



VAN YÜZÜNCÜ YIL ÜNİVERSİTESİ

EĞİTİM BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ

Beden Eğitimi ve Spor Anabilim Dalı
Beden Eğitimi ve Spor Bilim Dalı

FİTNESS MERKEZLERİNDE EGZERSİZ YAPAN
BİREYLERE SUNULAN HİZMETLERİN MEMNUNİYET
DURUMLARININ İNCELENMESİ
(DOĞU ANADOLU ÖRNEĞİ)

MESUT GÜLEŞCE

Yüksek Lisans Tezi

Van, 2020

FİTNESS MERKEZLERİNDE EGZERSİZ YAPAN BİREYLERE SUNULAN
HİZMETLERİN MEMNUNİYET DURUMLARININ İNCELENMESİ
(DOĞU ANADOLU ÖRNEĞİ)

MESUT GÜLEŞCE

2020



VAN YÜZÜNCÜ YIL ÜNİVERSİTESİ

EĞİTİM BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ

Beden Eğitimi ve Spor Anabilim Dalı
Beden Eğitimi ve Spor Bilim Dalı

FİTNESS MERKEZLERİNDE EGZERSİZ YAPAN BİREYLERE SUNULAN
HİZMETLERİN MEMNUNİYET DURUMLARININ İNCELENMESİ
(DOĞU ANADOLU ÖRNEĞİ)

INVESTIGATION OF THE SATISFACTIONS OF THE SERVICES PROVIDED TO
THE INDIVIDUALS EXERCISING AT THE FITNESS CENTERS
(SAMPLE OF EAST ANATOLIAN)

Mesut GÜLEŞCE

Dr. Öğr. Üyesi Kemal SARGIN

Yüksek Lisans Tezi

Van, 2020

ONAY SAYFASI

Mesut GÜLEŞCE tarafından, Dr. Öğr. Üyesi Kemal SARGIN danışmanlığında hazırlanan “Fitness Merkezlerinde Egzersiz Yapan Bireylere Sunulan Hizmetlerin Memnuniyet Durumlarının İncelenmesi(Doğu Anadolu Örneği)” başlıklı bu çalışma, 30/10/2020 tarihinde Eğitim Bilimleri Enstitüsü Yönetim Kurulunun 25/09/2020 tarihli ve 2020/33-2 sayılı kararı ile Dr. Öğr. Üyesi Aytekin Hamdi BAŞKAN Başkanlığında, Doç. Dr. Ergün ÇAKIR ve Dr. Öğr. Üyesi Kemal SARGIN Jüri Üyeliğinde oluşturulan Tez Savunma Jürisi huzurunda savunularak Jüri tarafından Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Lisansüstü Eğitim ve Öğretim Yönetmeliğinin ilgili hükümleri kapsamında **Yüksek Lisans** tezi olarak kabul edilmiştir.

Doç. Dr. Fuat TANHAN

Enstitü Müdürü

Öz

Bu çalışma, Doğu Anadolu Bölgesinde bulunan (Van, Erzurum, Siirt, Bitlis, Muş ve Hakkari) illerindeki Fitness salonlarını kullanan bireylerin, salonların memnuniyeti ile ilgili görüşlerini belirleyebilmek amacıyla yapılmıştır. Araştırmada genel tarama modeli kullanılmıştır. Araştırmaya 1514 kişi katılmıştır. Araştırmada Uçan (2007) tarafından geliştirilen Spor-fitness Merkezleri Algılanan Hizmet Kalitesi Ölçeği kullanılmıştır. Veriler SPSS 15.0 istatistik paket programı ile Mann-Whitney-U testi kullanılarak analiz edilmiştir. Cinsiyet grupları ile etkileşim kalitesi, fiziksel çevre kalitesi, program kalitesi, ortam koşulları kalitesi ve ölçek toplamı alt boyutları arasında anlamlı bir fark olduğu bulunmuştur ($p<0.05$). Etkileşim kalitesi, çıktı kalitesi, fiziksel çevre kalitesi, egzersiz alet-ekipman program kalitesi ve ortam koşulları kalitesi ölçek alt boyutlarında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir ($p<0.05$). Eğitim durumuna göre hizmet kalitesi algısının, etkileşim kalitesi çıktı kalitesi, fiziksel çevre kalitesi, egzersiz-alet ekipman, program kalitesi, ortam koşulları kalitesi ve ölçek toplamına ölçek alt boyutlarında ilişkin anlamlı bir şekilde farklılaştığı görülmektedir ($p<0.05$).

Sonuç olarak; fitness merkezlerine giden bireylerin bu merkezlerden almış oldukları hizmet kalitesinin memnuniyet verecek düzeyde olduğu ve bu merkezleri kullanan bireylerin fiziksel ihtiyaçlarını karşılayacak düzeyde olduğu sonucu elde edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: spor, spor merkezi, fitness, memnuniyet.

Abstract

This study aims to determine the opinions of the individuals using the fitness centers in the provinces of the Eastern Anatolia Region (Van, Erzurum, Siirt, Bitlis, Muş and Hakkari) about the satisfaction of the halls. General survey model was used in the research. 1514 people participated in the research. In the study, the Sport-fitness Centers Perceived Service Quality Scale developed by Uçan (2007) was used. The data were analyzed with SPSS 15.0 statistical software using Mann-Whitney-U test. It was found that there was a significant difference between the quality of interaction with gender groups, physical environment quality, program quality, ambient conditions quality and sub-dimensions of scale. Similarly, a statistically significant difference ($p < 0.05$) was determined in interaction quality, output quality, physical environment quality, exercise equipment-equipment program quality and environmental conditions quality. It is observed in the sub-dimensions of the scale that the perception of service quality according to the educational status differs significantly ($p < 0.05$) in relation to interaction quality, output quality, physical environment quality, exercise-equipment, program quality, ambient conditions quality.

As a result; It has been concluded that the quality of service provided by fitness centers is satisfactory and meeting the physical needs of individuals using these centers.

Keywords: sport, fitness center, fitness, satisfaction.

Teşekkür

Bu çalışmanın yürütülmesi esnasında desteğini esirgemeyen, yardım ve katkılarından dolayı danışmanım Dr. Öğr.Ü. Kemal SARGIN ‘ a yüksek lisans öğrenimim boyunca bilgilerini ve tecrübelerini benimle paylaşan sevgili hocalarım Dr. Öğr. Ü. Fatih ERİŞ , Doç. Dr. Yavuz YARDIM , Dr. Öğr. Ü. Süleyman KASAP ve diğer öğretmenlerime, tezimi tamamlamada yaptığı katkılardan dolayı teşekkür ederim.

Araştırma verilerinin toplanması sırasında yardımlarından dolayı, Sayın Kemal ERTAN ve Beyza ÖGE ‘ye teşekkür ederim. Yüksek Lisans sürecimde benden yardımını esirgemeyen başta arkadaşlarım Ekrem MANTAŞ ve Veysel ELİŞ, olmak üzere kitap tahlil grubumuzdaki diğer arkadaşlara da teşekkürü borç bilirim.

Son olarak da bugünlere gelmemde en büyük destekçim olan, hayatımın her evresinde maddi ve manevi desteklerini hiçbir zaman esirgemeyen aileme teşekkür ederim.



Aileme ve sevdiklerime ...

İçindekiler

Öz.....	i
Abstract.....	ii
Teşekkür	iii
İçindekiler	v
Tablolar	vii
Şekiller Dizini.....	viii
Bölüm 1 Giriş.....	1
Problem durumu.....	4
Araştırmanın Amacı	4
Araştırmanın Önemi.....	4
Sayıtlılar	5
Sınırlılıklar	5
Tanımlar	6
Veri toplama araçları	7
Bölüm 2 Araştırmanın Kuramsal Temeli ve İlgili Araştırmalar.....	9
Egzersiz	9
Egzersizin Sosyolojik ve Psikolojik Yararları	12
Fitness	14
Fitness Merkezlerinin Yönetimsel Yapısı	18
Fitnessda Müşteri Kavramı	19
Fitness merkezleri"nde spor yapma nedenleri	20
Hizmet.....	21

Hizmet Kavramının tanımı	21
Hizmetlerin Kategorilenmesi	22
Hizmetin Özellikleri.....	23
Spor Hizmetleri	24
Spor Hizmetlerinde Sınıflandırılma	25
Seyire Yönelik Spor Hizmetleri.....	25
Katılıma Dayalı Spor Hizmetleri	26
Elit Spor.	26
Hizmet Kalitesi	27
Hizmet Kalitesindeki Kavramlar	27
Hizmet Kalitesinin Kriterleri	28
Kabiliyet.	28
Hizmet Kalitesinin Ölçümü	31
Hizmet kalitesi ölçümü	31
Kalite Tanımı	32
Hizmet Kalitesi Ve Müşteri Memnuniyeti İlişkisi	34
Hizmet Kalitesi Ve Müşteri Sadakati İlişkisi.....	34
Fitness Sektöründe Hizmet Kalitesi	35
İşletmeler	36
Bölüm 3 Yöntem.....	39
Araştırmanın Evreni ve Örneklemi.....	39
Veri Toplama Süreci.....	39
Veri Toplama Araçları	39
Verilerin Analizi	39

Bölüm 4 Bulgular ve Yorum.....	40
Bölüm 5 Sonuç, Tartışma ve Öneriler	57
Kaynaklar	62
EK-A: Etik Beyanı.....	71
EK-B: Yüksek Lisans/Doktora Tez Çalışması Orijinallik Raporu	77



Tablolar

Tablo 1 Katılımcılara İlişkin Demografik Özellikler	40
Tablo 2 Ölçek Alt Boyutlarının Cinsiyete Göre Mann-Whitney U Testi Sonucu	42
Tablo 3 Ölçek Alt Boyutlarının Medeni Duruma Göre Mann-Whitney U Testi Sonucu.....	43
Tablo 4 Ölçek Alt Boyutlarının Yaşa Göre Kruskal-Wallis H Testi Sonucu.	44
Tablo 5 Ölçek Alt Boyutlarının Eğitim Durumuna Göre Kruskal-Wallis H Testi Sonucu.....	45
Tablo 6 Ölçek Alt Boyutlarının Üyelik Süresine Göre Kruskal-Wallis H Testi Sonucu.....	47
Tablo 7 Ölçek Alt Boyutlarının Öncelikli Amaca Göre Kruskal-Wallis H Testi Sonucu.....	49
Tablo 8 Ölçek Alt Boyutlarının Salona Devam Sıklığına Göre Kruskal-Wallis H Testi Sonucu	51
Tablo 9 Ölçek Alt Boyutlarının Gelir Düzeyine Göre Kruskal-Wallis H Testi Sonucu.....	53
Tablo 10 Katılımcılara Ait Bazı Değişkenlerin Ölçek Alt Boyutları İle Spearman Korelasyon Test Sonuçları ve Anlamlılık Düzeyleri.....	54

Şekiller Dizini

Şekil 1. Sporun Alanlarına Kategorilerine Göre Sporcularda Var Olması Gereken Vücut Yağ Oranları	10
Şekil 2 . Çocuk ve gençlerin egzersiz sıklığı ve süreleri (Çocuk Ve Gençlerde Futbol)	11
Şekil 3.Ülkelere Göre Fitness Sektörünün Görünümü)Fitness Merkezlerinin Yönetimsel Yapısı	18
Şekil 4 . Dört Boyutlu Spor Hizmetleri Kalite Modeli	33
Şekil 5.Müşteri Sadakatının Tanımı	35



Simgeler ve Kısaltmalar Dizini

APB : Amerikan Pazarlama Birliği

FCM : Fitness Center merkezleri

PHC: Planet Health Club

ACSM: Amerikan Spor Tıbbı Koleji

AHA: Amerikan Kalp Birliği

CDC: Hastalıkların kontrolü ve engellenmesi merkezi

NHI: Ulusal sağlık enstitüsü

ASQC: Amerikan Kalite Kontrol Derneği

EOQC: Avrupa Kalite Kontrol Organizasyonu

ISO :Uluslararası Standart Bürosu

VKİ: Vücut Kitle İndeksi

BMI: Body Mass Index

TFF: Türkiye Futbol Federasyonu

Bölüm 1

Giriş

Spor insanın doğal hayatını toplum haline çevirirken kazandığımız yetenekleri geliştiren sabit kurallar adı altında araçlı veya araçsız kişisel veya grup olarak rekreasyonel faaliyet zamanını genel olarak kapsayan ve bunu bir meslek haline getiren sosyal, kültürel, fiziksel yapıyı geliştiren, rekabete dayalı, dayanışmacı, bütünleştirici bir olgudur (Yamen,1999).

Günümüz dünyasında spor ve insan yaşamı birbirlerinden ayrılmayan bir parçadır. Bundan dolayı spor hangi yaşta olursa olsun, bilimsel temellerle destekli, sistematik ve bilinçsel olarak yapılan, insanların bütün yaşamları süresince daha fazla sağlıklı, hayatla uyumlu, yaptığı işlerde başarı sağlayan, mesut olmasını bilen, kendinde bulunan gücü ve kapasitesini etkili tutulmasında önemli bir yeri vardır. Bundan hareketle, spor yaygınlaştırılıp geliştirilmesi büyük önem arz etmektedir (Atasoy ve Kuter, 2005).

Gazi Mustafa Kemal Atatürk spor kavramına çok önem vermiştir. *“Spordan yoksun olan bir gençlik nasıl ki vatan müdafaası sırasında etkili olamıyorsa, insan denen varlığın kafa yapısı da ne derece tekamül ederse etsin, bedeni inkişafı noksan ve yetersiz olursa, o kafayı ileriye götüremez, taşıyamaz.”* sözleri ile de spora verdiği önemi vurgulamıştır.

Fiziksel egzersizin temel amacı; inaktif olarak geçirilen bir yaşamın sebep olduğu fiziksel ve psikolojik, etkenleri en aza indirmek ve ya yavaşlatmayı amaçlamak için, bedenimizin en önemli olgusu olan fizyolojik kapasiteyi yükseltmek, fiziksel uygunluğumuzu ve buna bağlı olarak sağlığımızın uzun yıllar korunmasını amaçlar(Güdül, 2008). Günlük hayatımızda spor kelimesi birçok kişi tarafından farklı şekilde yorumlanabilir. Kuralları önceden belirli olan bireysel veya takım haline göre düzenlenen daha çok rekabete dayalı yarışma ve bireysel eğlencelerin olduğu ve daha iyiye ulaşma adına yapılan fiziki ve zihni aktiviteler olarak adlandırılır. Lüschen; insanın genel bedensel yetenekleri yolu ile bir rakiple karşılıklı etkileşim halinde bulunularak yapılan yarışmaya dönük oyun biçimlerinin her türlüşüdür olarak adlandırmıştır. Başka bir tanımda ise spor, kişilerin sağlık durumlarına olumlu yönde etki eden ve geliştiren ve gelişen bu sağlık durumunu

devam ettirmeyi sağlayan hareketler olarak ta ifade edilir (Duran , 2013). Spor; bireylerde bulunan fizyolojik, psikolojik ve sosyolojik özellikleri geliştirmeyi sağlayan ve bunun yanı sıra bilgi ve becerilerini geliştirmede önemli bir araç olarak kullanılan bir kavramdır(Bayrak, 2013; Demirel, 2013).

Sporun yarışma amacının dışında sağlığı da koruma bilgisi var olmakta ve bu amaç doğrultusunda egzersiz yapan bireyler bu konuyla ilgili yapılacak faaliyetlere katılmalarını arttırmak için çeşitli davetler almaktadırlar. Yapılan bu davetler geniş insan kitlelerini kapsayarak farklı sportif etkinliklerde sağlamaktadır “Sağlıklı Yaşam İçin El El projesi kapsamında; İncirliova Park’ta kahvaltı, Aydın Forum AVM’de ücretsiz sinema etkinliği, İstanbul gezisi ile okullarımızda bocce, badminton, futbol, hentbol, voleybol, masa tenisi, satranç, futsal, okçuluk, golf, bisiklet turu, robotik kodlama, resim ve müzik kursları; futbol, voleybol ve basketbol turnuvaları, Müze Okul Projesi gibi etkinlik ve faaliyetler yapıldı. “

İnsanların fiziksel ve psikolojik olarak daha iyi bir yaşam sürdürülebilmeleri için fiziksel etkinliklerin önemi son zamanlarda yapılan çeşitli bilimsel çalışmalar ile daha çok anlaşılmıştır ve bundan dolayı insanların boş zamanlarını fitness ve rekreasyonel gibi faaliyetler ile geçirerek sağlık ve psikolojik yararlarının olduğu bilgisinde artış olmuştur. Bunun sonucunda da bu etkinliklerin yapılması için de fitness ve spor merkezleri adı altında hem etkinlik hem de yaşamın getirdiği stres faktörünü atmak için bu tesislerin sayıları bir hayli artmıştır (Yıldırım, 2017).

Bilhassa Amerika Birleşik Devletlerinde bulunan profesyonel ekiplerinden “Amerikan Spor Tıbbi Koleji (ACSM), Amerikan Kalp Birliği (AHA)” sağlık ve insan hizmetleri dairesi (CDC), ve Ulusal sağlık enstitüsü (NHI) gibi belli başlı birimlerin yapmış olduğu çalışmalar sonucunda fiziksel aktivitenin sağlığa olan yararlarını çeşitli raporlar ile yayınlamışlardır.

Yapılan çalışmalar fiziksel aktivite yapamayan bireylerde , obezitenin dışında kardiyovasküler rahatsızlıklar, hipertansiyon, tip 2, diyabet, bazı kanser türleri, kas-iskelet sistemi gibi rahatsızlıklar, psikolojik sorun ve tedirginliklere yol açar (Hallal ve ark., 2012; Das ve Horton, 2012).

Sistemli olarak yapılmakta olan fiziksel aktivitelerde ise bazı fiziksel ve fizyolojik iyileşmeler yapılan çalışmalar ile desteklenmiştir. Bunlardan bazıları;

- “Yağ ve karbonhidrat metabolizmasında iyileşme,
- İnsülin duyarlılığı ve kan lipid profilinde iyileşme,
- Kas kitlesinde artış (Branca ve ark., 2007),
- Maksimal oksijen tüketiminde artış,
- Submaksimal şiddette düşük kalp atımı ve kan basıncı,
- Mortalite ve morbidite azalma,
- Anksiyete ve depresyonda azalma,
- Yaşam kalitesinde iyileşme sağlar (ACSM, 2009).”

Bunlara ek olarak fiziki yararlar arasında, sağlam ve kas direncinde artma ile tip 1 ve tip 2 kalp rahatsızlığının riskinde azalma görülür. Diğer bireyler de ise, egzersizlerle birlikte ortaya çıkan yorgunluk ve uyku konusunda gelişmeler vardır (Garner, 1997) (Peterson ve Currie, 2002).

Spora verilen değer bütün dünya ve ülkemizde de insanlar üzerinde yarattığı olumlu etkileri bilinmektedir. Düzenli ve kontrollü olarak yapılmakta olan egzersizler spor eğitiminin temel başlığını oluşturur (Öztürk, 2004).

Teknolojinin günlük yaşantımızda her şeyi kolaylaştırdığı gibi sporda da yapılan çalışmalar ve ilerlemeler değişen dünya da çok farklı boyutlar kazanmıştır. Bu gelişimin teknolojiyi iyi kullananlar içerisinde ve spor merkezlerinde bulunan antrenörler tarafından da iyi kullanılıp kendilerine has antrenman modellerini daha iyi seviyeye taşıyarak kişiyi daha iyi yönlendirme, çeşitli testlere tabi tutma gibi yöntemler ile sporcular uygun hale getirilmelidir. Fitness salonlarında da artık yoğun bir şekilde kullanılan bu teknoloji, hem egzersiz yapanın hem de antrenörün işini oldukça kolaylaştırmıştır.

Günümüzde de bu tesisleri kullanan bireylerin, gitmiş oldukları bu işletmeler hakkında elde ettikleri memnuniyet ve izlenimler son derece önemlidir. Bundan dolayı spor tesislerinde sunulan hizmetlerin, faaliyetlerin, etkinliklerin ve iç

mekanın kullanıcıya sunum tarzları oldukça önem taşımaktadır(Girginer ve Şahin, 2007).

Problem durumu

- Fitness merkezlerine giden bireylere sunula hizmetten memnunu mu?
- Eğitim durumunun fitness merkezindeki üyelik süresiyle bağlantısı var mıdır?

Araştırmanın Amacı

Bu araştırmanın amacı, Doğu Anadolu ilinde bulunan 30 ayrı fitness salonuna giden bayan ve erkeklerden oluşan karma bireylerin spor salonlarındaki mekanın içi, antrenörlere bakış açısı ve salonda geçirilen zaman kavramlarının memnuniyetlerinin karşılanma düzeyleri araştırılmıştır.

Yapılan araştırmada şu sorulara yanıt aranmaktadır;

- Fitness Salonuna giden bireylerin salondaki beklentileri karşılanabiliyor mu?
- Fitness yapan bireyler antrenörlerin bilgi düzeylerine güveniyor mu?
- Fitness yapan bireyler sporu ne düzeyde yapıyor?
- Fitness yapan bireyler spor yaparken rahatladıklarını iyi motive olduklarını hissediyorlar mı?
- Fitness yapan bireyler salonun teknik özelliklerini beğeniyor mu?

Araştırmanın Önemi

Günümüz insanlarında teknolojiyi aşırı kullanmaları neticesinde meydana gelen hareket kısıtlılığına bağlı olarak bazı hayati hastalıkların bilimsel delillerle desteklenmesi ve sistematik olarak yapılan fiziksel aktivitelerin çeşitli hastalıkların önlenmesinde etkili olduğu ve hayatımızın kalite standartlarını artırma yönünde yapılan bilimsel çalışmalar, kişilerin yaşamlarının her anında fiziksel aktivite ve egzersizi bulundurmak için önemli derecede gayret sarf ettirmiştir. Bu durum neticesinde meydana gelen istek, insanlarda istek ve gereksinim duydukları biçimde egzersiz yapmak için istedikleri merkezlerin ortaya çıkmasına sebebiyet

vermiştir. Buna bağılı olarak ülkemiz ve bütün dünyada hızlıca artmaktan olan fitness merkezleri bir bir açılmaya başlanmıştır. Bu gelişme, hızlı bir seyir olarak bu merkezlerde sunulmakta olan hizmetlerin özellik ve kalite konularında eksiklik ve yanlışlıkların yaşandığını açılan fitness merkezlerinin fazlalığıyla paralellik göstermiştir. Fiziksel çalışmaların insanların sağılığını direkt olarak etkilemesi fiziksel çalışmaların, doğıru, planlı ve uygun şartlar sağılanması açısından oldukça önem arz etmektedir.

