

Araştırma Makalesi / Research Article

## SPOR MERKEZLERİNDE SUNULAN HİZMETLERE YÖNELİK KALİTE ALGISININ DEĞERLENDİRİLMESİ<sup>1</sup>

Beray TÜRKSOY\*

Ali AYCAN\*\*

### EVALUATION OF QUALITY PERCEPTION FOR THE SERVICES OFFERED IN SPORTS CENTERS

#### Öz

Bu çalışmada, spor merkezi üyelerinin kişisel özellikleri bakımından sunulan hizmetlere yönelik kalite algılarının incelenmesi amaçlanmıştır. İstanbul Spor Etkinlikleri ve İşletmeciliği Ticaret AŞ'ye (Spor İstanbul) bağlı 4 farklı spor tesisinden toplam 400 üye (225 kadın ve 175 erkek) araştırmanın evrenini oluşturmaktadır. Çalışma verilerinin toplanmasında, Uçan (2007: 121-122) tarafından geliştirilen "Spor-Fitness Merkezleri Algılanan Hizmet Kalitesi Ölçeği" kullanılmıştır. Araştırma sonucunda, katılımcıların hizmet kalitesi algılarının spor tesisi kullanım amaçları dışında, diğer kişisel özellikleri (cinsiyet, yaş, eğitim, gelir üyelik süresi ve tesis kullanım zamanı) bakımından farklılaştığı tespit edilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Spor Tesisleri, Algılanan Hizmet Kalitesi, Kişisel Özellikler.

#### Abstract

The aim of this study is to examine the quality perceptions of the members towards the services offered by sports centers in terms of their personal characteristics. The sample group consisted of total 400 members (225 women and 175 men) from 4 different sports centers connected to Istanbul Sports Activities and Administration Trade INC (SPORTS INC). Research data were obtained by "Sports-Fitness Centers Perceived Service Quality Scale" which was developed by Uçan (2007: 121-122). The results of this study showed that participation in sports had a positive effect on students' internet addiction. As a result of the study, it was determined that the service quality perceptions of the participants differed in terms of personal

---

<sup>1</sup> Bu çalışma, Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü/Spor Yöneticiliği Anabilim Dalında Doç. Dr. Ali Aycan'ın danışmanlığında Beray Türksoy tarafından Eylül/2019 tarihinde tamamlanmış olan "Spor Tesislerinde Hizmet Kalitesinin Değerlendirilmesi" isimli yüksek lisans tezinden üretilmiştir

\* Bilim Uzmanı, İBB, İstanbul Spor Etkinlikleri ve İşletmeciliği Ticaret AŞ, e-posta: berayesildag@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0002-0370-2804>.

\*\* Doç. Dr., Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Spor Bilimleri Fakültesi, e-posta: aycan\_al@ibu.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0002-4354-2526>.

---

Makale Gönderim Tarihi: 11.02.2020 <https://doi.org/10.11616/basbed.vi.687862>

Makale Kabul Tarihi : 28.05.2020

characteristics (gender, age, education, income, membership period and facility usage time), except for their sports facility usage purposes.

**Keywords:** Sports Centers, Perceived Service Quality, Personal Characteristics.

## **1. Giriş**

Sosyal ve ekonomik alanda meydana gelen gelişmeler, tüketicilerin istek ve ihtiyaçlarının çeşitlenmesine ve farklılaşmasına neden olmaktadır. Bu gelişmeler sanayi sektörünün yanında hizmet sektörünün de hızla gelişmesine ve ekonomik hayatın etkili bir aracı haline gelmesine neden olmuştur. Günümüzde ülkelerin gelişmişlik düzeylerinin belirlenmesinde hizmet sektörün payı önemli bir ölçüt olarak ele alınmaktadır (Zengin ve Erdal, 2000: 44).

Toplumların refah seviyesine bağlı olarak hizmet sektörünün de çeşitliliği ve yaygınlığı farklılaşmaktadır. Özellikle eğitim ve ekonomi alanında meydana gelen gelişmeler, farklı hizmetlere olan talebi ve bu hizmetlerden beklentileri arttıran nedenlerin başında gelmektedir. Artan serbest zaman ve bu zamanların faydalı faaliyetler ile geçirme bilinci, spor ve sağlık işletmelerin yaygınlaşmasına yol açmıştır. Farklı kişisel özelliklere sahip bireylere hizmet veren bu işletmelerin artan rekabet ortamında avantajlı konuma gelebilmelerinde sundukları hizmetlere yönelik müşterilerin kalite algıları oldukça önemlidir. Bunun yanında, kaliteli hizmet sunumunun spora katılım ve devamlılık üstündeki olumlu etkisinin toplumsal açıdan da faydalı bir çaba olduğu söylenebilir. Hizmet sektörü için müşterilerinin kalite algısını değerlendirmek süreklilik gerektiren bir faaliyettir.

## **2. Literatür**

### **2.1. Spor ve Spor Tesisi Kavramı**

Spor; insan vücuduna yapması olası faydaların zaman içinde orta çıkmasının beklendiği, kendine has kuralları olan, takım veya ferdi olarak yapılan, oyun olarak ortaya konulan fiziksel faaliyetlerin bütünüdür (Yıldırım, 2011: 4). Spor; toplum yaşamının içine değişik şekillerde ulaşarak, insanların dikkatini çekmekte ve bu sayede insanları etkileyerek toplumsal bir yaşam tarzı haline gelmektedir. Yaşına, cinsiyetine, eğitimine, meslek grubuna ve başka değişik değişkenlere göre spor yapma ihtiyacı değişiklik gösterebilmektedir (Kurtoğlu, 2006: 3). Spor, yaşantımızda oldukça yer alan hareketsizliğin önüne geçmek ve olumsuz etkilerini en aza indirmek için hayatımızın bir parçası olmak zorundadır. İnsanın özelliklerini kuvvetlendiren, toplumsal mutabakatı sağlayan, daha iyi ve güzel bir dünya için umutlu olmamızı sağlayan bir olgudur. Sayılan bu etkilerinden dolayı

spora her zaman önem verilmeli ve gerekli özen gösterilmelidir (Dere, 2010: 5).

Spor tesisi, belirlenmiş branşlarda spor yapma amacıyla düzenlenmiş, donatılmış, doğal ya da insanlar tarafından yapılış tesisleri ifade etmektedir (Dere, 2010: 5-6). İnsanların sosyal hayatlarını şekillendirmek için kullandıkları spor faaliyetlerini yerine getirmek için spor işletmeleri kurulmuştur. Bu işletmeler farklı sportif faaliyetlerini organize etmek amacıyla kurgulanmış ticari yapılardır. Spor hizmeti sunumu gerek devlet gerekse de özel sektör eliyle yapılmaktadır. Sporun toplumun tüm kesimlerince erişilebilir olarak yapılması için bu işletmelerin sorumluluğu çok büyüktür (Ramazanoğlu ve Öcalan, 2005: 36-37).

