

Gönderim Tarihi: 31.10.2016 Kabul Tarihi: 17.11.2016

KAMU VE ÖZEL SPOR MERKEZLERİ MÜŞTERİLERİNİN HİZMET KALİTESİ ALGILARININ İNCELENMESİ

Hanifi ÜZÜM*
Beray YEŞİLDAĞ**
Ümid KARLI***
Hülya ÜNLÜ****
Fatih Mehmet PARLAR*****
Cengiz ÇOKPARTAL*****
Nedim TEKİN*****

INVESTIGATION OF SERVICE QUALITY PERCEPTIONS OF PUBLIC AND PRIVATE SPORT CENTRE CUSTOMERS

Öz

Bu çalışma, kamu ve özel spor merkezlerinden hizmet alan bireylerin memnuniyet düzeylerinin incelenmesi amacıyla yapılmıştır. Araştırmanın örneklem grubu; İstanbul, İzmir, Sakarya, Bolu ve Karabük illerindeki resmi ve özel spor kurumlarından hizmet alan 173 kadın 232 erkek olmak üzere toplam 405 katılımcıdan oluşmuştur. Çalışmada veri toplama aracı olarak Uçan (2007) tarafından geliştirilen “Spor-Fitness Merkezleri Algılanan Hizmet Kalitesi Ölçeği (SFM-HKÖ)” kullanılmıştır. Araştırma bulgularına göre, hizmet kalitesi algı puanları bakımından cinsiyet, medeni durum, ücret kullanım sıklığı ve kurum türü değişkenlerinde istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar bulunurken ($P<0.05$), antrenör cinsiyeti, spor yapma amacı, spor yapma zamanı ve gelir düzeyinde hizmet kalitesi algı puanları bakımından anlamlı bir fark bulunmamıştır ($P>0.05$). Ayrıca katılımcıların memnuniyet düzeylerinin; Etkileşim Kalitesi, Çıktı Kalitesi, Fiziksel Çevre Kalitesi, Program Kalitesi, Egzersiz Alet ve Ekipmanları ile Ortam Koşulları Kalitesi alt boyutlarında ortalamanın üstünde olduğu saptanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Spor Merkezleri, Müşteri Memnuniyeti, Hizmet Kalitesi.

*Yrd. Doç. Dr., Abant İzzet Baysal Üniversitesi, BESYO, e-posta: hanifiuzum@mynet.com.

**Yüksek Lisans Öğrencisi, Abant İzzet Baysal Üniversitesi, BESYO, e-posta: berayesildag@gmail.com

***Doç. Dr., Abant İzzet Baysal Üniversitesi, BESYO, e-posta: umidkarli@gmail.com

****Arş. Gör., Gedik Üniversitesi, e-posta: hulu.unlu@gmail.com

*****Artvin Çoruh Üniversitesi, e-posta: fatihmehmetparlar@artvin.edu.tr

*****Karabük Üniversitesi, e-posta: ccokpartal@hotmail.com

*****Doktora Öğrencisi, Abant İzzet Baysal Üniversitesi, e-posta: nedimtekin87@gmail.com

Abstract

The purpose of this study was to investigate the service quality perceptions of public and private sport center customers. Sampling group of research was composed of 173 females and 232 males, totally 405 participants who were sport center customers in the following cities; İstanbul, İzmir, Sakarya, Bolu and Karabük. “Perceived Service Quality Scale for Sport-Fitness Center (SQS-SFC)” was used as data collection instrument. According to the statistical analysis, significant difference was determined between females and males, and between public and private center regarding to perceived service quality scores. No significant difference was found among age, gender of coach, reasons for participation in sport, time of the activity, monthly income. Furthermore, the scores of the sub-dimensions interaction quality, outcome quality, physical environment quality, equipment quality, program quality and, ambient condition quality of the perceived service quality scale were determined above the average.

Keywords: Sport Centres, Customer Satisfaction, Service Quality.

1. Giriş

Günümüzde işletmelerin önemli sorunları arasında kaliteli mal ve hizmet üretimi bulunmaktadır. Hizmet sektörünün büyümesi ve daha geniş alanlara yayılması nedeni ile işletmeler arasında rekabet her geçen gün artmaktadır. Bu rekabet, tüketicileri kalite konusunda daha duyarlı ve bilinçli olmaya, işletmeleri de daha kaliteli hizmet sunmaya zorlamaktadır (Olsen ve diğ., 1998; Uyuğ, 1998).

Somut bir malın kalitesi nesnel göstergeler ile ölçülebilirken, hizmet kalitesi sadece müşterilerin algıları yolu ile ölçülebilmektedir (Kim ve Kim, 1995; Zeithalm ve Bitner, 2000). “Hizmetler soyut nitelikte olduğundan hizmet kalitesi de soyut bir yapıya sahiptir. Bu nedenle, hizmet kalitesi yerine “algılanan hizmet kalitesi” terimi kullanılmaktadır” (Uyuğ, 1998). Parasuraman ve diğ. (1985), algılanan hizmet kalitesini “müşterinin beklentileri ve algıları arasındaki farkın yönü ve derecesi” olarak tanımlamaktadırlar.