Dünyada teknolojinin gelişmesi ve makineleşmenin artmasına bağılı olarak insanların hareket alanlarının azalması sonucu bireylerde psikolojik ve fizyolojik çeşitli rahatsızlıkların oluşmaya başlaması ve toplum olarak hareket edebilecek çeşitli aktivitelerin gerekliliğinin önemi artmıştır (Yıldız, 2009).

Yapılan bu çalışma, bu noktadaki eksikliğin giderilmesine katkıda bulunabilir. Uçan, 2007 tarafından oluşturulan bu  l ek, Spor-Fitness Merkezlerinde yöneticiler tarafından kullanılabilmesi, doğıru ve kullanılışlı bilgiler sağılayacaktır. Buna bağılı olarak yöneticilerin, kalite standartlarını artırarak sunulan hizmetin sağılıklı, güvenli, ve de daha karlı bir olması için doğıru planlama yapılmasına yardım edecektir.

Sayıtlılar

Yapılan araştırmada sayıtlılar şunlardır:

- Araştırmada kullanılmak üzere geliştirilmiş olan  l me araçlarının araştırmanın amacına hizmet edeceğı varsayılmıştır.
- Araştırmada  alışma grubunu oluşturan Spor-Fitness merkezi üyelerinin ölçekteki ifadeleri gerçeklere uygun ve içtenlikle yanıtladığı varsayılmıştır.
- Araştırmada yapılan görüşmelere katılan Spor-Fitness merkezi üyelerinin, görüşme sırasında soruları gerçeklere uygun ve içtenlikle yanıtladığı varsayılmıştır.

Sınırlılıklar

Her çalışmada olduğı gibi bu çalışmanın bulgularının belirli kısıtlar çerçevesinde olduğunu belirtmek gerekir.

Bu çalışma, hizmet sektöründen sadece spor-fitness hizmetlerini değerlendirmek üzere kurgulanmıştır. Farklı hizmet sektörlerinin araştırmaya dâhil edilmesi durumunda analizler sonucu edinilen bulgular hizmet sektörü için genellenebilirdi.

Araştırma modelinde yer alan yapılar literatür değerlendirmesi sonucu oluşturulmuş olmasına karşın, tüketici karar alma sürecindeki muhtemel etkilerin tümünü kapsamamaktadır.

Her ne kadar literatür incelemesi ve kalitatif veri edinimi sonucunda, araştırmanın amacına en iyi hizmet edecek ölçüm aracı oluşturulmaya çalışılsa da, ölçüm aracına ilişkin çeşitli sayıltılar mevcuttur. Ayrıca örnek kütlenin tüm ifadeleri içtenlikle ve gerçekleri yansıtacak şekilde cevap verdiği öngörülmektedir.

Bu çalışma, yatay kesit diğer bir ifade ile belirli bir zaman diliminde anlık değerlendirmelerin alındığı bir çalışmadır. Tüketicilerin inançlarının zamana bağlı olarak değişebileceği gerçeği göz ardı edilmemelidir. Çalışma belli bir süre sonra tekrarlanarak her ne kadar bu kısıt ortadan kaldırılabilir olsa da verilerin toplanması oldukça maliyetli ve zor olduğu için bu durum çalışmanın bir kısıdı olarak değerlendirilmektedir.

Çalışmanın bir diğer kısıdı olarak hem kalitatif hem de kantitatif veri edinim sürecinde araştırmacının üstlendiği rolün göz önünde bulundurulması gerekmektedir.

Tanımlar

Fiziksel Aktivite. İskelet kaslarının oluşturduğu, bazal metabolizma gereksinimleriyle enerji tüketmek için yapılan beden hareketleridir (Howley, 1997).

Fiziksel Uygunluk. Fiziksel olarak harcanan performans ve çabaların meydana getirdiği gereksinim ve baskı vücudun oryantasyon sağlayabilmesindeki gücü ve yeteneği diye adlandırılır(Thomas,1994).

Hizmet. Kişiden başka bir kişiye sunmuş olduğu, temel anlamda soyut bir kavram olarak adlandırılan ve farklı şekillerle sahiplenilmesi ile son bulan bir aktivite veya yararlar bütünüdür(Kotler, 1997).

Kalite. Yapılan iş kavramının doğru biçimde ve tutarlı olarak yapılmasıdır (Olsen ve ark., 1998).

Algılanan Hizmet Kalitesi. Bireylerin almış olduğu hizmetin kişilerce yapılmış ve karşılığında hizmetin karşılanmasındaki mükemmeliyet kıyaslamasıdır(Rust R.T., Oliver, 1994).

Spor-Fitness Merkezi. Belirli araç-gereçler imkânlar ve personeline sahip bireylerin egzersiz ve spor yapabildikleri sağladıkları üyesi, aidat sistemi ile çalışanı olan ticari spor işletmeleridir.

Motivasyon (güdü). Organizmayı belli amaçlara ulaşmak için itici güç olarak da adlandırılan fiziksel veya ruhsal olarak başlatan, sürdürmesini sağlayan ve yönlendirmesine yardımcı olan bir olgudur(Budak,2003).

Evren ve Örneklem

Araştırmanın evrenini Doğu Anadolu da bulunan illerde ki fitness salonları oluşturmaktadır. Örneklemimizi Doğu Anadolu ilinde bulunan Spor Merkezi Fitness salonlarına kayıtlı kullanıcılar oluşturmaktadır. Araştırmanın amacı spor merkezi üyelerinin spor merkezlerine ilişkin kalite algısını ölçmektir. Dolayısıyla toplam popülasyonun çok fazla olduğu geniş bir evren ortaya çıkmaktadır. Araştırmanın çalışma evrenini Doğu Anadolu Bölgesinin farklı illerinde yer alan düzenli olarak bağlı olduğu bu fitness merkezlerini kullanan, tesadüfî örneklem yoluyla seçilen ve araştırmaya katılmayı kabul eden 30 farklı spor merkezindeki üyeler oluşturmaktadır. Spor merkezlerinin toplam üye sayısı 12.548 olarak belirlenmiştir.

Veri Toplama Araçları

Fitness merkezlerine giden insanların memnuniyetlerini içermekte olan verilerden oluşturmuş anket uygulanmaktadır Uçan ,2007 tarafından geliştirilen ölçekte 39 soru vardır. Sorulan sorular demografik sorular ve memnuniyet ölçeği şeklinde hazırlanmıştır.

Bu araştırma da veri toplama aracı olarak “Spor-fitness Merkezleri Algılanan Hizmet Kalitesi Ölçeği” adı altında Uçan ,2007 tarafından oluşturulan ve geçerlilik ve güvenilirliği test edilen 31 madde ve 6 boyuttan oluşan bir ölçek kullanılmıştır. Ölçeğin alt boyutlarında sırasıyla etkileşim, çıktı, fiziki çevre,

egzersizde kullanılan alet- ekipmanları, program ve ortam koşulları kaliteleri olarak isimlendirilmiş olup sırasıyla 10, 5, 7, 3, 3 ve 3 maddeden oluşmaktadır. Ölçek 5 seçenekli Likert ölçeği olarak geliştirilmiş ve 1 değeri Hiç katılmıyorum opsiyonundan 5 değeri Tamamen katılıyorum opsiyonuna kadar algılanan hizmet kalitesinin puanlanması şeklinde değerlendirilmektedir (Uçan, 2007).



Bölüm 2

Araştırmanın Kuramsal Temeli ve İlgili Araştırmalar

Egzersiz

Egzersiz Tanımı. Fiziksel aktivite, iskelet kaslarındaki kasılmaya bağlı olarak üretilen, bazal metabolizma düzeyi üzerinde enerji harcamayı sağlayan bedensel hareketlerin tümüdür(Eroğlu, 2006). Fiziksel aktivitenin alt sınıflarından biride egzersizdir.

Planlı olarak yapılandırılmış, istemli ve fiziksel uygunluğun bir veya birden fazla ögesini geliştirmeyi amaçlayan devamlı olarak yapılan etkinlikleridir (Özer, 2001).

Egzersizde amaç oksijen yığılmasını ve metabolik süreçleri yoluna koyma, kuvvet ve dayanıklılığı geliştirme, vücut yağında azaltma, kas-eklem hareketlerinin daha iyi bir şekilde yapılmasını sağlamaktır.

Vücut yağı; vücudun bütünü saran derinin altında bulunan yağ tabaklarıdır. Bu tabakaların genel görevlerinden biride vücudun ısını korumaktır. Düzenli olarak yapılan egzersiz ve antrenman programlarıyla vücutta buluna deri altı yağ dolgunluğunu azaltırken vücutta bulunan yağsız adalelerdeki kütlede artma meydana gelir (Astrand,1972).

Profesyonel ya da amatör olarak yapılan sporlarda sporcuların herhangi bir branştaki vücut yağ oranlarının spor branşına uygun olması gerekmektedir. Bu durum yapmış olduğu spor da başarılı olması için en önemli etkenlerden biridir.

Aşağıdaki tabloda çeşitli spor dallarına göre vücut yağ oranlarına ait bilgiler verilmiştir.

Spor dalı	Erkekler %	Kadınlar %
Futbol	8-18	-
Vücut geliştirme	6-7	8-10

Bisiklet	8-9	15-16
Basketbol	7-12	18-27
Jimlastik	3-6	8-18
Koşu	4-12	8-18
Yüzme	4-10	12-23
Tenis	12-16	22-26
Halter	6-16	17-20

Şekil 1. Sporun Alanlarına Kategorilerine Göre Sporcularda Var Olması Gereken Vücut Yağ Oranları (Kocatepe,2019).

Günümüzde vücut yağ oranının branşlara göre bulunması gereken vücut yağ oranları olduğu gibi inaktif olarak yaşam geçiren bireylerde de olması gereken ve vücut kompozisyonlarımızı değerlendirirken bulunan çeşitli kilo aralıkları vardır. Bunlar vücut kitle indeksiyle hesaplanan bir formüle dayanır.

Vücut Kitle indeksi Tanımı ve Hesaplanması. “Vücut kitle indeksi vücut kompozisyonunun değerlendirilmesinde kullanılan antropometrik temelli yapılan ölçümlerden biridir (Mei,2002). Vücut ağırlığının normal olup olmadığını değerlendirmek için vücut ağırlığı ve boydan elde edilen VKİ oranlarıyla araştırmacılar tarafından kullanılır(McArdle WD ,2007). Vücut ağırlığının boy uzunluğunun karesine oranı BMI’ i verir. Bu orana göre BMI’ in

- ✓ 18,5 kg/m²’ nin altındaki değerleri zayıf,
- ✓ 18,5-24,9 kg/m² arasındaki değerleri normal,
- ✓ 25-29,9 kg/m² arasındaki değerleri vücut ağırlığı kilolu ve
- ✓ 30 kg/m² ve üzerinde olması obezite olarak tanımlanmaktadır (Bozboru , 2002.).”

Bütün bu çalışmalar sağlıklı bir hayat için gereken ve herkesin günlük yaşamında rutin olarak bir egzersiz programı katması gerekmektedir.

Egzersizde genç, yetişkin,yaşlı farkı yapılmaz. Haftada 3 defa yapılan egzersiz süresi 20 dakika yapılması kafidir. Buna rağmen hafta içerisinde 5 ve

daha fazla yapılan egzersizler için 15–25 dakikalık süreler yeterlidir. Bu da kişiye üst düzey yararlar sağlar(Cooper,1988).

	<12yaş	13-14 yaş	15-16 yaş	17-18 yaş
Antrenman Sıklığı(hafta)	3 gün	4 gün	4-5 gün	5-6 gün
Antrenman süresi	50 -60 dk	60-75 dk	75-90dk	90-100dk

Şekil 2 . Çocuk ve gençlerin egzersiz sıklığı ve süreleri (Çocuk Ve Gençlerde Futbol (Tff,2009).

Egzersizin Faydaları . Sağlık kavramı ile egzersiz kavramı birbirlerinden ayrı tutulmayan iki ayrı terim olarak karşımıza çıkmaktadır. Sağlık açısından egzersizin temel hedefi; durağan bir yaşantının neden olduğu fiziksel, fizyolojik rahatsızlıkları önüne geçebilmek ve rahatsızlıkları yavaşlatabilmek, fiziksel uygunluğu ve sağlığını daha uzun seneler boyunca korumaktır. Düzenli olarak yapılan egzersizin faydalarından bazıları şunlardır:”

- Kas kuvveti, dayanıklılığı ve esnekliği,
- Kilo verme ve koruma,
- Kardiyovasküler ve tromboz riskinde,
- Kan yağ ve glikoz düzeyinin düşürülmesinde,
- Psikolojik durum ve uyku kalitesini düzeltmede,
- Kronik ağrıyı azaltma olarak sıralanabilir.”
- Egzersiz hayatımızda oldukça hayati bir öneme sahiptir. Fiziki faydaları olduğu kadar sosyolojik ve psikolojik yararları da vardır. Bunlar;

Egzersizın Sosyolojik ve Psikolojik Yararları.

- Verimlilik artar.
- Daha fazla enerjik hissetmesine, tembellikten uzaklaşmaya,
- Sağlam, canlı hareketli, egzersiz yapmaya istekli bir kişi haline gelmeye,
- Öz saygının gelişmesine,
- Organizmayı beden ve ruhsal streslerin yıpratıcı etkisinden korumaya,
- Pozitif düşünmeye,
- Asabi ve hiperaktif yapıyı sakinleştirmeye,
- Kendine güvenin artmasına,
- İnsanlarla çabuk arkadaşlık kurma ve paylaşma, duygularını geliştirmeye yardımcı olur (Peterson, 1998).
- Umumi ve fiziksel olarak yapılmakta olan aktivitelere olan teşvik, sağlık yönünden elde edilen yararların devamlılığıyla yakinen ilişkilidir (Pecthers ve ark., 1988)."

Fiziksel aktivitenin duygusal faydaları da vardır. Özgüvenin artması, stres ve kaygı durumlarının azalmasına bağlı olarak kişinin kendileriyle alakalı bir sağlık konsept geliştirmesi gerekir (Dinubile, 1993). Daha çok yetişkinlerde spora ve rekreasyonel faaliyetlere katılmak ruh halinde gözle görülebilir derecede pozitif etkileri olduğu çalışmalarla kanıtlanmıştır (Steptoe ve Butler, 1996).

Özgüven. Özgüven, bireyin belirli olaylara başarı ile sonuçlandırmasına olan inancıyla beraber güç, yetenek, kendi yargısıyla almış olduğu kararlarına olan güvenidir Bireyin kendinde varolduğuna inandığı yeteneklerine olan inancı ve özgüvenidir (Hambly, 2003).

Stres. Bireyin etrafında olup biten olaylara yeterli şekilde tepkide bulunmasını engelleyen bir paradigmaya bağlı, çokça yıpranma, veya insan

organizmasında ortaya çıkan etkilerin kişide bırakmış olduğu negatif izler olarak tanımlamaktadır(Hamner ve Organ ,1978).

Kaygı. Kaygı; Türk Dil Kurumu (TDK)'na göre “üzüntü, endişe duyulan düşünce, tasa” anlamı taşımaktadır. Başka bir tanıma göre kaygı, bireyin herhangi bir uyarıcıyla karşılaşınca bedeninde, duygusal anlamda ve zihinsel olarak yaşamış olduğu farklılıklar ile kendini gösterdiğinde bir uyarılma hali alır. Kaygı, orta derecede yaşanan tedirginlik ve gerginlik duygusundan panik derecesine kadar uzanan farklı yoğunluklarda yaşanabildiği görülmektedir (TDK, 2018).

Toplumda, insanlar kendilerini hem bedenen hem de ruhen yorgun bir şekilde düşüren çalışma temposu içindedirler. Bundan dolayı spor yapmanın ve farklı spor kulüplerine üye olmaları gibi sosyal gereksinimlerinde artma meydana gelmiştir. Fitness salonları tam olarak burada devreye girerek buraya üye olan bireylerin ihtiyaçlarını gidererek huzurlu başarılı ve sağlıklı bir çevre oluşumuna katkıda bulunmaktadır. İnsanların spor yapmasıyla akın çevresi ile kurmuş olduğu birliktelik ve iletişimde bireye önemli katkılar sağlar(McPherson ve diğ. 1989).

Rekreasyonel zamanlarda oluşan imkânlarının hızlıca artarak devam etmesi şüphesiz fitness merkezlerine olan talebi de artırdığı görülmüştür. Günümüzde teknolojinin hayatımızda hemen hemen her geçen gün artmasıyla birlikte insanların çalışma zamanı için ayırdıkları zamanın yıllar içerisinde git gide azalmasına bağlı olarak spor ve ya boş zaman için kullanılacak zaman süresinin artmasına neden olmuştur. Bundan dolayıdır ki; insanların spora gitmeye yönelik rekreasyonel zamanlarında artma yaşanmış olup, sporsal endüstrisi ve işletmeleri gelişmesine zemin hazırlamıştır (Cağlar ve Ekren, 2003).

Günümüzde bireyler, maddi gelirler, hayat standartlarında olduğu gibi fitnessda da daha da biliçlenmiştir. Fitness merkezlerinin, geliri, çalışan sayısı bakımından ekonomiye oldukça önemli katkı ve destekler sağlamıştır(Jahangir ve Alamgir, 2012).

Fitness merkezi bireylerin fiziksel aktivite yapmaları için geldikleri merkezlerdir. Egzersiz yapılan yerler ise toplumda bulunan bireylerin sosyal

gereksinimlerini karşılayıp sunulan hizmetleri bireylere yönelik sunmak üzere faaliyet veren kurumlardır. Verilen hizmetlerden sonra bireylerin kurumlara hizmeti karşılığında maddi olarak vermiş oldukları kazançlardır. Bu maddi kazancı alsalar bile esasen, kişilerin spor gereksinimlerini karşılamaları amacıyla kurulmuşlardır(Ekenci ve İmamoğlu, 2002).

Fitness

Fitnessin tanımı. Fitnes sözcüğü sözlüklerde “uygunluk, sağlık” olarak tanımlanır. Dilimizde ise fitness (fiziksel uygunluk) anlamında yerleşmiştir. Kelimenin ilk kökündeki gibi fit olmak anlamı vardır. Fit olmak orantılı olmak, anlamına da gelir. Egzersiz ve spor yapanlar vücudun fit bir görüntüde olması,vücudun orantılı olması ve bunun yanında da vücudun kuvvetli olmasını belirtirler. Uygun ve orantılı bir vücuda sahip olan kimse hem orantılı hem de sağlıklıdır. Hastalıklara karşı olan direnci daha fazladır. Kemik yapıları ve kasları sağlamdır. Bütün organları iyi çalışır. Bundan dolayı fit vücuda sahip insanlar daha sağlıklı, iyi ve verimli bir şekilde yaşar (Uz, 2015).

Fitness yapan bireyler vücutlarının fiziksel aktiviteleri yaparken sıkıntı ve sakatlık geçirmeden gerçekleştirebilmesi şeklinde adlandırılır. İnsanlar günlük yapılan çalışmaları esnasında fiziksel aktiviteyle oldukça çok karşılaşmaktadır. Düzenli ve dengeli olarak yapılan bir fitness programının günümüz yaşamsal koşulları içerisine dâhil edilmesini hastalık ve rahatsızlık risklerini azaltmasının yanı sıra çalışma kabiliyetlerinde artma olduğu kanıtlanmıştır(Voigt ve ark., 1998).

Fitness Merkezlerinin Kurulmasının Tarihsel Geçmişi. Fitness kelimesinin tanımından hareketle fiziksel aktivitelerden meydana geldiği, tarihsel yapısını incelediğimizde ise en başta bu sporun geçmişine göz atmalıyız. Geçmişten günümüze dek yapılan hareket alışkanlıkları ve sporun, toplumlarda kültürel yapılara, duyarlılıklara, anane ve göreneklere, tutkulara ve alışkanlıklara göre değişkenlik göstermiştir.

Spor insanın varoluşuyla başlamaktadır. Spor tarihinde ilk sporlar, tarihin ilk devletleri eski Mısır ve Babil’de bir çeşit hünerleri sergileme ve yarıştırmaya amaçlı olarak ortaya çıkmaktadır(Fişek,1985). Tarihte yapılan ilk spor türleri,

gerek araç kullanarak ya da araçsız olarak yapılsın kendilerini savunma ve saldırı amacı güder. Bundan dolayı İnsan doğa ile vermiş olduğu yaşam savaşının zorunlu olarak fiziksel eylemlerinden doğar(Fişek,2003). Fakat yapılan bu eylemler zorunlu olarak yapıldığı için daha çok savunmaya yönelik olduğundan yapılan bu sporun tam olarak bilinçli bir spor aktivitesi taşımadıkları söylenebilir. Yapılan bütün eylem türleri sportif eylem taşımasa da günümüzün spor manasında ilk tohumunun atılmasının başlangıcı olarak kabul edilen aktiviteleridir (Dever, 2010).

İlk devletlerin kurulmasından sonra devam eden yıllarda geçiş yapılan demir çağında ortaya çıkan kayak, yelken, binicilik kızak gibi araçlar sayesinde taşıma-ulaştırma adı altında sportif aktiviteleri de görmekteyiz(Öztürk,1998). Daha sonra meydana gelen sportsal aktivitelerde ise insanlar arasında bir takımı oluşturup bir beraberlik içinde doğayla mücadelesini vermiştir. İnsanlar arasındaki iş bölümü ve iletişim kavramları bu sebepten ortaya çıkmıştır (Fişek ,1985).