Spor üretiminde; işgücü, malzeme ve spor tesisi kavramları üretimin “girdi” boyutunu, bu girdiler sonucunda elde edilen sportif hizmetler ve organizasyonlar ise “çıkıtı” boyutunu oluşturmaktadır. Bu sarmaldan elde edilen fayda gerek tüketici gerekse de üretici bakımından farklılık göstermektedir. Tüketiciler; haz, eğlence, mutluluk, sağlık, statü, meslek kazanma, meşgul olma, sosyal bir çevre edinme, güzel kalmaya devam etme, formunu korumaya yardımcı olma güçlü olma, toplumsal aidiyet duygusu yaşama ve sosyal uyum gibi yararlar elde ederken, hizmet sağlayıcılar ise kuruluş amaçlarına göre farklılık gösterebilen faydalar elde etmektedirler (Ezcan, 2006: 106).

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

Spor işletmeleri, müşterilerine sundukları hizmetin bedeli olarak bir maddi kazanç elde etmek için kurulmuş olsalar dahi, asıl amaçları, hizmet verdikleri kesimin spora yönelik ihtiyaçlarını gidermek üzere kurulur (Ramazanoğlu ve Öcalan, 2005: 36). Spor tesislerinde, insanları memnun edecek hizmet üretmek esastır. Spor programlarının çeşitliliği ile de insanların yeteneklerine göre çeşitli sportif faaliyetlere katılmaları teşvik edilmektedir. Çünkü sportif faaliyetlerin varlığı, insanların bu alandaki ihtiyaçlarından doğmaktadır (İşlertaş, 2006: 14).

Ülkemizde de, dünyanın genelinde olduğu gibi sağlıklı yaşam ve güzellik kavramları giderek daha fazla kullanılmaya başlamıştır. Gerek yazılı gerekse görsel medyada yer alan reklamlar başka olmak üzere hizmetten yararlananların karşı tarafa aktardığı olumlu veya olumsuz görüşler, spor

hizmeti sunun işletmelerin rekabette daha cüretkâr davranmalarını gerekli kılmaktadır. Sağlıklı yaşam için çaba sarf etmek isteyenlerin spor sağlık merkezlerine üye olma eğiliminde oldukları bilinmektedir. Her sektörde olduğu gibi, spor sağlık hizmeti arz eden işletmelerin sayılarının çoğalmasıyla bu alandaki rekabet de artmıştır. Bu alanda rekabet etmek isteyen işletmelerin, müşteri odaklı stratejileri geliştirme yolunda adımlar atması zorunludur (Yıldız ve Tüfekçi, 2010: 2).

Toplumun her bir bireyinin anayasal hakkı olan spor hizmetlerinden faydalanmasında halka en yakın sorumlu idari birim olan belediyeler bu alanda ön plana çıkmaktadır. Dolayısıyla, belediyelerin anayasal sorumlulukları kapsamında, spor hizmetlerine yönelik halkın beklentilerini karşılayarak hizmet kalitelerini geliştirmeleri gerekmektedir (Atalay, Yücel, Korkmaz, 2016: 65). Belediyelerin sundukları spor hizmetlerine yönelik kullanıcıların kalite algılarını düzenli olarak değerlendirmesi ve gerekli düzenlemeleri yapması kamu kaynaklarının etkili kullanımı ve halkın spora olan tutumunun olumlu yönde geliştirilmesi açısından da önemlidir.

## **2.2. Hizmet Kalitesi Kavramı**

Sunulan hizmetlerin gelişmesi, çeşitlenmesi ve yaygınlaşmasının getirdiği sorunların başında kalite konusu gelmektedir. Hizmetlerin soyut, üretimi ve tüketiminin eş zamanlı, heterojen (benzemeyen) ve dayanıksız etkinlikler olması, kaliteli bir hizmet sunumunun önündeki en önemli zorluklar olarak görülebilir. Somut bir ürünün kalitesi yine somut ölçütlerle değerlendirilebilirken, soyut bir ürün olan hizmetin kalitesi sadece tüketicilerin algılarıyla ölçülebilir (Zeithalm ve Bitner, 2000: 81). Bu durum, hizmetin kalitesi üstünde hizmet sunucuların kontrolünü sınırlandırmaktadır (Polat, Aycan, Üzüm, Polat, 2013: 26).

Hizmet kalitesinin değerlendirmesinde neyin ölçüleceği ise bir diğer önemli konudur. Başka bir deyişle, alan yazında hizmet kalitesini oluşturan boyutların neler olduğu bazı farklılıklar gösterse de, genel kabul görmüş hizmet kalitesi yaklaşımlarının fiziksel çevre, etkileşim ve çıktı kalitesi boyutları etrafında toplandığı söylenebilir (Gronross, 1984: 39; Parasuraman, Zeithalm, Berry, 1985: 47; Ko ve Pastore, 2005: 85). Fiziksel çevre kalitesi; hizmetin sunulduğu somut çevre veya ortamın kalitesi, etkileşim kalitesi; hizmeti alan ve sunanlar arasında oluşan etkileşimin kalitesi, çıktı kalitesi; hizmet sunumu sonucunda tüketicinin elde ettiği faydanın kalitesi olarak kısaca açıklanabilir.

Tüketiciler hizmet kalitesini, hizmetten istek veya beklentileri ile hizmet sunumundan aldıkları veya algıladıklarını karşılaştırarak değerlendirmektedirler (Bery, Parasuraman, Zeithalm, 1988: 37). Alınan

hizmetin tüketicilerin beklentilerini karşılama ya da beklentilerini aşması durumunda hizmet kalitesinin yeterli olduğu söylenebilir. Tüketicilerin arzu ya da isteklerini ifade eden beklentilerin kaynağını tüketicilerin önceki deneyimleri, ihtiyaçları, diğerlerinden edindikleri bilgiler, alternatif hizmetlerin varlığı, hizmet vaatleri vb. nedenlerin oluşturduğu yönündedir (Zeithalm, Berry, Parasuraman, 1993: 7-11).

### **3. Yöntem**

#### **3.1. Araştırmanın Amacı ve Modeli**

Spor merkezi üyelerinin kişisel özellikleri bakımından sunulan hizmetlere yönelik kalite algılarının incelenmesinin amaçlandığı bu çalışma, genel tarama modellerinden kesit alma yaklaşımına göre yapılmıştır.

#### **3.2. Araştırmanın Evren ve Örneklemi**

Bu araştırmanın çalışma evrenini, İstanbul Büyük Şehir Belediyesi bünyesinde faaliyet gösteren İstanbul Spor Etkinlikleri ve İşletmeciliği Ticaret AŞ'ye (Spor İstanbul) bağlı A ve B sınıfı 4 spor tesisinin kullanıcıları oluşturmuştur (Spor İstanbul A.Ş.'ye ait tesisler sunulan hizmetlerin çeşitliliğine göre A, B ve C tesisler adı altında sınıflandırılmıştır). Örneklemi ise, bu evren içerisinde rastlantısal örnekleme yöntemiyle seçilen 400 kişilik gönüllü katılımcı grubu oluşturmuştur.

#### **3.3. Araştırma Verilerin Toplanması**

Katılımcıların kişisel özelliklerine (cinsiyet, yaş, eğitim, gelir, spor tesisi kullanım amacı, üyelik süresi ve tesis kullanım zamanı) ilişkin veriler, kişisel bilgi formu aracılığıyla elde edilmiştir.

