

Özel Spor Salonu Müşterilerinin Hizmet Kalitelerinin Bazı Demografik Değişkenler Açısından İncelenmesi

Melike Esentaş¹

Kadir Yıldız²

Pınar Güzel³

¹Sorumlu yazar, Manisa Celal Bayar Üniversitesi, Spor Bilimleri Fakültesi, melike.esentas@windowslive.com

²Manisa Celal Bayar Üniversitesi, Spor Bilimleri Fakültesi, kadiryildiz80@hotmail.com

³Manisa Celal Bayar Üniversitesi, Spor Bilimleri Fakültesi, pnrguzel@yahoo.com

Özet

Bu çalışmada, özel spor salonları müşterilerinin beledikleri ve algıladıkları hizmet kalitelerinin bazı demografik değişkenler açısından incelenmesi amaçlanmıştır. Araştırma nicel araştırma yöntemlerinden tarama modelinde desenlenmiştir. Çalışmaya seçkisiz olmayan örnekleme yöntemlerinden kolayda yöntemiyle seçilen toplam 1150 kişi katılmıştır. Veri toplama aracı olarak Hizmet Kalitesi Değerlendirme Ölçeği (Gürbüz, Koçak ve Lam, 2005) kullanılmıştır. Ölçme aracı 34 madde ve 4 alt boyuttan oluşmaktadır. İstatistiksel analizlerde SPSS paket programı kullanılmıştır. Verilerin normallik sınavasında Kolmogorov-Smirnov test değerleri dikkate alınmış ve verilerin normal dağılım göstermedikleri tespit edilmiştir. Verilerin analizinde Mann-Whitney U, Kruskal Wallis H ve Spearman Korelasyon testleri uygulanmıştır. Araştırma bulguları, Beklenen Hizmet Kalitesi Ölçeği Personel ($\bar{x}=6,29\pm 0,865$) alt boyutunun en fazla ortalama değere; tesis ($\bar{x}=5,96\pm 1,041$) alt boyutunun ise en az ortalama değere sahip olduğunu göstermektedir. Algılanan Hizmet Kalitesi ölçeğinde ise tesis ($\bar{x}=4,90\pm 1,301$) alt boyutunda en fazla ortalama tespit edilirken, program ($\bar{x}=4,75\pm 1,459$) alt boyutunda ise en az ortalama değer görülmüştür. Medeni durum değişkeni açısından ise sadece beklenen hizmet kalitesi ölçeğinde evli grup lehine anlamlı farklılıklar bulunmuştur. Ayrıca meslek gruplarına göre beklenen hizmet kalitesi ölçeği alt boyutlarında anlamlı farklılaşmalar görülmüştür. Korelasyon analiz sonuçlarında ise Beklenen Hizmet Kalitesi ve algılanan hizmet kalitesi ölçeği alt boyutlarında anlamlı ilişkiler gözlemlenmiştir. Sonuç olarak hizmet kalitesi, müşterinin işletme tercihlerinde önem verdiği ve memnuniyetinin sağlanmasında etkili unsurlardan birisi olarak düşünülebilir. Araştırma sonuçları da göstermektedir ki, medeni durum ve meslek grupları gibi demografik değişkenlerin beklenen ve algılanan hizmet kalitesini etkileyebileceği söylenebilir.

Anahtar Kelimeler: spor salonları, fitness, hizmet kalitesi, beklenen hizmet kalitesi, algılanan hizmet kalitesi

Examining the Service Quality of Private Gym Customers in terms of Some Demographic Variables

Abstract

In this study, it was aimed to examine the quality of service expected and perceived by the customers of private gyms in terms of some demographic variables. The research was designed in the survey model, which is one of the quantitative research methods. A total of 1150 individuals selected with the convenience sampling method participated in the study. Service Quality Assessment Scale (Gürbüz, Koçak and Lam, 2005) was used as the data collection tool. The measurement tool consists of 34 items and 4 sub-dimensions. SPSS package program was used in statistical analysis. In the normality test of the data, Kolmogorov-Smirnov test values were taken into consideration, and it was determined that the data did not show normal distribution. In the analysis of the data, Mann-Whitney U, Kruskal Wallis H, and Spearman Correlation tests were used. Research findings showed that the Expected Service Quality Scale had the highest average value for the Personnel ($\bar{x}=6.29\pm.865$) sub-dimension and the lowest average value for the facility ($\bar{x}=5.96\pm 1.041$) sub-dimension. On the other hand, in the Perceived Quality of Service scale, while the facility ($\bar{x}=4.90\pm1.301$) sub-dimension had the highest average, the program ($\bar{x}=4.75\pm1.459$) sub-dimension had the lowest average value. In terms of marital status variable, significant differences were found only in favor of the married group in the expected service quality scale. Besides, significant differentiation was observed in the sub-dimensions of the expected service quality scale according to the occupational groups. In the correlation analysis results, significant relationships were observed in the Expected Service Quality and perceived service quality scale sub-dimensions. As a result, service quality can be considered one of the factors that customers attach importance to their business preferences, and that is effective in providing satisfaction. Also, the research results showed that demographic variables such as marital status and occupational groups could affect the expected and perceived service quality. Substances were not affected by age, marital status, department, average income, and class status.