İlk devletlerden beri ortaya çıkan bu durumun, “Dr Ken H. Coopeers’ın” 1968 yılında, kronik hastalıkların önüne geçip azaltmak için düzenli olarak yapılan egzersiz ve fitnessin önemli rol oynadığı kanısının oluşmasına ve fitnessin ve fitness sektörünün popüler olmasını sağlamıştır(Jahangir ve Alamgir, 2012).

Türkiye’de Fitness Sektörü. Türkiye’de fitness sektörü gelişim bakımından henüz yavaş yavaş gelişim gösterdiği bir sektördür. 1989 ile 1990’lı yılların başlarında gittikçe artan sportif taleplerin, içinde bulunulan şartlar içerisinde devlet tarafından karşılanamayacak olmasından dolayı özel sektördeki girişimciler tarafından hizmet pazarında yerini almaya başlamıştır. İlk başlarda basit ve kolay bir anlayış tarzıyla bedensel eğitim ve spor öğrenimini okumuş, düzenli olarak spor yapmakta ya da bir süreliğine yapmış olan insanlar tarafından, binaların zemin katlarında uzak doğu sporları, vücut geliştirme ve aerobik sporlara yönelik salonlar açılmasıyla küçük sportif işletmeler böylelikle kurulmuştur(Çunguroğlu, 2012).

Türkiye deki bulunan ilk fitness kulüpleri ve işletmeleri, İstanbul Etilerde Hillside, Kuruçeşme’de PHC, Taksim’de i Vakkorama Gym dir(Taşdemir,2015).

Türkiye de bulunan kulüpler, çok büyük olmamasına rağmen, içinde sporsal etkinlikler ve sporsal etkinlikleri yapan sporcuları bir aile yuvası gibi barındıran çok kısıtlı kulüplerin olduğu bir sıralama listesinin başında yer alan işletmelerdir. Spor merkezleri adı altında kurulmuş olan Ankara Bilkent'te faaliyet gösteren Sports International ilk klüp olma özelliğini taşır(Taşdemir,2015).”

Büyük çapta ve eşine az rastlanan bir spor merkezi olması nedeniyle, kısa süre zarfında İzmir ve İstanbul gibi illerde de şubeleri açılmıştır. Sports International, ülkemizde yapılmakta olan spor merkezlerinin büyük çapta öncülüğünü yapmıştır(Çunguroğlu, 2012).

Son zamanlarda bireylerin değişen ve farklılık gösteren gereksinimleriyle kaliteye daha fazla önem vermelerinden dolayı insanların hizmet anlamında beklentileri git gide artmıştır. Bu beklentilerden bazıları; bilgi birikimi daha fazla olan yönetsel olarak daha iyi tutum sağlayan, zemin katlar yerine daha rahat ve ferah bir yer olması çeşitli sporları içinde barındırması(step ,yüzme,aerobik)gibi birçok spor dallarının olduğu bunun yanında da masaj, kafe, sauna ,restoran gibi hizmetlerinde sunulduğu spor merkezlerine yönelim artmıştır. Bundan dolayı günümüzdeki büyük çaptaki spor merkezleri ve daha fazla olacak şekilde zincirler oluşmuştur. Oluşan bu zincir ilk olarak küçük spor merkezlerini de içine alan ve spor sektöründe boy göstermiş bütün sektörleri rekabet içinde yer almaya zorlamıştır(Devecioğlu ve Yücel, 2012).

Yaşanılan bu rekabetin farkına varılmasıyla fitness aletleri ve tedarik eden birden fazla marka sahibi, ülkemizde bulunan ve yavaş yavaş gelişmekte olan fitness pazarını göz önünde bulundurarak İstanbul Ankara ve İzmir’de yatırım yapmaya ve bu yatırımları arttırmıştır (Çunguroğlu, 2012).

Sağlıklı yaşam kalitesinin artmasına bağlı olarak ve spora yönelen bireylerin artmasına bağlı olarak, ülkemizde de Fitness salonlarının aşırı derecede artmasına yol açmıştır. Yeni birliktelikler ve dostluklar kurmak bu artışın en önemli rolü olmuştur. Bunun yanı sıra ülkemizde yapılmakta olan yeni yapıların konut projelerinin vazgeçilmez bir unsur olmuştur. Bunun ilk örnekleri İstanbul, Ankara ve İzmir başta olmak üzere yaygın bir hale almıştır. 2008 yıllarında yıllık büyüme de % 40'lara ulaşmış olduğu zamanda dünyanın en iyi

FCM, şubelerine bir yenisini daha katmak amacıyla Türkiye’de bir şube eklemek istemişlerdir. Bu büyümenin etkisi diğer şirketlerinde ilgisini çekerek dünyanın önde gelen “FCM Curves, Shapes for Women ve Pace” nin de arasında bulunmuş olduğu büyük işletmeler peşi sıra Türkiye de şube açmışlardır (Çelebi, 2008).

2012 yılına geldiğimizde ise İngiliz FCM şubeleri olan “Jatomi,Türkiye’ye 5 yılda 400 milyon Avro’luk yatırımla toplam 190 dan fazla yeni spor salonu kurması kararlaştırıldı. 2012 yılında İstanbul’da 11 den fazla şube açan firma, Ankara ve İzmir’in dışında, Trabzon, Antalya, Gaziantep, Adana, Diyarbakır ve Erzurum olmak üzere farklı illeri de kapsayacak şekilde icraata geçilmeyi tasarlamıştırlar(Özedincik, 2012).”

Günümüzde sektör büyüklüğüne bakıldığında ülkemizde fitness sektörü hizmetlerinin cirosu yıllık üç yüz elli milyon milyon Euro seviyesindedir. Türkiyede ki ciroya bağlı olarak fitness sektörlerinde bulunan diğer ülkeler ile kıyaslandığında bu seviye çok yetersizdir. Ülkemizde bulunan 1340 spor salonunu ve bunun yanında spor yapmak isteyen ve bir spor merkezine üye olmuş kişi sayısı ise dört yüz yirmi bin civarındadır (Batur, 2012).

Ülkemizde bazı sektörlerde olduğu gibi fitness sektöründe yaşanan bir takım problemler vardır. Bu problemlerin başında hijyen gelmektedir. Bunun yanı sıra fitness sektörlerinde faaliyet göstermekte olan firmaların kurumsal yapılarının olmaması da bununla birlikte bir takım problemleri de peşi sıra getirebilmektedir. Spor merkezlerinde sıra beklenilmesi, yaşanmakta olan en büyük problemlerdir. Özellikle koşu bandında oluşan sıralar insanların merkezlere olan ilgilerini olumsuz derecede etkilemektedir. Spor yapan kişilerin en fazla tercih ettiği alet olan koşu bandının seçim yapılmasının en önemli sebebi, yapılan egzersizin ve kayıp edilen kalorinin ekranda birebir izlenmesidir (Başpınar, 2010).

2015 yılına kadar tahmin edilen ve yüzde 25 büyüme hedefi olan fitness sektörü dünya çapında yetmiş milyar dolarlık ciroya ulaşmış olup “20,8 milyar dolarlık ciroyuyla dünyanın en büyük fitness Pazar sektörü olan ABD 1. sırada, 4,2 milyar dolarlık cirosu ile İngiltere ikinci sırada, kriz olmasına rağmen spor

sektöründe azalmanın yaşandığı İspanya ise 3,8milyar Euro'luk cirosuyla üçüncü sırada yer almaktadır.

ÜLKE	ÜYE SAYISI(Bin)	PAZAR Euro)	BÜYÜKLÜĞÜ(Milyon
ABD	50.000	26.208	
İNGİLTERE	7.400	4.189	
İSPANYA	7.980	3.800	
ALMANYA	7.100	3.430	
İTALYA	5.200	2.808	
FRANSA	40.000	2.399	
HOLLANDA	2.700	1.400	
RUSYA	1.700	1.200	
BELÇİKA	350	650	
TÜRKİYE	420	350	

Şekil 3.Ükelere Göre Fitness Sektörünün Görünümü)

Fitness Merkezlerinin Yönetimsel Yapısı

Üst yönetim. Fitness yöneticisi fitness işletmesinin bütün kontrolünden sorumludur. Kulüp yöneticisi kendisinde bulunması gereken kulübün içerisinde bulunan bütün departmanlardan, yapılmakta olacak olan bütün aktiviteler den ,yönlendirme yeteneği, ve liderlik özellikleri gibi birtakım özellikleri barındırıp ve bunları en iyi şekilde uygulama ve yönetmeden sorumlu kişi veya kişilerdir. Buna ek olarak yöneticilik yaptığı yer hakkında kısa veya uzun vadeli planlar hazırlamak, maddi olarak hedeflerine ulaştırmak kontrol ve yönetmek zorundadır. Hizmet verdiği yerde çalışan insanların mutluluğunu, maddi doyumlarını, amaçlarını, arzularını, isteklerini ve gereksinimlerini gözetim altına almalı,

işletmeye kayıt yapan kişilerin sadakat ve memnuniyetlerini geliştirmek için belirli stratejiler geliştirip uygulamaya koymayı bilmelidir(Özkan, 2013).

Sporsal departman. Sporsal departman, işletilen yerin büyük olmasına bağlı olarak değişiklik gösterir. Genel olarak ülkemizde bulunan fitness kulüpleri, spor departmanında; fitness, studio dersleri, pilates, ve havuz ekiplerinden oluşur. Bu kısımda da her ekibin bir şefi, günlük veya haftalık olarak tutmuş olduğu rapor ve bilgileri spor departmanına bulunmakta olan yöneticiye sunar. Spor departmanının yöneticisinin görevi ise; sağlıklı fitness programlarını oluşturmalı, organize etmeli ve fitness alanlarının düzen ve işleyişi gibi sorumlulukları olan kişidir (Özkan, 2013).

Misafir ilişkileri departmanı. Bu departmanı; üyelerin kapıda karşılanıp, gerekli departmanlara yönlendirme ve pozitif bir tutum sergileme sorunsal değil çözümsel odaklı olmak, belli zaman dilimleri içerisinde müşterilerinin memnuniyet durumlarının incelenmesi üzerine anketler yapmak ve klüp içerisinde bulunan kalite standartlarını koruyup artırmak ve geliştirmeden sorumludur (Özkan, 2013).

Satış departmanı. Bu departman, satış ekibiyle birlikte ve satış müdüründen oluşmaktadır. İşletmede mali bir takım hedeflere ulaşmak için yeni ve güncel stratejiler geliştirmek, tasarlamak finansal raporların düzenli olarak not etmek ve işletmede bulunan bütün finansal gereksinimleri belirlemek ve karşılamakla sorumlu kişidir (Özkan, 2013).

Spa departman. Spa departmanında, bütün personel tüm resepsiyonal çalışmaların sorumluluğunu üstlenir ve ürün ve hizmetteki kaliteyi koruyup artırmak ve spa bölümünde işlerin sorunsuz olarak yürütülmesini sağlar. Bu birimde çalışan bireyler yapılan çalışmaların işleyiş şekline işletme yönetimine ve şirketin merkezine karşı sorumluluğu vardır. Spa hizmetleri veren kişiler yeniliklere açık ve takip etmelidir. En önemli görevi ise mevcut satış gayesini tutturaktır(Özkan, 2013).

Fitnessda Müşteri Kavramı

Hizmet olarak sunmakta ve sunulmakta olan hizmeti sunana hizmeti sağlayan', hizmet sunulana ise 'müşteri' denmektedir. Türk dil kurumunda müşteri kavramı "mal, hizmet vb. alan ve karşılığında ücret ödeyen kimseler" ve "alıcı"

anlamında iki anlamla tanımlanır. Müşteri kelimesi telafuz edildiğinde akla genel olarak ‘bir ürün ya da hizmet satın alan kişi’ aklımıza gelir.

Ama özele indirildiğinde müşteri; bir ürün, bir mala veya hizmete maddi bir ücret ödeyerek faydalanmanın yanı sıra, bir ücret ödemedi de o maldan veya hizmetten yararlanan kişidir. Örnek olarak, karsal bir hedef gütmemiş özel organizasyonda ücret karşılığında bir spor hizmetinden faydalanmanın yanı sıra, kar amacı gütmemiş bir organizasyonda spor hizmetlerinden de herhangi bir maddiyat harcamadan da fayda sağlanabilir (Yıldız, 2008)

Fitness merkezlerinde spor yapma nedenleri

Hayatımızı daha kolay ve daha kaliteli bir yaşam sürdürebilmek amacıyla yapılan egzersiz fazlalığı daha fazla hareketliliğin gerekliliği kanıtlanmış olan bir gerçek olduğu gibi eğitim seviyesinin artmasına bağlı olarak bu hususta bilinçlenen kişilerin sayısı da hızla artmıştır. Egzersiz yapmayıp inaktif olarak yaşayan bireylerde ise temel sorunlar boş zaman bulamadığını öne sürmeleri, kimilerinin de gün içinde yorgun olduğunu bahane etmelerinden dolayı egzersizden uzak kalmalarıdır. Bireyleri bu iş yoğunluğu ve boş zaman bulamama bahanelerinden uzaklaştırmak amacıyla egzersiz yapılacak ortamlar sağlanmalıdır. Bu iki önemli etkene cevap verilmek istendiğinde karşımıza çıkan, insanların fiziksel görünüşlerine verdikleri önem ve bunun sonucunda ihtiyaçları olan egzersizi alabilecekleri ortam olan özel spor salonlarının yaygınlığı ve yeterliliği olarak önümüze çıkmaktadır.

Egzersiz amacıyla yapılan bazı çalışmalarda bireylerin fiziksel olarak aktif olma, özellikle de eğlenmek amacı ile bu tür faaliyetlere katıldıkları görülmektedir. Hediye, kazanma ve fark edilme gibi amaçlar çok daha az sıklıkta. Bu tür çalışmalarda esas olan hedef sağlıklı yaşam ve ideal vücut formlarına ulaşmaktır. Buna bağlı olarak bazı olumsuzluklarda yaşanmaktadır. Bu tür aktivitelere giden bireyleri fitness salonundan uzaklaştıracak ve motivesini düşürecek birçok neden vardır. Bunlar sadece motive etmeyi kısıtlamakla kalmaz bununla beraber kişilerin spor yapma alışkanlıklarını da azaltır. Bu problemleri aşağıdaki şekilde sıralayabiliriz:

Fiziksel Faktörler. Fitness salonlarında çalışanlar bireylerin çalıştıkları ortamın ve iş yerindeki fiziki imkanların uygun olması, bu imkanlarında iyileştirilme gayretleri gibi etkenler performansı ve verimliliğin artmasına sebep olan öğelerdir (Genç, 2010). Örnek olarak ortamın ısısının iyi derecede olması, uygun havalandırma sisteminin olması ve yeterliliği, dışarıdan gelen seslerin içeriye yansımaması, gürültü kirliliğinin bulunmaması, ortamda yeterli kadar aydınlatılmanın olması, uygun sağlık hijyen açısından daha temiz koşullarının sağlanması gibi faktörlerin yanında kullanılacak alet, malzeme ve diğer malzemelerin de yeni, kaliteli ve günümüz teknolojisine de yakın olması bireylerin gösterecekleri performans açısından olumlu sonuçlar ortaya çıkarır. Bu koşulların sağlanamaması işletmede çalışan bireylerin işletmeye karşı isteksiz ve moralsiz bir hal alacaktır (Bayrakdar, 2016).

Kişisel Alışkanlıklar. Kişisel alışkanlıklar müşterilerin işletmeye duyduğu duygusal tavırlarını ölçmeye sağlayan bir faktördür (Garbarino and Johnson, 1999).

Müşterinin bir, hizmetten veya bir üründen yeniden faydalanarak satın alması için 2 seçeneği vardır. Birincisi, müşteriye sunulan muayyen oranda bir indirim yapılması ve sunula teklifin kişiye verdiği yarardır. İkinci seçenek ise, bir müşterinin muayyen ürün ve hizmete bağlı duygusal açıdan yakınlığı olarak tanımlanabilir. Birinci seçenekte tatmin edilmesi belirli bir dönem içerisinde ortaya çıkar. İndirim ya da yarar görülmezse biter. İkinci seçenek tamamen sadakatle ilgilidir. Bu seçenekte sunulan hizmetten faydalanan müşterilerin kendileri için hususi olarak bildikleri ürün veya hizmetlerle ilintili olmasını etkiler.

İşletmenin ayakta kalabilmesi için ikincil seçeneği daha çok ön planda tutması gerekmektedir. Sadakatin temeli kişinin mantıksal ve duygusal gereksinimlerinin, şahsi ilişki şekillerinin önem kazandığı platformda karşılanıp veya karşılanmadığı durumlarla doğrudan bağlantılıdır (Hançer, 2003).

Hizmet

Hizmet Kavramının tanımı. Günümüz dünyasında çok çeşitli iş sektörleri vardır. Bunlardan biri olan hizmet sektörüdür. Hizmet kavramı farklı olarak tanımlanan bir kavramdır. Hizmet, bir kesimden öteki kesime sunulması koşuluyla

sonucunda herhangi bir sonuç elde edilmeyen bir tür etkinlik diye tanımlanır (Kotler ve Armstrong 2003).

Hizmet, Lovelock'a (2000) göre "bir yandan diğer bir yana sunulmasıyla oluşan fiziki hareketler ve performans içeren bir durumdur." Buna göre soyut bir kavram olan hizmet makineler ve insanlar tarafından sağlanır. Hizmetin sözlükteki anlamı: "Birinin işini görme veya birine yarayan bir işi yapma" anlamındadır. Bu tanımdan hareketle günümüz dünyasında her konuda hizmet kavramından bahsedilebilir. Bundan dolayı hizmet günümüzde vazgeçilmez bir parçası haline gelmiştir. Fakat günlük yaşamımızda bu kavramın farklı boyutları üzerinde durulmuştur. Bunlardan biride teknik boyutudur.

Teknik boyut bir işletmenin ayakta kalabilmesi açısından çok önemlidir. İşletmelerde iyi yönetim ve teknik destek boyutu tüketiciye hakim olma noktasında çok etkilidir. Günümüzde oluşan teknoloji ve buna bağlı olarak yaşanan iş yükünün üzerinden atılmasını sağlayan hizmet sektörü teknolojinin gelişmesi ve insanların kendilerine daha fazla zaman ayırmaları ve maddi konularda rahatla yaşamaları sebebiyle gittikçe daha fazla büyüyüp gelişme sağlayan bir sektör haline gelmiştir (Çatı ve Baydaş, 2008).

Hizmetlerin Kategorileşmesi. Fiziki açıdan varlığı olmayan, makineler ve insanlar aracılığıyla üretilmiş olan hizmetler; sağlık, ulaşım eğitim, güvenlik, spor gibi birden fazla kolu yapısında bulundurmaktadır (Yıldız, 2009). Bu konuda umumi olarak belli bir sınıflama APB bünyesinde yapılmıştır. Bu bünyede bulunan hizmet grup sınıflamasında 10 kategoride yer bulunmaktadır.

Bunlar;

- Profesyonel hizmet sektörleri
- Turizm, seyahat, konaklama hizmetleri sektörleri
- Eğlendirme, sanat, spor hizmetleri sektörleri
- Kar amacı gütmeyen, kamusal, yarı kamusal, hizmetler sektörleri
- Fiziksel dağıtım, kiralama, Kanal, hizmet sektörleri
- Sağlık hizmet sektörleri

- Finansal hizmet sektörü
- Araştırma Eğitim, hizmet sektörleri
- İletişim ve Telekomünikasyon hizmet sektörleri
- Özel ve bakımsal/yenileme hizmetleri sektörleridir(Öztürk, 2007)

Hizmetin Özellikleri. Bir işletmede sunulan hizmet çeşitli şekillerde sunulmaktadır. Verilen hizmetler soyut olma, dayanıksızlık durumu, hizmetin değişken bir yapıda olması, heterojenlik ve ayrılmazlık başlıklarıyla incelenir.

Soyutluk. Verilen bir hizmetin satın alındıktan sonraki süreçte tüketicinin kullanma hakkını elde edeceği elde ettikten sonra, edineceği tecrübeyi ve ya tüketimini anlatmaktadır(Üner ,MM1994).

Hizmette belirleyici olan en önemli özellik soyut olmasıdır. Soyutluluk hizmet kavramı; el ile tutulamayan, görülemeyen, duyulamayan, herhangi bir ölçü birimiyle ifade edilemeyen, sergilenip paketlenemeyen, taşınmayan bir kavramdır. Bu özellikler hizmetlerin pazarlanmasını somut mallara göre farklı kılar. Yapılan hizmeti soyuttan somutlaştırmak için araçlar oluşturmak ve reklamsal etkinlikler kullanılarak Hizmetlerin somut hale getirilmesi için bir takım yöntemler kullanılabilir.

Dayanıksızlık (Bekletilememe).Hizmette gözle görülür objelerden daha çok yaşanılmışlık ve yaşantılar olduğundan dolayı saklanmaları imkansızdır. Soyut olarak ele alınan hizmetler, daha fazla yapılacak olan hizmet veya bir satış için stoklanıp saklanmazlar. Hizmetin sunulduğu esnada kullanılmayıp başka bir zaman diliminde kullanıma sunulamazlar. Bekletilememe özelliği hizmet veren işletmelerde değişmeyen parasal değer artmasına, birim başına düşmekte olan harcamaların artmasına neden olduğu söylenebilir(Belgin,2010).

Hizmet içerisindeki talepler o yıl içerisinde değişiklikler gösterebilir. İstemin düzenli olmaması hizmetin bekletilememesinin artmasına neden olan bir faktördür. Artma durumun en mükemmel şekilde korunmasının yolu, işletmedeki sunma, isteği dengede tutmaya çalışma yarış avantajını sağlamasıdır. İsteğin eksik olduğu zamanlarda fiyatı düşürüp, daha eksik tutmaya çalışan olması.

İsteğin yoğun yaşandığı zamanlarda ise, geçici olarak ilave personel çalıştırma, part-time çalışan personel bulması sağlanır.