Katılımcıların hizmet kalitesi algıları ise, Uçan (2007: 121-122) tarafından geliştirilen Spor-Fitness Merkezleri Algılanan Hizmet Kalitesi Ölçeği kullanılarak elde edilmiştir. Ölçek 31 madde beşli derecelendirme (1= Hiç katılmıyorum, 5= Tamamen katılıyorum) ile cevaplanan ifadelerden oluşmaktadır. Ölçekteki 7 madde (1-7) "Fiziksel Çevre Kalitesi", 3 madde (8-10) "Ortam Koşulları Kalitesi", 3 madde (11-13) "Egzersiz Alet Ekipman Kalitesi", 3 madde (14-16) "Program Kalitesi", 10 madde (17-26) "Etkileşim Kalitesi", 5 madde (27-31) "Çıktı Kalitesi" alt boyutlarını oluşturmaktadır. Bu çalışma için ölçeğin hesaplanan güvenilirlik katsayısı  $\alpha=0.92$  olarak bulunmuştur. Ölçeği oluşturan alt boyutlara ilişkin güvenilirlik katsayısı ise sırasıyla, fiziksel çevre kalitesi  $\alpha=0.82$ , ortam

koşulları kalitesi  $\alpha=0.73$ , egzersiz alet ekipman kalitesi  $\alpha=0.84$ , program kalitesi  $\alpha=0.79$ , etkileşim kalitesi  $\alpha=0.90$  ve çıktı kalitesi  $\alpha=0.90$ 'dır.

### 3.4. Araştırma Verilerinin Analizi

Verilerin analizinde katılımcıların kişisel özelliklerine ilişkin bilgiler, yüzde, frekans dağılımı, aritmetik ortalama ve standart sapma analizleri ile belirlenmiştir. Bu araştırma kapsamında toplanan veriler sayısal olarak parametrik test analizlerini yapacak yeterlilikte olduğundan, katılımcıların kişisel özelliklerinin hizmet kalitesi algılarına etkisini belirlemek amacıyla iki grubun karşılaştırılmasında T-testi, ikiden fazla grubun karşılaştırılmasında tek yönlü varyans analizi (ANOVA) ve sürekli sayısal veriler için ise Pearson Korelasyon testleri uygulanmıştır. Çalışmanın anlamlılık düzeyi  $p<0,05$  olarak kabul edilmiştir.

## 4. Bulgular

### 4.1. Araştırmaya Katılan Spor Tesisi Kullanıcılarının Kişisel Özelliklerine İlişkin Bulgular

Araştırmaya katılan spor tesisi kullanıcılarının kişisel özelliklerine (cinsiyet, eğitim durumu, tesis kullanım zamanı, gelme amacı, yaş, gelir ve üyelik süresi) yönelik bulgular tablo 1' de verilmiştir.

**Tablo 1:** Katılımcıların Kişisel Özelliklerine Göre Aritmetik Değerleri

Kişisel özellikler	Gruplar	f	%
Cinsiyet	Kadın	225	%56,25
	Erkek	175	%43,75
Eğitim	İlköğretim	67	%16,75
	Orta öğretim	142	%35,50
	Yükseköğretim	191	%47,75
Tesis kullanım zamanı	06:00-12:00	68	%17,00
	12:01-18:00	155	%38,75
	18:01-22:00	177	%44,25
Tesis kullanım Amacı	Yetenek geliştirme	28	%7,00
	Fiziksel görünümü iyileştirme	163	%40,75
	Sosyalleşme	25	%6,25
	Psikolojik rahatlama	36	%9,00
	Zevk alma	43	%10,75
	Sağlık durumu iyileştirme	95	%23,75
	Diğer	10	%2,50
	Ort		Sd
Yaş		31,86	11,34
Gelir (TL)		2.496,05	2442,79
Üyelik süresi (ay)		31,88	4,92

Tablo 1 incelendiğinde, yaş ortalaması  $31,86 \pm 11,34$ , aylık gelir ortalaması  $2.496,05 \text{ TL} \pm 2442,79 \text{ TL}$  ve ortalama üyelik süresi  $31,88 \pm 4,92$  olan toplam 400 katılımcıdan 225'inin (%56,3) kadın ve 175'inin (%43,8) ise erkek olduğu anlaşılmaktadır. Ayrıca tablo 1'de, öncelikli amaçları "fiziksel görünümü iyileştirmek" (%40,8) olan katılımcıların büyük çoğunluğunun (%47,8) yükseköğretim mezunu olduğu ve spor tesislerini en fazla 18:01-22:00 saatleri arasında (%44,3) kullandığı görülmektedir.

#### 4.2. Spor Tesisi Kullanıcılarının Hizmet Kalitesi Algısının "Cinsiyet" Değişkenine Göre Karşılaştırılması

Araştırmaya katılan spor tesisi kullanıcılarının algıladıkları hizmet kalitesi ile "cinsiyetleri" arasında farklılık olup olmadığını belirlemek amacı ile yapılan t-test sonuçları Tablo 2'de verilmiştir.

**Tablo 2:** Cinsiyet Değişkenine Göre T-Testi Sonuçları

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

P<0,05

Tablo 2 incelendiğinde, araştırmaya katılan spor tesisi kullanıcılarının cinsiyetleri ile algıladıkları ekipman kalitesi ( $t=-2,999$ ;  $p=,003$ ) arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmaktadır ( $p<0,05$ ). Başka bir deyişle, "ekipman kalitesi" boyutunda erkek kullanıcılar ( $\bar{x}=4,2305$ ) kadın kullanıcılara ( $\bar{x}=3,9837$ ) göre istatistiksel olarak anlamlı düzeyde yüksek kalite algısına sahiptir.

#### 4.3. Spor Tesisi Kullanıcılarının Hizmet Kalitesi Algısı ile "Yaş" Değişkeni Arasındaki İlişki

Araştırmaya katılan spor tesisi kullanıcılarının algıladıkları hizmet kalitesi ile "yaşları" arasında ilişki olup olmadığını belirlemek amacı ile yapılan Pearson korelasyon katsayısı analiz sonuçları Tablo 3' de verilmiştir.

**Tablo 3:** “Yaş” Değişkeni ve Algılanan Hizmet Kalitesi İlişkisi

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

P&lt;0,05

Tablo 3 incelendiğinde, araştırmaya katılan spor tesisi kullanıcılarının yaşları ile algıladıkları fiziksel çevre kalitesi arasında negatif yönde düşük düzeyde istatistiksel olarak anlamlı ilişki bulunmuştur (r=-,131, p=,009<0,05).

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

Araştırmaya katılan spor tesisi kullanıcılarının algıladıkları hizmet kalitesi ile “eğitim düzeyi” arasında farklılık olup olmadığını belirlemek amacı ile yapılan tek yönlü varyans analizi (ANOVA) ve farklılığın hangi gruplar arasında olduğunu belirlemek amacıyla yapılan Tukey post-hoc analizi sonuçları Tablo 4’te verilmiştir.