Son yıllarda hizmet kalitesinin ve müşteri memnuniyetinin ölçülmesine yönelik birçok çalışma yapılmıştır. Hizmet kalitesinin ve müşteri memnuniyetinin ölçülmesinde amaç, müşterilerin beklentilerini karşılama yönünde işletmenin bütün birimlerini harekete geçirmesi suretiyle müşteri memnuniyetini ve hizmet kalitesini arttırmaktır. (Lapa ve Baştaç, 2012). Bu nedenle mal veya hizmet üreten birçok sektör, hizmet kalitesi ile ilgili çalışmalara önem vermekte ve rakipleri ile aralarında farkındalık yaratmaya çalışmaktadırlar (Polat ve diğ., 2013).

Lagrosen ve diğ., (2007)’de özellikle fitness merkezlerindeki müşterilerin memnuniyetlerini belirlemeye yönelik yapmış oldukları çalışmalarında, müşterilerin en çok “temizlik” kavramına önem verdiklerini daha sonra

sırasıyla “mesleki bilgi”, “sorumluluk” ve “çalışanların nezaketini” müşterilerin memnuniyetin de önemli birer etken olduğunu vurgulamaktadırlar (Yıldız ve diğ., 2013).

Günümüzde diğer sektörlerde olduğu gibi spor alanında hizmet veren spor salonları, fitness merkezleri gibi spor işletmeleri arasındaki rekabet düzeyi de oldukça önemlidir. Bu rekabet ortamında spor merkezleri devamlılığını sağlamak, kazançlarını artırmak, müşterilerini kaybetmemek ve var olan müşteri potansiyellerine yenilerini eklemek için büyük bir çaba içerisindeyler. Müşterilerini iyi tanıyan, onların beklentilerini karşılayan, kaliteli hizmet sunabilen spor işletmeleri diğerlerine göre avantajlı hale gelmektedir (Lapa ve Baştaç, 2012).

Spor yapan insanların ekonomik durumu, fiziksel özellikleri, sosyal çevresi ve farklı yaşam tarzından kaynaklanan gereksinimlerine paralel olarak, farklı spor merkezlerine ihtiyaç duyulmaktadır (İşlertaş, 2006). Bu spor tesislerini kamu ve özel spor merkezleri olarak iki kategori altında inceleyebiliriz. Ülkemizde kamuya ait spor sektörü denildiğinde, Gençlik ve Spor bakanlığına bağlı Spor Genel Müdürlüğü ve Belediyeler gelmektedir.

Özellikle Spor Genel Müdürlüğü insanların serbest zamanlarında katılabilecekleri faaliyetlerin sunulmasında önemli görevler üstlenmektedir. Bu örgüt bünyesinde yer alan Gençlik merkezleri; gençlik ve spor il/ilçe müdürlüklerine bağlı olarak, gençlerin sosyal, kültürel ve sportif etkinlikler çerçevesinde serbest zamanlarını değerlendirmelerine fırsat veren ve ortam hazırlayan örgütlerdir (Aycan, 2005). Belediyeler toplumun önceliklerine göre kamusal ihtiyaçların karşılanması amacıyla oluşturulan kamu örgütlenmeleridir. Belediyelerin, belediye sınırları içinde şehir düzenini ve denetimini sağlamanın yanında, halkın temel ihtiyaçlarını karşılamak ve ihtiyacı olanlara sosyal destek (yardım) sunmak gibi çok yönlü görevleri bulunmaktadır. Bu sosyal destek kapsamında sporla ilgili olarak aktivite merkezleri, dinlenme, eğlence ve benzeri yerleri yapmak, yaptırmak, işletmek veya işletmek belediyelerin sosyal sorumluluk alanına girmektedir. Ayrıca gerektiğinde amatör spor kulüplerine malzeme vermek ve gerekli desteği sağlamak, yurt içi ve yurt dışı müsabakalarda üstün başarı gösteren veya derece alan sporculara belediye meclis kararıyla ödüller de verebilmektedir. Diğer yandan sağlık merkezleri, hastaneler, gezici sağlık üniteleri ile yetişkinler, yaşlılar, engelliler, kadınlar, gençler ve çocuklara yönelik her türlü sosyal, kültürel ve sportif hizmetlerin yürütülmesi gibi faaliyetler belediyelerin görevleri arasında sayılabilir (Gürel ve Özel, 2013).

Kamu sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin yönetiminin özel sektörün yönetiminden daha zor olduğu bilinen bir gerçektir. Bu nedenle devletin kamu kaynaklarını etkin ve verimli olarak kullanabilmesi için kamu sektörünün performansını artırıcı bir yönetim (işletmecilik) yaklaşımının uygulanması gereği ortaya çıkmaktadır. Bu yeni kamu işletmeciliği anlayışında kamu

hizmetlerinde “kalite”, “müşteri/vatandaş odaklılığı” ve “memnuniyet” kavramları vurgulanmaktadır. Bu çerçevede, sunulan hizmetlerden vatandaşların memnuniyet düzeylerinin bilinmesi, kamu kurumlarının daha doğru hizmet politikaları geliştirip uygulamalarında yol gösterici olabilir (Gürel ve Özel, 2013; Ömürgönülşen, 2003).