Key Words: gym, fitness, service quality, expected service quality, perceived service quality

SUMMARY

Introduction: One of the fastest developing cases in the world is the formation of sports awareness, which is provided to individuals in a recreational sense. Providing quality service in private gyms/fitness centers has become inevitable. When the quality of service offered by these exclusive gyms is in line with the needs and expectations of its customers, it can positively affect their service quality. Therefore, the fact of quality must come to the fore in every service sector. **Aim:** This study aimed to examine the quality of service expected and perceived by the customers of private gyms in terms of some demographic variables. **Method:** The research was designed in the survey model, one of the quantitative research methods. A total of 1150 individuals selected with the convenience sampling method, which is one of the non-random sampling methods, participated in the study. Service Quality Assessment Scale (Gürbüz, Koçak and Lam, 2005) was used as the data collection tool.

In the normality test of the data, Kolmogorov-Smirnov test values were taken into consideration, and it was determined that the data did not show normal distribution. In the analysis of the data, Mann-Whitney U, Kruskal Wallis H, and Spearman Correlation tests were used. **Findings:** Research findings show that the Expected Service Quality Scale has the highest average value for the Personnel ($\bar{x}=6.29\pm.865$) sub-dimension and the lowest average value for the facility ($\bar{x}=5.96\pm 1.041$) sub-dimension. On the other hand, in the Perceived Quality of Service scale, while the facility ($\bar{x}=4.90\pm1.301$) sub-dimension has the highest average, the program ($\bar{x}=4.75\pm1.459$) sub-dimension has the lowest average value. In terms of marital status variable, significant differences were found only in favor of the married group in the expected service quality scale. Significant differentiation was observed in the sub-dimensions of the expected service quality scale according to the occupational groups. In the correlation analysis results, significant relationships were observed in the Expected Service Quality and perceived service quality scale sub-dimensions. **Result:** As a result, service quality can be considered as one of the factors that customers attach importance to their business preferences, and that is effective in providing satisfaction. The results of the research also show that demographic variables such as marital status and occupational groups can affect the expected and perceived service quality.

1. GİRİŞ

Dünyada hızlı gelişen olgulardan birisi bireylerde rekreasyonel anlamda katılım sağlanmakta olan spor bilincinin oluşmasıdır. Günümüzde gelişen sektörler arasında yer alan ve ticari kazanç amacı güden ve/veya sosyal sorumluluk hizmeti olarak faaliyet gösteren, birçok organizasyonda geniş bir yelpaze içerisinde müşterilerine sunulan sportif rekreasyon hizmetleri; fizyolojik, psiko-sosyal ve ekonomik olarak doğrudan ya da dolaylı olarak bireyleri etkilemektedir (Yıldız, 2008). Buna istinaden özel, bireysel ve grup hizmetleri sunan spor ve fiziksel etkinlik işletmelerinin sayısı da günden güne artmaktadır. Bu yapıların içerisinde yer alan özel spor salonları/fitness merkezlerinde kaliteli hizmet sunumu kaçınılmaz duruma gelmiştir. Son yıllarda artan rekabet ve rekabetin zorlaması sonucunda (Roberts, 2001) müşteri beklentilerinin karşılanması noktasında kalite standartlarının ölçümü işletmeler açısından öncelikli konular arasında yer almaktadır (Baş ve arkadaşları, 2017; Işın, 2013).

Çatı ve Baydaş (2008) hizmet sektörünü, insanların hızlı teknolojik gelişmelere karşı kendilerine daha çok zaman ayırmayı talep ettikleri için büyüyen ve gelişen bir sektör olarak ifade etmektedir. Türk Dil Kurumu (2020) hizmet kavramını "bir kimsenin işini görmesini sağlama ya da bir kimseye fayda sağlayan işi veya işleri yapmak" şeklinde tanımlamaktadır. Lovelock (2000) hizmeti "özel zamanlarda ve özel yerlerde müşteriler için değer yaratan ve yararlar sağlayan ekonomik aktiviteler" olarak; Zeithaml ve Bitner (2000) ise hizmeti, en basit haliyle eylemler, süreçler ve performanslar olarak ifade etmektedir. Parasuraman, Zeithaml ve Berry (1988) hizmet kalitesini müşterilerin beklentileri ile algıları arasındaki farkın derecesi olarak tanımlamaktadır. Burada eğer algı beklentiden büyük ise yüksek kalite, eğer algı beklentiden küçük ise düşük kalite anlamına geldiğini ileri sürmektedirler.

Spor ve fiziksel etkinlik hizmeti sunan fitness merkezleri, bireylerin sportif aktivite ihtiyaçlarını karşılayan kurumlardır. Bu özel spor salonlarının sundukları hizmet kalitesi de müşterilerinin