**Tablo 4:** Eğitim Seviyesi Değişkenine Göre ANOVA ve Tukey Post-Hoc (TPH) Sonuçları

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

P&lt;0,05



Tablo 4 incelendiğinde, araştırmaya katılan spor tesisi kullanıcılarının eğitim seviyeleri bakımından fiziksel çevre kalitesi ( $F=10,781$ ;  $p=,000$ ), ortam kalitesi ( $F=7,129$ ;  $p=,001$ ), ekipman kalitesi ( $F=3,572$ ;  $p=,029$ ), etkileşim kalitesi ( $F=6,462$ ;  $p=,002$ ) ve çıktı kalitesi ( $F=6,159$ ;  $p=,002$ ) algıları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar bulunmaktadır ( $p<0,05$ ). Farkın hangi gruplar arasında olduğunu belirlemek amacıyla yapılan Tukey testinin sonuçlarına göre, fiziksel çevre kalitesi boyutunda yükseköğrenim mezunu grubun ( $\bar{x}=3,8407$ ) ortaöğretim mezunu ( $\bar{x}=4,1388$ ) ve ilköğretim mezunu gruba göre ( $\bar{x}=4,1962$ ) daha düşük kalite algısına sahip olduğu bulunmuştur. Ortam kalitesi boyutunda yükseköğrenim mezunu grubun ( $\bar{x}=4,0157$ ) ortaöğretim mezunu grubu ( $\bar{x}=4,3099$ ) ve ilköğretim mezunu gruba göre, ( $\bar{x}=4,2886$ ), ekipman kalitesi boyutunda yükseköğrenim mezunu grubun ( $\bar{x}=3,9808$ ) ortaöğretim mezunu gruba göre ( $\bar{x}=4,2254$ ), etkileşim kalitesi boyutunda yükseköğrenim mezunu grubun ( $\bar{x}=4,2309$ ) ortaöğretim mezunu ( $\bar{x}=4,4310$ ) ve ilköğretim mezunu gruba göre ( $\bar{x}=4,5070$ ) ve çıktı kalitesi boyutunda da yine yükseköğrenim mezunu grubun ( $\bar{x}=4,5445$ ) ortaöğretim mezunu ( $\bar{x}=4,7282$ ) ve ilköğretim mezunu gruba göre ( $\bar{x}=4,7164$ ) kalite algısının daha düşük olduğu tespit edilmiştir.

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

Araştırmaya katılan spor tesisi kullanıcılarının algıladıkları hizmet kalitesi ile “aylık gelir durumu” arasında ilişki olup olmadığını belirlemek amacı ile yapılan Pearson korelasyon katsayısı analiz sonuçları Tablo 5’de verilmiştir.

**Tablo 5:** “Aylık Gelir Durumu” Değişkeni ve Algılanan Hizmet Kalitesi İlişkisi

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

$P<0,05$

Tablo 5 incelendiğinde, araştırmaya katılan spor tesisi kullanıcılarının aylık gelir durumu ile algıladıkları fiziksel çevre kalitesi ( $r=-,174$ ,  $p=,000<0,05$ ), ekipman kalitesi ( $r=-,101$ ,  $p=,044<0,05$ ), program kalitesi ( $r=-,103$ ,  $p=,039<0,05$ ) ve çıktı kalitesi ( $r=-,116$ ,  $p=,021<0,05$ ) arasında ise negatif yönde düşük düzeyde istatistiksel olarak anlamlı ilişki bulunmuştur.

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

Araştırmaya katılan spor tesisi kullanıcılarının algıladıkları hizmet kalitesi ile “üyelik süreleri” arasında ilişki olup olmadığını belirlemek amacı ile yapılan Pearson korelasyon katsayısı analiz sonuçları Tablo 6’da verilmiştir.

**Tablo 6:** “Üyelik Süreleri” Değişkeni ve Algılanan Hizmet Kalitesi İlişkisi

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

P<0,05

Tablo 6 incelendiğinde, araştırmaya katılan spor tesisi kullanıcılarının üyelik süreleri ile algıladıkları fiziksel çevre kalitesi ( $r=-,122$ ,  $p=,014<0,05$ ) ve ortam kalitesi ( $r=-,103$ ,  $p=,040<0,05$ ) arasında negatif yönde düşük düzeyde istatistiksel olarak anlamlı ilişki bulunmuştur.

#### 4.7. Spor Tesisi Kullanıcılarının Hizmet Kalitesi Algısının “Tesis Kullanım Zamanı” Değişkenine Göre Karşılaştırılması

Araştırmaya katılan spor tesisi kullanıcılarının algıladıkları hizmet kalitesi ile “tesis kullanım zamanı” arasında farklılık olup olmadığını belirlemek amacı ile yapılan tek yönlü varyans analizi (ANOVA) ve farklılığın hangi gruplar arasında olduğunu belirlemek amacıyla yapılan Tukey post-hoc analizi sonuçları Tablo 7’de verilmiştir.

**Tablo 7:** “Tesis Kullanım Zamanı” Değişkenine Göre ANOVA ve Tukey Post Hoc (TPH) Sonuçları

		n	$\bar{x}$	Sd	F	*p.	*TPH Sonucu
Fiziksel Çevre Kalitesi	A- 06:00-12:00 arası	68	4,1008	,65071	15,284	<b>,000*</b>	C-A C-B
	B- 12:01-18:00 arası	155	4,2009	,58805			
	C- 18:01-22:00 arası	177	3,7990	,75859			
Ortam Kalitesi	A- 06:00-12:00 arası	68	4,1275	,77914	4,838	<b>,008*</b>	C-B
	B- 12:01-18:00 arası	155	4,3118	,73431			
	C- 18:01-22:00 arası	177	4,0527	,78639			
Ekipman Kalitesi	A- 06:00-12:00 arası	68	4,1078	,87425	4,780	<b>,009*</b>	C-B
	B- 12:01-18:00 arası	155	4,2387	,71042			
	C- 18:01-22:00 arası	177	3,9567	,90733			
Program Kalitesi	A- 06:00-12:00 arası	68	4,2696	,68690	5,756	<b>,003*</b>	C-A
	B- 12:01-18:00 arası	155	4,0817	,83773			

	C- 18:01-22:00 arası	177	3,9058	,76454			
Etkileşim Kalitesi	A- 06:00-12:00 arası	68	4,5279	,51856			
	B- 12:01-18:00 arası	155	4,3626	,71797	4,104	<b>,017*</b>	C-A
	C- 18:01-22:00 arası	177	4,2667	,61853			
Çıktı Kalitesi	A- 06:00-12:00 arası	68	4,7824	,43122			
	B- 12:01-18:00 arası	155	4,6671	,52633	5,065	<b>,007*</b>	C-A
	C- 18:01-22:00 arası	177	4,5582	,53156			

P<0,05

Tablo 7 incelendiğinde, araştırmaya katılan spor tesisi kullanıcılarının tesis kullanım zamanı bakımından fiziksel çevre kalitesi (F=15,284; p=,000), ortam kalitesi (F=4,838; p=,008), ekipman kalitesi (F=4,780; p=,009), program kalitesi (F=5,756; p=,003), etkileşim kalitesi (F=4,104; p=,017) ve çıktı kalitesi (F=5,065; p=,007) algıları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmaktadır (p<,05). Farkın hangi gruplar arasında olduğunu belirlemek amacıyla yapılan Tukey testinin sonuçlarına göre, fiziksel çevre kalitesi boyutunda 18:01-22:00 saatleri arası grubun ( $\bar{x}$ =3,7990) 06:00-12:00 saatleri ( $\bar{x}$ =4,1008) ve 12:01-18:00 saatleri grubuna göre ( $\bar{x}$ =4,2009) daha düşük kalite algısına sahip olduğu bulunmuştur. Ortam kalitesi boyutunda 18:01-22:00 saatleri arası grubun ( $\bar{x}$ =4,0527) 12:01-18:00 saatleri arası gruba göre ( $\bar{x}$ =4,3118), ekipman kalitesi boyutunda 18:01-22:00 saatleri arası grubun ( $\bar{x}$ =3,9567) 12:01-18:00 saatleri arası gruba göre ( $\bar{x}$ =4,2387), program kalitesi boyutunda 18:01-22:00 saatleri arası grubun ( $\bar{x}$ =3,9058) 06:00-12:00 saatleri gruba göre ( $\bar{x}$ =4,2696), etkileşim kalitesi boyutunda 18:01-22:00 saatleri arası grubun ( $\bar{x}$ =4,2667) 06:00-12:00 saatleri gruba göre ( $\bar{x}$ =4,5279), çıktı kalitesi boyutunda da yine 18:01-22:00 saatleri arası grubun ( $\bar{x}$ =4,5582) 06:00-12:00 saatleri gruba göre ( $\bar{x}$ =4,7824) kalite algısının daha düşük olduğu tespit edilmiştir.