Hizmetin değişkenliği (Heterojenlik). Hizmetlerde üretim biçimleri, bireylerin tutum ve davranışlarına göre değişkenlik göstermektedir. Hizmetlerin kaliteliği üretmekte olan insanın bilgisini, ustalığını ve kabiliyetlerinden ayrı düşünülmez. Kişinin üreterek sunmuş olduğu hizmetler de bile birbirleriyle farklılık gösterebilir. Bunun sebebi hizmeti sunmakta olan kişinin mevcut iş yükü, ruhsal durumu gibi türlü faktörlerden kaynaklanabilir. Heterojenlik spesiyalitesine bağlı, hizmetler için muayyen bir ölçün oluşturmaın ya da kaliteyi kontrol etme etkinliklerini gerçekleştirmenin güçleştiği, bir sorundur(Helvacioğlu, 1999).

Ayrılmazlık (Eşzamanlı Üretim ve Tüketim). Eş zamanlı üretim ve tüketim hizmetinde sunulması sırasında sunan ile sunulanın beraber aynı yer ve aynı zamanda beraber bulunmaları gerekmektedir. Hizmetlerin insanlar eliyle üretilip tüketildiği için birbirlerinden ayrı düşünülmemelidir. Sağlık hizmetlerinin sunulmasında, hastanın iyileştirilebilmesi için doktorun ve hastanın eş zamanda aynı yerde bulunması gerekmektedir.

Hizmetlerde üretim, satın alınma, kullanılma ve değerlendirilme kısa zamanda gerçekleşir. Müşterilerin hizmet almak amacıyla bir işletmeye gitmeli ya da işletmedeki personelin müşterinin yanına gelmesi gerekir.

Spor Hizmetleri

Günümüzde spor, toplum sağlığı ve kişisel iyileştirici, geliştirici ve koruyucu gibi özellikleriyle önemli bir sektörü haline gelmiştir. Medyanın etkisi ve buna ilaveten kar getiren reklamlar ve lansmanı olan spor, bir yandan geniş insan topluluklarının ilgisini yoğun bir şekilde çekmekte öte yandan da gösteri ve eğlence faaliyetleri şeklinde tüketim sektörüne dönüşmektedir. Bundan dolayıdır ki spor ekonomik finansal hareketlenmenin yaşandığı çok cazip bir alan olmuştur (Gündoğdu , Devocioğlu , 2008).

Teknoloji de gelişmelerin yaşanması sporu bir endüstri haline gelmesinde ve spora yönelme anlamında büyük katkı yapmıştır.

Spor, kabiliyetli olanlara para ve statü kazandırma sağlarken izleyenler için ise eğlence kaynağı olmuştur (Yıldız, 2009).

Teknolojinin gelişmesine bağlı olarak hemen hemen hergün gelişen spor, günümüz insanların oldukça ilgisini çekip ve geniş insan kitleleri arkasından götürmektedir(Akçay , 2014). Özellikle de gelişen ve gelişmekte olan ülkelerde sporun; hizmetleri ve ekonomisi ülkeler açısından çok önemli bir yer edinmiştir (Yıldız,2009).

Spor Hizmetlerinde Sınıflandırılma

Hizmet kavramının farklı şekillerde sunulması, hizmetlerin kendilerine özgü olması nedeniyle bir sınıflandırma yapılması zorunlu hal almıştır.

Spor hizmetlerinde farklı bakış açılarıyla sınıflandırmalar yapılmıştır. Spor hizmetleri geniş ve sistemli olarak ele alınmıştır. Spor hizmetlerini;

- seyre yönelik spor hizmetleri”
- katılıma dayalı spor ve fiziksel etkinlik hizmetleri” olmak üzere iki bölümde incelenmiştir(Yıldız ,2009).

Seyre Yönelik Spor Hizmetleri. Bu hizmetlerde profesyonel ve amatör olarak yapılan sportsal faaliyet ve aktivitelerin tanzim edildiği yerlerde gerçekleşen, artan teknolojinin getirmiş olduğu “kitle iletişim araçları” sayesinde farklı yerlere seyretme olayı da taşınmıştır. Seyre yönelik spor hizmetlerinde bir branşa yada birden fazla branşla birlikte ele alınabilir. “Statta yapılan futbol maçı tek, olimpiyat organizasyonlarında ise olimpiyat oyunları ise birden fazla branşa hizmetlere örnek olarak verilebilir (Seraslan, 2009).

Spor hizmetlerinde; rekraonasyonel zamanını değerlendirip, yapılan spora ve takıma olan bağlılık kavramları izleyicilerin performansını etkileyen unsurlar seyre yönelik spor hizmetleri kavramıyla ele alınır. Seyre yönelik spor hizmetlerinin gerçekleşebilmek için fiziksel ortamın, organizasyonun, oyuncuların ve seyircilerin hazır bulunmalarının ve faaliyetlerinin gerçekleştirilmesi gibi şartların olması gerekmektedir.

Seyre yönelik spor hizmetlerinde; ulusal lig maçları ve ulusalar arası organizasyon olmak üzere 2 şekilde yapılır.

Ulusal lig maçlarında yapılan organizasyonlarda benzer toplum içerisindeki bireyler gerçekleştirilirken, uluslararası ise birden fazla toplumların bir araya gelerek oluşturmuş oldukları organizasyon türüdür(Akçay ,2014).

Katılıma Dayalı Spor Hizmetleri. Katılımın temel anlamı kişilerin fiziki etkinliklerini ve ya sportif faaliyetlerinin kendisinin yapmasıdır. Özellikle sporun işlevsel bir hal alması katılım hizmetiyle mümkündür. Katılıma dayalı spor hizmetinde temel nitelikleri şunlardır;

- ✓ insan gücüne dayanması,
- ✓ özel araç ekipman gerektirmesi,
- ✓ bir programa sahip olması,
- ✓ maddi kazanç ve statü sağlaması,

sağlığı koruyup, eğlenme olarak sıralanabilir(Kutanis ve Çakal ,2015),(Yıldız ,2009).

Katılıma dayalı sporları 4 başlık altında incelemek mümkündür. Elit, profesyonel, amatör ve kitle sporları.

Elit Spor. Elit sporda belli yaş ve yeterli seviyede kabiliyetli gibi nitelikler bulunur. Bu kavramda kişilerin, farklı kurallarla yapabileceği spor hizmetleri içerisinde yer almaktadır. Sunulan hizmetlerde sporcuların belirli performansın üstünde bir seviyeye erişimini zorunlu bir hal almıştır. Uzun bir çalışma süresi içerisinde iyi bir seviyeye ulaşmak amacıyla vakit sarf eden sporcular ya da takımların belli olan programlarla ulusal ve uluslararası organizasyonlardan oluşmuş farklı özel ve resmi müsabaka veya yarışlarda bulunabilirler (Yıldız , 2009).

Profesyonel Spor. Profesyonel spor, kariyer hedefi olan ve bunu yanında belli bir maddi gelir sağlamak amacıyla sportsal müsabakalarda bulunan sporculardan, teknik adam ve kurumların bireylere belirli statüler sağlamaktadır. Profesyonel sporlar tek ya da takımlı olarak belli bir programa dahilinde müsabaka veya rekabet organizasyonu olarak gerçekleşebilir. Profesyonel sporların yanında mal ve hizmetlerin pazarlanmasında katkı yaparken aynı

zamanda farklı meslek gruplarında (masör, spor hekimliği)oluşmasına zemin hazırlar(Yıldız ,2009).

Amatör Spor. Herhangi bir maddi amaca bağlı olmadan , ve belirli bir gelir sağlamamak amacıyla taşımadan yapılan bütün spor faaliyetlerine amatör spor denilir. Ancak basketbol, futbol ve farklı bir çok spor türünde, sporculara maddi imkanlar sunarak, bu yolla da yarı profesyonellik adı altında bir durum oluşmuştur. Bunun yanında firmalar, yapmış oldukları sponsorluk faaliyetleriyle amatör sporuna maddi bir kazanç sağlayıp, farklı spor dallarında yarı profesyonellik oluşturmaya çalışmıştır(Aksu ,2005).

Kitle Sporu. Hemen hemen her yaştan oluşturduğu ve toplumun herkese hitap etmiş olan kitle sporunda, özel kabiliyet gerektirmeyen ve kişilerin rekreasyon vakitlerinde yapmış oldukları faaliyetleri ifade eder. Bu etkinliklerin amacı eğlenmeği, hoşça vakit geçirmeği, sosyalleşmeği ve sağlıklı olmayı amaçlar(Yıldız ,2009).

Hizmet Kalitesi

Hizmet kalitesiyle ilgili tam olarak anlaşılan ve herkes tarafından kabul edilmiş bir tanımı yoktur (Jensen ve Markland, 1996). Fakat bilinen tanımı müşterileri beklentisinin ve gereksinimlerinin ölçüde karşılıyor? şeklinde yapılan bir tanımdır (Asubonteng ve McCleary, 1996).

Sunulan hizmeti kalite, memnuniyet ve sadakat ile ilişkilendirilip müşteriye iyi bir şekilde sunulmasından, pazarlama alanında ve sektörsel olarak hayati bir hal almıştır(Zeithaml ve Bitner 2003, Blomer ve diğ. 1999, Zeithaml ve diğ.,1996).

Hizmet Kalitesindeki Kavramlar

Hizmet kalitesinin kavramlarını anlayabilme, uygulayabilme, ölçme yapabilmek için hizmet kalitesiyle ilgili temel kavramların bilinmesi gerekir. Bu kavramlar; yaşanan, beklenen, algılanan bireysel hizmet kaliteleridir.

Yaşanan kalite. Yaşanan kalitenin İki alt fonksiyonu vardır. Bunlar; teknik ve işlevsel kalitelerdir. Bu kalitenin hizmet verilmesi sırasında müşterinin işletmeyle beraber etkileşimi neticesinde “ne elde ettiği”, “işletmenin hizmeti nasıl” sunulduğunun müşteri tarafından algılanmasıyla ilgili bir kavramdır.

İşletilen hizmetlerin nasıl sunulduğuyla ilgilenilmesi teknik kaliteyle, müşterinin sunulan hizmetin sonucunda “ne elde ettiği” ile kavram ise fonksiyonel kalitesiyle ilgilidir. Hizmet kalitesinde 2 alt fonksiyonunda önemi vardır. Yalnızca çıktıya bakarak değil aynı zamanda. çıktının sunulma kısmı da önemlidir(Değermen, 2005).

Beklenen kalite. Müşterilerin sunulmuş olan hizmetten beklentilerinin nelere olduğu olarak tanımlanır. Müşterinin nasıl bir kalite beklediğini ayırtan belirtmez. Beklenen kalite gerçekleşirse, müşteri de herhangi bir sorun yaratmaz fakat verilen hizmetten hoşnut olmaması işletmenin problem yaşamasına sebep olur. Bundan dolayı müşterinin özellikle belirtmiş olduğu, talepte bulunduğu, belirli özelliklerin karşılanması kaliteli olma kavramı meydana çıkarmıştır. Müşterinin istekleri karşılanmalı fakat isteklerinden fazlası sunulmamalıdır. Beklenen kalite kavramı müşterilerin hoşnutsuz olmasının önüne geçmek için oluşturulmalı, tatmin edilen kalitede ise, müşterilerin talep ettiği ve müşterinin yetinmesini sağlayacak şekilde tasarlanmalıdır.

Algılanan kalite. Algılanan kalitede müşterilerin, işletmeler hakkında beklentileriyle, idrak etmeleri arasında bulunan farkın artı yönlü mü?, eksi yönlü mü? olduğuyla ve çıkan bu farkın mutlak derecede büyüklüğü ile alakalıdır.

Bireysel hizmet kalitesi. Müşterilerin işletme hakkında algılamış oldukları kaliteden farklı olarak, çalışanların sunmuş ve göstermiş oldukları hizmet kalitesi olarak ifade edilmektedir (Uysal ve Yıldız, 2013).

Hizmet Kalitesinin Kriterleri

Hizmet kavramın soyut bir kavramdır. Yapılan araştırmalarda hizmet kalitesinin hesaplanması 10 ayrı şarta bağlıdır. Bu şartlar şunlardır;

Kabiliyet. Ürünü satan kişinin müşteriye karşı göstermiş olduğu davranışın profesyonellik seviyesini açıklar. Kibar olma, saygı ve sevgi gösterme, içten davranış, vb. gibi davranışlar profesyonellik olarak adlandırılmaktadır.(Savaş ve Kesmez, 2014).

Nezaket. Müşterilerin arzu ettiği, işin veya hizmet durumlarının değişmesi sonucunda oluşacak olan yeni durumlara uyum göstermenin seviyesini olarak

tanımlanır. İletişimde önemli olan kibar olma, saygılı dikkatli davranma ve güler yüzlü olmaktır (Savaş ve Kesmez, 2014).

İnanılrlık. İnanılrlık kavramı, dürüst olma kelimesiyle aynı özellikleri taşır. açıklamaktadır. Bu kriter aslında bir müşterinin satıcıda aramış olduğu ve en çok ne ile ilgilendiğini ve ne ye ne tür şeylere sahip olduğu içtenlikle sahip olmayı kapsar. Şirketlerin göstermiş oldukları eylemlerle, yapmış oldukları eylemlerin uyum halinde olması, bu kriter etrafında değerlendirilmektedir (Bektaş , 2015)

Güvenlik, emniyet. Risk, tehlike ve kuşkulardan uzak olma seviyelerini belirtir. Güvenlik kriteri şöyle örneklendirilebilir:

- ✓ Fiziki güvenlik (bankamatikten nakit çekerken soyulma tehlikesi var mı?)
- ✓ Maddi güvenlik (benim maddi servetimin nerede olduğundan haberleri var mı?)
- ✓ Gizlilik (firma ile konuşulan ve yazılan her şey bize has mı?)
- ✓ Access (giriş, erişme, geçit) (Bektaş , 2015).

Yukarıdaki özellikler müşteri ile satıcı arasındaki temas kurabilme seviyesini belirleyen en önemli faktörlerdir. “Bu kriter müşteri ile ilişki kurma kolaylığını ve yaklaşımıyla bilirlilik ölçüsünü içerir. Bunun anlamı örneklerle şöyle açıklanabilir.

- ✓ Hizmet telefonla kolaylıkla erişebilir olmalıdır (hatlar meşgul olmamalı ve müşteri beklemeye alınmamalı).
- ✓ Hizmeti almak için bekleme süresi fazla olmamalıdır (örneğin bankalarda).
- ✓ Uygun çalışma saatleri tasarlanmalıdır.
- ✓ Hizmet noktası için uygun yer oluşturulmalıdır(Bektaş,2015). “

İletişim. Çalışanların müşteriye sunulan hizmet hakkında iş yerinde çalışanların müşterilere anlayabilecekleri şekilde düzgün, samimi, gereğinden fazla söz söylemeyerek ve yeterli düzeyde bilgi vermesi ve onlardan gelen dönütleri dikkatle dinlemesidir. İletişim kriterinde gelişmişlik düzeyine bağlı olarak çalışanın çok iyi eğitilmiş biriyle nasıl konuşacağı veya eğitim düzeyi düşük olan müşterilerle nasıl bir şekilde konuşacağı ve bunu yanı sıra onları anlayacağı

dilden konuşabilmesi, şirketin farklı olan müşteriler için dilini iyi ayarlayabilmesi oldukça önemlidir. İletişim;

- ✓ hizmetin kendisinin ne olduğu,
- ✓ hizmetin kişiye vereceği maliyetinin ne kadar olması,
- ✓ hizmet ve maliyet arasındaki ödünleşmenin açıklanması,

bir problemin ele alınması hususunda tüketiciye güvence verilmesidir (Savaş ve Kesmez, 2014).

Anlayış, anlama. Sunulan hizmetin müşteri tarafından anlaşılıp algılanması için gösterilen gayretin seviyesini bu kriter kapsamındadır. Anlayış, anlama kriteri, müşterilerin, nasıl anlıyorlarsa o şekilde konuşarak bilgi vermek ve onların kendi söylediklerini çekinmeden anlatabilme fırsatı tanıyabilmedir. Bu hizmeti sunan kurumun kullanacağı dili farklı müşterilere göre değiştirmesi anlamındadır. Karışık ve içeriği çok farklı olan hizmetin iyi eğitim almış bir müşteriye karşı tanıtılmasıyla yeni ve deneyimi olmayan bir müşteri için anlaşılır ve basit sözcükler kullanmak bu kriter kapsamındadır (Bektaş,2015).

Anlayış, anlama kriteri şu ifadeleri kapsar;

- ✓ Müşteriyi bilmek ve anlamak demek müşterinin gereksinimlerini anlamak için çaba göstermek demektir.
- ✓ Müşterinin kendine özel gereksinimlerini öğrenmek ona göre bireysel dikkat göstermek,
- ✓ Devamlı iş yerine gelen müşterileri tanımak vb. etkinlikler bu kriterde değerlendirilir(Bektaş, 2015).

Somut, elle tutulur ve gerçeklik. Oluşturulan hizmetin ortama koşullarına ilgili fiziki görünümünü açıklamaktadır. Fiziki görünümde;

- ✓ Fiziki donanımı
- ✓ Personel görüntüsü(kılık kıyafet)
- ✓ Hizmetin verilmesini sağlayan araç ve gereçler
- ✓ Bankamatik kartları veya teminat mektupları gibi nesneler.

- ✓ Hizmet tesisinde bulunan öteki müşterilerin görüntüsü) (Bekta , 2015).

Güvenilirlik. Hizmette işin gereklerine uygun hale gelmesini sağlayarak işi gerçekleştirilme seviyesini açıklamaktadır. Öngörölmüş işlemlerin daha duyarlı gerçekleştirilme seviyesini belirler. Hesap hatası yapılmamış olması, bankada oluşturulan doğru faiz oranlarının kullanılıyor olması, kafelerde, hesap öderken toplam hesap hatasının yapılmaması vb. durumlar bunlara örnektir. Yönetmeliğe uygun davranma da güvenilirlik kriterine örnek olarak verilebilir. Hizmetin en başta doğru ve düzgün yapılması, hizmet kalitesinin güvenilirlik kavramı çerçevesinde ele alınabilir(Bektaş, 2015).

Sorumluluk. Hizmeti sunan kişinin müşteriye vermiş olduğu ve sorumlu tutulduğu şu kriterlerle açıklanabilir;

- ✓ Tepkisellik,
- ✓ Zamanlılık,
- ✓ Tamlık ve Süreklilik (Bektaş, 2015).

Tepkisellik . Hizmeti sunan kişinin müşteriye göstermiş olduğu tepkinin seviyesini belirler. İş yerinde çalışanların sunulan hizmeti vermekte arzulu ve istekli olmaları tepkisellik kavramıyla ele alınır.

Zamanlılık. Yapılan bir işin, müşterinin istediği, beklediği bir zaman içerisinde tamamlanma seviyesini gösterir.

Tamlık. İşin/hizmetin bütününün tam olarak tamamlanma derecesini açıklar (Bektaş,M 2015).

Süreklilik. Değişik nedenlerle oluşan yanlış algılamaların ve hataların bulunması, belirlenip ve ortadan kaldırılarak düzeltilmek için harcanan gayretin seviyesini açıklamaktadır (Erkılıç,2007). Daha sonra yapılan analizlerle belirlenen boyutların bazılarının bağlantılı olduğu görölmüş ve boyut sayısı 5'e indirilmiştir (Bektaş,M 2015).

Hizmet Kalitesinin Ölçümü

Hizmet kalitesi, soyut bir kavram olup ölçümü zordur ve farklılık gösterir. Fakat günümüzde hizmet sektöründeki rekabette hizmet kalitesinin önemi

büyüktür; dolayısıyla ölçülmesi ve değerlendirilmesi gereklilik halini almıştır.”(Bektaş, 2015)

Hizmet kalitesi ölçümü,

- ✓ Genellikle müşteri memnuniyetinden dolayı (endirekt) olarak ölçülür.
- ✓ Nesnel süreçleri primer ve sekonder süreçleri olarak bölümlenir.
- ✓ Primer süreçlerinde mesela denilen silent shoppers'den (gizli müşteri) test satın alma yürütülür veya normal müşteriler gözlenir.
- ✓ Sekonder ölçümde ölçülebilir firma sayıları (örneğin şikâyet adedi, geri dönen mal adedi) analiz edilir ve bu suretle kalite için sonuç çıkarılır.
- ✓ Öznel süreçleri karakteristiğe yönelik, olaya yönelik ve probleme yönelik yöntemler olarak üçe ayrılır:
- ✓ Karakteristiğe yönelik yöntem olarak Servqual kullanılır.
- ✓ Olaya yönelik yöntem olarak Critical Incident Theory kullanılır.
- ✓ Probleme yönelik yöntem olarak Frequenz Relevanz Analyse kullanılır.

Kalitenin süreçleri ikiye ayrılmaktadır. Kalite süreçlerinin ölçümü öznel (subjektif) ve nesnel (objektif) süreçlerdir. Kalitenin; “mükemmellik derecesi”, “gereksinimlere uygunluk”, “bir mal veya hizmetin belirlenen veya olabilecek ihtiyaçları karşılama kabiliyetine dayanan özellikleri toplamı”, “kullanıma uygunluk”, “amaca uygunluk “müşterileri mutlu etmek” şeklinde tanımlanır. Ancak yapılan bu tanımlar kişiye göre değişiklik gösterebilir. Bu nedenle kalite kavramı kişinin gözünde değişiklik gösterebilmektedir. Başka bir değişken de kalitenin ürün odaklı olmasıdır (Savaş ve Kesmez, 2014).

Kalite Tanımı

Kalite Latince "nasıl oluştuğu" manasının karşılığı olan "qualis" kelimesinden oluşmuştur. Buna göre kalitede ürünün, hangi hizmet sektöründe kullanılması, kullanılan ürününün ne anlama geldiğini ifade etmektedir. Günümüzde daha çok iyi oluş ve bir üstünlük göstergesi olarak kullanılır. Tanımı yapılacak olursa kalite bir ürün veya hizmetin belirlenen veya olması muhtemel olacak gereksinimleri karşılayabilmek yeteneğine dayanan özelliklerin toplamı diye ifade edilir.

Amerikan Kalite Kontrol Derneği (ASQC) kaliteyi, bir malın ve ya sunulan hizmetin belli bir ihtiyacı karşılayabilme kabiliyetlerini ortaya koyma özelliklerinin bütünü olarak tanımlar (Çavdar,2009).