ihtiyaçları ve beklentileri doğrultusunda olduğunda hizmet kalitelerini de olumlu yönde etkileyebilmektedir. Bu olumlu davranış değişimi, kendisini alanyazın araştırmalarında da göstermektedir. Bu alanda yapılan çalışmaların algılanan hizmet kalitesi algısı ile memnuniyet üzerine odaklandığı görülmektedir (Avourdiadou & Theodorakis, 2014; GarcíaFernández, Fernández-Gavira, Durán-Muñoz, & Vélez-Colón, 2015; García, Gálvez, Vélez, & Bernal, 2015; Tsitskari, Antoniadis, & Costa, 2014; Gálvez-Ruiz, Boletto-Rosado, & Romero-Galisteo, 2015). Çiçek ve Doğan (2009) hizmet kalitesini, müşterilerin satın aldıkları hizmetten ne kadar doyuma ulaşıp ulaşmadıkları şeklinde belirtmektedir. Yaşa (2012) ise spor salonlarının rekabetten dolayı diğer işletmelerden daha başarılı olabilmesi için, müşterilerine sundukları hizmetin/hizmetlerinin kalite düzeyini artırması ile elde edebileceklerini savunmaktadır. Yıldız ve arkadaşları (2016) işletmelerin kalite standartlarını yükseltebilmesi adına yönetim stratejilerinin uygulanmasının katkı sağlayacağını belirtmektedirler. Yıldız ve Tüfekçi (2010) rekabette başarılı olan işletmelerin hayatta kaldıklarını, başarısız olanların ise pazardan çekilmek durumunda kaldıklarını ileri sürmektedirler. Bu durum hizmet kalitesinin müşteri üzerindeki etkileri ile ilintilidir.

Alan yazında spor hizmetlerine ilişkin çalışmalarda hizmet kalitesinin spor tüketim davranışlarıyla ilişkisi olduğu görülmektedir (Froughi ve arkadaşları, 2019; Tsitskari ve arkadaşları, 2017; Biscaia ve arkadaşları, 2013; Byon ve arkadaşları, 2013; Theodorakis ve Alexandris, 2008). Aldıkları hizmetten memnun olan müşteriler gitmekte oldukları özel spor salonlarına da sadık kalmaktadır (Gümüşsuyu, 2008). Bununla birlikte bu özel işletmeleri hem kendileri devam ederken hem de çevrelerine de tavsiye etmektedirler. Ağızdan ağıda iletişim denilen bu durum, işletmeye yeni müşteriler çekmekte, artan müşteri miktarı ise işletme karlılığını artırmaktadır (Buttle, 1998). Alan yazında hizmet kalitesinin ölçülmediği işletmelerde kalitenin geliştirilemeyeceği ve müşteri memnuniyetinin sağlanamayacağı vurgulanmaktadır (Aydın ve Şentürk, 2007). Dolayısıyla, her hizmet sektöründe kalite olgusunun ön plana çıkması önem kazanmaktadır. Alan yazına katkı sağlamak için, bu çalışmada özel spor salonlarına yönelik hizmet kalitesi ele alınmış ve müşterilerin bazı demografik özellikleri açısından incelenmesi amaçlanmıştır.

2. MATERYAL METOT

2.1 Araştırma Modeli

Bu çalışma nicel araştırma yöntemlerinden betimsel ve ilişkisel tarama desenleriyle kurgulanmıştır.

2.2. Çalışma Grubu

Çalışmaya İzmir ve Manisa illerinde hizmet vermekte olan özel spor salonu müşterileri arasından seçkisiz olmayan örnekleme yöntemlerinden uygun örnekleme yöntemiyle seçilen 565 kadın, 585 erkek olmak üzere toplam 1150 kişi katılmıştır. Uygun örnekleme tekniği, araştırmaya hız kazandırma amacıyla tercih edilen bir yöntemdir. Bununla birlikte bu yöntemde araştırmacı, yakın ve erişilmesi kolay olan bir durumu seçmektedir (Dawson ve Trapp, 2004).

2.3. Veri Toplama Araçları

Araştırmada veri toplama aracı olarak araştırmacılar tarafından hazırlanan kişisel bilgi formu ve Hizmet Kalitesi Değerlendirme Ölçeği kullanılmıştır.

2.3.1. Hizmet Kalitesi Değerlendirme Ölçeği

Lam, (2000) tarafından geliştirilen ve Gürbüz, Koçak ve Lam (2005) tarafından geçerlilik ve güvenilirliği Türkiye için yapılmış olan, (SQAS-T) " Turkish Version of The Service Quality Assessments Scale" ölçeği kullanılmıştır. Geliştirilen ölçme aracı 40 maddeden oluşmakta olup; mevcut araştırmada 6 maddelik çocuk bakım alt boyutu kullanılmamıştır. Dolayısıyla ölçme aracı 34 madde 4 alt boyuttan oluşmaktadır. Ölçek, fitness merkezlerinin beledikleri ve algıladıkları önem derecesini belirlemeye yönelik iki farklı yapıda geliştirilmiştir. Ölçme aracı 7 Likert tipi derecelendirmeye sahiptir.

Tablo 1. Veri toplama araçlarına ilişkin güvenilirlik katsayıları

Ölçek	Alt boyutlar		α
Beklenen Hizmet Kalitesi	Personel	(9 Madde)	,925
	Program	(7 Madde)	,934
	Soyunma	(5 Madde)	,923
	Tesis	(13 Madde)	,950
Algılanan Hizmet Kalitesi	Personel	(9 Madde)	,954
	Program	(7 Madde)	,940
	Soyunma	(5 Madde)	,931
	Tesis	(13 Madde)	,954

2.4. Verilerin Analizi

Verilerin analizinde Windows için SPSS paket programı kullanılmıştır. Verilerin istatistiksel gösterimlerinde aritmetik ortalama, standart sapma, frekans ile minimum ve maksimum değerlerden faydalanılmıştır. Verilerin normallik sınavasında Kolmogorov-Smirnov test değerleri dikkate alınmış ve verilerin normal dağılım göstermedikleri tespit edilmiştir. Verilerin normal dağılım göstermemesi sebebiyle non-parametrik testlerden Mann-Whitney U, Kruskal Wallis H testi ve Spearman Korelasyon testleri uygulanmıştır. Aynı zamanda Kruskal Wallis H testi sonucunda elde edilen anlamlı farklılıkların istatistiksel açıdan hangi gruplar arasında olduğunu belirlemek amacıyla ikili gruplar arasında Mann Whitney U-testinden yararlanılmıştır.