#### 4.8. Spor Tesisi Kullanıcılarının Hizmet Kalitesi Algısının “Spor Tesisini Kullanım Amacı” Değişkenine Göre Karşılaştırılması

Araştırmaya katılan spor tesisi kullanıcılarının algıladıkları hizmet kalitesi ile “spor tesisi kullanım amacı” arasında farklılık olup olmadığını belirlemek amacı ile yapılan tek yönlü varyans analizi (ANOVA) ve farklılığın hangi gruplar arasında olduğunu belirlemek amacıyla yapılan Tukey post-hoc analizi sonuçları Tablo 8’de verilmiştir.

**Tablo 8:** “Tesis Kullanım Amacı” Değişkenine Göre ANOVA ve Tukey Post-Hoc (TPH) Sonuçları

		n	$\bar{x}$	Sd	F	*p.	*TPH sonuç
Fiziksel Çevre Kalitesi	A-Yetenekleri Geliştirme	28	3,9694	,6882	,606	,726	
	B-Fiziksel Gör. İyileştirme	163	4,0386	,6980			
	C-Sosyalleşme	25	3,9429	,6468			
	D-Psikolojik Rahatlama	36	3,9762	,7077			
	E-Zevk Aldığı İçin	43	4,0133	,7195			
	F-Sağlık Dur. İyileştirme	95	4,0256	,7097			
	G-Diğer	10	3,6286	,8681			
Ortam Kalitesi	A-Yetenekleri Geliştirme	28	4,0476	,8150	,792	,577	
	B-Fiziksel Gör. İyileştirme	163	4,1309	,8016			
	C-Sosyalleşme	25	4,1333	,8498			
	D-Psikolojik Rahatlama	36	4,3241	,6877			
	E-Zevk Aldığı İçin	43	4,1473	,6835			
	F-Sağlık Dur. İyileştirme	95	4,2456	,6914			
	G-Diğer	10	3,9000	1,2868			
Ekipman kalitesi	A-Yetenekleri Geliştirme	28	4,1429	,9136	1,326	,244	
	B-Fiziksel Gör. İyileştirme	163	4,0941	,8506			
	C-Sosyalleşme	25	4,2800	,7308			
	D-Psikolojik Rahatlama	36	4,1296	,8918			
	E-Zevk Aldığı İçin	43	4,1395	,8364			
	F-Sağlık Dur. İyileştirme	95	4,0561	,7238			
	G-Diğer	10	3,4333	1,3245			
Program kalitesi	A-Yetenekleri Geliştirme	28	4,0833	,6946	,676	,669	
	B-Fiziksel Gör. İyileştirme	163	4,0204	,8086			
	C-Sosyalleşme	25	4,0800	,8886			
	D-Psikolojik Rahatlama	36	4,1481	,7743			
	E-Zevk Aldığı İçin	43	4,1085	,7514			
	F-Sağlık Dur. İyileştirme	95	4,0035	,7633			
	G-Diğer	10	3,6333	1,0357			
Etkileşim Kalitesi	A-Yetenekleri Geliştirme	28	4,3429	,4693	,367	,900	
	B-Fiziksel Gör. İyileştirme	163	4,3650	,6165			
	C-Sosyalleşme	25	4,2640	,7691			
	D-Psikolojik Rahatlama	36	4,3139	,7132			
	E-Zevk Aldığı İçin	43	4,3023	,6881			
	F-Sağlık Dur. İyileştirme	95	4,3968	,6884			
	G-Diğer	10	4,1600	,5985			
Çıktı Kalitesi	A-Yetenekleri Geliştirme	28	4,5786	,5173	1,613	,142	
	B-Fiziksel Gör. İyileştirme	163	4,6982	,4463			
	C-Sosyalleşme	25	4,4480	,7422			
	D-Psikolojik Rahatlama	36	4,6056	,5137			
	E-Zevk Aldığı İçin	43	4,6140	,5040			
	F-Sağlık Dur. İyileştirme	95	4,6589	,5330			
	G-Diğer	10	4,3400	,7890			

P&lt;0,05

Tablo 8 incelendiğinde, araştırmaya katılan spor tesisi kullanıcılarının spor tesisini kullanım amaçları bakımından algıladıkları hizmet kalitesi düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmamaktadır ( $p<0,05$ ).

#### 4. Tartışma ve Sonuç

Araştırmaya katılan erkek spor tesisi kullanıcılarının “ekipman kalitesi” boyutunda kadın kullanıcılara göre istatistiksel olarak anlamlı düzeyde yüksek kalite algısına sahip olmasının yanında, diğer boyutlarda da kadınlardan daha yüksek kalite algısına sahip oldukları belirlenmiştir (Tablo 2). İslamoğlu, Çebi, Eliöz, Yamak, İmamoğlu (2019: 1114) yapmış oldukları çalışmada, araştırma bulgularını destekler nitelikte erkek fitness merkezi üyelerinin “etkileşim”, “alet-ekipman”, program” ve “ortam kalitesi” alt boyutlarında kadınlardan istatistiksel açıdan anlamlı düzeyde yüksek kalite algısına sahip olduğunu belirlemişlerdir. Theodorakis, Alexandris, Rodrigues, Sarmiento (2004: 49) çalışmalarında, erkek kullanıcıların kadınlara oranla “tesis olanakları” boyutunda daha yüksek memnuniyet düzeyine sahip olduğunu tespit etmişlerdir. Ayrıca, kadınların daha çok grup olarak ve planlanmış aktivitelere katıldıkları, tesis yöneticilerinin kadınların ihtiyaçlarını karşılayacak geniş çaplı kondisyon programları düzenlemeleri gerektiğini ifade etmişlerdir. Yıldırım (2018: 353) çalışmasında, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi’nde spor tesislerinden faydalanan kadınların “tesis koşulları”, “rahatlık” ve “uygunluk” noktasında erkeklerden, erkeklerin ise “antrenör yaklaşımı” açısından kadınlara göre kalite algılarının daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Yapılan bazı çalışmalarda, kadın kullanıcıların özellikle tesislerdeki somut unsurlar, personel, üyelerinin tutumları ve hizmetin sunumu konularında beklentilerinin yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Afthinos, Theodorakis, Nassis, 2005: 256; Tüfekçi; 2010: 35; Yerlisu Lapa ve Baştaç, 2011: 49).

Spor ve rekreasyon hizmetlerindeki kalite algısına yönelik yapılan bir çalışmada ise, kadın müşterilerin hizmet kalitesi algılarının erkek müşterilere göre daha yüksek olduğu tespit edilmiştir (Yıldız, Onağ, Onağ, 2013: 127).