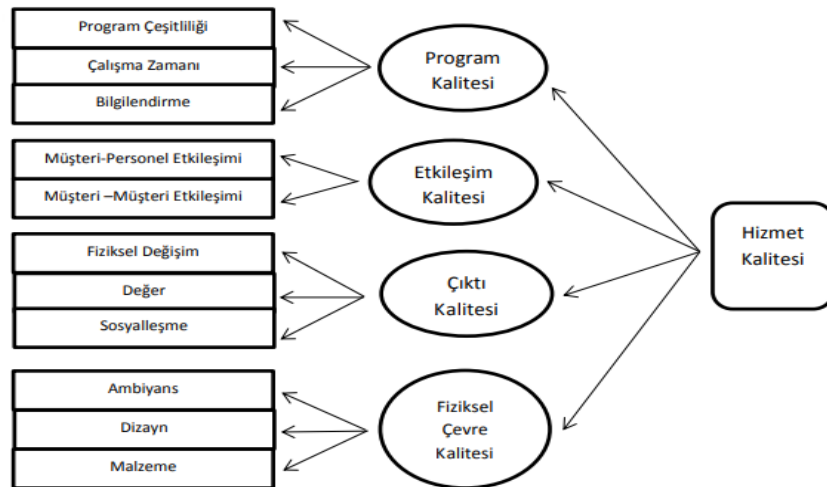
Avrupa Kalite Kontrol Organizasyonu (EOQC) kaliteyi, bir malı veya sunulan hizmeti ekonomik olarak üretip ve tüketenin ihtiyaçlarını karşılayabilmesi, beklenen bir üretim sistemi olarak tanımlanmıştır. Bundan dolayı bir mal ve ya hizmet, alıcısının ihtiyaç ve gereksinimlerine ne kadar uygunluk göstermişse mal veya hizmet o kadar denilebilir.

Uluslararası Standart Bürosu (ISO)'nun kalite için yaptığı tanım ise :“kalite, bir mal ya da hizmetin belirli bir ihtiyaçlarını karşılayabilme kabiliyetlerini ortaya koyan her şeydir.”

Uzun yıllar kalitenin tarihi gelişimine ürün kalitesine odaklı çalışmalar varken 1980’li yılların ortalarından itibaren, hizmet pazarlamasının gelişmesiyle bu pazara yönelik hizmet kalitesi üzerinde çalışmalar yapılmaya başlanmıştır.

Kalite günümüz işletmeleri açısından vazgeçilmez bir hal almıştır. Serbest rekabet piyasası kaliteyi sürekli olarak geliştirerek önemli hale getirmekte ve işletmeleri de buna uymaya zorlamaktadır. (Usta ve Memiş ,2009).

Spor hizmetlerinde kaliteyi etkileyen faktörleri belirlemek amacıyla yapılan çalışma olan Ko ve Pastore (2005)’e göre hizmet kalitesinin on bir alt boyutta gösterilmektedir.



Şekil 4 . Dört Boyutlu Spor Hizmetleri Kalite Modeli (Ko ve Pastore, 2005).

Hizmet Kalitesi Ve Müşteri Memnuniyeti İlişkisi

Müşteri memnuniyeti, müşterinin ilgi ve ihtiyaçlarının karşılanmasıdır. (Zeithaml ve Bitner, 2003). İlgi ve ihtiyaçlar olumlu yönde karşılanırsa müşteri ve personel arasında bir iletişim ve etkileşim meydana gelir. Fakat müşteri memnuniyeti sadece bunlara bağlı değildir. Çünkü memnuniyet derecesi Hizmet kalitesi ile alakası olmayan durumlar da memnuniyet seviyesini etkiler. (hava olayları, kişisel durumlar) .

Memnuniyet kavramı, hizmet kalitesi ve tepkisellikle olan ilişkisi oldukça karışıktır. Yapılan çalışmalarda bulunan modeller, memnuniyet kavramıyla hizmet kalitesini ve davranışçı amaçların içine karışmış bir kavram olarak olarak göstermiştir (Zeithaml ve Bitner 2003, Caruan 2002; Spreng ve McKoy 1996, Cronin ve Taylor ,1992). Bundan dolayı hizmet kalitesinin farklılığı müşteri davranışlarını doğrudan doğruya etkilememiştir

Hizmet Kalitesi Ve Müşteri Sadakati İlişkisi

Müşteri sadakati, müşterilerin ilgi ve gereksinimlerine göre hizmeti en faydalı bir şekilde aldıkları hizmet sağlayıcı bulduklarına inanmalarıyla başlar. Müşteri, kendine has gereksinimlerini karşıladıkları ve bunun yanında özel bir hizmet aldığını düşünmesiyle etrafta bulunan diğer insanları fark etmeden sadece şahsına özel bir işletme hissi ile bulunduğu anda oraya aitlik ve sadakat duygusunu orya çıkarır(Shoemaker ve Lewis ,1999). Bu doğrultuda müşteri sadakati işle müşterinin memnuniyetinin yüksek olması ile paralellik gösterir.

Hizmet sektöründeki hal ve hareketlerin hizmet kalitesi algısı ile bağlantılı olabileceği ortaya atılmıştır. Müşterilerin bulunan yerdeki verilen hizmetin kalitesinden memnun olan yaşadıkları tecrübeleri olumlu bir şekilde paylaşıp, sadakat göstererek, ödedikleri paradan memnun olup şirket ile güçlü bağlar kurarken, hizmet kalitesinden memnun olmayan müşteriler ise zamanla farklı davranışlar sergileyip çalıştıkları şirketten ayrılması ve ya sadakat bağının zayıflamasına sebep olur(Zeithmal ve Bitner ,2000).

Her sektörde olduğu gibi fitness sektörünün de de müşteri memnuniyeti ve sadakati oluşturmak biraz güç hale gelebiliyor(Gerson,1999). Rosenberg ve

Czepiel 1983) eski müşterileri elde tutmanın, yeni müşteri kazanmaktan altı kat daha fazla kar getirdiğini belirtmiştir.

Temel olarak davranışsal dürtüler, müşterinin satın alma dürtüsü ilişkilendirilerek tek boyutlu olarak düşünülmüştür. (Cronin ve Taylor 1992). Ancak Algılanan hizmet kalitesi incelendiğinde, ağızdan ağıza yayılma yolu ve satın alma dürtüsünün güçlü bir bağlantısı olduğu görülmektedir. Bu durum, müşteri sadakatının gelişmesinde de önemli bir rol oynamaktadır (Alexandris ve diğ. 2007, Zeithaml ve Bitner 2000, Bloemer ve diğ. 1999, Zeithmal ve diğ. 1996).

FİRMALAR	FİRMA-MÜŞTERİ İLİŞKİSİ	MÜŞTERİLER
Müşteri ilişkileri faaliyetleri	Satın alma davranışı.	Tutumlar ve niyetler.
Müşteri tercihi, müşteri çağrı merkezleri oluşturma	Etkileşim, uygun atmosfer.	Memnuniyet, tercihler, tekrar satın alma
Müşteri ilişkileri Müşteriler ile daha yakın olmayı başarma	Müşteri sadakati= taraflar arasında iyi ilişkiler sonucunda para, mal ve bilgi değişimi	Müşteri sadakati= Üreticiye karşı pozitif tutum.

Şekil 5. Müşteri Sadakatının Tanımı (Hansen ve Thurnau, 2000)

Fitness Sektöründe Hizmet Kalitesi

Sağlıklı ve zinde olma durumu dünyada hızla gelişmekte olan durumdur. (Afthinos ve diğ. 2005). Geçen yıllarda, sağlık sektöründe hizmet kalitesi ve hizmet yönetimi ile ilgili birçok araştırma yapılmıştır. Fakat birçok araştırma yalnız geleneksel sağlık hizmetlerinin üzerinde durulmuştur. (Wagar ve Rondeau 1998, Arcelay ve diğ. 1999; Ennis ve Harrington 1999, Yasin ve Alavi 1999, Lagrosen 2000). Fitness endüstrisi çok çabuk büyümektedir (Tawse ve Keogh, 1998). Bu durum, sektördeki hizmet kalitesinin de öneminin artmasını getirmektedir (Papadimitriou ve Karateroliotis 2000).

Bütün sektörlerde olduğu gibi, hizmetleri sunan işletmelerin artmasıyla birlikte fitness sektöründe de bu hizmeti sunan işletmeler arasında yarış söz

konusu olmuştur. Bu yarış ortamında, hizmet veren işletmelerinde, varlıklarını sürdürebilmeleri için, “müşteri” odaklı stratejiler geliştirme zorunluluğuyla karşı karşıya oldukları bir gerçektir. Bu yarışta başarılı olmuş işletmeler işlerine devam ederken, başarı sağlamayan işletmeler ise, bu yarıştan çekilmek zorunda kalmışlardır. Karşılaşılan durumda ise, hizmet kalitesinin müşteri üzerinde ne denli etkili olduğunu gündeme getirmiştir (Yıldız ve Tüfekçi, 2010).

Yapılan araştırmalarda, dikkatler, egzersize yönelimin yanı sıra bu yönelimi bir alışkanlığa çevirerek düzenli egzersiz alışkanlığı oluşturabilmek üzerine odaklanmıştır. Hayat tarzını değiştirme programlarını verimli kılmak için müşteriler, eski alışkanlıklarını kırıp, değiştirmede yardımcı olacak yönlendirici kişilere ihtiyaç duymaktadır. Fitness merkezleri ve fitness profesyonelleri bu konuda yönetilebilir ve başarılabılır programlar oluşturabilmelidir. Egzersize başlayan kişilerin yüzde 50’si 6 ay içerisinde egzersiz alışkanlıklarını terk etmektedir (Dishman, Steinhardt, 1988). Bu nedenden dolayıdır ki hizmet sektörü ve hizmetin içinde bulunan işletmelere büyük rol düşmektedir.

İşletmeler

Hizmet Sektörü ve Hizmet İşletmeleri. Ekonomik faaliyetlerin yapılması için çok önemli bir role sahip olan hizmetler geniş bir alanı kapsamaktadır. Eğitimden sağlığa, danışmanlıktan mühendisliğe birçok alan hizmet sektörünün içerisinde yer almaktadır. Taşımacılık, iletişim gibi altyapı hizmetleri herhangi bir işletme için destek sağlarken, eğitim, sağlık ve eğlence hizmetleri firmalara kaliteli işgücü sağlanması açısından etkili olmanın yanı sıra, bazen de firmaların rekabet gücünü artırmaya yönelik bir etki yaratmaktadır(<http://www.musiad.org.tr/>).

Hizmet sektörünün günümüzde artarak önem kazanması ve ülke ekonomilerinde büyük pay sahibi olması bu sektörün ekonomi içerisindeki ağırlığının bir gelişmişlik ölçütü olarak değer kazanmasına sebep olmuştur (Zengin ve Erdal,2000).

Hizmet endüstrileri günümüzde istihdama ve gayri safi milli hasılaya yaptıkları katkılar sebebiyle batı ekonomilerinin hakim olan bir özellik halini almıştır.

Spor İşletmeleri. Düzenli yapılan spor ile büyük kitle ve topluluklara ulaşıp, insanlara ortak duygular yaşatarak barışın, anlayışın ve bir arada olunması mesajlarının verildiği bir alan olarak kabul edilir. Dünyanın ortak dili olan spor, ekonomik değerlerle doğrudan ve dolaylı etkileriyle büyük bir sektör konumuna taşıyarak çok önemli bir konuma kavuşmuştur.

Ülkelerin gelişmişlik göstergelerinden biri olan spor, sanayileşme ve bununla birlikte ortaya çıkan hızlı kentleşmenin bireylerin ve toplumun üzerindeki etkileriyle mücadelede çok önemli bir faktör olmuştur.

Spor işletmeleri verdiklerin hizmetlerin karşılığında maddi bir kazanç elde etseler bile genel olarak, spor işletmelerine gelen insanların sportif gereksinimlerini karşılamak amacıyla kurulurlar. Bazı ülkelerde sunulan sporun bir kamu hizmeti olarak görüldüğü varsayılırsa, devlet eliyle kurulan ve işletmesini kendisinin yaptığı spor işletmelerinin temel amacı ise sporu daha geniş halk kitlelerine yayıp toplumsal hizmeti ve sosyal faydayı sağlamaktır(Ramazanoğlu ve Öcalan ,2005).

Sağlıklı bir birey olmak, sporu insanların arasında bir alışkanlık haline getirme ve insanların kabiliyetlerini geliştirilmesine yardımcı olmak için spor yapmanın gerekli olduğu tüm toplumlarca bilinmektedir.

Spor çok eski medeniyetlerce yapılmasına rağmen spor işletmesi kavramı günümüzde ortaya çıkan bir kavramdır (Ay , 2013).

Tarım toplumundan sanayi toplumuna geçişin etkileriyle köylerden kentlere göçler artmış ve insanlar köylerde yapmış oldukları yürüyüşler, bahçe işleri, hayvancılık gibi fiziksel aktiviteleri azalmış olup yavaş yavaş hareketsiz bir yaşam geçiş başlamıştır. Bunun sonucunda insanlarda birtakım sağlık sorunları ortaya çıkmıştır. Ortaya çıkan bu sağlık sıkıntılarını çözmek, engel olabilmek için sağlık sorunlarının önüne geçmek ve hayatın gündelik stresinden az da olsa uzaklaşabilmek adına spor işletmeleri, spor tesisleri ve spor alanları kurulmuş ve kurulmaya devam etmektedir (Kutaniş ve Çakal, 2015). İşletme kavramı genel olarak, üretim faktörlerini planlı ve sistemli olarak bir araya getiren mal ya da hizmet üretimi amacı güden üretim birimidir. Bir başka anlamıyla işlet kavramı topluma hizmet, kar amacı gütmek satış gelirini artırma, varlığını sürdürme,

sosyal sorumlulukları yerine getirme ve bireylerin gereksinimlerini karşılayabilmek amacıyla tüketicilerin ihtiyaç duyduğu ürünlerin üretilip teknik, sosyal, ekonomik, ve hukuki birimlerdir(Kutanis ve Çakal ,2015).

Spor işletmelerinde ise, insanların sosyal hayatlarını şekillendirip, farklı farklı spor aktiviteleri düzenlemek için yapılandırılmış kurumlardır. Sporun yaygınlaştırılıp geliştirilmesi için spor işletmelerine çok büyük görevler düşmektedir. Spor işletmelerinin temel amacı, kaliteli, verimli, bireylere hitap eden ve çeşitli branşların bir arda yapıldığı ve bu hizmetleri en faydalı bir şekilde sunarak insanların memnuniyetlerini kazanmalarını sağladıkları işletmelerdir (Ramazanoğlu ve Öcalan ,2005).

Spor işletmeleri genel olarak sportif malları satmanın yanı sıra genel anlamda spor işletmelerinin tüketiciye sundukları ürün hizmetleridir. Spor işletmelerinin sunulan hizmetin sunuşu açısından diğer işletmeler ile arasında farklılık olduğu için hizmet kavramı yeniden incelemek faydalı olacaktır.(Kutanis ve Çakal 2015).

Bölüm 3

Yöntem

Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Araştırmanın amacı spor merkezi üyelerinin spor merkezlerine ilişkin kalite algısını ölçmektir. Dolayısıyla toplam popülasyonun çok fazla olduğu geniş bir evren ortaya çıkmaktadır. Araştırmanın çalışma evrenini Dogu Anadolu Bölgesinin farklı illerinde yer alan düzenli olarak bağlı olduğu bu fitness merkezlerini kullanan, tesadüfî örneklem yoluyla seçilen ve araştırmaya katılmayı kabul eden 30 farklı spor merkezindeki üyeler oluşturmaktadır. Spor merkezlerinin toplam üye sayısı 12.500 olarak belirlenmiştir.

Veri Toplama Süreci

Araştırmada veri toplama aracı olarak Uçan ,2007tarafından geliştirilen Spor Fitness Merkezlerinde Algılanan Hizmet Kalitesi Ölçeğiyle toplanmıştır.

Veri Toplama Araçları

Bu araştırma da veri toplama aracı olarak “Spor-fitness Merkezleri Algılanan Hizmet Kalitesi Ölçeği” kullanılmıştır. Kullanılan ölçek Uçan ,2007) tarafından oluşturulan ve geçerlilik ve güvenilirliği test edilen 31 madde ve 6 boyuttan oluşmaktadır. Ölçeğin alt boyutları sırasıyla etkileşim kalitesi, çıktı kalitesi, fiziksel çevre kalitesi, egzersiz alet- ekipmanları, program kalitesi ve ortam koşulları kalitesi olarak isimlendirilmiş olup sırasıyla 10, 5, 7, 3, 3 ve 3 maddeden oluşmaktadır. Ölçek 5 seçenekli Likert ölçeği olarak geliştirilmiş ve 1=Hiç katılmıyorum seçeneğinden 5=Tamamen katılıyorum seçeneğine kadar algılanan hizmet kalitesinin puanlanması şeklinde değerlendirilmektedir (Uçan, 2007).

Verilerin Analizi

Çalışma sonunda toplanan veriler SPSS 15.0 For Windows (Statistical Package for Social Science) paket programı yardımıyla analiz edilmiştir. Anket yoluyla elde edilen verilerin analizinde, demografik değişkenler ile algılanan hizmet kalitesi, algılanan değer, müşteri memnuniyeti ve davranışsal niyetlerin belirlenmesi için tanımlayıcı istatistikler kullanılmıştır.

Bölüm 4

Bulgular ve Yorum

Fitness merkezlerini aktif olarak kullanan üyelerin memnuniyet durumlarının değerlendirilmesine ilişkin bulgular aşağıda tablolarda sunulmuştur.

Tablo 1

Katılımcılara İlişkin Demografik Özellikler

Değişkenler		N	%
Cinsiyet	Kadın	594	39,2
	Erkek	920	60,8
Yaş	18 yaş altı	12	,8
	18-25	749	49,5
	26-35	717	47,4
	36-50	36	2,4
Medeni Durum	Evli	607	40,1
	Bekar	907	59,9
Eğitim Durumu	İlköğretim	35	2,3
	Lise	877	57,9
	Üniversite	585	38,6
	Yüksek lisans	16	1,1
	Doktora	1	,1
Üyelik Süresi	1 yıldan az	92	6,1
	1-2 yıl	1015	67,0
	3-4 yıl	398	26,3
	5-6 yıl	3	,2
	7-10 yıl	4	,3
	10+	2	,1
Öncelikli Amaç	Boş zamanı değerlendirme	7	,5
	Stres atma	274	18,1

	Sosyal çevre edinme	4	,3
	Sağlıklı yaşam	336	22,2
	Vücut geliştirme	333	22,0
	Kilo verme	250	16,5
	Güzel ve fit bir vücut	310	20,5
Salona Devam Sıklığı	Haftada 1-2	202	13,3
	Haftada 3-4	568	37,5
	Haftada 5-6	325	21,5
	Her gün	419	27,7
Gelir Düzeyi	1500-2500 TL	222	14,7
	2501-3500 TL	570	37,6
	3501-4500 TL	441	29,1
	4500 TL ve üzeri	281	18,6

Araştırmaya katılanların %39,2'si kadın, %60,8'i erkek; % 59,9'u bekar, %40,1'i evlidir. Katılımcıların %49,5'i 18-25, %47,4'ü 26-35, %2,4'ü 36-50 yaş ve %0,8'i ise 18 yaş altıdır. Katılımcıların %57,9'u lise, %38,6'sı üniversite, %2,3'ü ilköğretim, %1,1'i yüksek lisans ve %0,1'i doktora mezunudur. Salona üyelik süresinin sırasıyla %6,1'i bir yıldan daha kısa, %67'si 1-2 yıl, %26,3'ü 3-4 yıl, %0,2'si 5-6 yıl, %0,3'ü 7-10 yıl ve %0,1'i on yıldan daha uzun süreli olduğu tespit edilmiştir. Salona devam etmede öncelikli amaçları sırasıyla %22,2 ile sağlıklı yaşam, %22 ile vücut geliştirme, %20,5 ile güzel ve fit bir vücut, %18,1 ile stres atma, %16,5 ile kilo verme, %0,5 ile boş zamanı değerlendirme ve %0,3 ile sosyal çevre edinmedir. Katılımcıların %37,5'inin haftada 3-4 gün, %27,7'si ise her gün, %21,5'inin haftada 5-6 gün ve %13,3'ü salona haftada bir iki gün devam etmektedir. Katılımcıların %14,7'sinin 1500-2500 TL, %37,6'sı 2501-3500 TL, %29,1'i 3501-4500 TL ve %18,6'sının ise 4500 TL ve üzeri gelir düzeyine sahiptir.

Tablo 2

Ölçek Alt Boyutlarının Cinsiyete Göre Mann-Whitney U Testi Sonucu

Değişkenler		N	Sıra Ortalaması	Sıra Toplamı	U	p
Etkileşim Kalitesi	Kadın	594	826,09	490700,00	232495,00	,000
	Erkek	920	713,21	656155,00		
Çıktı Kalitesi	Kadın	594	761,99	452619,50	270575,50	,746
	Erkek	920	754,60	694235,50		
Fiziksel Çevre Kalitesi	Kadın	594	962,34	571628,00	151567,00	,000
	Erkek	920	625,25	575227,00		
Egzersiz Alet-Ekipman	Kadın	594	746,58	443468,00	266753,00	,427
	Erkek	920	764,55	703387,00		
Program Kalitesi	Kadın	594	887,14	526963,50	196231,50	,000
	Erkek	920	673,80	619891,50		
Ortam Koşulları Kalitesi	Kadın	594	849,55	504634,50	218560,50	,000
	Erkek	920	698,07	642220,50		
Ölçek Toplamı	Kadın	594	962,96	571996,50	151198,50	,000
	Erkek	920	624,85	574858,50		

Hizmet kalitesi algı ölçeğinin alt boyutlarında cinsiyete göre alınan puanların Mann-Whitney U testi sonuçları Tablo 2’de verilmiştir. Buna göre ölçekten alınan puanlar sonucunda cinsiyet grupları ile etkileşim kalitesi (U:232495,00), fiziksel çevre kalitesi (U:151567,00), program kalitesi (U:196231,50), ortam koşulları kalitesi (U:218560,50) ve ölçek toplamı (U:151198,50) alt boyutları arasında anlamlı bir fark olduğu bulunmuştur ($p<0.05$). Sıra ortalamaları dikkate alındığında kadınların erkeklere göre etkileşim, fiziksel çevre, program, ortam koşulları ve ölçek kalitelerinin toplam algılarının daha yüksek olduğu anlaşılmaktadır.