Özel Spor kurumlarını ise, insanların spor yapmak için başvurdukları, çeşitli spor aktivitelerinin bir arada yapıldığı spor merkezleri olarak tanımlayabiliriz. Son yıllarda sayıları bir hayli artan bu özel spor merkezleri, insanların düzenli egzersiz yapmalarında etkili bir araç olarak görülmektedir (Ramazanoğlu ve Ramazanoğlu, 2000).

Kamu ve özel spor işletmelerinin varlık nedeni, temelde müşterilerin spor konusundaki beklenti ve ihtiyaçlarını karşılayacak tarzda, en uygun fiyat ve zamanda hizmet tasarlayıp sunmaktır. Bu nedenle spor hizmetlerinin müşteri ihtiyaçlarını karşılayabilecek düzeyde olması için müşteri talep ve beklentilerinin tespiti spor pazarlaması açısından oldukça önem arz etmektedir (Ekenci ve İmamoğlu 2002; Kül ve diğ., 2011).

Ayrıca spor merkezlerinden faydalanan bireylerin hizmet kalite algı düzeyleri, bu merkezlerde verilen hizmetin kalitesi için önemli bir değişkendir. Konu ile ilgili yapılan çalışmalar, bu görüşü destekler niteliktedir. Müşteriler gittikleri spor merkezinden memnun oldukları takdirde spor tesisine tekrar geleceklerdir. Bu nedenle spor tesislerinde sunulan ürünlerin ve faaliyetlerin kalitesi oldukça önemlidir. Müşteriler artan kalite beklentisinde olduklarından beklenen kaliteli hizmetin sunulmaması müşteri kaybıyla sonuçlanabilir (Ergin ve diğ., 2010; Girginer ve Şahin 2007).

Bu noktadan hareketle yapılan bu çalışma, kamu ve özel spor merkezleri kullanıcılarının hizmet kalitesi algı düzeylerinin bazı demografik özelliklere göre ne derecede etkilendiğini belirlemek amacı ile yapılmıştır.

2. Yöntem

Araştırma Modeli: Araştırma genel tarama modellerinden biri olan kesit alma yaklaşımı ve ilişkisel tarama modeli ile yapılmıştır.

Araştırma Grubu: Araştırmanın çalışma evreni; İstanbul, İzmir, Sakarya, Bolu ve Karabük illerindeki kamuya ait (belediye, üniversite, spor il müdürlükleri v.b.) spor ve fitness merkezleri ile özel spor işletmelerine ait fitness ve spor merkezi kullanıcılarından oluşmuştur. Örneklem grubu ise bu merkezlerden hizmet alan ve gönüllü olarak çalışmaya katılan n=173’ü kadın ve n=232’si erkek olmak üzere toplam 405 katılımcıdan oluşmuştur.

Veri Toplama Aracı: Çalışmada veri toplama aracı olarak, Uçan (2007) tarafından Türkçe olarak geliştirilmiş, güvenilirlik katsayısı $\alpha=0.95$ olan, 31 madde ve 6 alt boyuttan (Etkileşim kalitesi, çıktı kalitesi, fiziksel çevre kalitesi, egzersiz alet-ekipmanları, program kalitesi ve ortam koşulları

kalitesi) oluşan “Spor-Fitness Merkezleri Algılanan Hizmet Kalitesi Ölçeği (SFM-HKÖ)” kullanılmıştır. Ölçeğin bu çalışma için hesaplanan güvenirlik katsayısı ise $\alpha=0.94$ olarak bulunmuştur.

Verilerin Analizi: Verilerin analizinde, normallik sınaması yapıldıktan sonra, gruplandırma yapılmayan değişkenlerde Pearson korelasyon katsayısı testi, gruplandırma yapılan değişkenlerde ise, t testi ve ANOVA testi uygulanmıştır. Araştırmada anlamlılık düzeyi 0.05 olarak belirlenmiştir. Veriler SPSS 15.0 programı ile analiz edilmiştir.

3. Bulgular

Katılımcıların hizmet kalitesi algı puanları ortalamaları tablo 1’de, istatistiksel olarak anlamlı fark görülen değişkenlerle ilgili bulgular ise tablo 2, 3, 4 ve 5’de sunulmuştur.

Tablo 1. Katılımcıların Hizmet Kalitesi Algı Puanlarının Alt Boyutlara Göre Ortalamaları

Alt Boyutlar	Ort.	Ss	En Küçük	En Büyük
Çıktı Kalitesi	4,54	0,65	2	5
Etki Kalitesi	4,26	0,56	2	5
Program Kalitesi	3,92	0,82	1	5
Ortam Koşulları Kalitesi	3,91	0,89	1	5
Egzersiz ve Alet Kalitesi	3,91	0,85	1	5
Fiziksel Çevre Kalitesi	3,59	0,82	1	5

Tablo 1 incelendiğinde; katılımcıların en yüksek çıktı kalitesi alt boyutunda ($\bar{x}=4.54\pm 0.56$) ve en düşük fiziksel çevre kalitesi alt boyutunda ($\bar{x}=3.59\pm 0.82$) aritmetik ortalama ve standart sapmaya sahip oldukları görülmektedir.

Tablo 2. Hizmet Kalitesi Algı Puanları Bakımından Cinsiyetler Arası Fark.