3. BULGULAR

Çalışmanın bu bölümünde elde edilen verilerin istatistiksel analiz sonuçlarına ve yorumlarına yer verilmiştir.

Tablo 2. Tanımlayıcı istatistikler- yüzde frekans

Değişkenler	Gruplar	f	%	Toplam
Cinsiyet	Kadın	565	49,1	1150
	Erkek	585	50,9	
Yaş	18-28	1140	99,1	
	29-40	10	0,9	
Medeni Durum	Evli	461	40,1	
	Bekâr	689	59,9	
Eğitim Durumu	İlköğretim	51	4,4	
	Lise	628	54,6	

Meslek	Üniversite	391	34
	Lisans Üstü	80	7,7
	Kamu	158	13
	Özel Sektör	234	20,3
	Emekli	200	17,4
	Ev hanımı	57	5,0
	Öğrenci	484	42,1
	Diğer	17	1,5
Üyelik Süresi	6 aydan az	364	31,7
	6-12 ay	283	24,6
	13-24 ay	216	18,8
	25-36 ay	173	15
	37 ay ve üstü	114	9,9

Tablo 2 incelendiğinde katılımcıların %49,1'i (f= 565) kadın, % 50,9'u (f= 585) erkeklerden oluştuğu gözlemlenirken, katılımcıların %99,1'inin 18-28 yaş aralığındaki genç nüfustan oluştuğu görülmektedir. Ayrıca katılımcıların %59,9'unun bekar, %54,6'sının lise mezunu, %42,1'inin öğrencilerden oluştuğu ve %31,7'sinin altı aydan az üyelik süresine sahip olduğu gözlemlenmektedir.

Tablo 3. Beklenen ve algılanan hizmet kalitesine ilişkin tanımlayıcı istatistikler

Ölçekler	Alt Boyutlar	N	En Az	En Fazla	\bar{x}	Std. Sapma
Beklenen Hizmet Kalitesi	Personel	1150	2.33	7.00	6.29	.865
	Program	1150	1.00	7.00	6.01	1.130
	Soyunma Odası	1150	1.00	7.00	6.04	1.246
	Tesis	1150	1.00	7.00	5.96	1.041
Algılanan Hizmet Kalitesi	Personel	1150	1.00	7.00	4.79	1.432
	Program	1150	1.00	7.00	4.75	1.459
	Soyunma Odası	1150	1.00	7.00	4.79	1.517
	Tesis	1150	1.00	7.00	4.90	1.301

Tablo 3 incelendiğinde Beklenen Hizmet Kalitesi Ölçeği Personel ($\bar{x}=6,29\pm 0,865$) alt boyutu en fazla ortalama değere sahip iken; tesis ($\bar{x}=5,96\pm 1,041$) alt boyutunda ise en az ortalama değer tespit edilmiştir. Ayrıca Algılanan Hizmet Kalitesi ölçeğinde ise tesis ($\bar{x}=4,90\pm 1,301$) alt boyutunda en fazla ortalama tespit edilirken, program ($\bar{x}=4,75\pm 1,459$) alt boyutunda ise en az ortalama değer tespit edilmiştir.

Tablo 4. Cinsiyet değişkenine göre Beklenen ve Algılanan Hizmet Kalitesi Ölçekleri karşılaştırma farkları

Değişkenler		Gruplar	N	Sıra Ortalaması	Sıra Toplamı	U	p
Beklenen Hizmet Kalitesi	Personel	Kadın	565	578,05	326601,0	163819,00	,794
		Erkek	585	573,03	335224,0		
	Program	Kadın	565	565,17	319319,0	159424,00	,294
		Erkek	585	585,48	342506,0		
	Soyunma Odası	Kadın	565	575,37	325085,0	160610,00	,989
		Erkek	585	575,62	336740,0		
	Tesis	Kadın	565	567,27	320505,0	160610,00	,406
		Erkek	585	583,45	341320,0		

Tablo 4. Cinsiyet değişkenine göre Beklenen ve Algılanan Hizmet Kalitesi Ölçekleri karşılaştırma farkları (devamı)

Algılanan Hizmet Kalitesi	Personel	Kadın	565	578,24	326703,0	163717,00	,784
		Erkek	585	572,86	335122,0		
	Program	Kadın	565	572,16	323272,0	163377,50	,737
		Erkek	585	578,72	338552,0		
	Soyunma Odası	Kadın	565	578,53	326867,0	163552,50	,761
		Erkek	585	572,58	334957,0		
	Tesis	Kadın	565	578,45	326825,0	163595,00	,767
		Erkek	585	572,65	335000,0		

Tablo 4 Katılımcıların Beklenen ve Algılanan Hizmet Kalitesi ölçeklerinden aldıkları puan ortalamalarının cinsiyet değişkeni açısından karşılaştırma ortalamalarına ilişkin Mann-Whitney U testi sonuçları verilmiştir. Analiz sonuçları Beklenen ve Algılanan Hizmet Kalitesi Ölçeği personel, program, soyunma odası ve tesis alt boyutlarında cinsiyet değişkeni açısından bir farklılık olmadığını göstermektedir ($p>.05$). Bu sonuç, cinsiyet değişkeninin beklenen ve algılanan hizmet kalitesi üzerinde etkisi olmadığını göstermektedir.

