun ve çeşitlidir.	430	3.8814	1.12707
S13- Bu merkezdeki egzersiz alet ve ekipmanları moderndir.	430	4.0302	1.11214
S14- Bu merkezde sunulan programlar / aktiviteler oldukça çeşitlidir.	430	4.0605	1.05604
S15- Bu merkezdeki programlar /aktiviteler günceldir (popüler ve yenilikleri takip eden).	430	4.1047	1.01077
S16- Bu merkezdeki program ve aktiviteler üyelerin istek ve ihtiyaçlarına cevap verecek gün ve saatlerde düzenlenmektedir.	430	4.2302	1.03122
S17- Bu merkezdeki spor eğitmenleri / antrenörler yeterli bilgiye sahip işini bilen kişilerdir.	430	4.5372	.84305
S18- Bu merkezdeki spor eğitmenleri/antrenörler hareketlerin nasıl yapılacağı hakkında bilgi verirler.	430	4.5279	.85166
S19- Bu merkezdeki spor eğitmenleri/antrenörler bireysel olarak üyelerle ilgilenirler ve yanlış bir hareket yaptığınızda uyarıp düzeltirler.	430	4.5163	.90760
S20- Bu merkezdeki spor eğitmenleri/antrenörler fiziksel görünümü düzgün. sportif kişilerdir.	430	4.6791	.70581
S21- Bu merkezdeki spor eğitmenleri/antrenörler özenli ve temiz giyimlidir.	430	4.7186	.64946

S22- Bu merkezdeki tüm personel kibar ve saygılıdır.	430	4.6140	.72246
S23- Bu merkezdeki tüm personel güler yüzlü ve samimidir.	430	4.4930	.88957
S24- Bu merkezdeki tüm personel işleriyle ilgili yeterli bilgiye sahiptir.	430	4.4651	.82357
S25- Bu merkezdeki tüm personel sorun ve şikayetlerle anında ilgilenir.	430	4.3884	.91624
S26- Bu merkezdeki tüm personel işlerini severek yapar.	430	4.5512	2.59836
S27- Bu merkezde spor yaptıktan sonra kendim için bir şeyler yaptığımı hissediyorum.	430	4.7465	.52306
S28- Bu merkezde spor yaptıktan sonra kendimi daha sağlıklı ve iyi hissediyorum.	430	4.7884	2.50582
S29- Bu merkezde spor yaptıktan sonra katılım amacımı gerçekleştirdiğimi düşünüyorum	430	4.6837	.59325
S30- Bu merkezde spor yapmamın yaşantıma olumlu değişiklikler getirdiğini düşünüyorum.	430	4.6651	.60645
S31- Bu merkezde spor yaparken iyi vakit geçirdiğimi düşünüyorum.	430	4.3930	1.03390

Tablo 3.4'te alt boyutların faktörlere göre puanlarının ortalaması ve standart sapma değerleri gösterilmiştir.

Tablo 3.4. Faktörlere göre puanların ortalaması ve standart sapmaları

	n	x	ss
Etkileşim kalitesi	430	4.54	.68
Çıktı kalitesi	430	4.05	.63
Fiziksel çevre kalitesi	430	4.01	.85
Egzersiz alet ve ekipman kalitesi	430	3.87	1.06
Program kalitesi	430	4.13	.90
Ortam kalitesi	430	4.28	1.14

BÖLÜM IV

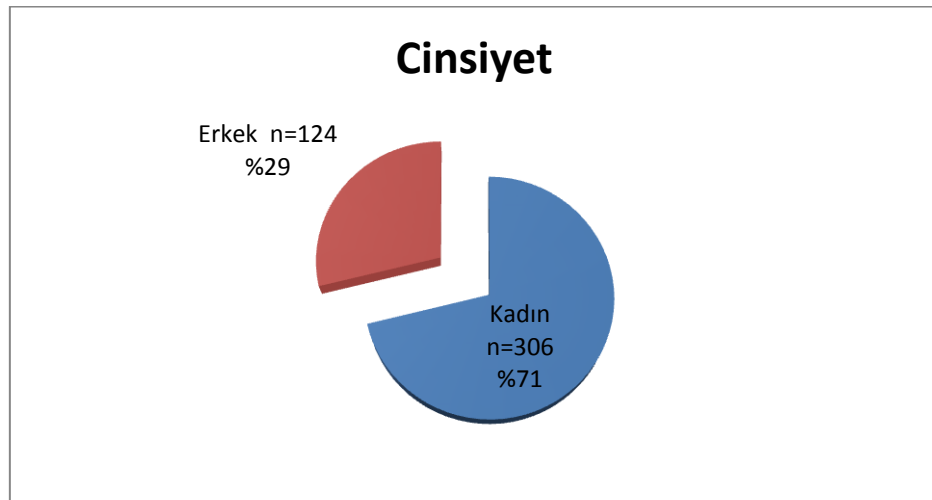
BULGULAR VE YORUMLAR

Bu bölümde, Ankara Büyükşehir Belediyesi'ne bağlı belediyelere ait fitness merkezlerine üye olan kişilerin hizmet kalitesini algılama düzeylerine ilişkin bulgular yer almaktadır.

Araştırmada, fitness merkezi üyelerinin “cinsiyet” , “yaş”, “medeni hali”, “gelir düzeyi”, “mezuniyet durumu”, “üyelik şekli”, “üyelik süresi”, fitness merkezi kullanım süresi”, “fitness merkezi kullanım sıklığı”, “ulaşım süresi”, değişkenlerine göre, yüzde ve frekans dağılımları aşağıda sunulmuştur.

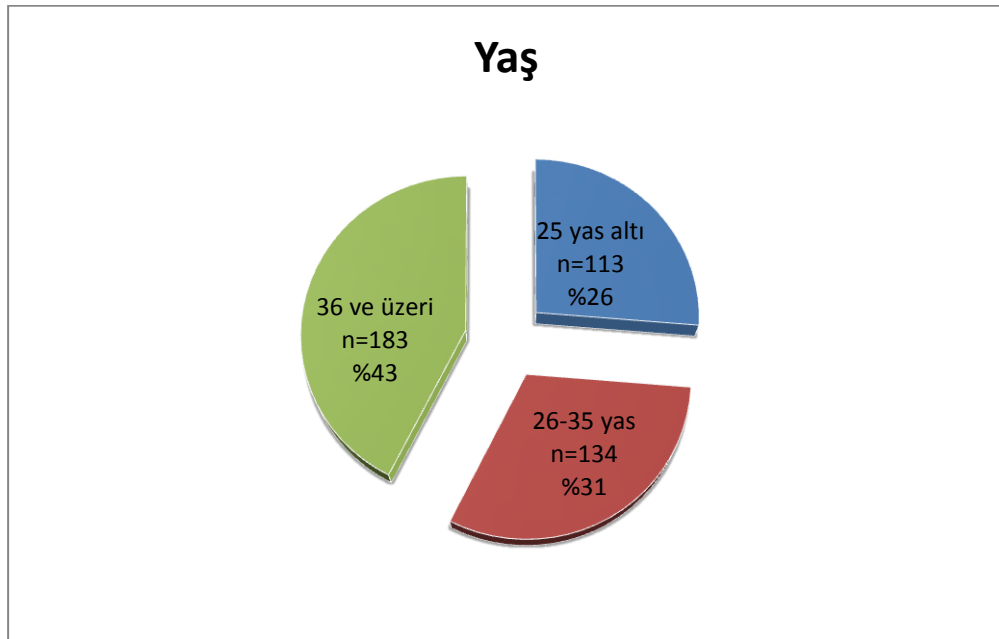
Araştırmaya katılan toplam 430 fitness merkezi üyesinin, 306'sı kadın (%71.2), 124'ü erkeklerden (%28.8) oluşmaktadır. Fitness merkezi üyelerinin cinsiyet değişkenine göre yüzde (%) ve frekans dağılımları, Grafik 4.1'de gösterilmiştir.

Grafik 4.1. Fitness Merkezi Üyelerinin “Cinsiyet” Değişkenine Göre Yüzde ve Frekans dağılımları



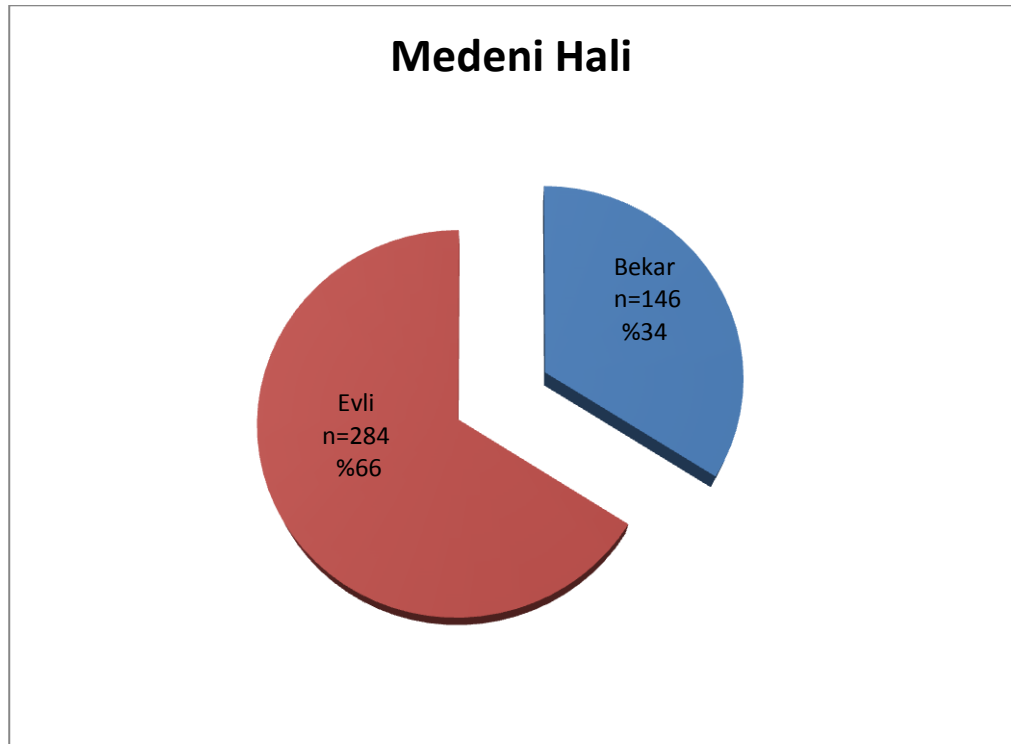
Araştırmaya katılan toplam 430 fitness merkezi üyesinin, 113'ünü (%26.3) 25 yaş ve daha küçük olan bireyler oluştururken, 26-35 yaş aralığını 134 kişi (%31.2) ile 36 ve üzeri yaş aralığı 183 (%42.6) kişiyle en büyük grubu oluşturmaktadır. Fitness merkezi üyelerinin yaş değişkenine göre yüzde (%) ve frekans dağılımları, Grafik 4.2'de gösterilmiştir.

Grafik 4.2. Fitness Merkezi Üyelerinin “Yaş” Değişkenine Göre Yüzde ve Frekans dağılımları



Bu araştırmaya katılan 430 fitness merkezi üyesinin 146'sını (%34) bekar, 284'ünü (%66) evli kişiler oluşturmaktadır. Spor-fitness merkezi üyelerinin medeni hali değişkenine göre yüzde (%) ve frekans dağılımları, Grafik 4.3'de gösterilmiştir.

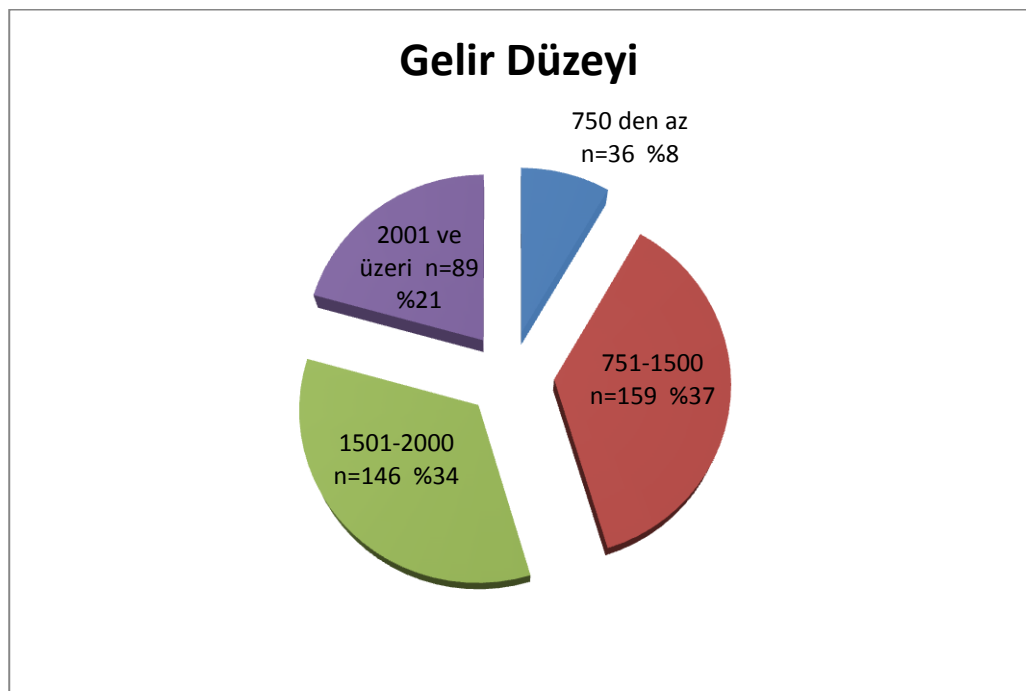
Grafik 4. 3. Fitness Merkezi Üyelerinin “Medeni Hali” Değişkenine Göre Yüzde ve Frekans dağılımları



Bu araştırmaya katılan 430 üyenin, 159 kişi ile büyük bir kısmını (%37) orta gelir seviyesi (751-1500 TL arası) oluşturmaktadır.

Fitness merkezi üyelerinin gelir düzeyi değişkenine göre yüzde (%) ve frekans dağılımları, Grafik 4.4’de gösterilmiştir.