Alt Boyutlar	Cinsiyet	n	Ort.	Ss	t	P
Etki Kalitesi	Erkek	232	4,31	0,64	1,33	0,18
	Kadın	173	4,22	0,66		
Çıktı Kalitesi	Erkek	232	4,56	0,58	0,77	0,43
	Kadın	173	4,52	0,56		
Fiziksel Çevre Kalitesi	Erkek	232	3,70	0,79	3,19	0,00*
	Kadın	173	3,44	0,86		
Egzersiz ve Alet Kalitesi	Erkek	232	3,99	0,90	1,92	0,05
	Kadın	173	3,81	0,89		
Program Kalitesi	Erkek	232	3,95	0,87	0,66	0,50

	Kadın	173	3,90	0,83		
Ortam Koşulları Kalitesi	Erkek	232	4,00	0,83	2,47	0,01*
	Kadın	173	3,80	0,79		

P<0.05

Tablo 2 incelendiğinde; fiziksel çevre kalitesi (t=3.19; p<0.05) ve ortam koşulları kalitesi (t=2.47; p<0.05) alt boyutlarında erkekler ile kadınlar arasında istatistiksel olarak anlamlı fark bulunmuştur.

Tablo 3. Hizmet Kalitesi Algı Puanları Bakımından Katılımcıların Medeni Durumları Arası Fark.

Alt Boyutlar	Cinsiyet	n	Ort.	Ss	t	P
Etki Kalitesi	Evli	140	4,29	0,64	0,58	0,56
	Bekar	265	4,25	0,65		
Çıktı Kalitesi	Evli	140	4,59	0,5	1,38	0,16
	Bekar	265	4,51	0,59		
Fiziksel Çevre Kalitesi	Evli	140	3,55	0,81	-0,7	0,48
	Bekar	265	3,61	0,83		
Egzersiz ve Alet Kalitesi	Evli	140	3,94	0,89	0,58	0,56
	Bekar	265	3,89	0,9		
Program Kalitesi	Evli	140	4,05	0,75	2,29	0,03*
	Bekar	265	3,86	0,89		
Ortam Koşulları Kalitesi	Evli	140	3,98	0,78	1,26	0,2
	Bekar	265	3,87	0,83		

P<0.05

Tablo 3 incelendiğinde; program kalitesi (t=2.29; p<0.05) alt boyutunda evli olan katılımcılar ile bekar olan katılımcılar arasında istatistiksel olarak anlamlı fark bulunmuştur.

Tablo 4. Hizmet Kalitesi Algı Puanları Bakımından Kurumlar Arası Fark

Alt Boyutlar	Kurum Türü	n	Ort.	Ss	t	p
Etki Kalitesi	Özel	272	4,34	0,75	3,45	0,00*
	Kamu	133	4,10	0,60		
Çıktı Kalitesi	Özel	272	4,67	0,54	1,48	0,14
	Kamu	133	4,57	0,60		
Fiziksel Çevre Kalitesi	Özel	272	3,72	0,88	4,74	0,00*
	Kamu	133	3,31	0,95		

Egzersiz ve Alet Kalitesi	Özel	272	3,94	0,99	1,21	0,22
	Kamu	133	3,83	0,91		
Program Kalitesi	Özel	272	4,09	0,84	2,23	0.02*
	Kamu	133	3,89	0,95		
Ortam Koşulları Kalitesi	Özel	272	4,09	0,87	2,82	0.00*
	Kamu	133	3,74	0,98		

P<0.05

Tablo 4 incelendiğinde; etkileşim kalitesi (t=3.45; p<0.05), fiziksel çevre kalitesi (t=4.74; p<0.05), program kalitesi (t=2.23; p<0.05) ve ortam koşulları kalitesi (t=2.82; p<0.05) alt boyutlarında özel kurumlar ile kamu kurumları arasında istatistiksel olarak anlamlı fark bulunmuştur.

Tablo 5. Hizmet Kalitesi Algı Puanları Bakımından Aidat Ücretlerinin Karşılaştırılması

		n	Ort	Ss	F	P	
AİDAT	Etki Kalitesi	0-100	290	4,28	0,68	0,48	
		101-150	51	4,32	0,49		
		151-üzeri	64	4,12	0,60		
	Çıktı Kalitesi	0-100	290	4,58	0,56	4,62	0,01*
		101-150	51	4,54	0,47		
		151-üzeri	64	4,34	0,59		
	Fiziksel Çevre Kalitesi	0-100	290	3,60	0,84	1,42	0,24
		101-150	51	3,41	0,84		
		151-üzeri	64	3,66	0,74		
	Egzersiz ve Alet Kalitesi	0-100	290	3,91	0,91	0,00	1,00
		101-150	51	3,91	0,79		
		151-üzeri	64	3,91	0,93		
	Program Kalitesi	0-100	290	3,93	0,88	0,32	0,72
		101-150	51	3,97	0,69		
		151-üzeri	64	3,85	0,83		
	Ortam Kalitesi	0-100	290	3,92	0,83	0,16	0,84
		101-150	51	3,93	0,66		
		151-üzeri	64	3,85	0,85		

P<0.05

Tablo 5. İncelendiğinde; katılımcıların ödediği aidat ile çıktı kalitesi alt boyutu arasında istatistiksel olarak $F(2,402) = 4,62$; $P < 0,05$ anlamlı fark bulunmuştur. Farkın hangi gruptan kaynaklandığı incelendiğinde çıktı kalitesi alt boyutunda 0-100 TL aidat ödeyenlerin aritmetik ortalamasının ($\bar{x} = 4,58 \pm 0,56$) 151 TL ve üzeri aidat ödeyenlere göre ($\bar{x} = 4,34 \pm 0,59$) daha yüksek olduğu görülmektedir.