Tablo 5. Medeni durum değişkenine göre Beklenen ve Algılanan Hizmet Kalitesi Ölçekleri karşılaştırma farkları

	Değişkenler	Gruplar	N	Sıra Ortalaması	Sıra Toplamı	U	p
Beklenen Hizmet Kalitesi	Personel	Evli	461	621,48	286500,00	137620,00	,000*
		Bekar	689	544,74	375325,00		
	Program	Evli	461	567,43	261583,00	155092,00	,495
		Bekar	689	580,90	400242,00		
	Soyunma Odası	Evli	461	543,16	250394,50	143903,50	,006*
		Bekar	689	597,14	411430,50		
Tesis	Evli	461	592,71	273239,00	150881,00	,149	
	Bekar	689	563,99	388586,00			
Algılanan Hizmet Kalitesi	Personel	Evli	461	485,22	223685,50	117194,50	,000*
		Bekar	689	635,91	438139,50		
	Program	Evli	461	507,35	233886,50	127395,50	,000*
		Bekar	689	621,10	427938,50		
	Soyunma Odası	Evli	461	524,59	241834,50	135343,50	,000*
		Bekar	689	609,57	419990,50		
Tesis	Evli	461	517,97	238785,50	132294,50	,000*	
	Bekar	689	613,99	423039,50			

* $p<.05$

Tablo 5 Katılımcıların Beklenen ve Algılanan Hizmet Kalitesi ölçeklerinden aldıkları puan ortalamalarının medeni durum değişkeni açısından karşılaştırma ortalamalarına ilişkin Mann-Whitney U testi sonuçları verilmiştir. Analiz sonuçları Beklenen Hizmet Kalitesi Ölçeği personel alt boyutunda evli grup lehine anlamlı farklılık bulunurken; soyunma odası alt boyutunda ise bekar grup lehine anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir ($p<.05$). Ayrıca beklenen hizmet kalitesi ölçeği program ve tesis alt boyutlarında anlamlı farklılık görülmemiştir ($p>.05$). Algılanan Hizmet Kalitesi Ölçeği personel, program, soyunma odası ve tesis alt boyutlarında bekar gruplar lehine anlamlı farklılık tespit edilmiştir ($p<.05$).

Tablo 6. Beklenen Hizmet Kalitesi Ölçeği alt boyutlarının meslek gruplarına göre Kruskal Wallis Testi sonuçları

Alt boyutlar	Meslek	N	Sıra Ort.	sd	χ^2	p	Anlamlı Fark
Personel	1- Kamu	158	618,40	5	30,934	,000*	1-4 1-5 2-4 2-5 3-4
	2- Özel sektör	234	604,79				
	3- Emekli	200	653,03				
	4- Ev hanımı	57	497,99				
	5- Öğrenci	484	527,34				
	6- Diğer	17	492,53				
	Toplam	1150					
Program	1- Kamu	158	575,10	5	7,669	,175	
	2- Özel sektör	234	588,97				
	3- Emekli	200	582,07				
	4- Ev hanımı	57	459,75				
	5- Öğrenci	484	579,71				
	6- Diğer	17	584,65				
	Toplam	1150					
Soyunma	1- Kamu	158	542,84	5	13,412	,020*	1-5 4-5
	2- Özel sektör	234	563,98				
	3- Emekli	200	552,80				
	4- Ev hanımı	57	486,57				
	5- Öğrenci	484	608,66				
	6- Diğer	17	658,71				
	Toplam	1150					
Tesis	1- Kamu	158	595,03	5	11,752	,038*	1-4 2-4 3-4 4-5
	2- Özel sektör	234	600,32				
	3- Emekli	200	609,88				
	4- Ev hanımı	57	468,25				
	5- Öğrenci	484	556,42				
	6- Diğer	17	550,56				
	Toplam	1150					

*p<.05

Tablo 6 incelendiğinde Beklenen Hizmet Kalitesi Ölçeği alt boyutlarından personel, χ^2 (sd=5, n=1150)=30,934, p<.05; soyunma odası, χ^2 (sd=5, n=1150)=13,412, p<.05 ve tesis χ^2 (sd=5, n=1150)=11,752, p<.05; testlerinden aldıkları puanların meslek gruplarına göre farklılaştığını göstermektedir. Ancak sadece program alt boyutunda anlamlı farklılık tespit edilmemiştir (p>.05). Bu bulgular meslek gruplarının katılımcıların beklenen hizmet kalitesi düzeyleri üzerinde farklı etkilere sahip olduğunu göstermektedir.