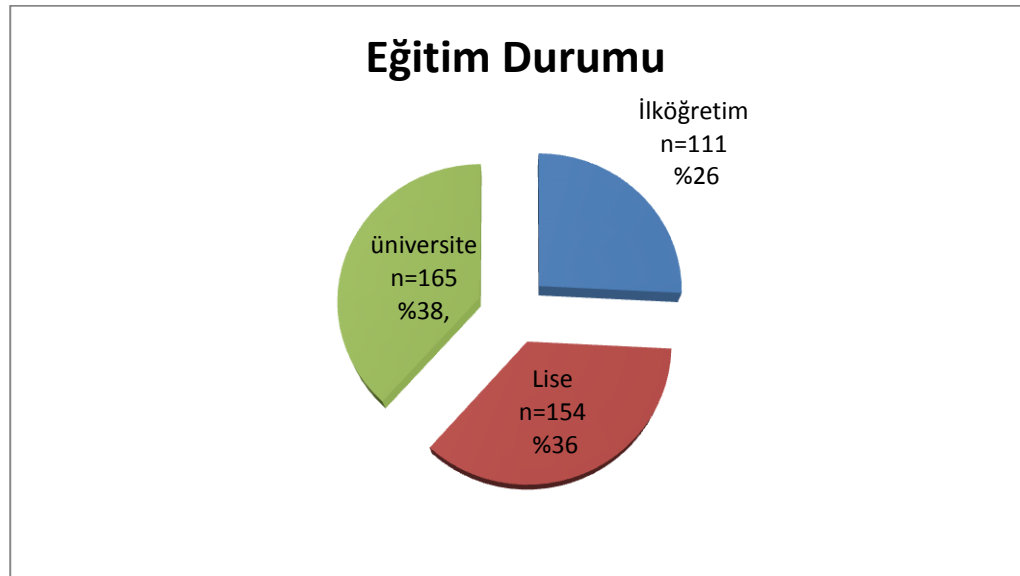
Grafik 4.4. Fitness Merkezi Üyelerinin “Gelir Düzeyi” Değişkenine Göre Yüzde ve Frekans dağılımları



Araştırmaya katılan 430 fitness merkezi üyesinin eğitim seviyeleri verileri incelendiğinde en az sayıyla (111 kişi) ilköğretim mezunları (%25.8) dikkati çekerken, üniversite mezunları (166 kişi) en büyük grubu (%38.4) oluşturmaktadır.

Fitness merkezi üyelerinin eğitim durumu değişkenine göre yüzde (%) ve frekans dağılımları, Grafik 4.5’de gösterilmiştir.

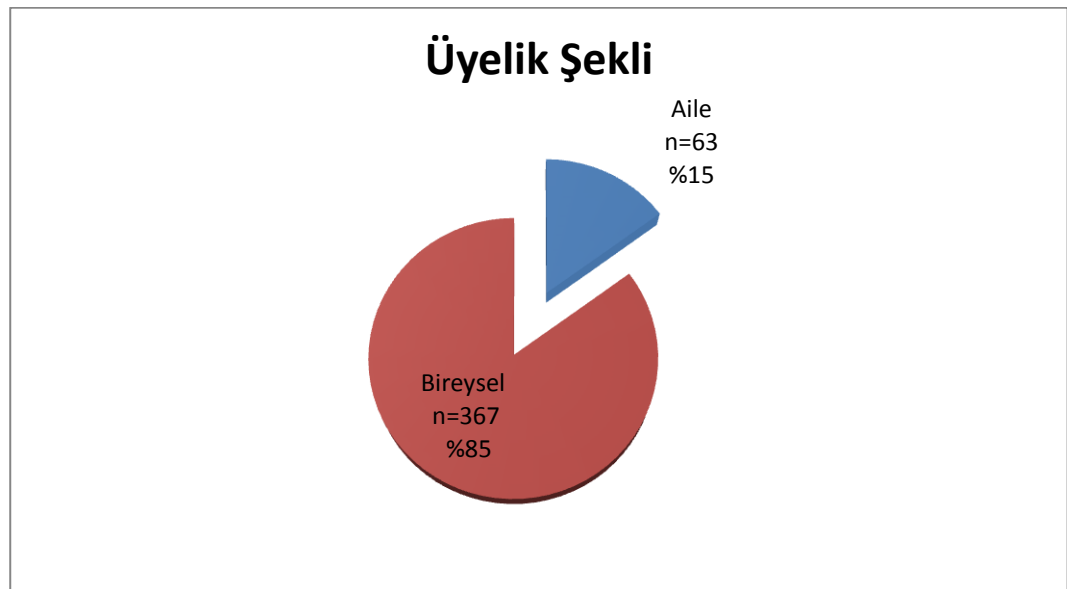
Grafik 4.5. Fitness Merkezi Üyelerinin “Eğitim Durumu” Değişkenine Göre Yüzde ve Frekans dağılımları



Bu araştırmaya katılan toplam 430 fitness merkezi üyesinin üyelik şekilleri incelendiğinde bireysel üyeliklerin (%85.3) 367 kişiyle en çok tercih edilen üyelik şekli olduğu görülmektedir.

Fitness merkezi üyelerinin üyelik şekli değişkenine göre yüzde (%) ve frekans dağılımları, Grafik 4.6’da gösterilmiştir.

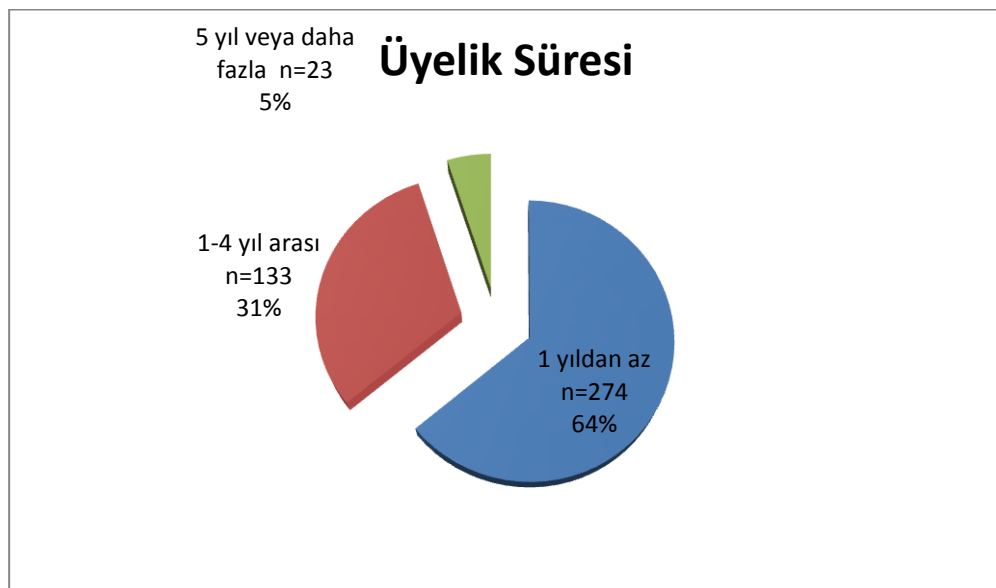
Grafik 4.6. Fitness Merkezi Üyelerinin “Üyelik Şekli” Değişkenine Göre Yüzde ve Frekans dağılımları



Bu araştırmaya katılan toplam 430 fitness merkezi üyesinin 274'ü (%63.7) 1 yıldan az süredir fitness merkezine üye olduğu görülmektedir.

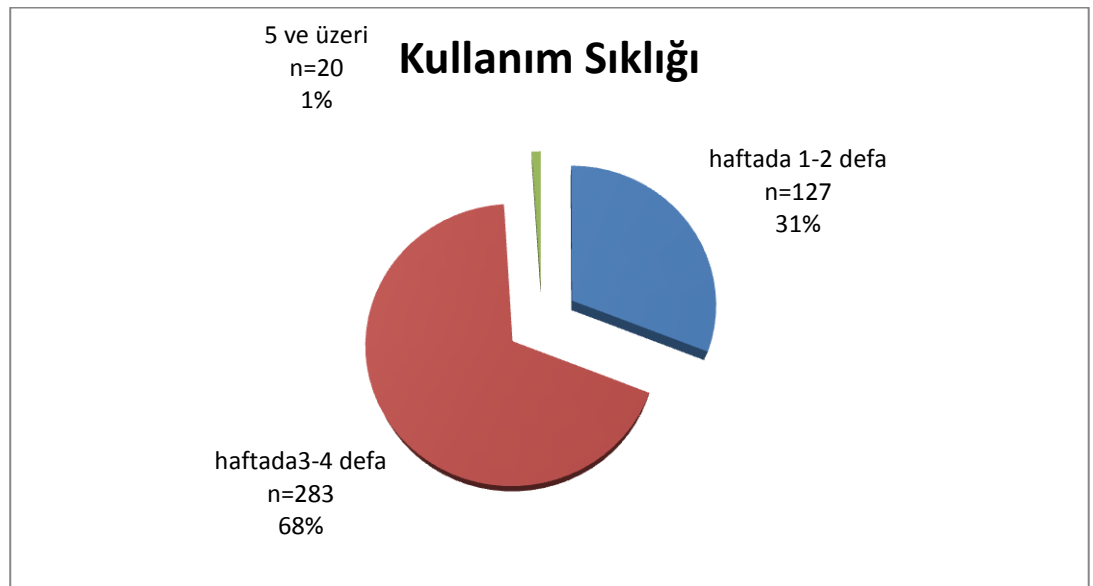
Fitness merkezi üyelerinin üyelik süresi değişkenine göre yüzde (%) ve frekans dağılımları, Grafik 4.7'de gösterilmiştir.

Grafik 4.7. Fitness Merkezi Üyelerinin “Üyelik Süresi” Değişkenine Göre Yüzde ve Frekans dağılımları



Araştırmaya katılan toplam 430 fitness merkezi üyesinin 283'ü (%65.8) haftada 3-4 defa spor-fitness merkezini kullanmaktadır. Fitness merkezi üyelerinin fitness merkezi kullanım sıklığı değişkenine göre yüzde (%) ve frekans dağılımları, Grafik 4.8'de gösterilmiştir.

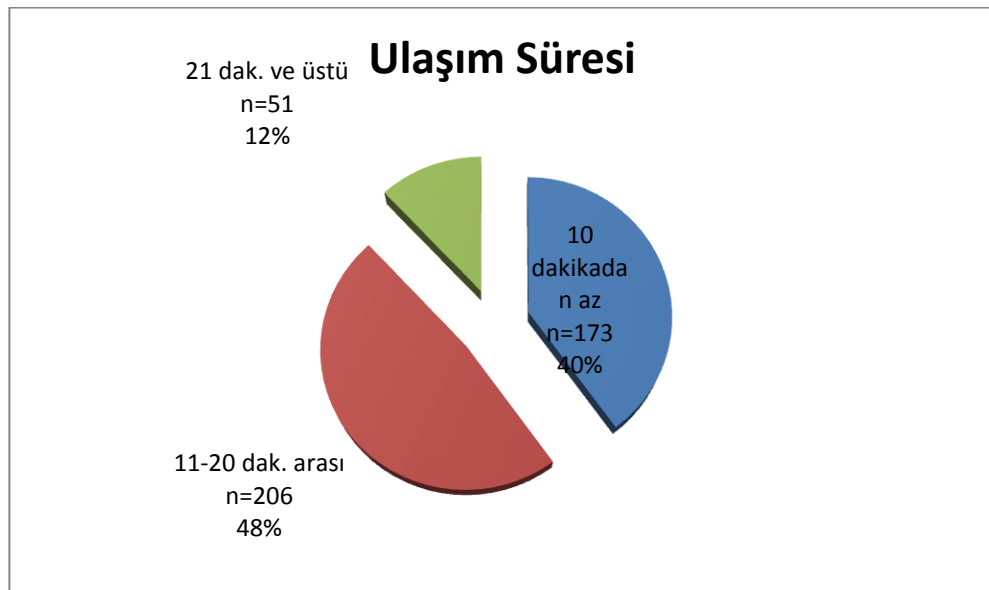
Grafik 4.8. Fitness Merkezi Üyelerinin “ Kullanım Sıklığı” Değişkenine Göre Yüzde ve Frekans dağılımları



Bu araştırmaya katılan fitness merkezi üyelerinin çoğunluğu (n=206 %47.9) fitness merkezine 10-20 dakika aralığında ulaşımını sağlamaktadır.

Fitness merkezi üyelerinin ulaşım süresi değişkenine göre yüzde (%) ve frekans dağılımları, Grafik 4.9’da gösterilmiştir.

Grafik 4.9. Fitness Merkezi Üyelerinin “Ulaşım Süresi” Değişkenine Göre Yüzde ve Frekans dağılımları



Tablo 4.1. SFM-HKÖ Puanların “Cinsiyet” Değişkenine Göre ortalamaları, standart sapmaları ve t testi Sonuçları

	Cinsiyet	N	X	Ss	t	p
Etkileşim Kalitesi	Kadın	306	4.6611	.6381	5,558	.010*
	Erkek	124	4.2726	.7006		
Çıktı Kalitesi	Kadın	306	4.0908	.3689	1,831	.001*
	Erkek	124	3.9677	1.0247		
Fiziksel Çevre Kalitesi	Kadın	306	4.0700	.8820	2,076	.066
	Erkek	124	3.8813	.7787		
Egzersiz Alet ve Ekipmanları	Kadın	306	4.0403	1.0060	5,186	.555
	Erkek	124	3.4704	1.0947		
Program Kalitesi	Kadın	306	4.2810	.8617	5,539	.202
	Erkek	124	3.7634	.9163		
Ortam Koşulları Kalitesi	Erkek	306	4.3824	1.2676	2,695	.379
	Kadın	124	4.0565	.7121		

*p<.05

Ölçeğin altı faktöre ilişkin ortalama ve standart sapma değerleri ile cinsiyete göre, faktör bazında yapılan bağımsız örneklemeler için *t testi* sonuçları Tablo 4.1’de verilmiştir. Buna göre, üyelerin **SFM-HKÖ** “*etkileşim kalitesi*” ($t=5.55$, $p<.05$) ve *çıktı kalitesi* ($t=1.83$, $p<.05$) alt boyutu istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmuştur.

Fitness merkezlerine üye olan kadınların, “*etkileşim kalitesi*”ne ilişkin hizmet kalitesi algı düzeyleri erkeklerin algı düzeylerinden daha yüksektir ($X_{kadın}=4.66$; $X_{erkek}=4.27$).

Fitness Merkezlerine üye olan kadınların, “*çıktı kalitesi*” ne ilişkin hizmet kalitesi algı düzeyleri erkeklerin algı düzeylerinden daha yüksektir ($X_{kadın}=4.09$; $X_{erkek}=3.96$).

Tablo 4.2. SFM-HKÖ Puanlarının “Eğitim Durumu” Değişkenine Göre Ortalama ve Standart Sapma Değerleri Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları

	Eğitim	N	X	SS	F	p
Etkileşim Kalitesi	İlköğretim	111	4.74	.761	8.013	.000*
	Lise	154	4.54	.613		
	Üniversite	165	4.41	.650		
Çıktı Kalitesi	İlköğretim	111	4.12	.341	1.27	.156
	Lise	154	4.08	.356		
	Üniversite	165	3.98	.918		
Fiziksel Çevre Kalitesi	İlköğretim	111	4.19	.890	4.95	.014*
	Lise	154	4.01	.826		
	Üniversite	165	3.89	.844		
Egzersiz Alet ve Ekipmanları	İlköğretim	111	4.23	.973	13.87	.000*
	Lise	154	3.87	1.030		
	Üniversite	165	3.63	1.089		
Program Kalitesi	İlköğretim	111	4.46	.827	19.175	.000*
	Lise	154	4.19	.877		
	Üniversite	165	3.84	.904		
Ortam Koşulları Kalitesi	İlköğretim	111	4.48	.734	2.12	.106
	Lise	154	4.25	.804		
	Üniversite	165	4.18	1.557		

*p<.05

Ölçeğin altı faktöre ilişkin ortalama ve standart sapma değerleri ile eğitim durumuna göre, faktör bazında yapılan tek yönlü ANOVA sonuçları Tablo 4.2’de verilmiştir. Buna göre, üyelerin **SFM-HKÖ** “Çıktı Kalitesi” alt boyutu puanları [F(1-480)=1.27, p>.05], “Ortam Koşulları Kalitesi” alt boyutu puanlarında [F(1-480)=2.12, p>.05] eğitim durumuna göre istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunamazken “Etkileşim Kalitesi” alt boyutu puanları [F(1-430)= 8.013, p<.05], ve “Fiziksel Çevre Kalitesi” alt boyutu puanlarında [F(1-480)=4.19, p<.05], “Egzersiz Alet ve Ekipmanları” alt boyutu puanlarında [F(1-480)=13.87, p<.05] ve “Program Kalitesi” alt boyutu puanlarında [F(1-480)=19.175, p<.05] istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmuştur.