Tablo 6. Yaş ve Hizmet Kalitesi Algı Puanları Arasındaki Korelasyon.

Alt Boyutlar	Yaş	Etki Kalitesi	Çıktı Kalitesi	Fiz. Çevre Kalitesi	Egzersiz ve Alet Kalitesi	Program Kalitesi	Ortam Koş. Kalitesi
Yaş	1	0,06	0,07	-0,03	0,00	0,06	0,08
Etki Kalitesi		1	0,53**	0,43**	0,43**	0,60**	0,48**
Çıktı Kalitesi			1	0,33**	0,36**	0,47**	0,34**
Fiziksel Çevre Kalitesi				1	0,53**	0,55**	0,66**
Egzersiz ve Alet Kalitesi					1	0,54**	0,59**
Program Kalitesi						1	0,56**
Ortam Koşulları Kalitesi							1

$P > 0,05$

Tablo 6. incelendiğinde katılımcıların yaşı ile hizmet kalitesi algı puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır.

Ayrıca katılımcıların antrenör cinsiyeti, spor yapma amacı, spor yapma zamanı, gelir düzeyi ve eğitim düzeyi gibi değişkenler ile hizmet kalitesi algı puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı fark saptanmamıştır.

4. Tartışma

Katılımcıların hizmet kalitesi algı puanları incelendiğinde, en yüksek ortalamanın çıktı kalitesi alt boyutunda ve en düşük ortalamanın ise fiziksel çevre kalitesi alt boyutunda olduğu görülmektedir (Tablo 1). Lapa ve Baştaç (2012) yaptıkları çalışmada benzer bir biçimde çıktı kalitesini diğer alt boyutlardan daha yüksek bulmuşlardır. Çıktı Kalitesi ortalamasının yüksek olmasının nedeni, katılımcıların spor aracılığı ile elde ettikleri fizyolojik ve psikolojik faydalardan kaynaklanabilir. Fiziksel Çevre Kalitesi alt boyutunda ortalamanın düşük çıkması ise ülkemiz spor tesislerinin modern ve

kullanıcıların ihtiyaçlarını karşılar nitelikte olmamasıyla açıklanabilir. Brady ve Cronin (2001) spor alanındaki hizmet kalitesini değerlendirirken, çıktı kalitesini en önemli boyutlardan biri olduğunu vurgulamışlardır (Tsitskari ve diğ., 2006). Bu sonuçlara göre katılımcıların aldıkları hizmetin çıktı kalitesini yüksek bulduklarını, ama spor merkezi yöneticilerinin katılımcıların düşük olan fiziksel çevre kalitesi algılarının yükseltecek düzenlemeler yapmaları gerektiğini söyleyebiliriz.

Cinsiyet değişkeninde, Fiziksel Çevre Kalitesi ve Ortam Koşulları Kalitesi alt boyutlarında kadınların hizmet kalitesi algı düzeyinin erkeklere göre daha düşük olduğu görülmektedir (Tablo 2). Bu konuda yapılmış daha önceki çalışmalarda da kadınların hizmet kalitesi algılarının erkeklerden daha düşük olduğuna yönelik sonuçlar bulunmaktadır (Kim ve Kim, 1995; Yıldız ve Tüfekçi, 2010). Kurtoglu'nun (2006) yılında yapmış olduğu çalışmada; spor yapan erkek katılımcıların kadın katılımcılardan daha istekli olması yönündeki bulguları, Bingöl ve Doğan (2010)'nın çalışma sonuçlarıyla benzerlik göstermektedir. Bu araştırmacıların yapmış olduğu çalışmaya katılan ve spor tesislerine devam eden 2000 kişi içindeki kadınların oranı % 43,5, erkeklerin oranı ise %56,5'tir. Bu durum, Türkiye'de ve birçok ülkede, sosyal aktivitelerde, erkeklerin kadınlara oranla daha yüksek bir katılım sağladıkları dolayısı ile aldıkları hizmeti daha kaliteli buldukları gerçeği ile açıklanabilir. Çünkü erkek bireyler kadın bireylere göre daha düzenli spor yapmaktadırlar. Kadınlardaki katılım düşüklüğü, fizyolojik özelliklerinden, kültürel baskılardan, erkeklik ve dişilik kavram ve rollerinden kaynaklanabilir (Eroğlu, 2006). Ayrıca, kadınların hizmet alırken erkeklere oranla çalışanların kibarlığı ve müşterilere yardım için istekliliği gibi detaylara daha çok dikkat etmeleri (Mc Donald ve diğ., 1995), aldıkları hizmetin kalitesini düşük olarak algılamalarının bir başka nedeni olabilir.