Tablo 3

Ölçek Alt Boyutlarının Medeni Duruma Göre Mann-Whitney U Testi Sonucu

Değişkenler		N	Sıra Ortalaması	Sıra Toplamı	U	p
Etkileşim Kalitesi	Evli	607	786,20	477224,50	257852,50	,036
	Bekar	907	738,29	669630,50		
Çıktı Kalitesi	Evli	607	821,33	498548,00	236529,00	,000
	Bekar	907	714,78	648307,00		
Fiziksel Çevre Kalitesi	Evli	607	827,97	502576,00	232501,00	,000
	Bekar	907	710,34	644279,00		
Egzersiz Alet-Ekipman	Evli	607	720,09	437092,00	252564,00	,006
	Bekar	907	782,54	709763,00		
Program Kalitesi	Evli	607	521,32	316442,00	131914,00	,000
	Bekar	907	915,56	830413,00		
Ortam Koşulları Kalitesi	Evli	607	695,74	422316,50	237788,50	,000
	Bekar	907	798,83	724538,50		
Ölçek Toplamı	Evli	607	737,19	447473,00	262945,00	,139
	Bekar	907	771,09	699382,00		

Tablo 3'te görüldüğü gibi medeni durum grupları açısından hizmet kalitesi algısı Mann-Whitney U testi ile değerlendirilmiş, etkileşim kalitesi (U:257852,50), çıktı kalitesi (U:236529,00), fiziksel çevre kalitesi (U:232501,00), egzersiz alet-ekipman (U:252564,00), program kalitesi (U:131914,00) ve ortam koşulları kalitesi (U:237788,50) ölçek alt boyutlarında istatistiki olarak anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir ($p < 0.05$). Sıra ortalamaları dikkate alındığında evlilerin bekarlara göre etkileşim, çıktı ve fiziksel çevre kalitelerinin algılarının daha yüksek; bekarların evlilere göre egzersiz alet-ekipman, program, ortam koşulları kalitelerinin ve ölçek toplamı algılarının daha yüksek olduğu anlaşılmaktadır.

Tablo 4

Ölçek Alt Boyutlarının Yaşa Göre Kruskal-Wallis H Testi Sonucu

Değişkenler		N	Sıra Ortalaması	sd	X ²	p
Etkileşim Kalitesi	18 yaş altı	12	1300,67	3	20,55	,000
	18-25	749	760,70			
	26-35	717	749,67			
	36-50	36	665,81			
Çıktı Kalitesi	18 yaş altı	12	1364,17	3	32,76	,000
	18-25	749	773,85			
	26-35	717	739,87			
	36-50	36	566,28			
Fiziksel Çevre Kalitesi	18 yaş altı	12	1271,50	3	112,75	,000
	18-25	749	850,23			
	26-35	717	673,62			
	36-50	36	327,35			
Egzersiz Alet-Ekipman	18 yaş altı	12	1292,42	3	29,67	,000
	18-25	749	747,31			
	26-35	717	747,66			
	36-50	36	987,10			
Program Kalitesi	18 yaş altı	12	1304,42	3	58,23	,000
	18-25	749	687,73			
	26-35	717	825,60			
	36-50	36	670,49			
Ortam Koşulları Kalitesi	18 yaş altı	12	1292,42	3	79,82	,000
	18-25	749	672,99			
	26-35	717	843,68			
	36-50	36	620,93			

Ölçek Toplamı	18 yaş altı	12	1262,83	3	40,42	,000
	18-25	749	780,35			
	26-35	717	742,09			
	36-50	36	420,68			

Tablo 4'te katılımcıların yaş gruplarına göre ölçek alt boyutlarından aldıkları puanların etkileşim kalitesi ($X^2(3)=20,55$), çıktı kalitesi ($X^2(3)=32,76$), fiziksel çevre kalitesi ($X^2(3)=112,75$), egzersiz-alet ekipman ($X^2(3)=29,67$), program kalitesi ($X^2(3)=58,23$), ortam koşulları kalitesi ($X^2(3)=79,82$) ve ölçek toplamına ($X^2(3)=40,42$) ilişkin anlamlı bir şekilde farklılaştığı görülmektedir ($p<0.05$). Sıra ortalamaları dikkate alındığında 18 yaş altının diğer yaş gruplarına göre etkileşim, çıktı, fiziksel çevre, egzersiz-alet ekipman, program, ortam koşulları kalitelerinin ve ölçek toplamı algılarının daha yüksek olduğu anlaşılmaktadır.

Tablo 5

Ölçek Alt Boyutlarının Eğitim Durumuna Göre Kruskal-Wallis H Testi Sonucu

Değişkenler		N	Sıra Ortalaması	sd	X^2	p
Etkileşim Kalitesi	İlköğretim	35	1027,47	4	48,24	,000
	Lise	877	804,13			
	Üniversite	585	673,80			
	Yükseklisans	16	634,47			
	Doktora	1	1342,50			
Çıktı Kalitesi	İlköğretim	35	1096,26	4	26,35	,000
	Lise	877	739,20			
	Üniversite	585	759,14			
	Yükseklisans	16	937,78			
	Doktora	1	1104,00			
Fiziksel Çevre Kalitesi	İlköğretim	35	988,50	4	21,83	,000
	Lise	877	778,28			

	Üniversite	585	716,95			
	Yükseklisans	16	561,25			
	Doktora	1	1307,50			
Egzersiz Alet-Ekipman	İlköğretim	35	1022,19	4	131,27	,000
	Lise	877	651,93			
	Üniversite	585	899,50			
	Yükseklisans	16	744,16			
	Doktora	1	1218,50			
Program Kalitesi	İlköğretim	35	989,81	4	15,28	,004
	Lise	877	750,58			
	Üniversite	585	758,94			
	Yükseklisans	16	547,47			
	Doktora	1	1209,50			
Ortam Koşulları Kalitesi	İlköğretim	35	1045,13	4	102,45	,000
	Lise	877	669,83			
	Üniversite	585	876,17			
	Yükseklisans	16	553,75			
	Doktora	1	1413,00			
Ölçek Toplamı	İlköğretim	35	1095,44	4	28,09	,000
	Lise	877	767,15			
	Üniversite	585	724,70			
	Yükseklisans	16	646,34			
	Doktora	1	1430,00			

Tablo 5'te görüldüğü gibi eğitim durumuna göre hizmet kalitesi algısının, etkileşim kalitesi ($X^2(4)=48,24$), çıktı kalitesi ($X^2(4)=26,35$), fiziksel çevre kalitesi ($X^2(4)=21,83$), egzersiz-alet ekipman ($X^2(4)=131,27$), program kalitesi ($X^2(4)=15,28$), ortam koşulları kalitesi ($X^2(4)=102,45$) ve ölçek toplamına

($X^2=28,09$) ölçek alt boyutlarında ilişkin anlamlı bir şekilde farklılaştığı görülmektedir ($p<0.05$). Eğitim durumu gruplarının sıra ortalamaları dikkate alındığında en yüksek ölçek alt boyutları algı puanlarına doktora eğitim grubunda bulunanların sahip olduğu, bunu diğer grupların izlediği görülmektedir.

Tablo 6

Ölçek Alt Boyutlarının Üyelik Süresine Göre Kruskal-Wallis H Testi Sonucu

Değişkenler		N	Sıra Ortalaması	sd	X^2	p
Etkileşim Kalitesi	1 yıldan az	92	860,84	5	65,72	,000
	1-2 yıl	1015	801,99			
	3-4 yıl	398	616,08			
	5-6 yıl	3	437,50			
	7-10 yıl	4	1102,13			
	10+	2	1357,50			
Çıktı Kalitesi	1 yıldan az	92	971,48	5	43,79	,000
	1-2 yıl	1015	750,09			
	3-4 yıl	398	718,77			
	5-6 yıl	3	422,17			
	7-10 yıl	4	1460,50			
	10+	2	1481,50			
Fiziksel Çevre Kalitesi	1 yıldan az	92	822,74	5	66,39	,000
	1-2 yıl	1015	811,45			
	3-4 yıl	398	607,67			
	5-6 yıl	3	509,83			
	7-10 yıl	4	621,25			
	10+	2	835,00			
Egzersiz Alet-Ekipman	1 yıldan az	92	927,95	5	118,99	,000
	1-2 yıl	1015	674,35			

	3-4 yıl	398	930,57			
	5-6 yıl	3	464,83			
	7-10 yıl	4	915,75			
	10+	2	795,00			
Program Kalitesi	1 yıldan az	92	889,27	5	14,69	,012
	1-2 yıl	1015	752,65			
	3-4 yıl	398	738,32			
	5-6 yıl	3	348,00			
	7-10 yıl	4	1031,63			
	10+	2	1041,25			
Ortam Koşulları Kalitesi	1 yıldan az	92	874,89	5	84,01	,000
	1-2 yıl	1015	688,00			
	3-4 yıl	398	907,37			
	5-6 yıl	3	464,17			
	7-10 yıl	4	968,25			
	10+	2	823,25			
Ölçek Toplamı	1 yıldan az	92	890,79	5	44,46	,000
	1-2 yıl	1015	788,47			
	3-4 yıl	398	645,02			
	5-6 yıl	3	481,17			
	7-10 yıl	4	1099,88			
	10+	2	1019,50			

Tablo 6’da katılımcıların üyelik süresine göre ölçek alt boyutlarından etkileşim kalitesi ($X^2(5)=65,72$), çıktı kalitesi ($X^2(5)=43,79$), fiziksel çevre kalitesi ($X^2(5)=66,39$), egzersiz-alet ekipman ($X^2(5)=118,99$), program kalitesi ($X^2(5)=14,69$), ortam koşulları kalitesi ($X^2(5)=84,01$) ve ölçek toplamına ($X^2(5)=44,46$) ölçek alt boyutlarında ilişkin anlamlı bir şekilde farklılaştığı görülmektedir ($p<0.05$). Üyelik süresi gruplarına göre etkileşim, çıktı , fiziksel

çevre ve program kalitelerini alt boyutlarında en yüksek puanların 10+ yıl, egzersiz alet-ekipman alt boyutunda 3-4 yıl, ortam koşulları kalitesi ve ölçek toplamında 7-10 yıl üyelik süresi grubunda bulunanların sahip olduğu bunu diğer grupların izlediği görülmektedir.

Tablo 7

Ölçek Alt Boyutlarının Öncelikli Amaca Göre Kruskal-Wallis H Testi Sonucu

Değişkenler			N	Sıra Ortalaması	sd	X ²	p
Etkileşim Kalitesi	Boş zamanı değerlendirme		7	788,57	6	77,29	,000
		Stres atma	274	783,64			
		Sosyal çevre edinme	4	203,88			
		Sağlıklı yaşam	336	770,88			
		Vücut geliştirme	333	736,63			
		Kilo verme	250	582,95			
		Güzel ve fit bir vücut	310	889,52			
Çıktı Kalitesi	Boş zamanı değerlendirme		7	954,64	6	251,31	,000
		Stres atma	274	559,76			
		Sosyal çevre edinme	4	448,25			
		Sağlıklı yaşam	336	643,04			
		Vücut geliştirme	333	713,03			
		Kilo verme	250	798,61			
		Güzel ve fit bir vücut	310	1070,50			
Fiziksel Çevre Kalitesi	Boş zamanı değerlendirme		7	824,71	6	358,14	,000
		Stres atma	274	1044,15			
		Sosyal çevre edinme	4	210,75			
		Sağlıklı yaşam	336	717,82			

		Vücut geliştirme	333	918,69				
		Kilo verme	250	397,46				
		Güzel ve fit bir vücut	310	669,89				
Egzersiz Ekipman	Alet-	Boş zamanı	7	799,57	6	219,31	,000	
		değerlendirme						
		Stres atma	274	874,76				
		Sosyal çevre edinme	4	479,63				
		Sağlıklı yaşam	336	582,90				
		Vücut geliştirme	333	869,31				
		Kilo verme	250	959,69				
		Güzel ve fit bir vücut	310	562,58				
Program Kalitesi		Boş zamanı	7	780,21	6	137,28	,000	
		değerlendirme						
		Stres atma	274	642,31				
		Sosyal çevre edinme	4	345,00				
		Sağlıklı yaşam	336	848,24				
		Vücut geliştirme	333	928,62				
		Kilo verme	250	747,30				
		Güzel ve fit bir vücut	310	590,19				
Ortam Kalitesi	Koşulları	Boş zamanı	7	780,57	6	39,63	,000	
		değerlendirme						
		Stres atma	274	808,86				
		Sosyal çevre edinme	4	375,00				
		Sağlıklı yaşam	336	684,16				
		Vücut geliştirme	333	780,82				
		Kilo verme	250	670,77				
		Güzel ve fit bir vücut	310	840,90				
Ölçek Toplamı		Boş zamanı	7	837,50	6	274,62	,000	
		değerlendirme						

Stres atma	274	894,12
Sosyal çevre edinme	4	79,75
Sağlıklı yaşam	336	682,48
Vücut geliştirme	333	949,56
Kilo verme	250	407,53
Güzel ve fit bir vücut	310	800,92

Tablo 7’de görüldüğü gibi amaca göre hizmet kalitesi algısının, ölçek alt boyutlarından etkileşim kalitesi ($X^2(6)=77,29$), çıktı kalitesi ($X^2(6)=251,31$), fiziksel çevre kalitesi ($X^2(6)=358,14$), egzersiz-alet ekipman ($X^2(6)=219,31$), program kalitesi ($X^2(6)=137,28$), ortam koşulları kalitesi ($X^2(6)=39,63$) ve ölçek toplamına ($X^2(6)=274,62$) ölçek alt boyutlarında ilişkin anlamlı bir şekilde farklılaştığı görülmektedir ($p<0.05$). Öncelikli amaç gruplarına göre etkileşim kalitesi, çıktı kalitesi ve ortam koşulları kalitesi boyutlarında en yüksek puanların güzel ve fit bir vücut, fiziksel çevre kalitesi boyutunda en yüksek puanların stres atma, egzersiz alet-ekipman boyutunda en yüksek puanların kilo verme, program kalitesi boyutunda ve ölçek toplamında en yüksek puanların vücut geliştirme grubunda bulunanların sahip olduğu bunu diğer grupların izlediği görülmektedir.

Tablo 8

Ölçek Alt Boyutlarının Salona Devam Sıklığına Göre Kruskal-Wallis H Testi Sonucu

Değişkenler		N	Sıra Ortalaması	sd	X ²	p
Etkileşim Kalitesi	Haftada 1-2	202	722,52	3	38,16	,000
	Haftada 3-4	568	840,03			
	Haftada 5-6	325	662,68			
	Her gün	419	736,03			
Çıktı Kalitesi	Haftada 1-2	202	787,62	3	40,65	,000
	Haftada 3-4	568	667,01			
	Haftada 5-6	325	809,63			

	Her gün	419	825,21			
Fiziksel Çevre Kalitesi	Haftada 1-2	202	767,78	3	188,81	,000
	Haftada 3-4	568	870,95			
	Haftada 5-6	325	865,18			
	Her gün	419	515,22			
Egzersiz Alet-Ekipman	Haftada 1-2	202	801,45	3	13,26	,004
	Haftada 3-4	568	706,18			
	Haftada 5-6	325	780,48			
	Her gün	419	788,05			
Program Kalitesi	Haftada 1-2	202	885,70	3	53,17	,000
	Haftada 3-4	568	689,49			
	Haftada 5-6	325	854,97			
	Her gün	419	712,29			
Ortam Koşulları Kalitesi	Haftada 1-2	202	706,63	3	36,74	,000
	Haftada 3-4	568	746,48			
	Haftada 5-6	325	880,35			
	Her gün	419	701,67			
Ölçek Toplamı	Haftada 1-2	202	774,06	3	104,18	,000
	Haftada 3-4	568	804,00			
	Haftada 5-6	325	891,11			
	Her gün	419	582,84			

Tablo 8’de katılımcıların salona devam sıklığına göre ölçek alt boyutlarından aldıkları puanların etkileşim kalitesi ($X^2(3)=38,16$), çıktı kalitesi ($X^2(3)=40,65$), fiziksel çevre kalitesi ($X^2(3)=188,81$), egzersiz-alet ekipman ($X^2(3)=13,26$), program kalitesi ($X^2(3)=53,17$), ortam koşulları kalitesi ($X^2(3)=36,74$) ve ölçek toplamına ($X^2(3)=104,18$) ilişkin anlamlı bir şekilde farklılaştığı görülmektedir ($p<0.05$). Salona devam sıklığı gruplarına göre etkileşim kalitesi ve fiziksel çevre kalitesi boyutlarında en yüksek puanların haftada 3-4 gün, çıktı kalitesi boyutlarında en yüksek puanların her gün, egzersiz

alet-ekipman ve program kalitesi boyutlarında en yüksek puanların haftada 1-2 gün, ortam koşulları kalitesi boyutlarında ve ölçek toplamında en yüksek puanların haftada 5-6 gün gruplarının sahip olduğu bunu diğer grupların izlediği görülmektedir.

Tablo 9

Ölçek Alt Boyutlarının Gelir Düzeyine Göre Kruskal-Wallis H Testi Sonucu

Değişkenler		N	Sıra Ortalaması	sd	X ²	p
Etkileşim Kalitesi	1500-2500 TL	222	968,97	3	62,79	,000
	2501-3500 TL	570	715,52			
	3501-4500 TL	441	711,31			
	4500 TL ve üzeri	281	748,09			
Çıktı Kalitesi	1500-2500 TL	222	871,90	3	116,98	,000
	2501-3500 TL	570	709,98			
	3501-4500 TL	441	885,12			
	4500 TL ve üzeri	281	563,22			
Fiziksel/Çevre Kalitesi	1500-2500 TL	222	837,54	3	239,54	,000
	2501-3500 TL	570	786,17			
	3501-4500 TL	441	518,22			
	4500 TL ve üzeri	281	1011,63			
Egzersiz/Alet-Ekipman	1500-2500 TL	222	931,83	3	127,85	,000
	2501-3500 TL	570	611,77			
	3501-4500 TL	441	776,62			
	4500 TL ve üzeri	281	885,36			
Program Kalitesi	1500-2500 TL	222	766,92	3	90,11	,000
	2501-3500 TL	570	867,61			
	3501-4500 TL	441	727,16			
	4500 TL ve üzeri	281	574,33			

Ortam Kalitesi	Koşulları	1500-2500 TL	222	835,21	3	35,86	,000
		2501-3500 TL	570	810,45			
		3501-4500 TL	441	714,52			
		4500 TL ve üzeri	281	656,16			
Ölçek Toplamı		1500-2500 TL	222	979,89	3	129,5	,000
		2501-3500 TL	570	767,40		7	
		3501-4500 TL	441	589,81			
		4500 TL ve üzeri	281	824,89			

Tablo 9'da katılımcıların gelir düzeyine göre ölçek alt boyutlarından aldıkları puanların etkileşim kalitesi ($X^2(3)=62,79$), çıktı kalitesi ($X^2(3)=116,98$), fiziksel çevre kalitesi ($X^2(3)=239,54$), egzersiz-alet ekipman ($X^2(3)=127,85$), program kalitesi ($X^2(3)=90,11$), ortam koşulları kalitesi ($X^2(3)=35,86$) ve ölçek toplamına ($X^2(3)=129,57$) ilişkin anlamlı bir şekilde farklılaştığı görülmektedir ($p<0.05$). Gelir düzeyi gruplarına göre etkileşim kalitesi, egzersiz alet-ekipman, ortam koşulları kalitesi boyutlarında ve ölçek toplamında en yüksek puanların 1500-2500 TL, çıktı kalitesi boyutlarında en yüksek puanların 3501-4500 TL, fiziksel çevre kalitesi boyutlarında en yüksek puanların 4500 TL ve üzeri, ve program kalitesi boyutlarında en yüksek puanların 2501-3500 TL gruplarının sahip olduğu bunu diğer grupların izlediği görülmektedir.