Buna göre yapılan Tukey testinde fitness merkezi üyelerinden eğitim düzeyi “İlköğretim” mezunlarının “Etkileşim kalitesi” algıları, lise ve üniversite mezunlarına göre daha yüksek bulunmuştur ($X_{\text{ilköğretim}}=4.74$; $X_{\text{lise}}=4.54$; $X_{\text{üniversite}}=4.41$).

İlköğretim mezunlarının “Fiziksel çevre kalitesi” algıları, üniversite mezunlarının algılarına göre daha yüksektir ($X_{\text{ilköğretim}}=4.12$; $X_{\text{lise}}=4.08$, $X_{\text{üniversite}}=3.98$).

İlköğretim mezunlarının “Egzersiz Alet ve Ekipmanları” kalitesi algıları, lise ve üniversite mezunlarının algılarına göre daha yüksektir. ($X_{\text{ilköğretim}}=4.23$; $X_{\text{lise}}=3.87$, $X_{\text{üniversite}}=3.63$).

İlköğretim mezunlarının “Program kalitesi” algıları, lise ve üniversite mezunlarına göre, lise mezunlarının “Program kalitesi” algıları da üniversite mezunlarının algılarına göre daha yüksektir. ($X_{\text{ilköğretim}}=4.46$; $X_{\text{lise}}=4.19$, $X_{\text{üniversite}}=3.84$).

Bu bulgulara göre eğitim seviyesi arttıkça beklenti düzeyi yükselmektedir.

Tablo 4.3. SFM-HKÖ Puanlarının “Yaş” Değişkenine Göre Ortalama ve Standart Sapma Değerleri Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları

	Yaş	N	X	SS	F	p
Etkileşim Kalitesi	25 yaş altı	111	4.74	.871	.149	.861
	26-35 yaş arası	199	4.52	.630		
	36 yaş ve üzeri	120	4.40	.572		
Çıktı Kalitesi	25 yaş altı	111	4.12	1.059	1.555	.212
	26-35 yaş arası	199	4.05	.389		
	36 yaş ve üzeri	120	3.99	.369		
Fiziksel Çevre Kalitesi	25 yaş altı	111	4.19	.872	1.396	.249
	26-35 yaş arası	199	3.99	.844		
	36 yaş ve üzeri	120	3.88	.844		
Egzersiz Alet ve Ekipmanları	25 yaş altı	111	4.23	1.027	.33	.967
	26-35 yaş arası	199	3.89	1.103		
	36 yaş ve üzeri	120	3.51	1.059		
Program Kalitesi	25 yaş altı	111	4.46	.918	.712	.491
	26-35 yaş arası	199	4.16	.983		
	36 yaş ve üzeri	120	3.76	.842		
Ortam Koşulları Kalitesi	25 yaş altı	111	4.48	.801	.748	.474
	26-35 yaş arası	199	4.22	.763		
	36 yaş ve üzeri	120	4.21	1.501		

*p<.05

Ölçeğin altı faktöre ilişkin ortalama ve standart sapma değerleri ile yaşına göre, faktör bazında yapılan tek yönlü ANOVA sonuçları Tablo 4.3’de verilmiştir. Buna göre, üyelerin **SFM-HKÖ** “*Etkileşim Kalitesi*” alt boyutu puanları [F(1-480)=,149, p>.05], “*Çıktı Kalitesi*” alt boyutu puanları [F(1-480)=1,27, p>.05], “*Fiziksel Çevre Kalitesi*” alt boyutu puanları [F(1-480)=1,396, p>.05], “*Egzersiz Alet ve Ekipmanları*” alt boyutu puanlarında [F(1-480)=.33, p>.05] “*Program Kalitesi*” alt boyutu puanlarında [F(1-480)=,712 p>.05] “*Ortam Koşulları kalitesi*” yaş durumuna göre istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunamamıştır.

Tablo 4.4. SFM-HKÖ Puanların “Medeni Durum” Değişkenine Göre ortalamaları, standart sapmaları ve t testi Sonuçları

	Medeni Durum	N	X	SS	t	p
Etkileşim Kalitesi	Bekar	146	4.4000	.7230	-3.301	.001*
	Evli	284	4.6257	.6434		
Çıktı Kalitesi	Bekar	146	4.0356	.9652	-463	.644
	Evli	284	4.0655	.3607		
Fiziksel Çevre Kalitesi	Bekar	146	3.9932	.8665	-389	.697
	Evli	284	3.6324	.8533		
Egzersiz Alet ve Ekipmanları	Bekar	146	3.6324	1.1378	-3.450	.001*
	Evli	284	4.0012	1.0015		
Program Kalitesi	Bekar	146	3.8995	1.0014	-3.866	.000*
	Evli	284	4.2512	.8323		
Ortam Koşulları Kalitesi	Bekar	146	4.1667	.7938	-1.584	.114
	Evli	284	4.3509	1.2847		

*p<.05

Ölçeğin altı faktöre ilişkin ortalama ve standart sapma değerleri ile medeni duruma göre, faktör bazında yapılan bağımsız örneklemeler için *t testi* sonuçları Tablo 4.4’de verilmiştir. Buna göre, üyelerin **SFM-HKÖ** “*etkileşim kalitesi*” ($t=3.301$, $p<.05$), “*egzersiz alet ve ekipmanları*” ($t=-3.450$, $p<.05$) “*program kalitesi*” ($t=-3.866$, $p<.05$) alt boyutlarında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmuştur.

Fitness Merkezlerine üye olan evli kişilerin, “*etkileşim kalitesi*”ne ilişkin hizmet kalitesi algı düzeyleri bekar kişilerin algı düzeylerinden daha yüksektir ($X_{evli}=4.40$; $X_{bekar}=4.62$).

Fitness Merkezlerine üye olan evli kişilerin, “*egzersiz alet ve ekipmanlar*”a ilişkin hizmet kalitesi algı düzeyleri bekar kişilerin algı düzeylerinden daha yüksektir ($X_{evli}=3.63$; $X_{bekar}=4.00$).

Fitness Merkezlerine üye olan evli kişilerin, “*program kalitesi*” ne ilişkin hizmet kalitesi algı düzeyleri bekar kişilerin algı düzeylerinden daha yüksektir ($X_{\text{evli}}=3.89$; $X_{\text{bekar}}=4.25$).

Üyelerin SFM-HKÖ “*çıktı kalitesi*” ($t=-.463$, $p>.05$), “*fiziksel çevre kalitesi*” ($t=-.389$, $p>.05$), “*ortam koşulları kalitesi*” ($t=-1.584$, $p>.05$) alt boyutlarında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunamamıştır.

Tablo 4.5. SFM-HKÖ Puanlarının “Gelir Düzeyi” Değişkenine Göre Ortalama ve Standart Sapma Değerleri Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları

	Gelir Düzeyi	N	X	Ss	F	p
Etkileşim Kalitesi	750TL'den az	36	4.9111	.95731	6.687	.000*
	751-1500 TL	159	4.6308	.56847		
	1501-2500 TL	146	4.4630	.62511		
	2501 TL ve yukarısı	89	4.3978	.74772		
Çıktı Kalitesi	750TL'den az	36	4.1222	.29190	1.494	.215
	751-1500 TL	159	4.0704	.38592		
	1501-2500 TL	146	3.9726	.39974		
	2501 tl ve yukarısı	89	4.1371	1.17031		
Fiziksel Çevre Kalitesi	750TL'den az	36	4.4921	.69437	11.888	.000*
	751-1500 TL	159	4.2013	.82241		
	1501-2500 TL	146	3.8777	.86156		
	2501 tl ve yukarısı	89	3.7175	.82121		
Egzersiz Alet ve Ekipmanları	750TL'den az	36	4.3796	.76075	14.186	.000*
	751-1500 TL	159	4.1614	.07646		
	1501-2500 TL	146	3.7169	1.03823		
	2501 TL ve yukarısı	89	3.4232	1,15444		
Program Kalitesi	750tl'den az	36	4.4907	.97096	13.097	.000*
	751-1500 TL	159	4.3962	.76323		
	1501-2500 TL	146	3.9543	.89668		
	2501 TL ve yukarısı	89	3.8052	.96506		
Ortam Koşulları Kalitesi	750tl'den az	36	4.5278	.70542	2.564	.054
	751-1500 tl	159	4.4298	.68575		
	1501-2500 tl	146	4.1164	.82359		
	2501 tl ve yukarısı	89	4.2210	2.02755		

* $p<.05$

Ölçeğin altı faktöre ilişkin ortalama ve standart sapma değerleri ile gelir düzeyine göre, faktör bazında yapılan tek yönlü ANOVA sonuçları Tablo 4.5’de verilmiştir. Buna göre, üyelerin **SFM-HKÖ** “Çıktı Kalitesi” alt boyutu puanları [$F(1-480)=1,494$, $p>.05$], “Ortam Koşulları kalitesi” [$F(1-480)=2,564$ $p>.05$] gelir düzeyine göre istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunamamıştır.

“Etkileşim Kalitesi” alt boyutu puanlarında [$F(1-480)=6.687$, $p<.05$], “Fiziksel Çevre Kalitesi” alt boyutu puanlarında [$F(1-480)=11.888$, $p<.05$], “Egzersiz Alet ve Ekipmanları” [$F(1-480)=14.186$, $p<.05$], “Program Kalitesi” alt boyutu puanlarında [$F(1-480)=13.097$, $p<.05$], istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmuştur.

Buna göre yapılan Tukey testinde fitness merkezi üyelerinden gelir düzeyi “750 TL’den az” olanların “Etkileşim kalitesi” algıları, daha yüksek gelire sahip gruplara göre daha yüksek bulunmuştur ($X_{750\text{tl ve üzeri}}=4.91$; $X_{751\text{ tl-1500tl}}=4.63$; $X_{1501-2500\text{tl}}=4.46$; $X_{2501\text{tl ve üzeri}}=4.39$).

Gelir düzeyi 750 TL’den az olan kişilerin “Fiziksel çevre kalitesi” algıları, gelir düzeyi 751-1500 TL aralığında olanlara göre ve gelir düzeyi 751-1500 TL aralığında olan kişilerin, gelir düzeyi 1501-2500 TL aralığında olan kişilere göre daha yüksek olduğu görülmektedir. Ayrıca gelir düzeyi 2500 TL ve üzeri olan kişilerin “Fiziksel çevre kalitesi” algıları, gelir düzeyi 1501-2500 TL aralığında olan kişilerin algılarına göre daha düşüktür. ($X_{750\text{tl'den az}}=4.49$; $X_{751\text{ tl-1500tl}}=4.20$; $X_{1501-2500\text{tl}}=3.87$; $X_{2501\text{tl ve üzeri}}=3.71$).

Gelir düzeyi 750 TL’den az olanların “Egzersiz Alet ve Ekipmanları” kalitesi algıları, gelir düzeyi 751-1500 TL aralığında olanlara göre daha yüksektir. Gelir düzeyi 1501-2500 TL aralığında olan kişilerin “Egzersiz Alet ve Ekipmanları” kalitesi algıları gelir düzeyi 2500 TL ve üzeri olan kişilerin algılarına göre daha yüksektir. ($X_{750\text{tl'den az}}=4.37$; $X_{751\text{ tl-1500tl}}=4.16$; $X_{1501-2500\text{tl}}=3.71$; $X_{2501\text{tl ve üzeri}}=3.42$).

Gelir düzeyi 750 TL'den az olanların “Program kalitesi” algıları, gelir düzeyi 751-1500 TL aralığında olanlara göre daha yüksektir. Gelir düzeyi 1501-2500 TL aralığında olanların ise “Program kalitesi” algıları gelir düzeyi 2500 TL ve üzeri olan kişilerin algılarına göre daha yüksektir. ($X_{750\text{tl'den az}}=4.49$; $X_{751\text{ tl-1500tl}}=4.39$; $X_{1501-2500\text{tl}}=3.95$; $X_{2501\text{tl ve üzeri}}=3.80$). İstatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmuştur.

Bu bulgular doğrultusunda, kişilerin gelir düzeyi düştükçe algı düzeyi yükselmektedir.

Tablo 4.6. SFM-HKÖ Puanların “Üyelik Şekli” Değişkenine Göre ortalamaları, standart sapmaları ve t testi Sonuçları

	Üyelik Şekli	N	X	SS	t	p
Etkileşim Kalitesi	Bireysel	367	4.5300	.64484	-1.409	.160
	Aile	63	4.6603	.84996		
Çıktı Kalitesi	Bireysel	367	4.0540	.66401	-.110	.912
	Aile	63	4.0635	.41399		
Fiziksel Çevre Kalitesi	Bireysel	367	4.0008	.86330	-.866	.387
	Aile	63	4.1020	.82042		
Egzersiz Alet ve Ekipmanları	Bireysel	367	3.8538	1.07242	-1.045	.296
	Aile	63	4.0053	1.0446		
Program Kalitesi	Bireysel	367	4.0845	.92352	-2.627	.009*
	Aile	63	4.4074	.75833		
Ortam Koşulları Kalitesi	Bireysel	367	4.2834	1.19562	-.218	.827
	Aile	63	4.3175	.78842		

*p<.05

Ölçeğin altı faktöre ilişkin ortalama ve standart sapma değerleri ile cinsiyete göre, faktör bazında yapılan bağımsız örneklemeler için *t testi* sonuçları Tablo4.6’da verilmiştir. Buna göre, üyelerin **SFM-HKÖ** “*Program kalitesi*” ($t=-2.62$, $p<.05$) alt boyutunda istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmuştur.

Fitness merkezlerine bireysel üyelik yaptıranların, “*Program kalitesi*”ne ilişkin hizmet kalitesi algı düzeyleri aile üyeliği yaptıranlara göre algı düzeyleri daha düşüktür ($X_{\text{bireysel}}=4.08$; $X_{\text{aile}}=4.40$).