Hizmet kalitesi algı puanlarının bakımından medeni durumlar arasındaki fark incelendiğinde program kalitesi alt boyutunda evliler ile bekarlar arasında anlamlı fark bulunmuştur. Bu sonuca göre evli olan katılımcıların ortalamasının bekarlardan daha yüksek olduğu görülmektedir (Tablo 3). Ergin ve diğ., (2010) bu çalışmanın bulgularına benzer bir şekilde evli olan katılımcıların aldıkları hizmetten memnuniyet düzeylerinin bekarlara göre daha yüksek olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Gençer ve diğ., (2008) yapmış oldukları çalışmalarında evli turistlerinin çalışanlar boyutunda hizmet kalitesi algılarını bekarlara göre daha yüksek bulmuşlardır. Yine Yüzengenc ve Özgül'ün (2014) "Yerel Yönetimlerin Sunduğu Spor Hizmetlerinde Hizmet Kalitesi" adlı çalışmalarında, medeni durum değişkenine göre, çalışanlar, program ve tesis alt boyutlarında evli olan katılımcıların hizmet kalitesi algı düzeylerinin bekâr üyelere göre daha yüksek olduğunu bulmuşlardır. Araştırmacılar bu durumu, evli üyelerin sosyal anlamda, bekârlara göre daha rahat ve tecrübeli olmalarıyla ve daha bilinçli ve sorumluluk sahibi oldukları için beklentilerinin de daha az olmasıyla açıklamışlardır.

Hizmet kalitesi algı puanları bakımından kurumlar arası fark incelendiğinde, etkileşim kalitesi, fiziksel çevre kalitesi, program kalitesi ve ortam koşulları kalitesi alt boyutlarında anlamlı fark bulunmuştur. Fark çıkan bu alt boyutların aritmetik ortalamaları incelendiğinde özel spor merkezlerinin ortalamasının kamu kurumlarına ait merkezlerden daha yüksek olduğu görülmektedir (Tablo 4). Bıyıklı (2007) yaptığı çalışmada özel spor işletmelerdeki müşterilerin hizmet kalitesi algı düzeylerini kamuya göre daha yüksek bulmuş ve bu farkın özel spor işletmelerinden hizmet alan katılımcıların uzman eğitmenler kontrolünde çalıştıkları için kendilerini daha güvende hissetmelerinden kaynaklanabileceği görüşündedir. Boz (2007) “Yerel Yönetimlerin Spor Tesislerinde Toplam Kalite Yönetimi” adlı çalışmasında İstanbul Büyükşehir Belediyesini incelemiş ve çalışma sonucunda Sportif Etkinlikler A.Ş.’de verilen hizmetlerle ilgili toplam kalite yönetiminin uygulanmadığını tespit etmiştir. Bu sonuçlar bizim çalışma bulgularımızı destekler niteliktedir. Ayrıca farkın özel spor işletmelerin lehine çıkmasının sebebini, özel teşebbüslerin ticari kaygı gütmemesi nedeni ile müşterilerinin ihtiyaçlarına daha fazla önem vermeleri ile açıklanabilir.

Araştırmamıza katılan bireylerin, spor merkezlerine 0-100 TL aidat ödeyenler ile 151 TL ve üzeri aidat ödeyenler arasında çıktı kalitesi alt boyutunda anlamlı farklılık bulunmuştur. Farkın hangi gruptan kaynaklandığını belirlemek amacı ile aritmetik ortalamaları incelediğimizde, 0-100 TL ücret ödeyenlerin ortalamasının, 151 TL ve üzeri ücret ödeyenlere göre daha yüksek olduğu görülmektedir (Tablo 5). Araştırma kapsamında yapılan literatür çalışması sonucunda, Selvi ve Ercan’ın (2006) Otel işletmelerinde müşteri sadakati konusu üzerine yaptığı araştırmada; İşletmelerin müşteri sadakati yoluyla maliyetlerini azaltarak müşterilerine daha yüksek kalitede ve daha düşük fiyatlarla ürün/hizmet sunabilmesi, işletmelerin fiyat bakımından aynı pazardaki rakip işletmelerle rekabet etmesinde önemli bir avantaj sağlayacağını vurgulamıştır. Ayrıca Sandıkçı (2008) yaptığı çalışmada “Müşteriler, en uygun fiyata en kaliteli ürün veya hizmeti satın almak arzusu içerisinde” olduklarını vurgulamaktadır. Araştırmamızda daha düşük ücret ödeyenlerin ortalamasının yüksek çıkmasının nedeni, spor hizmetinin daha düşük bir fiyatla alınmasının kullanıcıların gelir düzeyinin düşük olması ve düşük ücretlerle beklentilerinin karşılanıyor olması ile açıklanabilir.

Katılımcıların yaşı ile Hizmet Kalitesi algı puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmamıştır. Literatür taramasında da bu araştırmanın bulgularını destekler çalışmalara rastlanmıştır (Tablo 6). Lapa ve Baştaç (2012) yılında yaptıkları çalışmada, katılımcıların hizmet kalitesi memnuniyet düzeyi puanları ile yaşları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulamamıştır. Yine Yıldız ve Tüfekçi’nin (2010) yılında yaptığı çalışmada yaş değişkeni ile hizmet kalitesi algı düzeyi arasında anlamlı bir ilişki bulunamamıştır. Bu sonuç bizim çalışmamızdaki yaş ile hizmet kalitesi algı puanları arasındaki ilişkiyi desteklemektedir. Bu sonuca bakarak spor

merkezlerini kullanan katılımcılarının yaşları ile hizmet kalitesi algı düzeyleri arasında anlamlı bir farkın olmamasının nedeni olarak, bu merkezleri kullanan birlerin aynı yaş grubunda olmalarından, ya da spor merkezlerinde verilen hizmetin sabit, kişiden kişiye değişmiyor olmasından kaynaklanabilir.