Tablo 10

Katılımcılara Ait Bazı Değişkenlerin Ölçek Alt Boyutları İle Spearman Korelasyon Test Sonuçları ve Anlamlılık Düzeyleri

		Cinsiyet	Yaş	Medeni	Eğitim	Ü.Süresi	Amaç	Sıklık	Gelir
						i			
Etkileşim Kalitesi	r	-,127**	-,041	-,054*	,282**	-,183**	,020	-,067**	-
									,113***
	p	,000	,115	,036	,000	,000	,448	,009	,000
Çıktı Kalitesi	r	-,008	-,078**	-,121**	,257**	-,080**	,376**	,104**	-,106**
	p	,746	,002	,000	,000	,002	,000	,000	,000

Fiziksel Çevre Kalitesi	r	-,379**	-,252**	-,133**	,255**	-,196**	-,309**	-,248**	,005
	p	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,832
Egzersiz Alet-Ekipman	r	,020	,006	,071**	,231**	,170**	-,074**	,038	,074**
	p	,427	,809	,006	,000	,000	,004	,137	,004
Program Kalitesi	r	-,242**	,119**	,448**	,380**	-,050	-,070**	-,042	-,192**
	p	,000	,000	,000	,000	,053	,006	,106	,000
Ortam Koşulları Kalitesi	r	-,172**	,149**	,117**	,361**	,154**	,030	,010	-,151**
	p	,000	,000	,000	,000	,000	,248	,706	,000
Ölçek Toplamı	r	-,378**	-,094**	,038	,481**	-,157**	-,115**	-,151**	-,147**
	p	,000	,000	,139	,000	,000	,000	,000	,000

* p<0,05; ** p<0,01

Tablo 10'daki hizmet kalitesi algısı ölçeğinin alt boyutları ile bazı değişkenler arasındaki ilişki incelendiğinde, etkileşim kalitesinin; cinsiyet ($r=-,127$, $p<0,01$), medeni durum ($r=-,054$, $p<0,05$), eğitim durumu ($r=,282$, $p<0,01$), üyelik süresi ($r=-,183$, $p<0,01$), salona devam sıklığı ($r=-,067$, $p<0,01$), gelir düzeyi ($r=-,113$, $p<0,01$) ile negatif yönlü, eğitim durumu ($r=,282$, $p<0,01$) ile pozitif yönlü anlamlılık gösterdiği belirlenmiştir. Çıktı kalitesinin yaş ($r=-,078$, $p<0,01$), medeni durum ($r=-,121$, $p<0,01$), üyelik süresi ($r=-,080$, $p<0,01$), gelir düzey ($r=-,106$, $p<0,01$) ile negatif yönlü, eğitim durumu ($r=,257$, $p<0,01$), öncelikli amaç ($r=,376$, $p<0,01$) ve salona devam sıklığı ($r=,104$, $p<0,01$) ile pozitif yönlü anlamlılık gösterdiği belirlenmiştir. Fiziksel çevre kalitesinin cinsiyet ($r=-,379$, $p<0,01$), yaş ($r=-,252$, $p<0,01$), medeni durum ($r=-,133$, $p<0,01$), üyelik süresi ($r=-,196$, $p<0,01$), öncelikli amaç ($r=-,309$, $p<0,01$) ve salona devam sıklığı ($r=-,248$, $p<0,01$) ile negatif yönlü, eğitim durumu ($r=,255$, $p<0,01$) ile pozitif yönlü anlamlılık gösterdiği belirlenmiştir. Egzersiz alet-ekipman alt medeni durum ($r=,071$, $p<0,01$), eğitim durumu ($r=,231$, $p<0,01$) üyelik süresi ($r=,170$, $p<0,01$) ve gelir düzeyi ($r=,074$, $p<0,01$) ile pozitif yönlü, öncelikli amaç ($r=-,074$, $p<0,01$)

ile negatif yönlü anlamlılık gösterdiği belirlenmiştir. Program kalitesinin cinsiyet ($r=-,242$, $p<0,01$), öncelikli amaç ($r=-,070$, $p<0,01$) ve gelir düzeyi ($r=-,192$, $p<0,01$) ile negatif yönlü, yaş ($r=,119$, $p<0,01$), medeni durum ($r=,448$, $p<0,01$), eğitim durumu ($r=,380$, $p<0,01$) ile pozitif yönlü anlamlılık gösterdiği belirlenmiştir. Ortam koşulları kalitesinin cinsiyet ($r=-,172$, $p<0,01$) ve gelir düzeyi ($r=-,151$, $p<0,01$) ile negatif yönlü, yaş ($r=,149$, $p<0,01$), medeni durum ($r=,117$, $p<0,01$), eğitim durumu ($r=,361$, $p<0,01$) ve üyelik süresi ($r=,154$, $p<0,01$) ile pozitif yönlü anlamlılık gösterdiği belirlenmiştir. Hizmet kalitesi algısı ölçek toplamının cinsiyet ($r=-,378$, $p<0,01$) ve yaş ($r=-,094$, $p<0,01$), üyelik süresi ($r=-,157$, $p<0,01$), öncelikli amaç ($r=-,115$, $p<0,01$), salona devam sıklığı ($r=-,151$, $p<0,01$), gelir düzeyi ($r=-,147$, $p<0,01$), ile negatif yönlü, eğitim durumu ($r=,481$, $p<0,01$) ile pozitif yönlü anlamlılık gösterdiği belirlenmiştir.

Bölüm 5

Sonuç Tartışma Ve Öneriler

Fitness merkezleri, yaşamımızda gelişen teknolojiyle birlikte insanların fiziksel mental ve sağlık açısından rahatlamasını ve fit bir görünümde olmak için tercih edilen işletmelerdir. Yaşamımızda erkek kadın bütün yaş gruplarında ve sosyoekonomik durumda olan bireylerde düzenli olarak yapılan fiziksel aktivitenin sağlık için önemli olduğuna yapılan araştırma sonuçları ile göstermişlerdir (Howley, 1997).

Spor yapma, vücut geliştirme, stres atma, kilo verme gibi amaçlarla fitness merkezlerine giden bireylerin gittikleri işletme hakkında edindikleri, gördükleri hissettikleri bilgiler ile fitness merkezleriyle aralarında aidiyet duygusu oluşur. Fitness merkezine giden üyelerin işletme hakkında birtakım özellikleri göz önüne bulundurarak müşterinin (üyenin) antrenörlerle olan iletişimi, tesis yöneticisine duyduğu güven, bulunduğu alandaki temiz hava kalitesi, uygulanan programın çeşitliliği, spor merkezinin temizliği bunlardan sadece birkaçıdır. Bu temel unsurlarla ilişkili koşulları yönetmekte olan ve bu işletmenin organizasyon bütün akışından sorumlu, üyelerin memnuniyetini sağlayacak kişiler ise tesis yöneticileridir. Hizmet kalitesinin yükselip ve spor merkezlerinin devamlılığını sağlaması için burada yöneticilere büyük görev ve sorumluluk düşmektedir.

Bu bölümde, fitness merkezlerindeki müşterilerin memnuniyet düzeylerinin, aldıkları hizmet düzeylerinin incelenmesi amacıyla gerçekleştirilen bu çalışmadan elde edilen bulgular, alan yazında yer alan çalışmalar ışığında tartışılacaktır.

Etkileşim kalitesi, spor hizmetleri boyutunda kalite algısını etkileyen önemli boyutlarından biridir. Bu boyut hizmette “nasıl” sunulduğu ile ilişkilidir. (Brady ve Cronin, 2001, Grönroos, 1984). İki şekli etkileşim vardır. Birinci şekil “müşteri ve hizmeti sunmakta olan kişi” arasında. İkincisi “müşteriler arasındaki” etkileşimdir (Zeithaml, Parasuraman ve Berry, 1990).

Hizmet kalitesi algı ölçeğinin alt boyutlarında cinsiyete göre alınan puanların dikkate alındığında kadınların erkeklere göre etkileşim, fiziksel çevre, program ,ortam koşulları kalitelerinin ve ölçek toplamı algılarının daha yüksek olduğu anlaşılmaktadır.

Medeni durum grupları açısından hizmet kalitesi algısı evlilerin bekarlara göre etkileşim, çıktı ve fiziksel çevre kalitelerinin algılarının daha yüksek; bekarların evlilere göre egzersiz ve alet-ekipman, program, ortam koşulları kalitelerinin ve ölçek toplamı algılarının daha yüksek olduğu anlaşılmaktadır. Evlilerin hizmet beklentilerinin ise bekârlara göre daha yüksek düzeyde olduğu görülmüştür. Afthinos ve diğerlerinin (2005) yapmış olduğu çalışmalar da bu çalışmaya benzer sonuçlara rastlanmıştır. Bu çalışmadan farklı olarak, Koçoğlu'nun (2006) da yapmış olduğu çalışmasında, medeni durum ile yaşam kalitesi arasındaki ilişki incelendiğinde medeni durumu bekar olanlar yaşam kalitesinden en yüksek puanı alırken; medeni durumu dul olanlar en düşük puanı almakta olduğu bulunmuştur. Evli olan katılımcıların daha düzenli yaşamaları, sorumluluklarının daha fazla olması, spora daha fazla ilgi göstermeleri, vb etkenler nedeniyle bekarlara göre toplam kişisel yıllık spor harcama tutarlarının daha fazla olduğu düşünülmektedir. Yıldırım (2014) yapmış olduğu çalışmada ise araştırma sonucumuza paralel olarak farklı sonuç ve bulgulara rastlanmıştır.

Katılımcıların yaş gruplarına göre ölçek alt boyutlarından aldıkları puanların etkileşim kalitesi 18 yaş altının diğer yaş gruplarına göre etkileşim, çıktı, fiziksel çevre, egzersiz-alet ekipman, program, ortam koşulları kalitelerinin ve ölçek toplamı algılarının daha yüksek olduğu anlaşılmaktadır.

Bir başka araştırmada ise; bireylerin fitness merkezleri hakkında müşterilerinin hizmet kalitesi algıları yaş değişkeni açısından anlamlı farklılık göstermektedir. 29 ve altı yaş grubundaki müşterilerin, 30 ve üstü yaş grubundaki müşterilere göre, Spor-Fitness Merkezleri Hizmet Kalitesi alt boyutlarından fiziksel çevre koşulları kalitesi algılarının daha yüksek olması, nispeten daha genç olan grubun düşük beklentilere sahip olmamasından kaynaklanıyor olabilir. Birçok araştırmacının, hizmet deneyiminin bazı unsurları ile yaş değişkeni

arasında anlamlı ilişkiler bulunduğu, bu anlamlı farklılıkların, yaş ile fiziksel çevre ve etkileşim kalitesi arasında olduğu belirtilmiştir (Gencer RT, 2005) .

Üyelik süresine göre ölçek alt boyutlarından etkileşim kalitesi çıktı kalitesi, fiziksel çevre kalitesi ve program kalitesi alt boyutlarında en yüksek puanların 10+ yıl, egzersiz alet-ekipman alt boyutunda 3-4 yıl, ortam koşulları kalitesi ve ölçek toplamında 7-10 yıl üyelik süresi grubunda bulunanların sahip olduğu bunu diğer grupların izlediği görülmektedir. Yapılan bir başka araştırmaya göre, çalışan (personel) alt boyutunda deneklerin tesisi kullanma süresi (yıl) arttıkça, memnuniyet düzeyinin azaldığı belirtilmektedir. Yine aynı araştırma bulgularına göre, tesisin fiziksel özellikleri, program ve ek hizmet birimleri (soyunma odaları) alt boyutlarında, deneklerin tesisi kullanma süresi (yıl) arttıkça, tesisin fiziksel özelliklerine, programlara ve ek hizmet birimlerine duyulan memnuniyet azalmaktadır. Kullanıcıların tesisi kullanma zamanları (yıl olarak), hizmet kalitesi için verdikleri puanlarla doğru orantılı olarak azalmaktadır. Yani müşterilerin işletmelerde geçirdikleri süre arttıkça, hizmet kalitesi ile ilgili algıları düşüş gösterebilmektedir. (Ceyhun ,2006)

Hizmet kalitesi algısının, ölçek alt boyutlarından etkileşim kalitesi, çıktı kalitesi ve ortam koşulları kalitesi boyutlarında en yüksek puanların güzel ve fit bir vücut, fiziksel çevre kalitesi boyutunda en yüksek puanların stres atma, egzersiz alet-ekipman boyutunda en yüksek puanların kilo verme, program kalitesi boyutunda ve ölçek toplamında en yüksek puanların vücut geliştirme grubunda bulunanların sahip olduğu bunu diğer grupların izlediği görülmektedir. Buna karşın Zırhlıoğlu (2011) de yapmış olduğu bir çalışmada çalışmaya katılan üyelerin neden fitness merkezlerinde gidiyorsunuz sorusuna verdikleri cevap sağlıklı yaşamak olarak belirlenmiştir.

Katılımcıların salona devam sıklığına göre ölçek alt boyutlarından aldıkları puanların etkileşim kalitesi ve fiziksel çevre kalitesi boyutlarında en yüksek puanların haftada 3-4 gün, çıktı kalitesi boyutlarında en yüksek puanların her gün, egzersiz alet-ekipman ve program kalitesi boyutlarında en yüksek puanların haftada 1-2 gün, ortam koşulları kalitesi boyutlarında ve ölçek toplamında en

yüksek puanların haftada 5-6 gün gruplarının sahip olduğu bunu diğer grupların izlediği görülmektedir.

Gelir düzeyine göre ölçek alt boyutlarından aldıkları puanların etkileşim kalitesi egzersiz alet-ekipman, ortam koşulları kalitesi boyutlarında ve ölçek toplamında en yüksek puanların 1500-2500 TL, çıktı kalitesi boyutlarında en yüksek puanların 3501-4500 TL, fiziksel çevre kalitesi boyutlarında en yüksek puanların 4500 TL ve üzeri, ve program kalitesi boyutlarında en yüksek puanların 2501-3500 TL gruplarının sahip olduğu bunu diğer grupların izlediği görülmektedir. Yıldırım , 2014 yapmış olduğu çalışmada araştırma sonucumuzu destekler bulgulara ulaşmıştır. Ayrıca Karahüseyinoğlu ,2008 yapmış olduğu “ Geleneksel Türk Spor Kamuoyu Profilinin Belirlenmesi” çalışmasında da 1500 TL üzeri gelire sahip bireylerin daha çok modern sporlara ve fitness salonlarına yöneldiği sonucuna ulaşmıştır. Karahüseyinoğlu ,2008 çalışması araştırma sonucumuz ile ters düşmektedir.

Çıktı kalitesinin yaş, medeni durum, üyelik süresi, gelir düzeyi ile negatif yönlü, eğitim durumu, öncelikli amaç ve salona devam sıklığı ile pozitif yönlü anlamlılık gösterdiği belirlenmiştir. 20 yaş ve altı yaş aralığında yer alan katılımcıların yaşları, bütçelerinin kısıtlı olması, çalışma süreleri ve deneyimlerinin çok fazla olmaması, v.b. etkenler nedeniyle diğer yaş gruplarına göre toplam kişisel yıllık spor harcama tutarlarının daha az olduğu düşünülmektedir. 31-40 yaş aralığında yer alan katılımcıların yaşları, çalışma süreleri ve deneyimlerinin fazla olması, vb etkenler nedeniyle diğer yaş gruplarına göre toplam kişisel yıllık spor harcama tutarlarının daha fazla olduğu düşünülmektedir. Yıldırım (2014), Naoyuki ve arkadaşları (2003) yapmış oldukları çalışmalarda araştırma sonucumuzu destekler bulgulara ulaşmışlardır.

Fiziksel çevre kalitesinin cinsiyet, yaş, medeni durum, üyelik süresi, öncelikli amaç ve salona devam sıklığı ile negatif yönlü, eğitim durumu ile pozitif yönlü anlamlılık gösterdiği belirlenmiştir. Egzersiz alet-ekipman alt medeni durum eğitim durumu, üyelik süresi ve gelir düzeyi ile pozitif yönlü, öncelikli amaç ile negatif yönlü anlamlılık gösterdiği belirlenmiştir. Program kalitesinin cinsiyet, öncelikli amaç ve gelir düzeyi ile negatif yönlü, yaş, medeni durum, eğitim durumu

ile pozitif yönlü anlamlılık gösterdiği belirlenmiştir. Ortam koşulları kalitesinin cinsiyet ve gelir düzeyi ile negatif yönlü, yaş, medeni durum, eğitim durumu ve üyelik süresi ile pozitif yönlü anlamlılık gösterdiği belirlenmiştir. Hizmet kalitesi algısı ölçek toplamının cinsiyet ve yaş üyelik süresi, öncelikli amaç, salona devam sıklığı, gelir düzeyi ile negatif yönlü, eğitim durumu ile pozitif yönlü anlamlılık gösterdiği belirlenmiştir.

Hizmet kalitesinin arttırılması için hedeflerin ve eksiklerin doğru olarak tanımlanıp belirlenmesi gerekmektedir. Belirlenen bu eksikler için öncelikli olarak bir sıra oluşturup ve bu sıraya göre çözüm arayışı içerisine girilmelidir. (Roger 2010).

Sonuç olarak; Araştırmaya katılan fitness merkezi müşterilerinin memnuniyet düzeylerinin yüksek düzeyde olduğu görülmektedir. Özellikle çıktı kalitesinin yüksek düzeyde olması bu müşterilerin aldıkları hizmetlere yönelik beklentilerinin karşılandığını göstermektedir. Bir başka ifadeyle, müşterilerin amaçlarını gerçekleştirdiklerini ortaya koymaktadır.

Kaynaklar

- Afthinos, Y., Theodorakis, N. D., & Nassis, P. (2005). Customers' expectations of service in Greek fitness centers. *Managing Service Quality: An International Journal*, 15 (3), 245-258.
- Aksu, F. (2005). *Spor işletmelerinde marka oluşturma*. Marmara Üniversitesi: Yayınlanmamış yüksek lisans tezi.
- Alam, M. J., & Hossain, M. A. (2012). Motivations behind attending fitness clubs in Bangladesh: A survey study on clubs' members in Sylhet. *World*, 4(2).
- Alexandris, K., Zahariadis, P., Tsorbatzoudis, C., & Grouios, G. (2004). An empirical investigation of the relationships among service quality, customer satisfaction and psychological commitment in a health club context. *European sport management quarterly*, 4(1), 36-52.
- American College of Sports Medicine. (2013). *ACSM's guidelines for exercise testing and prescription*. Lippincott Williams & Wilkins.
- Åstrand, P. O. (1972). *Health and fitness*. Skandia Insurance Company Limited and the Swedish Information Service. *The American Journal of Cardiology*, 33(6), 787-790.
- Asubonteng, P., McCleary, K. J., & Swan, J. E. (1996). Servqual revisited: a critical review of service quality. *Journal of Services marketing*, 10 (6), 62-81.
- Ay, O. (2013). *Parklarda bulunan egzersiz alanlarını kullanmanın yararları ve zararları burdur il merkezi çalışması* Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi: Yayınlanmamış yüksek lisans tezi.
- Bal, Ö., Özgür, G., & Gümüş, A. B. (2006). Obez bireylerin stresle başa çıkma yöntemleri. *C.Ü. Hemşirelik Yüksekokulu Dergisi*, 10, 21-22.
- Ball, G. A., Trevino, L. K., & Sims Jr, H. P. (1992). Understanding subordinate reactions to punishment incidents: Perspectives from justice and social affect. *The leadership quarterly*, 3(4), 307-333.

- Başpınar, H.(2011). *Fitness sektörü haksız rekabete inat gelişti*, [\[www.hurriyet.com.tr\]](http://www.hurriyet.com.tr), Erişim tarihi: 28.10.2010.
- Bayrak, E. (2013). Sağlıklı yaşam ve spor merkezi müşterilerinin (bayanların) memnuniyet düzeylerinin belirlenmesi (Elazığ İli örneği). *International Journal of Social Science*, 6 (6), (217-230).
- Bayrakdar, B. (2016). *Çalışanların motivasyonunu etkileyen faktörler: Bandırma belediyesi örneği* Balıkesir Üniversitesi: Yayınlanmamış yüksek lisans tezi.
- Bektaş, M. (2015). *İstanbulda zincir fitness merkezlerinde sunulan hizmetlerin üye memnuniyeti açısından değerlendirilmesi*. Haliç Üniversitesi: Yayınlanmamış yüksek lisans tezi.
- Brady, M. K., & Cronin Jr, J. J. (2001). Some new thoughts on conceptualizing perceived service quality: a hierarchical approach. *Journal of marketing*, 65(3), 34-49.
- Branca, F., Nikogosian, H., & Lobstein, T. (Eds.). (2007). *The challenge of obesity in the WHO European Region and the strategies for response: summary*. World Health Organization.
- Belgin, Ö. (2010). Hizmet sektöründe verimlilik. *Aylık Bilişim Kültürü Dergisi*, 127, 113-114.
- Budak, S. (2003). *Psikoloji sözlüğü*. Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.
- Cassin, S. E., von Ranson, K. M., Heng, K., Brar, J., & Wojtowicz, A. E. (2008). Adapted motivational interviewing for women with binge eating disorder: A randomized controlled trial. *Psychology of Addictive Behaviors*, 22(3), 417.
- Cengiz, R., & Kabakçı, A. C. (2014). üniversiteler arası futsal müsabakalarına katılan sporcuların başarı yönelim ve motivasyon davranışlarının incelenmesi. *SSTB International Refereed Academic Journal of Sports, Health & Medical Sciences*, 13(4), 61-62.

- Çakır, M. (2017).Hizmet sektöründe marka farkındalığının avrasyalı turistik tüketiciler üzerindeki önemi: marka kentler. *Kapadokya Akademik Bakış*, 2(1), 61-74.
- Çatı, K., ve Baydaş, A. (2008). *Hizmet Pazarlaması ve Hizmet Kalitesi*. Ankara: Asil Yayınları.
- Çavdar, E. (2009). Yükseköğretimde hizmet kalitesi unsurları ve bir uygulama. *Ömer Halisdemir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 2, 100-115.
- Çunguroğlu,B. (2013).*Türkiye’de Fitness Sektörünün Gelişimi*, [www.sportangels.com], Erişim tarihi: 25.07.2012.
- Demirel, H. (2013). *Rekreasyonel spor/fitnes programı sunan işletmelerde hizmet kalitesi*. Gazi Üniversitesi : Yayınlanmamış doktora tezi.
- Devecioğlu, S., & Yücel, A. S. (2012). Spor sektörü ve altı sigma yönetim modeli. *Spormetre Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 1, 17-24.
- Dever, A. (2010). *Spor sosyolojisi tarihsel ve güncel boyutlarıyla spor ve toplum*. İstanbul: Başlık Yayınları.
- DiNubile, N. A. (1993). Youth fitness-problems and solutions. *Preventive medicine*, 22(4), 589-594.
- Dishman, R. K., & Steinhardt, M. (1988). Reliability and concurrent validity for a 7-d re-call of physical activity in college students. *Medicine and Science in Sports and Exercise*, 20(1), 14-17.
- Duran, A. (2013). *Vücut geliştirme ve fitness salonlarına giden bireylerin beklentileri (Lefkoşa Örneği)*.Yakın Doğu Üniversitesi: Yayınlanmamış yüksek lisans tezi.
- Ekenci, G., & İmamoğlu, F. (2002). *Spor İşletmeciliği* Ankara: Nobel Yayınları.
- Ekren, N., & Çağlar, A. B. (2003). Spor Ekonomisi: Teorik Bir Çerçeve. *Active dergisi*, 32, 1-2.