Tablo 4.7. SFM-HKÖ Puanlarının “Üyelik Süresi” Değişkenine Göre Ortalama ve Standart Sapma Değerleri Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları

	Üyelik Süresi	N	X	Ss	F	p
Etkileşim Kalitesi	1 yıldan az	274	4.5343	.71805	1.097	.335
	1-4 yıl arası	133	4.5444	.62139		
	5 ve daha fazla	23	4.7522	.48418		
Çıktı Kalitesi	1 yıldan az	274	4.0146	.41201	1.903	.150
	1-4 yıl arası	133	4.1098	.96341		
	5 ve daha fazla	23	4.2261	.27172		
Fiziksel Çevre Kalitesi	1 yıldan az	274	4.0417	.85464	1.480	.229
	1-4 yıl arası	133	3.9270	.87245		
	5 ve daha fazla	23	4.2174	.76915		
Egzersiz Alet ve Ekipmanları	1 yıldan az	274	3.8978	1.06260	.738	.479
	1-4 yıl arası	133	3.7995	1.07147		
	5 ve daha fazla	23	4.0580	1.02815		
Program Kalitesi	1 yıldan az	274	4.1083	.92979	1.377	.253
	1-4 yıl arası	133	4.1278	.86039		
	5 ve daha fazla	23	4.4348	.89010		
Ortam Koşulları Kalitesi	1 yıldan az	274	4.3747	1.29269	2.565	.078
	1-4 yıl arası	133	4.1028	.81771		
	5 ve daha fazla	23	4.3333	.69631		

* $p < .05$

Ölçeğin altı faktöre ilişkin ortalama ve standart sapma değerleri ile üyelik süresine göre, faktör bazında yapılan tek yönlü ANOVA sonuçları Tablo 4.7’de verilmiştir. Buna göre, üyelerin **SFM-HKÖ** “*Etkileşim Kalitesi*” alt boyutu puanları [$F(1-480)=1,097$, $p>.05$], “*Çıktı Kalitesi*” alt boyutu puanları [$F(1-480)=1,903$, $p>.05$], “*Fiziksel Çevre Kalitesi*” alt boyutu puanları [$F(1-480)=1,480$, $p>.05$], “*Egzersiz Alet ve Ekipmanları*” alt boyutu puanlarında [$F(1-480)=.738$, $p>.05$]

“*Program Kalitesi*” alt boyutu puanlarında [$F(1-480)=1,377$ $p<.05$] “*Ortam Koşulları kalitesi*” üyelik süresi durumuna göre istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunamamıştır.

Tablo 4.8. SFM-HKÖ Puanlarının “Kullanım Sıklığı” Değişkenine Göre Ortalama ve Standart Sapma Değerleri Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları

	Kullanım Sıklığı	N	X	Ss	F	p
Etkileşim Kalitesi	Haftada 1-2 defa	127	4.5661	.62147	.353	.703
	Haftada 3-4 defa	283	4.5339	.71020		
	Haftada 5 veya fazlası	20	4.6550	.59247		
Çıktı Kalitesi	Haftada 1-2 defa	127	4.0425	.44908	.204	.816
	Haftada 3-4 defa	283	4.0551	.71623		
	Haftada 5 veya fazlası	20	4.1400	.30505		
Fiziksel Çevre Kalitesi	Haftada 1-2 defa	127	4.1440	.91127	2.032	.132
	Haftada 3-4 defa	283	3.9616	.81825		
	Haftada 5 veya fazlası	20	3.9643	.99069		
Egzersiz Alet ve Ekipmanları	Haftada 1-2 defa	127	4.0761	.99840	3.649	.027*
	Haftada 3-4 defa	283	3.7774	1.08554		
	Haftada 5 veya fazlası	20	4.0000	.99119		
Program Kalitesi	Haftada 1-2 defa	127	4.1470	.97106	.097	.907
	Haftada 3-4 defa	283	4.1201	.88709		
	Haftada 5 veya fazlası	20	4.2000	.81219		
Ortam Koşulları Kalitesi	Haftada 1-2 defa	127	4.3963	1.74359	.816	.443
	Haftada 3-4 defa	283	4.2462	.77099		
	Haftada 5 veya fazlası	20	4.2000	.68740		

* $p<.05$

Ölçeğin altı faktöre ilişkin ortalama ve standart sapma değerleri ile kullanım sıklığına göre, faktör bazında yapılan tek yönlü ANOVA sonuçları Tablo 4.8’de verilmiştir. Buna göre, üyelerin **SFM-HKÖ** “*Etkileşim Kalitesi*” alt boyutu puanları [$F(1-480)=,353$, $p>.05$], “*Çıktı Kalitesi*” alt boyutu puanları [$F(1-480)=,204$, $p>.05$], “*Fiziksel Çevre Kalitesi*” alt boyutu puanları [$F(1-480)=2,032$, $p>.05$], “*Program*

Kalitesi” alt boyutu puanlarında [$F(1-480)=,097$ $p<.05$] “*Ortam Koşulları kalitesi*” [$F(1-480)=,816$ $p<.05$] kullanım sıklığı durumuna göre istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunamamıştır.

Buna göre yapılan Tukey testinde fitness merkezi üyelerinden kullanım sıklığı haftada 1-2 gün olanların “Egzersiz alet ve ekipmanları” kalite algıları, kullanım sıklığı haftada 5 günden fazla olanlara ve haftada 5 günden fazla olanların ise haftada 3-4 gün olanlara göre daha yüksektir. ($X_{1-2 \text{ gün}}=4.07$; $X_{3-4 \text{ gün}}=3.77$; $X_{5 \text{ günden fazla}}=4.00$). İstatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmuştur.

Tablo 4.9. SFM-HKÖ Puanlarının “Ulaşım Süresi” Değişkenine Göre Ortalama ve Standart Sapma Değerleri Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları

	Ulaşım Süresi	N	X	Ss	F	p
Etkileşim Kalitesi	10 dak. dan az	173	4.6486	.69580	5.255	.006*
	11-20 dakika	206	4.5248	.64635		
	21 dak. fazla	51	4.3098	.69606		
Çıktı Kalitesi	10 dak. dan az	173	4.0983	.87008	1.415	.244
	11-20 dakika	206	4.0505	.40021		
	21 dak. Fazla	51	3.9294	.39562		
Fiziksel Çevre Kalitesi	10 dak. dan az	173	4.0545	.85665	5.753	.003*
	11-20 dakika	206	4.0763	.81336		
	21dak. Fazla	51	3.6387	.94819		
Egzersiz Alet ve Ekipmanları	10 dak. dan az	173	3.8555	1.09098	6.291	.002*
	11-20 dakika	206	4.0049	1.00916		
	21 dak. fazla	51	3.4248	1.07009		
Program Kalitesi	10 dak. dan az	173	4.1599	.96822	4.949	.002*
	11-20 dakika	206	4.2184	.82984		
	21dak. fazla	51	3.6863	.88547		
Ortam Koşulları Kalitesi	10 dak. dan az	173	4.2717	.78589	7.379	.001*
	11-20 dakika	206	4.3883	1.43105		
	21 dak. fazla	51	3.9412	.74149		

* $p<.05$

Ölçeğin altı faktöre ilişkin ortalama ve standart sapma değerleri ile ulaşım süresine göre, faktör bazında yapılan tek yönlü ANOVA sonuçları Tablo 4.9’da verilmiştir. Buna göre, üyelerin **SFM-HKÖ** “*Etkileşim Kalitesi*” alt boyutu puanları [$F(1-480)=5,255$, $p<.05$], “*Fiziksel Çevre Kalitesi*” alt boyutu puanları [$F(1-480)=6,291$, $p<.05$], “*Egzersiz Alet ve Ekipmanları*” alt boyutu puanlarında [$F(1-480)=6,291$, $p>.05$] “*Program Kalitesi*” alt boyutu puanlarında [$F(1-480)=4,949$, $p<.05$] “*Ortam Koşulları kalitesi*” [$F(1-480)=7,379$, $p<.05$] ulaşım süresi durumuna göre istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmuştur.

Buna göre yapılan Tukey testinde fitness merkezi üyelerinden ulaşım süresi 10 dakikadan az olanların “Etkileşim kalitesi” algıları, ulaşım süresi 11-20 dakika arasında olanlara göre daha yüksektir. Ayrıca “Etkileşim kalitesi” algısı, ulaşım süresi 11-20 dakika arasında olanlara göre ulaşım süresi 21 dakikadan fazla olanlardan daha yüksek bulunmuştur ($X_{10 \text{ dak. az}}=4.64$; $X_{11-20 \text{ dak.}}=4.52$; $X_{21 \text{ dak. fazla}}=4.30$).

Fitness Merkezlerine ulaşım süresi 21 dakikadan fazla olanların diğer gruplara göre, “*Fiziksel çevre kalitesi*”ne ilişkin hizmet kalitesi algı düzeyleri daha düşük bulunmuştur. Ulaşım süreleri 11-20 dakika arası olanların ise algı düzeyleri, 10 dakikadan az olanlara göre daha yüksek bulunmuştur. ($X_{10 \text{ dak. az}}=4.05$; $X_{11-20 \text{ dak.}}=4.07$; $X_{21 \text{ dak. fazla}}=3.63$).

Yapılan Tukey testinde fitness merkezi üyelerinden ulaşım süresi 10 dakikadan az olanlar ve ulaşım süresi 11-20 dakika arasında olanların “Egzersiz alet ve ekipmanlar kalitesi” algısı, ulaşım süresi 21 dakikadan fazla olanlara göre daha yüksek bulunmuştur ($X_{10 \text{ dak. az}}=3.85$; $X_{11-20 \text{ dak.}}=4.00$; $X_{21 \text{ dak. fazla}}=3.42$).

Fitness merkezi üyelerinden ulaşım süresi 10 dakikadan az olanlar ve ulaşım süresi 11-20 dakika arasında olanların “Program kalitesi” algısı, ulaşım süresi 21 dakikadan fazla olanlara göre daha yüksek bulunmuştur ($X_{10 \text{ dak. az}}=4.15$; $X_{11-20 \text{ dak.}}=4.21$; $X_{21 \text{ dak. fazla}}=3.68$).

Tukey testinde fitness merkezi üyelerinden ulaşım süresi 10 dakikadan az olanlar ve ulaşım süresi 11-20 dakika arasında olanların “Ortam koşulları kalitesi” algısı bakımından daha düşük bulunmuştur, ulaşım süresi 10 dakikadan az olanlara göre ulaşım süresi 21 dakikadan fazla olanların algı düzeyleri yüksek bulunmuştur ($X_{10 \text{ dak. az}}=4.27$; $X_{11-20 \text{ dak.}}=4.38$; $X_{21 \text{ dak. fazla}}=3.94$).

BÖLÜM V

SONUÇLAR VE ÖNERİLER

4.1 Sonuçlar

Bu araştırmada, Ankara Büyükşehir Belediyesi'ne bağlı belediyelerin Fitness Merkezleri'nin “Algılanan Hizmet Kalitesi incelenmiştir. Bu bölümde ise, araştırmacının amacı doğrultusunda kullandığı ölçeğin sonuçları ile elde edilen verilerin istatistiksel analizleri sonucu elde edilen bulgulara ilişkin yorumlar, ulaşılan sonuçlar ve öneriler yer almaktadır.

Cinsiyet

Cinsiyete göre araştırmamızda, *t testi* sonucu SFM-HKÖ puanlarının, üyelerin cinsiyetinden etkilendiğini göstermektedir. Yani üyelerin cinsiyetlerindeki farklılıklar; SFM-HKÖ puanlarında bir değişime neden olmuştur. SFM-HKÖ alt boyutları (etkileşim, çıktı, fiziksel çevre, egzersiz alet ve ekipmanları, program, ortam koşulları) incelendiğinde, etkileşim kalitesi ve çıktı kalitesi alt boyutlarında bir farklılık gözlenmiştir. Buna göre fitness merkezlerine üye olan kadınların, “*etkileşim kalitesi*” ve “*çıktı kalitesi*”ne ilişkin hizmet kalitesi algı düzeyleri erkeklerin algı düzeylerinden daha yüksektir. Diğer bir ifade ile kadın üyeler, etkileşim ve çıktı kalitesi için beklentilerinin daha çok karşılandığını düşünmektedir. Yani fitness merkezlerine üye olan kadınların etkileşimde oldukları spor eğitmenleri / antrenörleri, diğer personel ve üyeleri, fitness merkezi hizmet kalitesi algılama düzeylerinde etkili olduğunu göstermektedir. Ayrıca, çıktı kalitesi alt boyutunda, kadın üyelerin erkek üyelere göre, hizmetten ne fayda sağladığı konusunda anlamlı farklılık bulunmuştur. Örneğin; fiziksel uygunluğun artması, becerilerinin artması, mutlu hissetme ya da sosyal etkileşim gibi çıkarımları algılama düzeyleri daha yüksek bulunmuştur. Bu durum kadın üyelerin belediyelere ait fitness tesisleri ile ilgili beklentilerinin erkeklere oranla daha az olması şeklinde ifade edilebilir. Literatür incelemesinde, Boz'un bulguları şu şekildedir: Tesislerde müşterilere gösterilen nezaket, samimiyet ve ilgi,

tesislerden bilgi alma kolaylığı, tesislerdeki çalışanların müşterilerle ilgili problemleri çözme yeteneği, tesislerde çalışanların kılık kıyafet düzeni, tesislerde sakatlanmalara karşı yapılan sağlık hizmeti, tesislerde çalışan antrenörlerin hizmet sunum kalitesi, tesisler ulaşım kolaylığı, tesislerin otopark ihtiyaçlarını sağlama kolaylığı, tesislerde spor hizmetlerinin kaliteli ve verimli olması, tesislerin amaçlara ulaşmadaki yeterliliği arasında ilgi vardır. Kalite ölçeği ile ilgili diğer değişkenlerle cinsiyet arasında ilgi yoktur. Bir başka deyişle diğer değişkenler cinsiyet değişkeninden bağımsızdırlar.

Yüzgenç'e (2010) göre, cinsiyete göre bakıldığında, boyut ve alt boyut puanlarının üyelerin cinsiyetinden etkilenmediği görülmektedir. Yani, üyelerin cinsiyetlerindeki farklılıklar; Hizmet Kalitesi Değerlendirme Ölçeği (HKDÖ) puanlarında bir değişime neden olmamaktadır. Ancak, ölçeğin alt boyutları (çalışanlar, program, soyunma odaları, tesis) incelendiğinde, sadece soyunma odaları alt boyutunda bir farklılık gözlenmiştir. Gözlenen bu farklılık kadınlar lehinedir. Yani kadın üyelerin soyunma odalarına ilişkin hizmet kalitesi algı düzeyleri, erkeklerden daha yüksektir. Diğer bir ifade ile kadınlar, soyunma odaları için beklentilerinin daha çok karşılandığını düşünmektedir. Buna ilave olarak, tesis alt boyutunda anlamlı bir fark çıkmamasına karşın anlamlılık sınırı olan 0.05 düzeyine çok yakın bir değer çıkmıştır (0.059). Tesis boyutunda kadınların erkeklere oranla hizmet kalitesi algı düzeyleri daha yüksek bulunmuştur. Yani kadınların tesis boyutunda erkeklerden daha memnun olduğu görülmektedir. Bu durum kadınların belediyeye ait spor tesisleriyle ilgili beklentilerinin erkeklere oranla daha az olmasıyla açıklanabilir.

Greenwell ve arkadaşlarına (2004) göre bayan müşterilerin memnuniyetleri, kullandıkları tesislerin fiziksel ortamı ve hizmet sunan çalışanına odaklıdır. Kadın müşterilerin, genel olarak kullandıkları spor merkezlerinin hizmet kalitesinden erkeklere kıyasla daha memnun oldukları göze çarpmaktadır.

Literatürde araştırma sonuçlarını destekleyen araştırmaların yanı sıra bunun aksini bildiren araştırmalar da mevcuttur.