5. Sonuç ve Öneriler

Sonuç olarak, kamu ve özel spor merkezlerinden faydalanan bireylerin hizmet kalitesi algı düzeylerinin incelenmesi bu merkezlerde verilen hizmetin kalitesini artırmak adına oldukça önemlidir. Bu amaçla yapılan bu çalışma sonucunda elde edilen bulgulara göre katılımcıların, Etkileşim Kalitesi, Çıktı kalitesi, Fiziksel Çevre Kalitesi, Program Kalitesi, Egzersiz Alet ve Ekipmanları ve Ortam koşulları Kalitesi alt boyutlarında hizmet kalitesi algı düzeylerinin ortalamasının üstünde olduğunu göstermektedir. Cinsiyet değişkenine göre kadınların, program kalitesi ve ortam koşulları kalitesi alt boyutlarında ortalaması erkeklerden daha düşüktür. Bu nedenle spor merkezi yöneticileri kadın üyelerinin sayısını artırmak için onların beklentilerine yönelik farklı çalışma ortamları ve programlar düzenlemelidir. Medeni durum değişkenine göre program kalitesi alt boyutunda evli olanlar bekar olanlara göre daha yüksek ortalamaya sahiptir. Bu sonuç bekar olanların evli olanlara göre daha çok fiziksel görünüme önem vermesinden kaynaklanabilir. Bekarların bu durumu göz önünde bulundurulmalıdır. Araştırma verilerimizi kamu ve özel kurumlar açısından ele aldığımızda ise Etkileşim Kalitesi, Fiziksel Çevre Kalitesi, Program Kalitesi ve Ortam Koşulları kalitesi alt boyutlarında anlamlı fark özel spor tesisleri lehine çıkmıştır. Bu nedenle kamu sektöründe hizmet veren spor merkezleri, tesis araç-gereç ve personel eğitimi konusunda sürekli olarak kendini yenilemeli ve toplam kaliteyi artırmaya yönelik tedbirler alarak özel spor kurumları ile rekabet edecek düzeye getirilmelidir. Hizmet kalitesi algı puanlarını ücret değişkeni açısından incelediğimizde ise Çıktı Kalitesi alt boyutunda anlamlı fark 0-100 TL ödeyenler lehinedir. Bu sonuç bize daha yüksek kullanım ücreti ödeyen katılımcıların ödedikleri ücret karşılığında yeterli hizmet alamadıklarını göstermektedir. Bu nedenle yöneticiler kullanıcılarının ödedikleri aidatın miktarına göre programlarını yeniden revize etmelidir.

Sonuç olarak spor hizmeti sunan kamu ve özel işletmelere periyodik olarak müşterilerine işletme konusunda hizmet kalitesi düzeyini ölçen anketler uygulayarak onların şikâyet ve düşüncelerini tespit edip ona göre yönetsel tedbirler alınırsa, işletmelerin hem karlılık oranı artar hem de daha fazla insanın spor yapması sağlanmış olur.

Kaynaklar

Aycan, A. (2005). *“Gençlik Merkezlerinde Örgütsel Etkililik ve Hizmet Kalitesinin Değerlendirilmesi”*. Yayımlanmamış Doktora Tezi. Marmara Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü. İstanbul.

- Bıyıklı, H. (2007). “Sağlık İşletmelerinin Kurumsal Birleşmelerinin Müşteri Memnuniyeti Üzerine Etkisi”. G.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara.
- Bingöl, A. ve Doğan A. (2010). “Spor merkezlerine devam eden bireylerin spordan ve spor merkezlerinden beklentilerinin karşılanma düzeyi”. *Selçuk Üniversitesi Beden Eğitimi ve Spor Bilim Dergisi*. 12 (3), 199–203.
- Boz, C. (2007). “Yerel Yönetimlerin Spor Tesislerinde Toplam Kalite Yönetimi Uygulamaları (İstanbul Büyükşehir Belediyesi Örneği)”. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Marmara Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü. İstanbul.
- Ergin, B.M., İmamoğlu, F.A., Tunç, T., Akpınar, S., Çon M. (2010). “Üniversite spor merkezlerindeki hizmet kalitesi boyutlarının algı ve önem düzeylerinin incelenmesi”. *Spor ve Performans Araştırmaları Dergisi*. 2 (1), 41-49.
- Ekenci, G. ve İmamoğlu, A. F. (2002). “*Spor İşletmeciliği*”. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Polat E., Aycan A., Üzüm H., Polat, E. (2013). “Gençlik Merkezlerinde Algılanan Hizmet Kalitesi Ölçeği (Geçerlik ve Güvenilirlik Çalışması)”. *Hacettepe Spor Bilimleri Dergisi*. 24 (1), 25–36.
- Eroğlu, E., (2006). “*Spor Merkezlerinde Üyelik Yenilemelerini Etkileyen Faktörlerin Araştırılması*”. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Marmara Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü. İstanbul.
- Gencer, R.T., Demir, C., Aycan, A. (2008). “Kayak Merkezlerindeki Spor Turistlerinin Hizmet Kalitesi Algılarını Etkileyen Değişkenler”. *Ege Akademik Bakış*. 8 (2), 437-450.
- Girginer, N., Şahin, B., (2007). “Spor Tesislerinde Kuyruk Problemine Yönelik Bir Benzetim Uygulaması”. *Hacettepe Spor Bilimleri Dergisi*. 18 (1), 13–30.
- Gürel, B., Özel, Ç. (2013). “Kamu Çalışanlarının Büyükşehir Belediye Hizmetlerinden Memnuniyeti: Ankara Örneği”. *Hacettepe Hukuk Fakültesi Dergisi*. 3 (1), 65–74.
- İşlertaş, N. (2006). “*Spor Tesislerinden Yararlanan Beden Eğitimi Öğretmenlerinin İstek ve Beklentileri (Kayseri ili örneği)*”. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Niğde Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Kim, D., Kim, S. (1995). “QUESOC: An Instrument for Assessing the Service Quality of Sport Centers in Korea”. *Journal of Sport Management*. 9: 208–220.