- Eniseler, N. (2009). *Çocuk ve gençlerde futbol*. İstanbul: TFF Futbol Eğitim Yayınları.
- Ennis, K., & Harrington, D. (1999). Quality management in Irish health care. *International Journal of Health Care Quality Assurance*.12(6), 27-30
- Eroğlu, E. (2006). *Spor merkezlerinde üyelik yenilemelerini etkileyen faktörlerin araştırılması*. Marmara Üniversitesi: Yayınlanmamış yüksek lisans tezi
- Fişek, K. (1985). *Yüz Soruda Türkiye Spor Tarihi*. İstanbul: Gerçek Yayınevi.
- Fişek, K. (2003). *Devlet politikası ve toplumsal yapıyla ilişkileri açısından spor yönetimi: Dünyada-Türkiye'de*. Ankara: YGS Yayınları.
- Garbarino, E., & Johnson, M. S. (1999). The different roles of satisfaction, trust, and commitment in customer relationships. *Journal of marketing*, 63(2), 70-87.
- Garner, D. (1997). Body image survey results. *Psychology Today-New York*, 30, 30-45.
- Gençer, R. T. (2005). *Profesyonel futbol kulüpleri stadyumlarında algılanan hizmet kalitesi: Fenerbahçe Şükrü Saraçoğlu Stadyumu üzerine bir inceleme*. Marmara Üniversitesi : Yayınlanmamış doktora tezi.
- Girginer, N., ve Şahin, B. (2007). Spor Tesislerinde Kuyruk Problemine Yönelik Bir Benzetim Uygulaması. *Spor Bilimleri Dergisi*, 18(1), 13-30.
- Gronroos, C. (1984). A service quality model and its marketing implications. *European Journal of Marketing*,18 (4), 36-44.
- Güdül, N. (2008). *Fitness Salonlarına Giden Bireylerin Beklentileri* Afyon Kocatepe Üniversitesi: Yayınlanmamış yüksek Lisans tezi
- Gündoğdu, C., & Devecioğlu, S. (2008). Spor hizmetlerinin genel ekonomi çerçevesinde görünümü. *Doğu Anadolu Bölgesi Araştırmaları*, 117-124.

- Hallal, P. C., Bauman, A. E., Heath, G. W., Kohl 3rd, H. W., Lee, I. M., & Pratt, M. (2012). Physical activity: more of the same is not enough. *The Lancet*, 380(9838), 190-191.
- Helvacioğlu, N. (1999). *Bankalarda Hizmet Kalitesi Ve Halkla İlişkiler* (Master's thesis, Afyon Kocatepe Üniversitesi: Yayınlanmamış yüksek lisans tezi.
- Howley Edward, T., & Franks, B. D. (1997). Health Fitness Instructor's Handbook. *Human Kinetics, Third edition, USA*.
- Jensen, J. B., & Markland, R. E. (1996). Improving the application of quality conformance tools in service firms. *Journal of Services Marketing*. 9 (4),1213-1224.
- Karabulak, A., & Kılınç, F. (2017). 12-14 Yaş erkek futbolculara uygulanan kombine antrenmanların kuvvet ve bazı fizyolojik özelliklere etkisi. *Journal of Strategic Research in Social Science*, 3(2), 115-130.
- Karahüseyinoğlu, M. F. (2008). Geleneksel Türk spor kamuoyunun profilinin belirlenmesi. *Sport Sciences*, 3(2), 66-74.
- Kocatepe, M. (2019). *Dar alan antrenmanlarının U17-U19 yaş grubu futbolcularının seçilmiş fizyolojik özellikleri üzerine etkileri* İstanbul Gelişim Üniversitesi: Yayınlanmamış yüksek lisans tezi.
- Koçel, T. (2003). *İşletme Yöneticiliği*. İstanbul : Beta Yayınları.
- Koçoğlu, M. (2006). Türkiye'de İnanç Turizmi. *OKULU*, 140.
- Lagrosen, S. (2000). Born with quality: TQM in a maternity clinic. *International Journal of Public Sector Management*, 13(5), 467-475.
- McArdle, W. D., Katch, F. I., & Katch, V. L. (1991). Exercise physiology: energy, nutrition, and human performance. *Journal of Physical Therapy Education*, 5 (2), 89-90.
- McPherson, B. D., Curtis, J. E., & Loy, J. W. (1989). *The social significance of sport: an introduction to the sociology of sport*. Human Kinetics Publishers.

- Mei, Z., Grummer-Strawn, L. M., Pietrobelli, A., Goulding, A., Goran, M. I., & Dietz, W. H. (2002). Validity of body mass index compared with other body-composition screening indexes for the assessment of body fatness in children and adolescents. *The American journal of clinical nutrition*, 75(6), 978-985.
- Papadimitriou, D. A., & Karateroliotis, K. (2000). The service quality expectations in private sport and fitness centers: A reexamination of the factor structure. *Sport Marketing Quarterly*, 9(3), 157-164.
- Özedincik, S. (2007). Gürs: Gastronomi turizmiyle milyonlarca Euro kazanırız. *Sabah Gazetesi, Erişim Tarihi*, 5, 2010.
- Özen Kutanis, R., ve Çakal, M. (2015). Spor İşletmelerinde Çalışanlar İşkolik Mi?: İstanbul Örneği. *Visionary E-Journal/Vizyoner Dergisi*, 6(12).
- Özer, K. (2001). *Fiziksel uygunluk*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Özkan, S. E. (2013). *Türkiye'deki fitness merkezlerinde hizmet kalitesi beklentilerinin incelenmesi*. Bahçeşehir Üniversitesi: Yayımlanmamış yüksek lisans tezi.
- Öztürk, F. (1998). *Toplumsal boyutlarıyla spor*. Ankara Bağırhan Yayınevi.
- Öztürk, S. A. (2010). *Hizmet pazarlaması: kuram, uygulama ve örnekler*. Bursa: Ekin Yayınevi.
- Petchers, M. K., Hirsch, E. Z., & Bloch, B. A. (1988). A longitudinal study of the impact of a school heart health curriculum. *Journal of Community Health*, 13(2), 85-94.
- Peterson, V. (1998). Dieting Behaviours and Body Image: A Study of Gymnasts and Netball Players. *University of Newcastle*. Unpublished honours thesis.
- Ramazanoğlu, F., ve Öcalan, M. (2005). Spor işletmelerinde işletmecilik ve personel yönetimi anlayışı. *Fırat Üniversitesi Doğu Araştırmaları Dergisi*, 4(1), 36-40.

- Rogers, T. (2010). Ace Personal Trainer Manuel: Principles of adherence and motivation, chap. 2. *Basics of behavior change and health psychology*, 63-76.
- Rondeau, K. V., & Wagar, T. H. (1998). Hospital chief executive officer perceptions of organizational culture and performance. *Hospital topics*, 76(2), 14-21.
- Rosenberg, L. J., & Czepiel, J. A. (1984). A marketing approach for customer retention. *Journal of consumer marketing*. 1 (2), 45-51.
- Rust, R. T., & Oliver, R. L. (1994). Service quality: insights and managerial implications from the frontier. *Service quality: New directions in theory and practice*, 1-19.
- Seraslan, D. M. Z., & Seraslan, M. Z. (2009). *Futbol pazarlaması*. İstanbul :TFF-FGM Futbol Eğitim Yayınları.
- Sevilmiş, A., Erdoğan, A., & Şirin, E. F. (2005).Content Analysis of the Theses Done on Service Quality in Sports (*The Journal of Eurasia Sport Sciences and Medicine*, 1(1), 31-45.
- Shoemaker, S., & Lewis, R. C. (1999). Customer loyalty: the future of hospitality marketing. *International journal of hospitality management*, 18(4), 345-370.
- Stephoe, A. S., & Butler, N. (1996). Sports participation and emotional wellbeing in adolescents. *The Lancet*, 347(9018), 1789-1792.
- Sunay, H., & Yıldırım, O. Özel spor merkezlerine devam eden bireylerin spor ekonomisine katkısı (Ankara İli Örneği). *Spormetre Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 17(1), 182-196.
- Taşdemir, B. (2015). *Fitness merkezlerinde üye beklentileri üzerine bir araştırma* .Bahçeşehir Üniversitesi: Yayımlanmamış yüksek lisans tezi.
- Thomas, D. R. (1978). Strategy is different in service businesses. *Harvard business review*, 56(4), 158-165.

- Tian-Cole, S., Crompton, J. L., & Willson, V. L. (2002). An empirical investigation of the relationships between service quality, satisfaction and behavioral intentions among visitors to a wildlife refuge. *Journal of Leisure research*, 34(1), 1-24.
- Tawse, E. L., & Keogh, W. (1998). Quality in the leisure industry: An investigation. *Total Quality Management*, 9(4-5), 219-222.
- Uçan, Y. (2007). Spor-fitness merkezlerinin algılanan hizmet kalitesi ölçeğinin geliştirilmesi. Abant İzzet Baysal Üniversitesi: Yayınlanmamış Doktora Tezi.
- Usta, R., & Memiş, S. (2009). Hizmet kalitesi ve marka bağlılığı arasındaki ilişki üzerine müşteri tatmininin aracılık etkisi. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 23(4), 87-108.
- Uz, İ., & Bavlı, Ö. (2015). *Fitness merkezlerine düzenli katılan bireylerde egzersiz bağımlılığının incelenmesi*. Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi: yayımlanmamış yüksek lisans tezi.
- Üner, M. (1994). Hizmet pazarlamasında pazarlama karması elemanları değişiklik gösterir mi. *Pazarlama Dünyası Dergisi*, 8(43), 3-11.
- Yamen, E. (1999). *Sporda Taraftarlığın Farklı Toplumsal Gruplara Göre Karşılaştırmalı Olarak İncelenmesi*; Sivas Örnekleme. Cumhuriyet Üniversitesi: Yayınlanmamış yüksek lisans tezi.
- Yasin, M. M., & Alavi, J. (1999). An analytical approach to determining the competitive advantage of TQM in health care. *International Journal of Health Care Quality Assurance*, 12(1), 18-24.
- Yıldırım, M. Spor Tesisleri Müşteri Memnuniyeti Ölçeği Geliştirilmesi: Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması. 21. *Yüzyılda Eğitim Ve Toplum Eğitim Bilimleri Ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 6(16), 157-176.
- Yıldırım, O. Y., & Sunay, H. T. D. (2014). *Ankara'daki özel spor merkezlerine devam eden bireylerin spor ekonomisine katkısı*. Ankara Üniversitesi: Yayınlanmamış yüksek lisans tezi

- Yıldız, A. R. (2009). An effective hybrid immune-hill climbing optimization approach for solving design and manufacturing optimization problems in industry. *Journal of Materials Processing Technology*, 209(6), 2773-2780.
- Yıldız, S. M. (2009). Spor Ve Fiziksel Etkinlik Hizmetleri: geniş bir sınıflama. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 12(22), 1-10.
- Yıldız, S. M.(2008). Spor Hizmetleri Kalitesini Değerlendirmede Kullanılabilecek Hizmet Kalitesi Modelleri Ve Ölçüm Araçları. *Gazi Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 13(3), 35-48.
- Yildiz, S. M. (2009). Katılıma Dayalı Spor Hizmetlerinde Hizmet Kalitesi Modelleri/Service Quality Models In Participant Sports Services. *Ege Akademik Bakis*, 9(4), 1213.
- Zeithaml, V. A., Berry, L. L., & Parasuraman, A. (1996). The behavioral consequences of service quality. *Journal of marketing*, 60(2), 31-46.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. (2003). Customer perceptions of service. *Services Marketing: Integrating Customer Focus across the Firm*.
- Zeithaml, V. A., Parasuraman, A., Berry, L. L., & Berry, L. L. (1990). *Delivering quality service: Balancing customer perceptions and expectations*. Simon and Schuster.
- Zengin, E., & Erdal, A. (2000). Hizmet sektöründe toplam kalite yönetimi. *Journal of Qafqaz University*, 3(1), 43-56.

EK-A: Etik Beyanı

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, tez yazım kurallarına uygun olarak hazırladığım bu tez çalışmada,

- Tez içindeki bütün bilgi ve belgeleri akademik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi,
- Görsel, işitsel ve yazılı bütün bilgi ve sonuçları bilimsel ahlak kurallarına uygun olarak sunduğumu,
- Başkalarının eserlerinden yararlanılması durumunda ilgili eserlere bilimsel normlara uygun olarak atıfta bulunduğumu,
- Atıfta bulunduğum eserlerin bütününe kaynak olarak gösterdiğimi,
- Kullanılan verilerde herhangi bir tahrifat yapmadığımı,
- Bu tezin herhangi bir bölümünü bu üniversitede veya başka bir üniversitede başka bir tez çalışması olarak sunmadığımı

beyan ederim.

24/10/2020

Mesut GÜLEŞCE

ANKET FORMU

Sayın Katılımcılar,

Doğu Anadolu bölgesinde sunulan fitness hizmetlerinin bireylere yönelik memnuniyet durumlarının incelenmesi amacıyla yapmış olduğum bu araştırma , Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokulu Anabilim Dalı tarafından yapılmaktadır. Sizin yanıtlarınızdan elde edilecek sonuçlarla Doğu Anadolu da bulunan fitness merkezlerine giden üyelerin fitness merkezleri hakkında memnuniyetlerinin ne olduğu konusunda ve merkezlerdeki problemlerin nelerden kaynaklandığı konusunda önerilerde bulunulabilecek ve şartların iyileştirilmesi adına olumlu adımların atılması planlanabilmektedir. Bu nedenle soruların tümüne ve içtenlikle cevap vermeniz büyük önem taşımaktadır.

Araştırmaya katılmanız gönüllülük esasına dayalıdır. Bu form aracılığı ile elde edilecek bilgiler gizli kalacaktır ve sadece araştırma amacıyla (veya “bilimsel amaçlar için”) kullanılacaktır. Çalışmaya katılmamayı tercih edebilirsiniz veya anketi doldururken istemezseniz son verebilirsiniz.

Anket formuna adınızı ve soyadınızı yazmayınız.

Yanıtlarınızı, soruların altında yer alan seçenekler arasından uygun olanı daire içine alarak ya da açık uçlu sorularda sorunun altında bırakılan boşluğa yazarak belirtiniz. Birden fazla seçenek işaretleyebileceğiniz sorularda, size uygun gelen bütün seçenekleri işaretleyiniz. Eğer sorunun yanıtları arasında “diğer” seçeneği mevcutsa ve yanıtınız var olan seçenekler arasında yer almıyorsa, bu durumda yanıtınızı diğer seçeneğindeki boşluğa yazınız. Anketi yanıtladığınız için teşekkür ederiz.

Çalışmaya katılmayı kabul ediyorsanız aşağıdaki kutucuğu X ile işaretleyiniz ve devam ediniz.

☐

Kabul ediyorum

EKLER

Ek 1. Kişisel Bilgiler

1. Cinsiyetiniz? () Erkek () Kadın

2. Yaşınız?

() 18 yaş altı () 18-25 yaş arası () 26-35 yaş arası

() 36-50 yaş arası () 51-65 yaş arası () 65 yaş üstü

3. Medeni durumunuz? () Evli () Bekar

4. Eğitim Durumunuz?

() İlköğretim () Lise () Üniversite

() Yüksek Lisans () Doktora

5. Ne kadar zamandır tesise üyesiniz?

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

6. Tesisi kullanmanızdaki öncelikli amacınız nedir?

() Boş zamanımı değerlendirme. () Stres atmak. () Sosyal çevre edinmek.

() Sağlıklı bir yaşam sürdürmek. () Vücut Geliştirmek. () Kilo vermek.

() Güzel ve fit bir vücuda sahip olmak.

7. Tesisi kullanma sıklığınız nedir?

() Haftada 1-2 () Haftada 3-4 () Haftada 5-6 () Haftanın her günü

8. Aylık gelir düzeyiniz nedir?

() 1500-2500 TL () 2501-3500 TL () 3501-4500 TL () 4500 TL ve üzeri

Ek 2. Üye Memnuniyet Anketi

Sizin Performans Algınız... Aşağıda sizin halen devam ettiğiniz spor-fitness merkezi hakkında bazı ifadeler bulunmaktadır. Lütfen bu ifade edilen durumlarla ilgili olarak beklentilerinizin hangi derecede karşılanıp karşılanmadığını, (1) Hiç Katılmıyorum, (2) Az Katılıyorum, (3) Orta Derecede Katılıyorum, (4) Katılıyorum, (5) Tamamen Katılıyorum, seçeneklerinden uygun değeri daire içerisine alarak işaretleyiniz	Hiç KATILMIYORUM	AZ KATILYORUM	ORTA DERECEDE KATILYORUM	KATILYORUM	TAMAMEN KATILYORUM
1-)Bu merkezdeki bekleme ve dinlenme alanları (yerleri) yeterli ve rahattır.	1	2	3	4	5
2-) Bu merkezdeki soyunma odaları ve duşlar her zaman temizdir.	1	2	3	4	5
3-) Bu merkezdeki soyunma odaları ve duşların havalandırması yeterlidir.	1	2	3	4	5
4-) Bu merkezdeki soyunma odalarında yeterli alan ve yeterli sayıda duş vardır	1	2	3	4	5
5-) Bu merkezdeki duşlarda her zaman bol sıcak su vardır.	1	2	3	4	5
6-) Bu merkezdeki soyunma dolapları yeterli sayıdadır.	1	2	3	4	5
7-)Bu merkezde spor yapılan alanlar memnun edici düzeyde temizdir.	1	2	3	4	5
8-)Bu merkezin havalandırması yeterlidir.	1	2	3	4	5
9-) Bu merkezin aydınlatması yeterlidir.	1	2	3	4	5
10-)Bu merkezin ısısı hava koşullarına uygun şekilde ayarlanmaktadır.	1	2	3	4	5
11-)Bu merkezdeki egzersiz alet ve ekipmanları yeterli sayıdadır.	1	2	3	4	5
12-)Bu merkezdeki egzersiz alet ve ekipmanları ihtiyaçlara uygun ve çeşitlidir	1	2	3	4	5
13-) Bu merkezdeki egzersiz alet ve ekipmanları modern dir.	1	2	3	4	5
14-) Bu merkezde sunulan programlar/aktiviteler oldukça çeşitlidir.	1	2	3	4	5
15-) Bu merkezdeki programlar/aktiviteler günceldir (popüler ve yenilikleri takip eden)	1	2	3	4	5
16-) Bu merkezdeki program ve aktiviteler üyelerin istek ve ihtiyaçlarına cevap verecek gün ve saatlerde düzenlenmektedir	1	2	3	4	5
Diğer sayfaya geçiniz. 					

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

Anket bitmiştir, bu araştırmaya katılımınız için teşekkürler

Ek 3 Anket İzni



Mesut Güleşçe <mesutgulesce@gmail.com>

21 Mar 2020 23:13 (5 gün önce)



Alıcı: mr_uçan ▼

Yılmaz hocam merhabalar ,

Van Yüzüncü yıl Üniversitesi Beden Eğitimi ve Spor bölümünde Yüksek Lisans öğrencisiyim , adım Mesut GÜLEŞÇE

Hocam Sayın ; Dr . Öğr . Ü. Kemal SARGIN ile birlikte bir çalışma yapmak için yapmış olduğunuz SPOR -FİTNESS MERKEZLERİNİN ALGILANAN HİZMET KALİTESİ ÖLÇEĞİNİN GELİŞTİRİLMESİ doktora teziniz deki anketi kendi yapacağım çalışmada kullanmak istiyorum . Değerli fikir ve görüşlerinizi bizim için değerlidir...

İyi çalışmalar diliyorum...



yılmaz uçan

21 Mar 2020 23:35 (5 gün önce)



Alıcı: ben ▼

Anketi kullanabilirsiniz . Çalışmanızda başarılar dilerim.



VAN YÜZÜNCÜ YIL ÜNİVERSİTESİ
Eğitim Bilimler Enstitüsü

LİSANSÜSTÜ TEZ ORJİNALLİK RAPORU

VAN YÜZÜNCÜ YIL ÜNİVERSİTESİ
Eğitim Bilimler Enstitüsü

26/10/2020

FİTNESS MERKEZLERİNDE EGZERSİZ YAPAN BİREYLERE SUNULAN HİZMETLERİN MEMNUNİYET
DURUMLARININ İNCELENMESİ (DOĞU ANADOLU ÖRNEĞİ)

Yukarıda başlığı/konusu belirlenen tez çalışmamın Kapak sayfası, Giriş, Ana bölümler ve Sonuç bölümlerinden oluşan toplam 89 sayfalık kısmına ilişkin, 26/10/2020 tarihinde şahsım/tez danışmanım tarafından TURNİTİN intihal tespit programından aşağıda belirtilen filtreleme uygulanarak alınmış olan orijinalite raporuna göre, tezimin benzerlik oranı % 16 (yüzde on altı) dır.

Uygulanan Filtreler Aşağıda Verilmiştir:

- Kabul ve onay sayfası hariç,
- Teşekkür hariç,
- İçindekiler hariç,
- Simge ve kısaltmalar hariç,
- Gereç ve yöntemler hariç,
- Kaynakça hariç,
- Alıntılar hariç,
- Tezden çıkan yayınlar hariç,
- 7 kelimeden daha az örtüşme içeren metin kısımları hariç (Limit match size to 7 words)

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Lisansüstü Tez Orijinalite Raporu Alınması ve Kullanılmasına İlişkin Yönergeyi İnceledim ve bu yönergede belirtilen azami benzerlik oranlarına göre tez çalışmamın herhangi bir intihal içmediğini; aksinin tespit edileceği muhtemel durumda doğabilecek her türlü hukuki sorumluluğu kabul ettiğimi ve yukarıda vermiş olduğum bilgilerin doğru olduğunu beyan ederim.

Gereğini bilgilerinize arz ederim.

26/10/2020
Mesut GÜLEŞCE

Adı Soyadı : Mesut GÜLEŞCE
Öğrenci No :189403001
Anabilim Dalı : BEDEN EĞİTİMİ ve SPOR ANABİLİM DALI.
Programı :
Statüsü : Y. Lisans ☐ Doktora ☐

DANIŞMAN
Dr.Öğr.Ü.Kemal SARGIN
26/10/2020

ENSTİTÜ ONAYI
U Y G U N D U R
26/10./2020
Servet CAN
Enstitü Sekreteri