Theodorakis, Alexandris, Rodriguez, Sarmento'nun (2004) Portekiz'deki spor kulüplerinde müşteri memnuniyetini ölçmek ve demografik unsurlarla karşılaştırmak amacıyla yaptığı araştırma bulgularına göre, cinsiyete göre sunulan hizmet ve tesis boyutunda istatistiksel anlamda farklılık vardır. Erkekler tesis ve hizmetler

boyutundaki sorulara daha yüksek puanlar vermişlerdir. Yani, kadınlar tesis ve hizmetlerden erkeklere göre daha az memnundur. Bu da tesis ve hizmet boyutunun estetikle ilgili çeşitli öğeleri içermektedir (hem egzersiz yeri, hem soyunma odalarının temizlik koşulları aynı zamanda sağlanan program yelpazesi bakımından). Bu durum kulüplerin yöneticileri tarafından dikkate alınmalıdır.

Aslan'ın (2006) seçilmiş üniversitelerin spor ve fitness merkezleri arasında hizmet kalitesini belirlemek için yaptığı araştırmada, katılımcılar arasında hizmet kalitesi memnuniyet puanları hem toplamda hem de program, tesis, çalışan, soyunma odaları alt boyutlarında cinsiyet açısından anlamlı bir farklılık göstermemektedir.

Yaş

Yaş değişkenine göre araştırmamızda ANOVA sonucu SFM-HKÖ puanlarının, üyelerin yaşından etkilenmediğini göstermektedir. Yani üyelerin yaşlarındaki farklılıklar; SFM-HKÖ puanlarında bir değişime neden olmamaktadır.

Öztürk'e (2010), araştırmaya katılan sağlıklı yaşam ve spor merkezlerindeki üyelerinin tatmin ölçeği, sosyal ve entelektüel tatmin, fiziksel ve psikolojik tatmin, kuruluş ve sunulan programların çekiciliği, personelin tutumu ve yeterliliği, sağlıklı yaşam merkezinin temizliği alt boyutu puanlarının yaş değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü varyans analizi (ANOVA) sonucunda, yaş gruplarının ortalamaları arasındaki fark, istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır. Buna göre müşterilerin tatmin olup olmama durumları yaş durumlarına göre değişmemektedir.

Boz'a (2007) göre, 30 ve altı yaş grupları diğer yaş gruplarına oranla tesislerdeki uygulanan aktivitelerin yeterliliğini daha iyi görmektedirler.

Medeni hal

Medeni hal değişkenine göre incelediğimizde, araştırmamızda *t testi* sonucu SFM-HKÖ puanlarının, üyelerin medeni durumundan etkilendiğini göstermektedir. Yani üyelerin medeni durumları değişirse, SFM-HKÖ puanlarında da bir değişim olmaktadır. Aynı şekilde, SFM-HKÖ alt boyutları incelendiğinde etkileşim, egzersiz alet ve ekipmanlar ve program kalitesi alt boyutlarında anlamlı bir farklılık

gözlenmektedir. Gözlenen bu farklılık evli olan üyelerin lehinedir. Yani evli olan üyelerin etkileşim, egzersiz alet ve ekipmanları ve programa ilişkin hizmet kalitesi algı düzeyleri, bekar üyelerin algı düzeylerinden daha yüksektir. Diğer bir ifade ile evli üyeler; etkileşim, egzersiz alet ve ekipmanları ve program için beklentilerinin, bekar üyelere göre daha çok karşılandığını düşünmektedir. Bu durum evli üyelerin sosyal anlamda, bekarlara göre daha rahat ve tecrübeli olmalarıyla ve beklentilerinin daha az olmasıyla açıklanabilir.

Öztürk'ün (2010) yaptığı çalışmada, görüldüğü gibi, araştırmaya katılan sağlıklı yaşam ve spor merkezlerindeki üyelerinin tatmin ölçeği fiziksel ve psikolojik tatmin alt boyutu puanlarının medeni durumu değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla gerçekleştirilen test sonucunda, grupların aritmetik ortalamaları arasındaki fark, istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur. Ortalamalar arasındaki farka göre, sağlıklı yaşam ve spor merkezlerindeki evli üyelerinin fiziksel ve psikolojik tatmin düzeyi, sağlıklı yaşam ve spor merkezlerindeki bekâr üyelerinin fiziksel ve psikolojik tatmin düzeyinden yüksektir. Araştırmaya katılan sağlıklı yaşam ve spor merkezlerindeki üyelerin tatmin ölçeği kuruluş ve sunulan programların çekiciliği, ölçeği sosyal ve entelektüel tatmin, personelin tutumu ve yeterliliği, temizliği, alt boyutu, medeni durumu değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla gerçekleştirilen bağımsız test sonucunda, grupların aritmetik ortalamaları arasındaki fark, istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır. Yani sağlıklı yaşam ve spor merkezlerindeki üyelerinin tatmin ölçeği fiziksel ve psikolojik tatmin alt boyutu puanları medeni durumu değişkenine göre anlamlı bir farklılık bulunmuştur. Bu sonuca göre evli üyelerin evlilik sorumlulukları ve buna bağlı olarak ekonomik yükleri, aile yaşantısı sorumlulukları, varsa çocuklarının sorumlulukları ve iş tempoları ya da ev hanımları için ev işi stresi bekârlara göre daha fazla fiziksel ve psikolojik baskı ve yük getirmektedir. Bu üyeler spor merkezlerine gittiklerinde kısa bir süre de olsa tüm bu sorumluluk ve sorunlardan uzaklaşmaktadır. Sonucunda rahatlama yaşamaktadırlar.

Tüfekçi'ye (2010) göre, evlilerin tüm boyutlarda erkeklere göre yüksek beklenti düzeylerine sahip oldukları görülmektedir. Evlilerin en yüksek beklentileri soyunma odası boyutunda iken, en düşük beklentileri antrenman tesisi boyutundadır.

Buna karşılık bekârların en yüksek beklentileri personel boyutunda iken, en düşük beklentileri antrenman tesisi boyutundadır.

Yüzgenç'e (2010) göre; üyelerin medeni durumları değişirse, ölçek puanlarında da bir değişim olmaktadır. Aynı şekilde, ölçek alt boyutları incelendiğinde çalışanlar, program ve tesis alt boyutlarında anlamlı bir farklılık gözlenmiştir. Gözlenen bu farklılık evli olan üyeler lehinedir. Yani evli olan üyelerin çalışanlar, program ve tesise ilişkin hizmet kalitesi algı düzeyleri, bekâr üyelerin algı düzeylerinden daha yüksektir. Diğer bir ifade ile evli üyeler; çalışan, program ve tesis için beklentilerinin, bekâr üyelere göre daha çok karşılandığını düşünmektedir. Bu durum evli üyelerin sosyal anlamda, bekarlara göre daha rahat ve tecrübeli olmalarıyla ve beklentilerinin daha az olmasıyla açıklanabilir.

Gelir düzeyi

Gelir düzeyi değişkenine göre yapılan ANOVA sonucu SFM-HKÖ puanlarının, fitness tesisi üyelerinin gelir düzeylerinden etkilendiğini göstermektedir. Yani üyelerin gelir düzeylerindeki farklılıklar, SFM-HKÖ puanlarında bir değişime neden olmuştur. SFM-HKÖ alt boyutları incelendiğinde etkileşim, fiziksel çevre, egzersiz alet ve ekipmanları ve program alt boyutlarında farklılık gözlenmiştir.

Gözlenen bu farklılıklara, etkileşim kalitesi boyutunda bakıldığında, 750 TL ve altı gelir düzeyine sahip kişilerin gelir düzeyi daha yüksek olan kişilere göre beklentilerinin daha yüksek olduğunu görülmektedir. Yani düşük gelir seviyesine sahip üyeler, etkileşimde oldukları spor eğitmenleri/antrenörleri, diğer personel ve üyelere beklentilerini yüksek tutmaktadır. Diğer bir ifade ile yüksek gelir sahibi üyeler, spor eğitmenleri/antrenörleri, diğer personel ve üyeler için beklentilerini daha çok karşılandığını düşünmektedir. Bu durum gelir düzeyleri 751 TL ve daha yüksek olan üyeler için, spor eğitmenleri/antrenörleri, diğer personel ve üyelere beklentilerinin düşük olmasıyla açıklanabilir.

Fiziksel çevre alt boyutunda bakıldığında, gelir düzeyi 750 TL ve daha az olan üyelerin beklenti düzeyleri, gelir düzeyi 751TL-1500TL aralığında olan üyelere göre, gelir düzeyi 751TL-1500TL aralığında olan üyelerin beklenti düzeyleri, gelir düzeyi 1501TL-2500TL aralığında olan üyelere göre daha yüksektir. Ayrıca yine fiziksel çevre boyutunda, gelir düzeyi 2501TL ve üzeri olan üyelerin beklenti

düzeyleri gelir düzeyi 1501TL-2500TL aralığında olan üyelere göre daha düşüktür. Yani, gelir düzeyi yüksek olan üyelerin, hizmetin hem üretimi hem de tüketimi sırasında fiziksel çevreden etkilenmektedir. Düşük gelir seviyesine sahip üyelerin spor-fitness merkezindeki bekleme ve dinlenme alanlarının yeterliliği, spor alanlarının geniş ve geniş ve temiz olması, soyunma odaları ve duşlarda yeterli alanın olması, duşlarda sıcak su bulunması, soyunma odaları ve duşların havalandırılmasının yeterli olması, soyunma odaları ve duşların temiz olması ve soyunma dolaplarının yeterli olması konusunda beklentilerinin yüksek olmasıyla açıklanabilir.

Egzersiz alet ve ekipmanları alt boyutunda incelediğimizde, beklenti düzeyi gelir düzeyi 750 TL ve daha az olan üyeler ile gelir düzeyi 751TL-1500TL aralığında olan üyeler ile gelir düzeyi 1501TL-2500TL aralığında olan üyelerle gelir düzeyi 2501 TL'den fazla olan üyelere göre daha fazladır. Yani gelir düzeyi arttıkça egzersiz alet ve ekipmanlarının nitelikleri açısından beklenti düzeyi azalmıştır. Diğer bir deyişle, gelir seviyesi azaldıkça, egzersiz alet ve ekipmanlarının yeterli sayıda olması, çeşitliliği, modernliği, egzersiz alet ve ekipmanlarının güvenli olması ve her zaman düzgün çalışır durumda olması gibi faktörler hizmet kalitesi algısını artırmaktadır.

Program kalitesi alt boyutunda baktığımızda ise, gelir seviyesi 750 TL ve daha az olan üyelerin gelir seviyesi 751TL-1500TL aralığında olan üyelere göre ve gelir seviyesi 1501TL-2500 TL olan üyelerin gelir seviyesi 2501 TL'den fazla olan üyelere göre beklenti düzeyleri daha fazladır. Yani, gelir düzeyi düşük olan üyeler hazırlanan ya da sunulan programın mükemmeliyeti hakkındaki algısı daha fazladır. Diğer bir ifade ile spor-fitness merkezine üye kişilerin gelir düzeyi arttıkça, sunulan program ve aktivitelerin çeşitliliği, programların yenilikleri takip eden güncel nitelikte olması ve sunulan programların uygulama saatlerinin ve günlerinin üyelerin istek ve ihtiyaçlarına uygunluğu ile ilgili beklentileri azalmaktadır.

Yüzgenç'e (2010) göre; üyelerin gelir düzeylerindeki farklılıklar, ölçek puanlarında bir değişime neden olmuştur. Ek olarak, ölçek alt boyutları incelendiğinde sadece "çalışan" alt boyutunda bir farklılık gözlenmiştir. Gözlenen bu farklılık, gelir düzeyi "1500TL'den fazla" olan üyeler lehinedir. Yani geliri yüksek üyelerin, çalışana ilişkin hizmet kalitesi algı düzeyleri gelir düzeyi düşük üyelere göre daha yüksektir. Diğer bir ifade ile yüksek gelir sahibi üyeler, çalışan için beklentilerinin daha çok karşılandığını düşünmektedir. Bu durum genelde alanyazınla ters düşmektedir. Bu

durum gelir düzeyi 1500TL'den fazla olan üyelerin çalışanlar konusunda beklentilerinin düşük olmasıyla açıklanabilir.

Boz (2007)'un yaptığı araştırma bulgularına göre, müşterilerin gelir seviyesi arttıkça, gerektiğinde yöneticilerle görüşmeye önem verdikleri ve çalışanlarla iletişim kurmaları daha kolay ve etkin olabilmektedir.

Ceyhun'un (2006) araştırmasına göre, ailenin ortalama aylık gelir seviyeleri bakımından program alt boyutunda, düşük gelir düzeyine sahip üyelerden elde edilen puanların daha yüksek olduğu bulunmuştur. Yani gelir düzeyi arttıkça program alt boyutunda memnuniyet azalmaktadır. Tesisin fiziksel özellikleri ile ilgili sorulardan elde edilen cevaplar ailelerin gelir düzeyleri ile karşılaştırıldığında en yüksek gelir düzeyine sahip üyelerden elde edilen puanların daha yüksek olduğu bulunmuştur. Yani gelir düzeyi arttıkça tesisin fiziksel özellikleri bakımından memnuniyet düzeyi de artmaktadır.

Eğitim durumu

Eğitim düzeyine göre yapılan ANOVA sonucu SFM-HKÖ puanlarının fitness merkezine üye kişilerin eğitim düzeyinden etkilendiğini göstermektedir. Yani üyelerin eğitim düzeylerindeki farklılıklar SFM-HKÖ puanlarında bir değişime neden olmaktadır. SFM-HKÖ alt boyutları incelendiğinde etkileşim kalitesi, fiziksel çevre, egzersiz alet ve ekipmanları ve program kalitesi alt boyutlarında farklılık gözlenmiştir. Diğer bir ifade ile eğitim düzeyi yüksek olan üyelerin etkileşim kalitesi, fiziksel çevre, egzersiz alet ve ekipmanları ve program kalitesi beklentileri daha çok karşılandığı söylenebilir. Ayrıca program kalitesi alt boyutunda lise mezunu üyelerin beklenti düzeyleri üniversite mezunlarına göre daha yüksektir.

Üyelik şekli

Üyelik şekline göre yapılan t testi sonucu SFM-HKÖ genel puanlarının, üyelerin üyelik şekillerinden etkilenmediğini göstermektedir. Yani üyelerin üyelik şekillerindeki farklılıklar SFM-HKÖ puanlarında bir değişime neden olmamaktadır. Ancak, SFM-HKÖ alt boyutları incelendiğinde, sadece “program kalitesi” alt boyutunda bir farklılık gözlenmiştir. Gözlenen bu farklılık üyelik şekli aile üyeliği olan üyeler lehine olmuştur. Yani aile üyeliği yaptıran üyelerin “program kalitesi” alt

boyutuna ilişkin hizmet kalitesi algı düzeyleri diğerlerinden daha yüksektir. Diğer bir ifade ile bireysel üyelik yaptıran üyelerin, sunulan program ve aktivitelerden beklentilerinin daha çok karşılandığı söylenebilir.

Üyelik süresi

Üyelik süresine göre yapılan ANOVA sonucu SFM-HKÖ genel puanlarının, üyelerin üyelik sürelerinden etkilenmediğini göstermektedir. Yani üyelerin üyelik sürelerindeki farklılıklar, SFM-HKÖ puanlarında bir değişime neden olmamaktadır.