Araştırmaya katılan spor tesisi kullanıcılarının yaşları ile algıladıkları “fiziksel çevre kalitesi” arasında negatif yönde düşük düzeyde istatistiksel olarak anlamlı ilişki bulunurken, diğer boyutlarda herhangi bir ilişkiye rastlanmamıştır (Tablo 3). Bir başka deyişle, yaş küçüldükçe fiziksel çevre kalitesine yönelik algı düzeyinin arttığı, yaş büyüdükçe ise algı düzeyinin düştüğü şeklinde ifade edilebilir. İslamoğlu ve ark. (2019: 1114) fitness merkezlerinde en genç yaş grubundaki üyelerin “fiziksel çevre” boyutundaki kalite algılarının diğer yaş gruplarından daha yüksek olduğunu

belirlemişlerdir. Genel anlamda “temizlik” ve “soyunma odaları” bir tesisin fiziksel çevre unsurları olarak kabul edilebilir. Bitner (1992: 65) fiziksel çevreyi, hizmetin ortaya çıktığı bütün somut varlıları kapsayan ortam olarak ifade etmiştir. Dolayısıyla, araştırma bulgularını destekler biçimde, Katırcı ve Oyman’ın (2011: 98) spor merkezlerindeki tüketici tatminini ölçmek amacıyla yaptıkları çalışmada, genç yaş grubunun “temizlik” alt boyutunda duyduğu tatmin düzeyinin diğerlerinden daha yüksek olduğunu sonucuna varmışlardır. Baş, Çelik ve Solak (2017: 10) ise kullanıcıların “soyunma odalarına” yönelik beklentilerinin yaş ilerledikçe arttığını belirtmişlerdir.

Araştırma bulgularının aksine, Eser’in (2015) yapmış olduğu çalışmada, spor merkezlerinde genç yaş grubu üyelerin memnuniyet düzeylerinin ileri yaş grubu üyelerden daha düşük olduğu tespit edilmiştir. Yapılan bazı çalışmalarda ise, yaşın hizmet kalitesi beklentisini etkilemediği, tüm yaş guruplarındaki üyelerin beklentilerinin benzer oldukları yönünde sonuca ulaşılmıştır. (Tüfekçi, 2010: 35 Yerlisu Lapa ve Baştaç, 2011: 49; Yıldız ve ark., 2013: 127).

Katılımcıların eğitim seviyesi ile algıladıkları hizmet kalitesi düzeyine ilişkin bulgular incelendiğinde, ilköğretim ve ortaöğretim mezunlarının yükseköğretim mezunlarına göre “fiziksel çevre”, “ortam”, “ekipman”, “etkileşim” ve “çıkıtı” kalitesi boyutlarında istatistiksel olarak anlamlı düzeyde yüksek kalite algısına sahip oldukları tespit edilmiştir (Tablo 4). Yerlisu Lapa ve Baştaç’ın (2011: 50) yapmış olduğu çalışmada; lise mezunu grubun “soyunma odaları” ve “tesis” alt boyutlarında üniversite mezunu gruptan daha yüksek hizmet kalitesi algısına sahip olması, bu çalışmanın sonucuyla örtüşmektedir. Benzer şekilde, Yıldırım’ın (2018: 355) yaptığı çalışmada da, “kişisel gelişim”, “sosyal gelişim”, “hijyenik ortam” ve “tesis atmosferi” kalite algısının eğitim seviyesi yükseldikçe düştüğü sonucuna ulaşılmıştır. Demirel’in (2013: 77) spor hizmeti veren işletmelerde hizmet kalitesini değerlendirdiği çalışmasında, “program” ve “personel” alt boyutunda eğitim seviyesi lise olan üyelerin beklentilerinin eğitim seviyesi üniversite olan üyelerden, “soyunma odası” alt boyutunda eğitim seviyesi lise olan üyelerin algılarının üniversite mezunu olan üyelerden yüksek olduğunu sonucu da araştırma bulgularıyla benzerlik göstermektedir. Boz’un (2007: 126) çalışmasında da, üniversite mezunu tesis kullanıcılarının “hizmet sunum” kalitesine yönelik algılarının diğer eğitim seviyesindeki kullanıcılardan daha düşük olduğu değerlendirilmiştir.

Araştırma bulgularının aksine, Yüzgenç’in (2010: 97) çalışmasında, tesis kullanıcılarının hizmet kalitesi algıları eğitim durumu değişkeni açısından incelendiğinde genel anlamda herhangi bir farklılık olmadığı, sadece “çalışan” alt boyutunda eğitim düzeyleri yüksek olan kişilerin

beklentilerinin daha çok yerine getirildiği sonucuna ulaşılmıştır. Benzer şekilde, Yıldız ve ark., (2013: 128) ise spor tesisi kullanıcılarının hizmet kalitesi algısının eğitim seviyesiyle orantılı olarak yükseldiğini tespit etmişlerdir

Araştırmaya katılan spor tesisi kullanıcılarının aylık gelirleri ile algıladıkları “fiziksel çevre kalitesi”, “ekipman kalitesi”, “program kalitesi” ve “çıkıtı kalitesi” düzeyi arasında negatif yönde düşük düzeyde istatistiksel olarak anlamlı ilişki bulunmuştur (Tablo 5). Bu sonuç, gelir seviyesi arttıkça kalite algısının azaldığı, gelir seviyesi azaldıkça da kalite algısının arttığı şeklinde ifade edilebilir. Araştırma bulgusunu destekler nitelikte, Yüzgeç’in (2010: 99) yaptığı çalışmada “etkileşim kalitesi”, Ceyhun’un (2006: 119) yaptığı çalışmada ise “program kalitesi” boyutlarında gelir düzeyi yüksek olanların kalite algısının gelir düzeyi düşük olanlara göre daha düşük olduğu belirtilmiştir.

Araştırma sonucunun aksine, Greenwell, Fink ve Pastore’ün (2002: 239) düşük gelirli seyircilerin yüksek gelir düzeyine sahip seyircilere göre “etkileşim kalitesi” boyutunda daha düşük kalite algısına sahip olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Demirel’in (2013: 76) çalışmasında ise, gelir durumu bakımından kişilerin hizmet kalitesi algıladıkları incelendiğinde tüm alt boyutlarda istatistiksel olarak anlamlı farklılık tespit edilmemiştir. Bu durum, bireylerin gelir durumunun düşük ya da yüksek olmasının beklenti veya algılarını değiştirmedeği yönünde yorumlanabilir.