Tablo 7. Algılanan Hizmet Kalitesi Ölçeği alt boyutlarının meslek gruplarına göre Kruskall Wallis Testi sonuçları

Alt boyutlar	Meslek	N	Sıra Ort.	Sd	χ^2	p	Anlamlı Fark
Personel	1- Kamu	158	477,46	5	82,993	0,000*	1-2 1-5 2-3 2-5 4-5 5-6
	2- Özel sektör	234	539,62				
	3- Emekli	200	481,85				
	4- Ev hanımı	57	502,41				
	5- Öğrenci	484	676,78				
	6- Diğer	17	443,82				
	Toplam	1150					
Program	1- Kamu	158	497,42	5	51,551	0,000*	1-5 2-5 4-5 5-6
	2- Özel sektör	234	544,59				
	3- Emekli	200	511,06				
	4- Ev hanımı	57	538,92				
	5- Öğrenci	484	653,60				
	6- Diğer	17	383,76				
	Toplam	1150					
Soyunma	1- Kamu	158	526,75	5	30,229	0,000*	1-5 2-5 5-6
	2- Özel sektör	234	531,47				
	3- Emekli	200	526,50				
	4- Ev hanımı	57	589,15				
	5- Öğrenci	484	635,63				
	6- Diğer	17	453,47				
	Toplam	1150					
Tesis	1- Kamu	158	521,25	5	46,654	0,000*	1-5 2-5 4-5 5-6
	2- Özel sektör	234	530,99				
	3- Emekli	200	504,11				
	4- Ev hanımı	57	526,16				
	5- Öğrenci	484	653,18				
	6- Diğer	17	486,24				
	Toplam	1150					

*p<.05

Analiz sonuçları, Algılanan Hizmet Kalitesi Ölçeği alt boyutlarından personel, $\chi^2(sd=5, n=1150)=82,993$, $p<.05$; program, $\chi^2(sd=5, n=1150)=51,551$, $p<.05$; soyunma odası, $\chi^2(sd=5, n=1150)=30,229$, $p<.05$ ve tesis $\chi^2(sd=5, n=1150)=46,654$ $p<.05$; testlerinden aldıkları puanların meslek gruplarına göre farklılaştığını göstermektedir. Bu bulgular meslek gruplarının katılımcıların algılanan hizmet kalitesi düzeyleri üzerinde farklı etkilere sahip olduğunu göstermektedir. Dört alt boyut için de özellikle öğrenci gruplarının en yüksek algılanan hizmet kalitesi düzeyine sahip olduğu söylenebilir.

Tablo 8. Beklenen ve Algılanan Hizmet Kalitesi Ölçekleri alt boyutlarına ilişkin Spearman korelasyon analiz sonuçları

Değişkenler	Algılanan Hizmet Kalitesi					
	Personel	Program	Soyunma	Tesis		
Algılanan Hizmet Kalitesi	Personel	r	,057	-,002	-,046	,010
		p	,055	,946	,117	,747
	Program	r	,041	,031	-,030	,017
		p	,167	,297	,311	,559
	Soyunma	r	,112*	,020	-,007	,055
		p	,000	,500	,823	,061
	Tesis	r	,055	-,019	-,079*	-,079*
		p	,062	,517	,007	,008

Korelasyon analiz sonuçları Beklenen Hizmet Kalitesi ölçeği alt boyutlarından soyunma odası ile algılanan hizmet kalitesi ölçeği personel alt boyutu arasında pozitif yönde düşük düzeyde ($r=0.112$, $p<.05$); beklenen hizmet kalitesi ölçeği tesis alt boyutu ile algılanan hizmet kalitesi ölçeği soyunma odası ($r=-0.079$, $p<.05$) ve tesis ($r=-0.079$, $p<.05$) arasında ise negatif yönde düşük düzeyde ilişki olduğunu göstermektedir.

4. TARTIŞMA

Bu araştırmada, özel spor salonu müşterilerinin hizmet kaliteleri bazı demografik değişkenler açısından incelenmiştir. Araştırmaya konu olan özel spor salonlarındaki hizmet kalitesinin tespit edilmesi ile işletmelere bulunan hizmet kalitesi hakkında bilgi vermekte iken bu işletmelerin sürdürülebilir gelişmelerini artırmaya da destek olabileceği düşünülmektedir. Öte yandan katılımcılarının beklenen ve algılanan hizmet kalitesine dair sonuçları da alan yazına katkı sağlamaktadır.

Araştırmaya dâhil olan katılımcıların %49,1'ini ($f= 565$) kadınların, % 50,9'unu ($f= 585$) ise erkeklerin oluşturduğu görülmektedir. Bu bulgular doğrultusunda fitness merkezleri aktivitelerine erkeklerin kadınlardan daha fazla katılım sağladıkları görülmektedir. Kadın katılımcıların fitness merkezlerinin yanı sıra farklı rekreatif etkinlikleri de (el sanatları, açık alanda yürüyüş, sinema vb.) tercih ettikleri söylenebilir. Meyer ve Niezgoda (2018) araştırmalarında kadın katılımcıların açık alan etkinlikleri ve fitness merkezi aktivitelerine katılım eğilimlerinin fazla olduğunu aktarmaktadır. Ayrıca cinsiyete göre farklı tercihlerin oluşmasının temelinde bireylerin güdülenme davranışlarının farklılaşabileceği de unutulmamalıdır (Deci ve Ryan, 2002).