Yapılan literatür taramasında, Ardıçlı'nın "Keçiören Belediyesi Spor Merkezlerinde Spor Faaliyetleri Sırasında Karşılaşılan Sağlık Sorunları" adlı çalışmasında ise, üyelerin spor merkezine uzun zamandır devam etmelerinin, spor tesisinden memnun kaldıkları sonucuna ulaşmasını sağlamıştır. Yapılan başka bir çalışmada ise çalışmamızı destekler nitelikte benzer bir sonuca ulaşılmıştır.

Yüzgenç'in yapmış olduğu "Yerel yönetimlerin sunduğu spor hizmetlerinde hizmet kalitesi" adlı çalışmasında gençlik merkezi üyelerinin tesise üye olma sürelerine göre yapılan istatistiksel bulgular sonucu üyelerin merkezlere üyelik süreleri değişse bile ölçek puanlarında bir değişim gözlenmemiştir. Bu aynı zamanda kullanılan ölçeğin alt boyutları için de geçerlidir.

Bu bulguların aksine üyelik süresinden etkilenildiği sonucuna ulaşılan bir çalışma ise Ceyhun'a (2006) aittir. Ceyhun'un yapmış olduğu "Spor İşletmelerinde Hizmet Kalitesi" adlı çalışmasına göre, çalışan alt boyutunda üyelerin tesisi kullanma süresi (yıl) arttıkça, çalışan boyutunda memnuniyet azalmaktadır. Yine aynı çalışma bulgularına göre, spor tesisin fiziksel özellikleri; program, soyunma odaları alt boyutlarında, üyelerin spor tesisini kullanma süresi arttıkça, spor tesisinin fiziksel özelliklerine, programlara ve soyunma odalarına duyulan memnuniyet azalmaktadır. Üyeler işletmelerde kaldıkları süre içinde hizmet kalitesi açısından işletmeleri yetersiz görmektedirler.

Memiş ve Ekenci'nin (2007) "Spor merkezlerinde müşteri memnuniyeti" adlı çalışmalarında da 1 yıl ve daha fazla zamandır spor tesislerinden faydalanan üyelerin hizmet kalitesinin devamlılığının zamanla azaldığı sonucuna vardığı belirtilmiştir. Bu durum özellikle spor işletmelerinin üye tutturma çabalarına ayrıca önem vermeleri gerektiğini göstermektedir.

Fitness merkezi kullanım sıklığı

Fitness merkezi üyelerinin tesisi kullanım sıklıklarına göre yapılan ANOVA sonucu SFM-HKÖ puanlarının, üyelerin fitness merkezlerini kullanım sıklıklarından etkilenmediğini göstermektedir. Yani üyelerin fitness merkezlerini kullanıma sıklıkları değişse bile SFM-HKÖ puanlarında bir değişim gözlenmemektedir. Fakat SFM-HKÖ alt boyutları incelendiğinde yalnızca “egzersiz alet ve ekipmanları” alt boyutunda bir farklılık gözlenmiştir. Gözlenen bu farklılık fitness merkezi üyelerinden kullanım sıklığı haftada 1-2 gün olanların “Egzersiz alet ve ekipmanları” kalite algıları, kullanım sıklığı haftada 5 günden fazla olanlara ve haftada 5 günden fazla olanların ise haftada 3-4 gün olanlara göre daha yüksektir. Yani fitness merkezlerini haftada 3-4 gün kullanan üyelerin egzersiz alet ve ekipmanlar alt boyutunda daha az veya daha fazla kullanan üyelere göre kalite algılamaları daha düşüktür.

Yüzgenç’e (2010) göre; üyeler Gençlik Merkezleri’ni kullanım sıklıklarından etkilenmemektedir. Yani üyelerin merkezleri kullanım sıklıkları değişse bile, ölçek puanlarında bir değişim gözlenmemektedir. Bu, aynı zamanda ölçek alt boyutları için de geçerlidir. Gençlik merkezlerine üye olanların bu merkezleri haftalık kullanım sıklıkları ne olursa olsun, kullanım sıklığı, hem genelde hem alt boyutlar anlamında üyelerin memnuniyet düzeylerini etkileyen bir durum değildir.

Ceyhun’un (2006) yaptığı araştırmaya göre, deneklerin tesisi kullanma sıklığı bakımından tesisin fiziksel özellikleri, çalışan ve ek hizmet birimleri değişkenlerine göre, tesisi kullanım sıklığı arttıkça, tesisin fiziksel özellikleri ve çalışan bakımından memnuniyet artmaktadır.

Tesise ulaşım süresi

Fitness merkezi üyelerinin tesise ulaşım sürelerine göre yapılan ANOVA sonucu SFM-HKÖ puanlarının, üyelerin fitness merkezlerin ulaşım süresinden etkilendiğini göstermektedir. Yani üyelerin tesislere ulaşım süreleri değişirse, SFM-HKÖ puanlarında da bir değişim olmaktadır. Aynı şekilde, SFM-HKÖ alt boyutları incelendiğinde etkileşim, fiziksel çevre, egzersiz alet ve ekipman, program ve ortam koşulları alt boyutlarında anlamlı bir farklılık gözlenmiştir.

Etkileşim kalitesi alt boyutunda gözlenen bu farklılık fitness merkezlerine 10 dakikadan az sürede ulaşan üyeler lehinedir. Yani fitness merkezlerine daha kolay ulaşabilen üyelerin, hizmeti sunan kişi ve üyeler arasındaki etkileşim kalitesi algı düzeyleri, daha geç ulaşabilenlerden daha yüksektir. Diğer bir ifade ile kolay ulaşanlar, hizmeti sunan kişi ve müşteriler arasındaki etkileşimden daha çok yararlanabildiklerini düşünmektedir. Bu durum, bu kişilerin fitness merkezlerine daha kolay ulaşabildikleri için tercih ettikleri ve tatmin düzeylerinin de düşük olmasıyla açıklanabilir.

Fiziksel çevre alt boyutunda gözlenen farklılık da ise ulaşım süresi 21 dakikadan fazla olan üyelerin aleyhinedir. Yani fitness merkezlerine ulaşım süresinin fazla oluşu, daha az sürede ulaşımı sağlayan üyelere göre fiziksel çevre beklentilerinin artmasına neden olmaktadır. Ulaşımını 21 dakika veya daha fazla sürede gerçekleştiren üyelerin merkezlerdeki bekleme ve dinlenme alanlarının yeterliliği, spor alanlarının geniş ve temiz olması, soyunma odaları ve duşlarda yeterli alanın olması, duşlarda sıcak su bulunması, soyunma odaları ve duşların havalandırılmasının yeterli olması, soyunma odaları ve duşların temiz olması ve soyunma dolaplarının yeterliliği ile ilgili beklentilerini yüksek tutmaktadır.

Diğer bir alt boyut olan ortam koşulları kalitesine bakıldığında ise, ulaşım süresi 10 dakikadan az olanlar ve ulaşım süresi 11-20 dakika arasında olanların daha düşük bulunmuştur, ulaşım süresi 10 dakikadan az olanlara göre ulaşım süresi 21 dakikadan fazla olanların algı düzeyleri yüksek bulunmuştur. Diğer bir ifade ile ulaşım süresi uzadıkça fitness merkezlerinin havalandırması, aydınlatması ve ortam ısısı ayarlaması ile ilgili beklentilerin daha çok karşılandığını düşünmektedir.

Eroğlu'nun İstanbul'da spor merkezlerinde üyelik yenilemelerini etkileyen faktörler üzerine yapmış olduğu çalışmada araştırmaya katılan bireylerin, düzenli olarak spora katılım ile spor merkezinin eve veya işyerine uzak olması ilişkisini ele almıştır. Eroğlu “düzenli olarak spor yapmayanların spor merkezine gelişe etkili olan spor merkezinin eve ve işyerine uzak olması probleminden düzenli olarak spor yapanlara göre daha fazla etkilenmektedirler” sonucuna ulaşmıştır.

Yüzgenç'e (2010) göre; üyeler Gençlik Merkezleri'ne ulaşım sürelerinden etkilenmemektedir. Üyelerin merkezlere ulaşım süreleri değişse bile ölçek puanlarında bir değişim gözlenmemiştir. Ancak, ölçek alt boyutları incelendiğinde sadece soyunma

odaları alt boyutunda bir farklılık gözlenmiştir. Gözlenen bu farklılık ulaşım süreleri 15 dakikadan düşük olan üyeler lehinedir. Yani tesise daha kolay ulaşabilen üyelerin, soyunma odalarına ilişkin hizmet kalitesi algı düzeyleri, daha geç ulaşabilenlerden daha yüksektir. Diğer bir ifade ile kolay ulaşanlar, soyunma odaları için beklentilerinin daha çok karşılandığını düşünmektedir. Bu durum, bu bireylerin tesise daha kolay ve çabuk ulaştıkları için tesisi tercih ettikleri ve tatmin düzeylerinin de düşük olmasıyla açıklanabilir.

Memiş ve Ekenci'nin (2006) yaptığı araştırmaya göre spor merkezinin tercih edilme sebebi olarak ulaşımın kolay olması en önemli etken olarak bulunmuştur.

Egzersiz alet ve ekipman alt boyutunda gözlenen farklılık da, ulaşım süresi 10 dakikadan az olan üyelerin hizmet kalitesi algı düzeyleri 11-20 dakika olanlara göre, 11-20 dakika olan üyelerin ise 21 dakika ve üzeri olan üyelerin algı düzeylerine göre daha yüksektir. Diğer bir ifade ile ulaşım süresi 10 dakikadan az olan üyelerin egzersiz alet ve ekipmanlarının modernliği, güvenliği, çalışır durumda olması gibi beklentilerinin daha çok karşılandığını düşünmektedir.

Program alt boyutunda bakıldığında, ulaşım süresi 10 dakika ve daha az olan üyelerin hizmet kalitesi algı düzeyleri diğerlerine göre daha yüksektir. Yani, ulaşım süresi 10 dakikadan az olan üyelerin program alt boyutundan bakıldığında programın mükemmeliyeti hakkındaki algı düzeyinin daha yüksek olduğu görülmektedir.

Sonuç olarak, belediyelere bağlı fitness merkezlerinde yapılan bu araştırmanın amacı, fitness merkezlerine üye olan ve bu merkezlerde fitness aktivitelerine katılan üyelerin (etkileşim, çıktı, fiziksel çevre, egzersiz alet ve ekipman, program ve ortam koşulları kalitesi bakımından) fitness merkezlerinden duydukları memnuniyetlerini; cinsiyet, yaş, medeni hal, gelir düzeyi, mezuniyet durumu, üyelik şekli, üyelik süresi, kullanım süresi, kullanım sıklığı ve ulaşım süresine göre değerlendirmektir. Belediyelere ait fitness merkezlerinde sunulan hizmet kalitesini belirlemek için Uçan (2007) tarafından geçerliliği ve güvenilirliği yapılmış olan, Fitness Merkezlerinde Algılanan Hizmet Kalitesi Ölçeği (SFM-HKÖ) kullanılmıştır.

Bu araştırmanın bulgularına göre, *t testi* sonucu SFM-HKÖ puanlarının, üyelerin cinsiyeti bakımından etkileşim ve çıktı kalitesi alt boyutlarında kadınlar lehine farklılık gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır. SFM-HKÖ genel puanları, üyelerin

medeni durumlarından evli olan üyelerin lehine etkilendiğini, etkileşim kalitesi, egzersiz alet ve ekipmanları, program kalitesi ortam koşulları kalitesi alt boyutlarında da farklılık olduğunu göstermektedir.

SFM-HKÖ genel puanlarının, üyelerin eğitim durumundan, etkileşim kalitesi, fiziksel çevre kalitesi, egzersiz alet ve ekipmanları kalitesi, program kalitesi alt boyutlarında farklılık gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır. İlköğretim mezunu olan üyelerin, , etkileşim kalitesi, fiziksel çevre kalitesi, egzersiz alet ve ekipmanları kalitesi, program kalitesi alt boyutlarında algı düzeyleri lise ve üniversite mezunlarına göre daha yüksek bulunmuştur. Ayrıca, program kalitesi alt boyutunda lise mezunu üyelerin algı düzeyleri, üniversite mezunu olan üyelere göre daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

SFM-HKÖ genel puanlarının, üyelerin yaş değişkeninden etkilenmediği sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca, SFM-HKÖ genel puanlarının, üyelerin gelir düzeylerinden etkilendiğini, bu etkinin etkileşim kalitesi, fiziksel çevre kalitesi, egzersiz alet ve ekipmanları kalitesi, program kalitesi alt boyutlarında ve gelir düzeyi “750 TL’den daha az” olan üyeler lehine olduğu gözlenmiştir.

SFM-HKÖ genel puanlarının, üyelerin, üyelik şekillerinden, üyelerin program kalitesi alt boyutunda etkilendiği sonucuna ulaşılmıştır. Bireysel üyelik yaptıran üyelerin, aile üyeliği yaptıran üyelere göre algı düzeyleri daha düşük olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Başka bir değişken olan üyelik süresi değişkeninin SFM-HKÖ genel puanlarına bakıldığında ise, anlamlı bir farklılık olmadığı belirlenmiştir.

SFM-HKÖ genel puanlarının, kullanım sıklığından etkilenmediğini göstermektedir. Yalnızca, egzersiz alet ve ekipmanları kalitesi alt boyutunda anlamlı bir fark bulunmuştur. Fitness merkezi üyelerinden kullanım sıklığı haftada 1-2 gün olanların, egzersiz alet ve ekipmanları kalite algıları daha fazla kullananlara göre yüksek bulunmuştur.

SFM-HKÖ genel puanlarının, ulaşım süresinden etkilendiği görülmektedir. Ulaşım süresi değişkenine göre bakıldığında, etkileşim kalitesi, fiziksel çevre kalitesi, egzersiz alet ve ekipmanları kalitesi, program kalitesi, ortam koşulları kalitesi alt boyutlarında anlamlı fark bulunmuştur. Buna göre yapılan Tukey testinde fitness merkezi üyelerinden ulaşım süresi 10 dakikadan az olanların etkileşim kalitesi, egzersiz alet ve ekipmanları kalitesi, program kalitesi, ortam koşulları kalitesi algısı,

algıları daha yüksektir. Ayrıca, ulaşım süresi 11-20 dakika arasında olanlara göre ulaşım süresi 21 dakikadan fazla olanlardan daha yüksek bulunmuştur.

Fitness Merkezlerine ulaşım süresi 21 dakikadan fazla olanların diğer gruplara göre, fiziksel çevre kalitesine ilişkin hizmet kalitesi algı düzeyleri daha düşük bulunmuştur.