Araştırmaya katılan spor tesisi kullanıcılarının üyelik süreleri ile algıladıkları “fiziksel çevre kalitesi” ve “ortam kalitesi” arasında negatif yönde düşük düzeyde istatistiksel olarak anlamlı ilişki tespit edilmiştir (Tablo 6). Bir başka ifadeyle, kişilerin tesislerdeki üyelik süreleri arttıkça fiziksel çevre kalitesi ve ortam koşulları kalite algısı azalmaktadır. Bunun nedeni olarak, kişilerin tesisleri kullandıkları süre arttıkça, tesisin fiziksel koşullarını daha iyi tanımaları ve eksikliklerin daha çok farkına varmaları gösterilebilir. Özen, Demirsoy ve Üzüm (2016: 137) yapmış oldukları çalışmada, gençlik merkezleri spor faaliyetlerine katılanların tesis kullanım süresi arttıkça hizmet kalitesi algılarının azaldığını tespit etmişlerdir. Benzer şekilde Baş ve ark., (2017: 10) yaptıkları çalışmada, bir yıldan az sürede hizmet alan kişilerin, bir yıl ve üzeri hizmet alan kişilere göre “soyunma odaları” ve” tesise ilişkin algıladıkları hizmeti daha yeterli buldukları sonucuna ulaşılmıştır. Bu sonucun nedeni olarak, uzun süreli üyeliği olan müşterilerin zamanla işletmelerin verdiği hizmetin yetersiz bulduğunu ve daha yenilikçi hizmet beklediklerini göstermişlerdir. Ceyhun (2016: 120) çalışmasında, spor tesislerine üye olan kişilerin üyelik süresi uzadıkça hizmet kalitesi algılarının düştüğünü belirtmiştir. Eroğlu’nun (2006: 146) çalışmasının sonucuna göre de; spor merkezi kullanıcılarının

üyeliklerini yenilemelerinde aynı tesiste spor yapma sürelerinin etkili olduğu ifade edilmiştir.

Yıldırım'ın (2018: 354) çalışmasında, spor tesislerinde üye olunan süre arttıkça üyelerin antrenör ile ilgili düşüncelerinin olumlu yönde geliştiğinin görüldüğü tespit edilmiştir. Özsarı, Fişekçioğlu ve Altın (2017: 39) ise çalışmalarında, üyelik süresi ile kalite algısı arasında bir ilişkiye rastlamadıklarını belirtmişlerdir.

Araştırmaya katılan spor tesisi kullanıcılarının hizmet kalitesi algıları tesis kullanım zamanı bakımından incelendiğinde tüm boyutlarda anlamlı düzeyde istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık gösterdiği tespit edilmiştir (Tablo 7). Tüm boyutlarda 18:01-22:00 saatleri arasında spor merkezine gelen üyelerin kalite algılarının, 06:00-12:00 ve 12:01-18:00 saatleri arasında spora gelen üyelerden düşük çıktığı görülmüştür. Araştırma bulgusuyla benzerlik gösteren Eroğlu'nun (2006: 141) çalışmasında, spor tesislerini geç saatte kullanan kişilerin genel hizmet kalitesi algısının diğer zaman dilimlerinde merkezi kullanan kişilere göre daha düşük olduğu tespit edilmiştir. Bu sonucun sebebi olarak, akşam saatlerindeki üye sayısının yoğun olması nedeni ile tesislerin belirlenen kapasitenin üzerinde hizmet vermesinin birçok noktada tesisin yetersiz kalmasına ve sonuçta kalite algısının düşmesine neden olabileceği gösterilmiştir.

Katılımcıların hizmet kalitesi algılarının spor tesisini kullanım amaçları bakımından istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermediği tespit edilmiştir (Tablo 8). Buna rağmen, katılımcıların tesis kullanım amaçları sırlamasında fiziksel görünümelerini ve sağlık durumlarını iyileştirmek öncelikli nedenler olduğu görülmektedir (Tablo 1). Dolayısıyla, katılımcıların büyük çoğunluğunun benzer amaçlarla tesisleri kullanmaları bu sonuca neden olmuş olabilir. Boz'un (2007: 90-93) araştırmasında, kişilerin spor yapma amacının büyük çoğunlukla, "mutlu olma", "eğlenmek", "stres atmak", "sosyal çevre edinmek", "sağlıklı yaşam" ve "güzel gözükmek" olduğunu belirtmiştir. Ceyhun'a (2006: 117) göre, spor tesislerini kullanan üyelerin %41,1'i sağlıklı yaşam ve %25'i fiziksel görünümün güzel olmasını amaçlamaktadırlar. Tüfekçi'nin (2010: 27) yapmış olduğu çalışmada; üyelerin fitness merkezlerine "sağlıklı ve zinde kalmak" amacıyla gittikleri anlaşılmaktadır.

Fitness işletmelerine yönelik yapılan alan yazın araştırmalarında fiziksel egzersiz hizmeti sunan fitness merkezlerinde müşteri memnuniyeti sağlayabilmenin tek bir faktörden meydana gelmediği; bu süreçte başta personel olmak üzere, program ve fiziksel özellikler yönüyle önemli bir unsur haline gelen hizmet kalitesinin oldukça önemli bir etkiye sahip olduğu ifade edilmiştir (Yıldız, Duyan ve Günel, 2018; Yıldız ve ark.,



2016). Diğer bir çalışmada ise müşteri beklentisini etkileyen fiziksel ve psikososyal faktörlerin de hizmet kalitesi algısını önemli düzeyde etkileyebileceği öngörülmektedir (Yildiz, Polat ve Güzel, 2018).

Alan yazın incelendiğinde, bireylerin spor tesis kullanım amaçları ile kalite algılarının karşılaştırıldığı çalışmalara ulaşılamamıştır. Araştırma bulgusu konuya ilişkin veri sağlaması bakımından önemli olarak görülebilir.

Sonuç olarak,

- a) Erkek katılımcıların kalite algıları özellikle “fiziksel çevre” kalitesi boyutunda daha yüksektir.
- b) Tesislerde 18:00-22:00 saatleri arasında sunulan hizmetlere yönelik kalite algısı en düşük düzeydedir.
- c) Katılımcıların yaşı, eğitim seviyesi, geliri ve üyelik süresi ile kalite algıları arasında negatif yönde bir ilişki vardır.
- d) Katılımcıların tesisleri kullanım amaçları ile kalite algıları arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

Araştırma sonuçlarından yola çıkarak, spor tesisi kullanıcılarının kişisel özelliklerinden kaynaklanan beklentileri göz önünde bulundurularak sunulan hizmetlere yönelik düzenlemelerin yapılması önerilebilir.

## Kaynaklar

- Afthinos, Y., Theodorakis N. D., ve Nassis P. (2005), Customers' Expectations of Service in Greek Fitness Centers: Gender, Age, Type of Sport Center, and Motivation Differences, *Managing Service Quality*, 15(3), s.245-258.
- Atalay, A., Yücel, A. S., ve Korkmaz, H. M. (2016), Türkiye’de Spor Hizmetlerinin Yerelleşmesine İlişkin Belediye Başkanlarının Görüşlerinin İncelenmesi. *Sportmetre Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 14(1), s.63-74.
- Berry, L. L., Parasuraman, A., ve Zeithaml, V. A. (1988), The Service-Quality Puzzle, *Business Horizons*, 31(5), s.35-43.
- Bitner, M. J. (1992), Servicescapes: The Impact of Physical Surroundings on Customers and Employees, *Journal of Marketing*, 56(2), s.57-71.
- Boz, C. (2007), *Yerel Yönetimlerin Spor Tesislerinde Toplam Kalite Yönetimi Uygulamaları (İstanbul Büyükşehir Belediyesi Örneği)*, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Marmara Üniversitesi/Sağlık Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.