Araştırmaya dâhil edilen fitness merkezi müşterilerinin, Beklenen ve Algılanan Hizmet Kalitesi Ölçeği personel, program, soyunma odası ve tesis alt boyutlarında cinsiyet değişkeni açısından bir farklılık olmadığını göstermektedir. Bu durum erkek ve kadınlar arasında anlamlı fark olmaması, her iki gruptaki katılımcıların da aldıkları hizmetlerden memnun olduklarını göstermektedir. Bulut (2019)'un yapmış olduğu araştırmasında da cinsiyet değişkenine göre sadece program kalitesi alt boyutunda anlamlı bir fark belirlenmiş, erkek üyelerin bu boyuta ilişkin daha düşük bir ortalaması olduğu tespit edilmiştir. Diğer alt boyutlarda cinsiyet değişkeni açısından bir farklılık tespit edilmemiştir. Solak

(2015) tarafından yapılan bir başka araştırmada da cinsiyet değişkeninin algılanan hizmet kalitesinin ortaya çıkarmada etkin olmadığı sonucu bulunmuştur.

Medeni durum analiz sonuçlarına bakıldığında Beklenen Hizmet Kalitesi Ölçeği personel alt boyutunda evli katılımcı grubu lehine anlamlı farklılık bulunurken; soyunma odası alt boyutunda ise bekâr katılımcı grubu lehine anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir ($p<.05$). Ayrıca Beklenen Hizmet Kalitesi Ölçeği program ve tesis alt boyutlarında anlamlı farklılık görülmemiştir ($p>.05$). Algılanan Hizmet Kalitesi Ölçeği personel, program, soyunma odası ve tesis alt boyutlarında bekâr gruplar lehine anlamlı farklılık tespit edilmiştir ($p<.05$). Theodorakis ve arkadaşları (2004) tarafından yapılan çalışmaya göre tesisin fiziksel özellikleri bakımından evli ve bekâr katılımcılar arasında anlamlı bir farklılığa rastlanmamaktadır. Bu çalışmanın sonuçları araştırmamızla örtüşmektedir. Yapılan diğer çalışmalara bakıldığında evli olan katılımcıların tesis olarak aldıkları hizmetlerden bekârlara oranla daha çok memnun oldukları görülmektedir. Bu sonuçlar ise çalışmamız ile örtüşmemektedir (Gençer ve arkadaşları, 2008; Ergin arkadaşları, 2010).

Mevcut araştırmada Beklenen Hizmet Kalitesi Ölçeği alt boyutlarından personel, soyunma odası ve tesis testlerinden aldıkları puanların meslek gruplarına göre farklılaştığını görülmektedir. Ancak sadece program alt boyutunda anlamlı farklılık tespit edilmemiştir. Bu bulgular meslek gruplarının katılımcıların beklenen hizmet kalitesi düzeyleri üzerinde farklı etkilere sahip olduğunu göstermektedir. Yapılan bir araştırmada bireylerin meslekleri ile gittikleri spor salonunun beklentilerine cevap verme düzeyleri arasında farklılık bulunmamıştır (Altun, 2018). Algılanan Hizmet Kalitesi Ölçeği alt boyutlarında ise personel, program, soyunma odası ve tesis testlerinden aldıkları puanların meslek gruplarına göre farklılaştığını göstermektedir.

Mevcut araştırma sonuçları, müşterilerin beklenen hizmet kalitesi algılarının yüksek çıktığını ancak algılanan hizmet kalitesinin ise beklenene göre düşük olmasına karşın ortalamanın üzerinde olduğu söylenebilir. Alan yazın araştırmalarında da beklenen ve algılanan hizmet kalitelerinin farklılaşabildiğini ve yüksek çıktığını gösteren sonuçlar mevcuttur (Çiftçi ve Çakmak, 2018). Lee'nin (2017), spor merkezlerinde hizmet kalitesi ve müşteri bağlılığı üzerinde yapmış olduğu çalışmada, spor merkezleri yöneticilerinin müşteri sadakatini artırma noktasında, egzersiz ihtiyacını arttırmak için tesisler ve eğitmenlerden oluşan hizmet kalitesini güçlendirmenin önemli bir faktör olduğu vurgulanmıştır. Afthinos, Theodorakis ve Nassis (2005) fitness merkezi müşterilerinin hizmet kalitesi algılarını inceledikleri çalışmada, müşterilerin beklendikleri hizmet sunumları arasında tesislerin somut unsurlarına, personelin tutum ve yeteneklerine, ücrete ilişkin niteliklere ve sunulan hizmetlerin programlanmasının önemli olduğu vurgulanmıştır.