Tablo 5.1. Araştırmaya katılan fitness merkezi üyelerinin demografik değişkenlerinin alt boyutlardaki anlamlı farklılıklar bakımından genel görünümü

	Etkileşim Kalitesi Boyutu	Çıktı-Sonuç Kalitesi Boyutu	Fiziksel Çevre Boyutu	Ortam Koşulları Kalitesi Boyutu	Program Boyutu	Egzersiz Alet-Ekipman Boyutu
Cinsiyet	✓	✓				
Yaş						
Medeni hal	✓				✓	✓
Aylık Gelir	✓		✓		✓	✓
Eğitim	✓		✓	✓	✓	✓
Üyelik Şekli					✓	
Üyelik süresi						
Kullanım Sıklığı						✓
Ulaşım Süresi	✓		✓	✓	✓	✓

Tablo 5.2. Araştırmaya katılan fitness merkezi üyelerinin “cinsiyet” , “yaş”, “medeni hal”, “gelir düzeyi”, “mezuniyet durumu”, “üyelik şekli”, “üyelik süresi”, “fitness merkezi kullanım sıklığı”, “ulaşım süresi”, değişkenlerine göre dağılımları

Demografik Değişkenler		N	%
Cinsiyet	Erkek	124	28.8
	Kadın	306	71.2
Yaş	25 yaş ve altı	113	26.3
	26-35 yaş arası	134	31.2
	36 yaş ve üzeri	183	42.6
Medeni hal	Evli	146	66
	Bekar	284	34
Aylık Gelir	750 tl den az	36	8.4
	751-1500 tl arası	159	37
	1501-2000 tl arası	146	34
	2001 tl ve üzeri	89	20.7
Eğitim	İlköğretim	111	25.8
	Lise	154	35.8
	Üniversite	165	38.4
Üyelik Şekli	Aile	63	14.7
	Bireysel	367	85.3
Üyelik süresi	1 yıldan az	274	63.7
	1-4 yıl arası	133	30.9
	5 yılveya daha fazla	23	5.3
Kullanım Sıklığı	Haftada 1-2 defa	17	29.5
	Haftada 3-4 defa	283	65.8
	5 günden fazla	20	4.7
Ulaşım Süresi	10 dakikadan az	173	40.2
	11-20 dakika arası	206	47.9
	21 dakikadan fazla	51	11.9

Tablo 5.1. incelendiğinde, fitness merkezi üyelerinin %71'inin kadın olduğu, %43'ünün 36 yaş ve üzerinde olduğu, %66'sının evli olduğu, %21'inin gelir düzeyi 2001 TL veya daha yüksek olduğu, %38'inin lisans mezunu olduğu, %64'ünün 1 yıldan az süredir merkeze üye olduğunu, %66'sının spor-fitness merkezini haftada 3-4 gün kullanmayı tercih ettiği ve %48'inin ulaşım süresinin 11-20 dakika arası olduğu görülmektedir.

4.2 Öneriler

4.2.1 Alana Yönelik Öneriler

Yukarıdaki tartışma ve sonuçlara dayalı olarak aşağıdaki öneriler ileri sürülebilir:

Ankara Büyükşehir Belediyesi'ne bağlı belediyelerin sunmakta olduğu fitness merkezlerindeki hizmetlerin kalitesini artırmak için, belirli periyotlarla üyelerin, memnuniyet düzeyi, istek, şikâyet ve beklentilerinin tespit edilmesi için çalışmalar yapılması yerinde olacaktır. Bunun için diğer kurumlarda olduğu gibi dilek ve şikâyet kutusu gibi uygulamalar aracılığıyla kullanıcıların görüşlerinin öğrenilebilir.

Spor hizmetleri konusunda üyeler, yeterince taleplerini dile getirememekte ya da sorunlarını gönül rahatlığıyla ilgililere iletememektedir. Spor merkezlerinde katılımcıların şikâyetlerini nereye iletebilecekleri, ne gibi sonuçlar alabileceklerine dair sözlü ve/veya yazılı bilgi verilmeli. Belediyeler, halkın taleplerini dile getirebileceği danışma birimleri oluşturmaktadır.

Spor merkezlerini işleten personele tesis işletmeciliği konusunda hizmet içi eğitimler verilmelidir. Ayrıca çalışanların eğitim, yetenek, bilgi düzeyi, kapasite ve öğretim becerisine önem verilmelidir.

İnsanların hizmet kalitesi algılarında fiziksel ortamın büyük etkisi olduğundan, belediyelere ait spor merkezlerinde fiziksel ortamın temizlik, tasarım, havalandırma, ortam ısısı derecesi, aydınlatma ve güvenlik açısından daha memnun edici hale getirilmesi için çalışmalar yapılmalıdır.

Tesisler, yerleşim yeri, yoğunluğu ve ulaşım bakımından daha kısa sürede ulaşılabilirlik gibi etkenler göz önünde bulundurularak konumlandırılmalıdır. Böylece, üyelerin hizmet kalitesi algısı daha da artırılabilir.

Uzun süreden beri tesisi kullananların program ve soyunma odalarına ilişkin memnuniyetlerini artırmak için, programların yeniden gözden geçirilmesi, soyunma odalarında ve antrenman alanlarında (havalandırma sistemi) iyileştirmeye gidilmesi gerekebilir.

Belediyelerin ihtiyaçlara göre sportif programlarını yeniden gözden geçirilmesi ve düzenlenmesi gerekebilir. Belediyeler, spor hizmet ve tesislerini, tüm yaş, meslek ve cinsiyet gruplarını dikkate alarak gerçekleştirmelidir. Bu konuda, kendi bölgelerindeki nüfus dağılımlarını dikkate almaları önemlidir.

4.2.2 Araştırmacılara Yönelik Öneriler

Belediyelerin sunmuş olduğu spor hizmetlerinden bireylerin beklentileri ve ne derece yararlanabildiğinin farklı yerleşim yerlerinde de araştırılması, bu konudaki genel sorunların belirlenmesi ve ortak çözüm yollarının bulunması açısından faydalı olacaktır.

Bundan sonraki araştırmalarda kamu sektöründeki fitness merkezlerini kullananların hizmet algıları ile özel sektördeki fitness merkezlerini kullananların hizmet algıları karşılaştırılabilir.

Farklı sosyo-ekonomik özelliklere sahip bölgelerdeki fitness merkezlerini kullananların hizmet kalitesi algıları karşılaştırılabilir. Algı ve beklentileri ayrı ayrı ölçülebilir ve nitel boyut eklenebilir.

Özel veya kamuya ait fitness merkezlerine üye kişilerin beklenti düzeylerine yönelik bir ön çalışma yapılabilir.

KAYNAKLAR

- Akartepe, G. (2006) “Hizmet Pazarlamasında Kredi Kartı Pazarlama Süreci, Kredi Kartı Kullanıcılarına Yönelik Araştırma”. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Gazi Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Akdemci T. Güleş H.K, (2009) “İşletmelerde Stratejik Yönetim” Gazi Kitabevi, Ankara.
- Ardıç K., ve Baş T., (2001) “Sağlık Sektöründe Hizmet Kalitesinin (Müşteri Tatmininin) Ölçülmesi (Sakarya Doğum ve Bakım Hastanesinde Bir Uygulama)”, Sosyal Bilimler Dergisi 4.
- Ardıçlı S. (2007) “Keçiören Belediyesi Spor Merkezlerinde Spor faaliyetleri Sırasında Karşılaşılan Sağlık Sorunları.” Yüksek Lisans Tezi. Gazi Üniversitesi. Ankara.
- Aslan M., (2006) “Determination of the Service Quality Among Sport and Fitness Centers of the Selected Universities.” submitted to. Ankara: Middle East Technical University.
- Bayuk N., (2006) “Hizmet Pazarlaması ve Müşteri Tutma.” Akademik Bakış Dergisi. Celalabat İşletme Fakültesi Dergisi. Sayı 10.
- Belediye Kanunu,(<http://www.tbmm.gov.tr/kanunlar/k5215.html>, 11.03.2013 tarihinde erişildi).
- Berry, Leonard L., A. Parasuraman, Valaire A. Zeithaml (1988). “Quality Counts in Services, Too”. Business Horizons, May-June.
- Berry, Leonard L., A. Parasuraman, Zeithaml, Valaire A. (1988). “ The Service Quality Puzzle. Business Horizons,” September-October.
- Bitner MJ. (1992) “Servicescapes:The Impack of Physical Surroundings on Customer and Employees.” Journal of Marketing.
- Boone L.E., Kurtz D.L., (1992) “Contemporary Marketing, Orlando: The Dryden Press” Seventh Edition.
- Boz C., (2007) “Yerel Yönetimlerin Spor Tesislerinde Toplam Kalite Yönetimi Uygulamaları (İstanbul Büyükşehir Belediyesi Örneği).” Yüksek Lisans Tezi. Marmara Üniversitesi. İstanbul.
- Bozkurt, R., (1995) “Hizmet Endüstrisinde Kalite”, MPM Verimlilik Dergisi, Toplam Kalite Özel Sayısı,

- Bozlağan, R., (2003) “Kamu Yönetimi Paradigmasında Değişim ve Özelleştirme Yaklaşımı” Nobel Yayın Dağıtım, Ankara.
- Bozlağan, Recep (2001) “Belediyelerde Örgüt Geliştirme (İstanbul Büyükşehir Belediyesi Örneği).” Doktora Tezi. Marmara Üniversitesi. İstanbul.
- Brady M.K., Cronin J.J. (2001) “Some New Thoughts on Conceptualizing Perceived Service Quality: A Hierarchical Approach”. Journal of Marketing.
- Budak, G. (1996) “Kobilerde Toplam Kalite Yönetimi.” İzmir.
- Ceyhun S., (2006) “Spor İşletmelerinde Hizmet Kalitesi.” Doktora Tezi. Gazi Üniversitesi. Ankara.
- Chang K., Packianathan C. (2003) “System-Based Quality Dimensions in Fitness Services: Development of the Scale of Quality”. The Service Industries Journal, Vol.23, No.5. November.
- Ciğirim E. (2005) “Hizmet Kalitesinin İyileştirilmesi: Hizmet Sağlayıcıların Performansını Etkileyen Faktörler ve Görece Etkilerini Ortaya Çıkarmaya Yönelik Bir Uygulama.” Yüksek Lisans Tezi. Gebze Yüksek Teknoloji Enstitüsü. Gebze.
- Cowel, D. (1984) “The Marketing of Services”. Butterworth-Heinemann. London.
- Cronin J. Taylor S. (1992) “Measuring Service Ouality: A Reexamination and Extension.” Journal of Marketing.
- Çoban, B. (2002) “Spor Hizmetlerine İlişkin Halkın Belediyelerden Beklentileri.” (Elazığ Belediyesi Örneği). Doktora Tezi. Gazi Üniversitesi. Ankara.
- Dinçer Ö. (2007) “Stratejik Yönetim ve İşletme Politikası”. Alfa Yayınları. İstanbul.
- Duman T., Yüksel F. (2008). “Belediyelerde Vatandaş Memnuniyetinin Ölçümü.” Mersin Büyükşehir Belediyesi Örneği. Çağdaş Yerel Yönetimler Dergisi.
- Eroğlu E. (2006) “Spor Merkezlerinde Üyelik Yöntemlerini Etkileyen Faktörlerin Araştırılması.” Yüksek Lisans Tezi. Marmara Üniversitesi. İstanbul.
- Eser Z., <http://www.baskent.edu.tr/z eser/2003-2004/553-1.ppt>, 2003.
- Fitzsimmons J.A., Fitzsimmons M.J. (1994). “Service Management For Competitive Advantage, Singapore: McGraw-Hill Book Co.” International Editions.
- Gedikli D.C. (1998) “Hastanelerde Hizmet Kalitesi ve Bir Üniversite Hastanesinde uygulama ”. Yüksek Lisans Tezi. Erciyes Üniversitesi. Kayseri.

- Gençer R.T. (2005) “Profosyonel Futbol Kulüpleri Stadyumlarında Algılanan Hizmet Kalitesi: Fenerbahçe Şükrü Saraçoğlu Stadyumu Üzerine Bir İnceleme”. Doktora Tezi. Marmara Üniversitesi. İstanbul.
- Ghobadian A., Speller S., Jones M. (1994) “Service Quality-Concepts and Models”. The International Journal of Quality&Reliability Management, Cilt:11, Sayı:9.
- Gidhagen, M. (1998) “Insurance Marketing–Services and Relationships.” Department Of Business Studies Uppsala University. Working Paper.
- Girginer N, Şahin B (2007) “Spor Tesislerinde Kuyruk Problemine Yönelik Bir Benzetim uygulaması” Spor Bilimleri Dergisi Hacettepe J.of Sport Sciences, 18 (1).
- Greenwell, Fink, Pastore DL. (2004) “ Perceptions of the Service Experience: Using Demographic and Psychographic Variables to Identify Customer Segments.” Sport Marketing Quarterly; 11(4): 233-241.
- Grönross C. (1984) “A Service Quality Model and It’s Market Implications”. European Journal of Marketing, 18 (4).
- Güçlü M. (1998) “ Spor Tesislerinin İşletmesi: Ankara Özel Yükseliş Koleji Spor Tesisleri”, Pamukkale Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 4.
- Helvacıoğlu N. (1999) “Bankalarda Halkla İlişkiler Faaliyetlerinin Hizmet Kalitesine ve Müşteri Memnuniyetine etkileri”. Yüksek lisans Tezi. Afyon Kocatepe Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü. Afyon.
- İşıkkhan, V. (1996) “Sosyal Hizmet Örgütlerinin İşlevsellik Ölçütü: İş Doyumu”, MPM, Verimlilik Dergisi.
- İnal A.N. (2009) “Beden Eğitimi ve Spor Bilimi” Nobel Yayınevi, İstanbul.
- İslamoğlu A.H. (1995) “Hizmet Pazarlamasında Ürün Politikaları”. Pazarlama Dünyası Dergisi. Sayı;50. Sayfa;3.
- Ko Y.J., Dona L. (2005) Pastore. “A Hierarchical Model of Service Quality for the Recreational Sport Industry”. Sport Marketing Quartely.
- Kobu B., (1996)“Üretim Yönetimi”. Sayfa; 46. İstanbul.
- Korkmaz E. (2006) “Otel İşletmelerinin Yiyecek-İçecek Hizmetlerinde Dış Kaynak Kullanımı (OUTSOURCING): Hizmet Kalitesine : Hizmet Kalitesine Yönelik Yönetici ve Müşteri Algılamalarının Antalya Örneği İle Değerlendirilmesi“ Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü.

- Kotler P. Armstrong G., (1996) “Principles of Marketing, Prentice-Hall, Inc., Englewood Cliffs,” 7th. Edition.
- Memiş U.A. Ekenci G. (2007) “Spor Merkezlerinde Müşteri Memnuniyeti (Ankara İli Örneği),” Gazi Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi XII
- Mucuk İ. (1994) “Pazarlama İlkesi Dergisi Yayınları.” 6. Baskı . İstanbul.
- Özkul, E. (2007) “Servqual Kavramsal Çerçevesindeki Turizm İşletmelerinde Hizmet Kalitesinin Geliştirilmesi” Hizmet Kalitesi Kavramlar, Yaklaşımlar ve Uygulamalar. Detay Yayıncılık. Ankara.
- Öztürk H. (2010) “Sağlıklı Yaşam ve Spor Merkezi Müşterilerinin Tatmin Düzeylerinin Bazı Demografik Değişkenlerle İlişkisinin Karşılaştırılması”. Yüksek Lisans Tezi. Marmara Üniversitesi. İstanbul.
- Öztürk S. “Hizmet Pazarlaması”. Anadolu Üniversitesi Yayınları. Eskişehir.
- Öztürk Ş.A. (2003) “Hizmet Pazarlaması.”, Ekin Kitabevi. 4. Baskı.
- Parasuraman A, Zeithaml V.A., Berry L.L., (1985). “A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research.” Journal Of Marketing. Vol.49, Faal 1985.
- Parasuraman A, Zeithaml VA., Berry L.L. (1988) “SERVQUAL: A Multiple-Item Scale For Measuring Consumer Perception of Service Quality.” Journal Of Retailing.
- Robledo, M.A. (2001) “Measuring and Managing Service Quality: Integrating Customers Expectations”, Managing Service Quality, 11(1).
- Royne, Stafforland M. (1996) “Demographic Discriminators of Service Quality in the Banking Industry.” The Journal of Service Marketing, Vol.10, No.4.
- Rust R.T., Oliver R.L. (1994) “New Direction in Theory and Practice. Ed: Rust R.T., Oliver R.L., Service Quality”, Sage Publications Inc., California.
- Sevimli S., (2006). “Hizmet Sektöründe Kalite ve Hizmet Kalitesi Ölçümü Üzerine Bir Uygulama”. Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi.
- Sivrikaya Ö. (2000) “Belediyelerin Sporla İlgili İşlevleri (Düzce Belediyesi Örneği).” Yüksek Lisans Tezi. Abant İzzet Baysal Üniversitesi. Bolu.
- Tavmergen İ.E. (2002) “Turizm Sektöründe Kalite Tanımı ve İşletme Verimliliğine Etkileri”. Standart Dergisi. Sayı;488.
- Türkiye Cumhuriyeti Anayasası (1982).