- Ceyhun, Serdar (2006), *Spor İşletmelerinde Hizmet Kalitesi*, (Yayımlanmamış Doktora Tezi), Gazi Üniversitesi/Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Demirel, H. (2013), *Rekreasyonel Spor/Fitness Programı Sunan İşletmelerde Hizmet Kalitesi*, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Gazi Üniversitesi/Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Dere, K. G. (2010), *İzmir İli Alaçatı Beldesinde Sörf Sporü Örneğinde, Spor ve Spor Yerleri Üzerine Bir Araştırma*, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Ege Üniversitesi/Fen Bilimleri Enstitüsü, İzmir.
- Eroğlu, E. (2006), *Spor Merkezlerinde Üyelik Yenilemelerini Etkileyen Faktörlerin Araştırılması*, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Marmara Üniversitesi/Sağlık Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Ezcan, V. (2006), *İnşaat Proje Yöneticileri İçin Öntasarım Aşamasında Spor Tesisi Yatırımlarını Deđerlendirmeye Yönelik Model Önerisi*, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), İstanbul Teknik Üniversitesi/Fen Bilimleri Enstitüsü, İzmir.
- Greenwell, C. T., Fink, J. S., ve Pastore, D. L. (2002), Perceptions of The Service Experience: Using Demographic and Psychographic Variables to Identify Customer Segments, *Sport Marketing Quarterly*, 11, s.233-241.
- Gronross C. (1984), A Service Quality Model and It's Market Implications, *European Journal of Marketing*, 18 (4), s.36-44
- Güçlü, Ö., Demirsoy, E., ve Üzüm, H. (2016), Gençlik Hizmetleri Etkinliklerine Katılanların Hizmet Kalitesi Algısı: Bolu Örneği, *Bitlis Eren Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 5(2), s.133-142.
- İslamoğlu, İ., Çebi, M., Eliöz, M., Yamak, B., ve İmamoğlu, O. (2019), Özel Spor Merkezlerindeki Hizmet Kalitesi Algısı, *Journal of International Social Research*, 12(65), s.1112-1117.
- Katırcı, H., ve Oyman, M. (2011), Spor Merkezlerinde Tüketici Tatmini ve Sadaka, *Journal of Physical Education & Sports Science/Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 5(2). S.90-100.
- Ko, Y. J. ve Pastore, D.L. (2005), A Hierarchical Model of Service Quality for The Recreational Sport Industry, *Sport Marketing Quarterly*, 14 (2), s.84-97.

- Kurtoğlu, T. (2006), *Halkın Yerel Yönetimlerden Spor Hizmetleri Konusunda Beklentileri (Mersin İli Örneği)*, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Mersin Üniversitesi/Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Mersin.
- Mustafa, B., Çelik, A., ve Solak, N. (2017), Spor İşletmelerinde Algılanan Hizmet Kalitesi Üzerine Bir Araştırma, *Gaziantep Üniversitesi Spor Bilimleri Dergisi*, 2(4), s.1-11.
- Özsarı, A., Fişekçioğlu, İ. B., ve Altın, M. (2017), Gençlik Merkezi Faaliyetlerine Katılan Suriyeli Mültecilerin Algıladıkları Hizmet Kalitesi Üzerine Bir Araştırma, *Spor Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 2(1), s.31-44.
- Parasuraman A., Zeithalm V. A., ve Berry L. L. (1985), A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research, *Journal of Marketing*, 49(4), s.41-50.
- Polat, E., Aycan, A., Üzüm H., ve Polat, E. (2013), Gençlik Merkezlerinde Algılanan Hizmet Kalitesi Ölçeği Geçerlik ve Güvenilirlik Çalışması, *Spor Bilimleri Dergisi*, 24(1), s.25-36.
- Ramazanoğlu, F., ve Öcalan, M. (2005), Spor İşletmelerinde İşletmecilik ve Personel Yönetimi Anlayışı, Fırat Üniversitesi Doğu Araştırmaları Dergisi,1(4), s.36-40.
- Theodorakis, N., Alexandris, K., Rodrigues, P. M. M., ve Sarmento, P. J. (2004), Measuring Customer Satisfaction in The Context of Health Clubs in Portugal, *International Sports Journal*, 8, s.44-53.
- Tüfekçi, Ö. (2010), *Fitness Merkezi Müşterilerinin Hizmet Kalitesine Yönelik Beklenti ve Algılarının Değerlendirilmesi*, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Balıkesir Üniversitesi/ Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- Uçan, Y. (2007). *Spor-Fitness Merkezlerinin Algılarının Hizmet Kalitesi Ölçeğinin Geliştirilmesi*, (Doktora Tezi), Abant İzzet Baysal Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bolu.
- Yerlisu L. T., ve Baştaç, E. (2012), Evaluating the Service Quality Assessment of Individuals Attending Fitness Centers in Antalya, *Pamukkale Journal of Sport Sciences*, 3(1), s.42-52.
- Yıldırım, M. (2018), Spor Tesislerinden Yararlanan Kişilerin Tesislerden Memnuniyet Düzeylerinin Belirlenmesi (Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Örneği), *Akdeniz Eğitim Araştırmaları Dergisi* 12(25): s.341-360.

- Yıldırım, S. (2011), *Lisanslı Olarak Takım Sporü ve Bireysel Spor Yapan İle Spor Yapmayan Ortaöğretim Öğrencilerinin Sosyal Beceri Düzeylerinin Karşılaştırılması*, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Abant İzzet Baysal Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bolu.
- Yıldız, S., Duyan, M., Günel, İ. (2018), Hizmet Kalitesinin Müşteri Memnuniyeti Üzerine Etkisi: Fitness Merkezlerinde Ampirik Bir Uygulama, *Spor Bilimleri Araştırmaları Dergisi* , 3 (1) , 1-8 . DOI: 10.25307/jssr.344971
- Yıldız, S. M., ve Tüfekçi Ö. (2010), Fitness Merkezi Müşterilerinin Hizmet Kalitesine Yönelik Beklenti ve Algılarının Değerlendirilmesi, *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 24(13), s.1-11.
- Yıldız, K., Polat, E., Sönmezoğlu, U., & Çokpartal, C. (2016), Fitness Merkezi Üyelerinin Algıladıkları Hizmet Kalitesinin Belirleyicileri Üzerine Bir Analiz, *Niğde Üniversitesi Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 10(3), 453-464.
- Yıldız, K., Polat, E., & Güzel, P. (2018), A Study Investigating the Perceived Service Quality Levels of Sport Center Members: A Kano Model Perspective, *Journal of Education and Training Studies*, 6(4), 177-188.
- Yıldız, Y., Onağ, Z., ve Onağ, A. O. (2013), Spor ve Rekreasyon Hizmetlerinde Algılanan Hizmet Kalitesinin İncelenmesi: Fitness Merkezi Örneği, *Uluslararası Hakemli Beşeri ve Akademik Bilimler Dergisi*, 2(3), s.114-130.
- Yüzgenç, A. (2010), *Yerel Yönetimlerin Sunduğu Spor Hizmetlerinde Hizmet Kalitesi (Ankara İli Örneği)*, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Gazi Üniversitesi/Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Zengin, E., ve Erdal, A. (2000), Hizmet Sektöründe Toplam Kalite Yönetimi, *Journal of Qafqaz University*, 3(1),s.43-56.
- Zeithaml, V. A., Berry, L. L., ve Parasuraman, A. (1993), The Nature and Determinants of Customer Expectations of Service, *Journal of The Academy of Marketing Science*, 21(1), s.1-12.
- Zeithalm V. A., ve Bitner M. J. (2000), *Service Marketing*, 2nd Edition, Boston: McGraw Hill.