- Kurtoğlu, T. (2006). “*Halkın Yerel Yönetimlerden Spor Hizmetleri Konusunda Beklentileri: Mersin Örneği*”. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Mersin Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü. Beden Eğitimi ve Spor Anabilim Dalı.
- Kül, S., Balcı, V., Diker, G. (2011). “Ankara’da ki özel spor işletmelerine üye olan kişilerin üye olma ve üyeliğini devam ettirme nedenleri”. *1.Uluslararası Spor Ekonomisi ve Yönetimi Kongresi*. 12-15 Ekim, İzmir. 59-65.
- Lapa, T.Y., Baştaç, E. (2012). “Antalya’da Fitness Merkezlerine Devam Eden Bireylerin Yaş, Cinsiyet ve Eğitimlerine Göre Bu Merkezlere Yönelik Hizmet Kalitesi Değerlendirmelerinin İncelenmesi”. *Pamukkale Journal Of Sport Sciences*. 3 (1), 42-52.
- McDonald, M. A., Sutton, W.A., Milne, G. R. (1995). “Teamqual: Measuring Service Quality in Professional Team Sports”. *Sport Marketing Quarterly*. 4(2), 9-15.
- Olsen, M.D., Tse, E.C., West, J.J. (1998). “*Strategic Management in the Hospital Industry*”. John Willey & Sons Inc., USA, 269.
- Ömürgönülşen, U. (2003). “*Kamu Sektörünün Yönetimi Sorununa Yeni Bir Yaklaşım: Yeni Kamu İşletmeciliği. Çağdaş Kamu Yönetim*”. 1. Baskı, Nobel Yayın Dağıtım. Ankara.
- Parasuraman, A., Zeithalm, V.A., Berry, L.L. (1985). “A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research”. *Journal of Marketing*. 49(4), 41-50.
- Ramazanoğlu, F., Ramazanoğlu, N. (2000). “Spor Tesislerinin Planlandırılması ve İşletmesi”. *Spor Araştırmaları Dergisi*. 4 (3), Aralık.
- Sandıkçı, M. (2008). “*Termal Turizm İşletmelerinde Sağlık Beklentileri ve Müşteri Memnuniyeti*”. Yayımlanmamış Doktora Tezi. Afyon Kocatepe Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Selvi, M.S., Ercan, F. (2006). “Otel işletmelerinde müşteri sadakatinin Değerlendirilmesi: İstanbul’daki beş yıldızlı otel İşletmelerinde bir uygulama”. *Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9 (15), 159–187.
- Tsitskari, E., Tsiotras, D., Tsiotras, G. (2006). “Measuring Service Quality in Sport Services”. *Total Quality Management and Business Excellence*. 17(5), 623–63.
- Uçan, Y. (2007). “*Spor Fitness Merkezlerinin Algılanan Hizmet kalitesi Ölçeğinin geliştirilmesi*” Yayımlanmamış Doktora Tezi, Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

- Uyguç, N. (1998). “*Hizmet Sektöründe Kalite Yönetimi*”. Dokuz Eylül Yayıncılık. İzmir,
- Yıldız, Y., Onağ, A.O., Onağ, Z. (2013). “Spor ve Rekreasyon Hizmetlerinde Algılanan Hizmet Kalitesinin İncelenmesi: Fitness Merkezi Örneği”. *Uluslararası Hakemli Beşeri ve Akademik Bilimler Dergisi*. 2 (3).
- Yıldız, S.M, Tüfekçi, Ö. (2010). “Fitness Merkezi Müşterilerinin Hizmet Kalitesine Yönelik Beklenti Ve Algılarının Değerlendirilmesi”. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. 14 (24). 1-11.
- Yüzengeç, A.A., Özgül, S.A. (2014). “Yerel Yönetimlerin Sunduğu Spor Hizmetlerinde Hizmet Kalitesi (Gençlik Merkezleri ve Aile Yaşam Gençlik Merkezleri Örneği)”. *Hacettepe Spor Bilimleri Dergisi*. 25 (2), 79–93.
- Zeith, V.A., Bitner, M.J. (2000). “*Services Marketing*”. 2. Edition. Irwin Mcgraw-Hill. Boston.