- Teas, R. Kenneth (1993) "Expectations, Performance Evaluation, and Consumer's Perceptions of Quality", *Journal of Marketing*, v. 57.
- Teas, R. Kenneth, (1993) "Consumer Expectations and the Measurement of Perceived Service Quality," *Journal of Professional Services Marketing*, 8, (2).
- Theodorakis N, Alexandris K, Rodriguez P, Sarmento PJ. Measuring "Customer Satisfaction in the Context of Health Clubs in Portugal." *International Sports Journal*. Winter 2004; 8(1).
- Tüfekci Ö., (2010) "Fitness Merkezleri Müşterilerinin Hizmet Kalitesine Yönelik Beklenti ve Algılarının Değerlendirilmesi". Yüksek Lisans Tezi. Balıkesir Üniversitesi. Balıkesir.
- Uçan Y. (2007) "Spor-Fitness Merkezlerinin Algılanan Hizmet Kalitesi Ölçeğinin Geliştirilmesi." Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Doktora Tezi. Bolu.
- Uyguç N. Hizmet Sektöründe Kalite Yönetimi. İzmir: Dokuz Eylül Yayınları; 1998.
- Valerie A. Zeithaml. (1998) "How Consumer Evaluation Processes Differ Between Goods and Services". Editörler: J.H. Donnelly ve George W.R., *Marketing of Services*, American Marketing Association. Chicago.
- Vargo L. Stephen and Robert F. Lush. (2004). "The Four Service Marketing Myths: Remnants of a Goods-Based, Manufacturing Model". *Journal Of Service Research*. Cilt;6. Sayı;4.
- Varinli İ. (1996) "Üreticilerin ve Tüketicilerin Hizmet Kalitesi Beklentileri ve Algılamaları", Doktora Tezi. Kayseri.
- Yıldız G., (1994) "İşletmelerde Toplam Kalite Yönetimi Toplam Kaliteye Geçişte Stratejik Bir Yaklaşım," Sakarya Üniversitesi.
- Yüksel Ü. (2002) "Turizmin Temel Sorunu: Hizmet Kalitesi". *Pazarlama Dünyası*, Yıl: 16, Sayı:2002:3, Mayıs-Haziran.
- Yüzgenç A.A. (2010) "Yerel Yönetimlerin Sunduğu Spor Hizmetlerinde Hizmet Kalitesi. Yerel Yönetimlerin Sunduğu Spor Hizmetlerinde Hizmet Kalitesi." Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi.
- Zeithaml V.A., Parasuraman A., Berry L.L. (1990) "Delivering Quality Service:Balancing Customer Perceptions and Expectations". The Free Press, New York.

EKLER**EK – 1****HİZMET KALİTESİ DEĞERLENDİRME ÖLÇEĞİ**

Değerli katılımcı,

Bu çalışmanın amacı, yerel yönetimlerin fitness merkezlerinde sunulan hizmet kalitesinin üyeler tarafından nasıl algılandığının belirlenmesidir. Bu araştırma, tesis üyelerine daha iyi hizmet sağlanmasını amaçlamaktadır.

Anketin doğru bir şekilde değerlendirilebilmesi için vereceğiniz dürüst ve eksiksiz yanıtlar çok önemlidir. Vereceğiniz bilgiler bu çalışma dışında herhangi bir yerde kullanılmayacaktır. Bu çalışmaya katılarak sağlamış olduğunuz katkı için şimdiden teşekkür ederiz.

Bu anket 2 bölümden oluşmaktadır. 1. Bölümde, 9 kişisel soru cümlesi; 2. Bölümde, 31 maddeden oluşan ölçek yer almaktadır.

1. BÖLÜM - KİŞİSEL SORULAR:

1. Cinsiyetiniz?

- ☐ Bayan ☐ Erkek

2. Yaşınız?

- ☐ 18 yaş altı ☐ 18-25 yaş arası ☐ 26-35 yaş arası
☐ 36-50 yaş arası ☐ 51-65 yaş arası ☐ 65 yaş üst

3. Medeni haliniz?

- ☐ Bekar ☐ Evli

4. Ailenin aylık ortalama toplam geliri:

- ☐ 750 TL'den az ☐ 751TL-1000TL ☐ 1001TL-1500TL
☐ 1501TL-2000TL ☐ 2001TL- 2500TL ☐ 2501TLve yukarısı

5. En son bitirdiđiniz okul?

- ☐ İlköğretim ☐ Lise ☐ Ön lisans ☐ Lisans
☐ Yüksek lisans ☐ Doktora

6. Üyelik şeklinizi belirtiniz? (Sadece 1 tanesi)

- ☐ Bireysel ☐ Aile

7. Ne kadar zamandır bu tesise üyesiniz?

- ☐ 10 yıldan fazla ☐ 7-10 yıl ☐ 5-6 yıl ☐ 3-4 yıl
☐ 1-2 yıl ☐ 1 yıldan az

8. Ortalama olarak ne kadar sıklıkla bu tesisi kullanıyorsunuz?

- ☐ Haftada 1-2 defa ☐ Haftada 3-4 defa
☐ Haftada 5-6 defa ☐ Haftada 7 ve daha fazla

9. Ortalama olarak tesise ulaşım süreniz nedir?

- ☐ 10 dakikadan az ☐ 11-15 dakika ☐ 16-20 dakika
☐ 21-25 dakika ☐ 26-30 dakika ☐ 31 dakikadan fazla

2. BÖLÜM

Fitness Merkezlerinde Algılanan Hizmet Kalitesi Ölçeği

Sizin Performans Algınız...		Tamamen katılıyorum	Çok Katılıyorum	Orta derecede Katılıyorum	Az Katılıyorum	Hiç Katılıyorum
Aşağıda sizin halen devam ettiğiniz fitness merkezi hakkında bazı ifadeler bulunmaktadır. Lütfen bu ifade edilen durumlarla ilgili olarak beklentilerinizin hangi derecede karşılanıp karşılanmadığını, (1) Hiç Katılmıyorum. (2) Az Katılıyorum (3) Orta Derecede Katılıyorum (4) Çok Katılıyorum (5) Tamamen Katılıyorum, seçeneklerinden uygun değeri, 1-2-3-4-5, Daire içerisinde 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 şikayetlerle anında ilgilenir.	5	4	3	2	1
26	Bu merkezdeki tüm personel işlerini seyerek yapar.	5	4	3	2	1
27	Bu merkezde spor yaptıktan sonra kendim için bir şeyler yaptığımı hissediyorum.	5	4	3	2	1
28	Bu merkezde spor yaptıktan sonra kendimi daha sağlıklı ve iyi hissediyorum.	5	4	3	2	1
29	Bu merkezde spor yaptıktan sonra katılım amacımı gerçekleştirdiğimi düşünüyorum	5	4	3	2	1
30	Bu merkezde spor yapmamın yaşantıma olumlu değişiklikler getirdiğini düşünüyorum.	5	4	3	2	1
31	Bu merkezde spor yaparken iyi vakit geçirdiğimi düşünüyorum.	5	4	3	2	1

Anket bitmiştir, bu araştırmaya katılımınız için TEŞEKKÜRLER.

01/05/2012 07:36

03742534518

BASINHALKLAİSKİLER

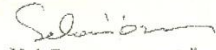
PAGE 02/02

25.12.2011

AİBÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü
Spor Yöneticiliği Anabilim Dalı Başkanlığı'na

Spor Yöneticiliği Anabilim Dalı Yüksek Lisans öğrencisi Nilgün Güçlü'nün YEREL YÖNETİMLERİN SUNDUĞU SPOR HİZMETLERİNDE ALGILANAN HİZMET KALİTESİ (ANKARA İLİ ÖRNEĞİ) başlıklı Yüksek Lisans Tezi için ekteki Hizmet Kalitesi Değerlendirme Ölçeği'ni Ankara ilçe belediyelerindeki fitness merkezlerinde uygulamak istemektedir.

Anketlerin uygulanacağı ekte yer alan belediyelerden izin alınması için gereğini arz ederim.



Yrd. Doç. Dr. Selami Özsoy
Tez Danışmanı

- Ek: 1- Hizmet Kalitesi Değerlendirme Ölçeği
2- Anketlerin uygulanacağı belediyelerin isimleri ve telefonları

T.C.
ABANT İZZET BAYSAL ÜNİVERSİTESİ
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü

SAYI : B.30.2.ABÜ.0.41.72.00-302.44-2

02/01/2012

KONU : Araştırma İzni

.....BELEDİYE BAŞKANLIĞINA

Enstitümüz, Spor Yöneticiliği Anabilim Dalı yüksek lisans programı öğrencilerinden Nilgün GÜÇLÜ, "Yerel Yönetimlerin Sunduğu Spor Hizmetlerinde Algılanan Hizmet Kalitesi" (Ankara İli Örneği) isimli tez çalışmasına veri sağlamak amacıyla, yazımız ekinde sunulan Hizmet Kalitesi Değerlendirme Ölçeğini Belediyenize ait fitness merkezlerinde uygulamak istemektedir.

Gereğini bilgilerinize arz ederim.

Prof. Dr. Gonül ÜLKER
Enstitü Müdürü

EKLER :

- | | |
|--|-----------|
| 1- Dilekçe | (1 sayfa) |
| 2-Hizmet Kalitesi Değerlendirme Ölçeği | (4 sayfa) |

02/01/12 Bil. İşlet. : E. CAN
02/01/12 Enstitü Sek. : Ö. AKAY

T.C.
ABANT İZZET BAYSAL ÜNİVERSİTESİ
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü

SAYI : B.30.2.ABÜ.0.41.72.00- 302.14 - 126

03/04/2012

KONU : Araştırma İzni (Nilgün GÜÇLÜ)

SPOR YÖNETİCİLİĞİ ANABİLİM DALI BAŞKANLIĞINA

Çankaya Belediye Başkanlığı, Pursaklar Belediyesi ve Keçiören Belediye Başkanlığının, Anabilim Dalınız yüksek lisans öğrencisi Nilgün GÜÇLÜ'nün tez çalışmasına veri sağlamak amacıyla talep ettiği araştırma izinlerine dair yazıları ekte sunulmuştur..

Bilgilerinizi rica ederim.


Prof. Dr. Gönül ÜLKER
Enstitü Müdürü

EK : İlgili yazı (3 sayfa)



T.C.
ÇANKAYA BELEDİYE BAŞKANLIĞI
Kültür ve Sosyal İşler Müdürlüğü
ANKARA

SAYI : M-06-6-ÇAN-09-01 / 349
KONU: Araştırma İzni

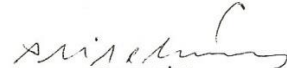
03.02.2012

ABANT İZZET BAYSAL ÜNİVERSİTESİ
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü

İLGİ: 02.01.2012 tarih ve B.30.2.ABÜ.0.41.72.00-302-14-2 sayılı yazınız;

İlgide kayıtlı yazınızda; Spor Yöneticiliği Anabilim Dalı yüksek lisans programı öğrencilerinden Nilgün GÜÇLÜ, "Yerel Yönetimlerin Sunduğu Spor Hizmetlerinde Algılanan Hizmet Kalitesi" isimli tez çalışmasını, Müdürlüğümüze bağlı Todam (Yıldız) yapabilmesi Müdürlüğümüzce uygun görülmüştür.

Bilgilerinize rica ederim.


ALİ TEKİN

Kültür ve Sosyal İşler Müdürü V.

T.C
KEÇİÖREN BELEDİYE BAŞKANLIĞI
Kültür ve Sosyal İşler Müdürlüğü

SAYI : M.06.6.KEÇ.0-21/ 62

11.01/2012

KONU : Araştırma İzni

T.C
ABANT İZZET BAYSAL ÜNİVERSİTESİNE
(Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü)

İlgi: 02.01.2012 tarih ve B.30.2.ABÜ.0.41.72.00-302.14-2 sayılı yazı.

İlgi sayılı yazınıza istinaden; Enstitünüz Spor Yöneticiliği Anabilim Dalı yüksek lisans programı öğrencilerinden Nilgün GÜÇLÜ'nün "Yerel Yönetimlerin Sunduğu Spor Hizmetlerinde Algılanan Hizmet Kalitesi"(Ankara İli Örneği) isimli tez çalışmasına veri sağlamak amacı ile yazınız ekinde sunulan "Hizmet Kalitesi Değerlendirme Ölçeğini" Belediyemiz Basınevleri Spor Merkezi ve Osmanlı Hanımlar Lokali'nde uygulayabilir.

Bilgilerinize arz ederim.

Reşat ÖZCAN
Başkan a.
Başkan Yardımcısı

ÖZGEÇMİŞ

i. Kişisel Bilgiler

Adı : Nilgün
Soyadı : Güçlü
Doğum yeri ve tarihi : ANKARA / 22.08.1982
Uyruğu : T.C.
Medeni Durumu : Bekar
İletişim adresi : Emrah Mahallesi Yavrukurt Sokak No:24-A/B Etlik / ANKARA
Telefon : 0 312 322 49 00 / 0 535 689 51 32

ii. Eğitim

2007 - 2013 Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Spor Yöneticiliği Anabilim Dalı Yüksek Lisans Programı
2004 - 2007 Kırıkkale Üniversitesi Beden Eğitimi ve Spor Yüksek Okulu Spor Yöneticiliği Bölümü
2001 - 2004 Şentepe Lisesi
2001 - 1998 Afet İnan İlköğretim Okulu
1998 - 1992 Çalışanlar ilköğretim okulu

Yabancı Dil : İngilizce

iii. Mesleki Deneyimi

2007 - Hit Spor Center – Spor Yöneticisi / Fitness Antrenörü (Ankara)
2011 - 2011 JAS – Atletizm Antrenörü (Ankara)
2007 – 2007 Gençlik Spor Genel Müdürlüğü Tenis Federasyonu – Staj
2007 – 2007 Gençlik Spor Genel Müdürlüğü Hentbol Federasyonu - Staj
2007 – 2007 Gençlik Spor Genel Müdürlüğü Spor Eğitim Dairesi Başkanlığı – Staj
2007 – 2007 Gençlik Spor İl Müdürlüğü Lisans ve Tescil Bölümü – Staj