Alan yazın araştırmalarında benzer şekilde fitness merkezlerinde müşteri beklentilerinin temelinde hizmet kalitesinin önemli unsur olduğunu vurgulayan araştırmalar mevcuttur (Cronin ve Taylor, 1994; Kotler ve Keller, 2009; Parasuraman, Zeithaml ve Berry, 1985; Wisniewski, 2001). Tanrıku ve Ekici (2020) yapmış oldukları araştırmada hizmet kalitesini değerlendirmişler, algı-beklenti arasında negatif yönde fark olduğunu ve bu değer spor merkezi müşterilerinin beklentilerinin tam olarak karşılanamadığı sonucunu ortaya koymuşlardır. Diğer bir çalışmada ise Yıldız, Duyan ve Günel (2018)

ise fiziksel egzersiz hizmeti sunan fitness merkezlerinde hizmet kalitesinin artırılması ile müşteri memnuniyetinin sağlanabileceği ifade edilmiştir. Yıldız, Polat ve Güzel (2018) yaptıkları araştırmada, fitness sektöründe hizmet kalitesi ve müşterilerin beklentilerini karşılamamanın, fitness işletmelerinin varlığını sürdürülebilmesi için önemli bir gösterge olduğu ifade edilmiş ve hizmet kalitesinin doğasını ve müşteri beklentilerini anlamamanın sürdürülebilirlik açısından önemli olduğu belirtilmiştir.

5. SONUÇ

Bu araştırma, spor merkezleri müşterilerinin algılanan ve beklenen hizmet kalitelerinin bazı demografik değişkenler açısından öneminin ortaya konulması amacıyla tasarlanmıştır. Sonuç olarak bu çalışma, fitness merkezi yöneticilerinin müşterilerin davranışsal niyetlerinin şekillenme noktasında özellikle müşterilerin beklendikleri ve algıladıkları hizmet kalitesi değişiminin ortaya koymaktadır. Bu bulgular meslek gruplarının katılımcıların algılanan hizmet kalitesi düzeyleri üzerinde farklı etkilere sahip olduğunu göstermektedir. Dört alt boyut için de özellikle öğrenci gruplarının en yüksek algılanan hizmet kalitesi düzeyine sahip olduğu söylenebilir.

Yazar Katkıları

Çalışmaya tüm yazarlar eşit oranda katkı sağlamıştır.

Çıkar Çatışması

Yazarlar arasında herhangi bir çıkar çatışması bulunmamaktadır.

KAYNAKÇA

- Afthinos, Y., Theodorakis, N., & Nassis, P. (2005). Customers' expectations of service in Greek fitness centers: Gender, age, type of sport center, and motivation differences. *Managing Service Quality: An International Journal*, 15(3), 245-258. Doi: <https://doi.org/10.1108/09604520510597809>
- Altun, M. (2018). *Fitness salonlarına giden bireylerin beklentilerinin değerlendirilmesi* (Yüksel lisans tezi). Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Beden Eğitimi ve Spor ABD, Muğla.
- Avourdiadou, S., & Theodorakis, N. D. (2014). The development of loyalty among novice and experienced customers of sport and fitness centres. *Sport Management Review*, 17(4), 419-431.
- Aydın, A., & Şentürk, İ (2007). Eğitimde toplam kalite yönetiminin uygulanması. *Sosyal Bilimler Dergisi*, 17, 1-19.
- Baş, M., Çelik, A., & Solak, N. (2017). Spor işletmelerinde algılanan hizmet kalitesi üzerine bir araştırma. *Gaziantep Üniversitesi Spor Bilimleri Dergisi*, 2(4), 1-11.
- Biscaia, R., Correia, A., Yoshida, M., Rosado, A., & Marôco, J. (2013). The role of service quality and ticket pricing on satisfaction and behavioural intention within professional football. *International Journal of Sports Marketing & Sponsorship*, 14(4), 301-325.

Bulut, A. (2019). *Algılanan hizmet kalitesi, müşteri memnuniyeti ve müşteri sadakati: Fitness merkezi üyeleri üzerinde bir uygulama* (Yüksek lisans tezi). Selçuk Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Spor Yöneticiliği ABD, Konya.

Buttle, F. A. (1998). Word of mouth: Understanding and managing referral marketing. *Journal of Strategic Marketing*, 6, 241-254.

Byon, K. K., Zhang, J. J., & Baker, T. A. (2013). Impact of core and peripheral service quality on consumption behavior of professional team sport spectators as mediated by perceived value. *European Sport Management Quarterly*, 13(2), 232-263. Doi: <https://doi.org/10.1080/16184742.2013.767278>.

Çatı, K., & Baydaş, A. (2008). *Hizmet pazarlaması ve hizmet kalitesi*. Ankara: Asil Yayınları.

Çiçek, R., & Doğan, İ. C. (2009). Müşteri memnuniyetinin artırılmasında hizmet kalitesinin ölçülmesine yönelik bir araştırma: Niğde ili örneği. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 11(1), 199-217.

Çiftçi, S., & Çakmak, G. (2018). Fitness merkezleri müşterilerinin hizmet kalitesi ile ilgili beklenti ve algı düzeylerinin incelenmesi. *Spor Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 3(1), 23-31. Doi: <https://doi.org/10.25307/jssr.368522>

Cronin, J., & Taylor, S. A. (1994). SERVPERF versus SERVQUAL: Reconciling performance based and perceptions—Minus—Expectations measurement of service quality. *Journal of Marketing*, 58(1), 125-131.

Dawson, B., & Trapp, R. G. (2004). Probability & related topics for making inferences about data. B., Dawson & R. G., Trapp (Eds.). *Basic & clinical biostatistics*. New York: Lange medical Books/McGraw-Hill Medical Publishing Division.

Deci, E. L., & Ryan, R. M. (2002). *Handbook of self-determination research*. Rochester, NY: University of Rochester Press.

Ekenci, G., & İmamoğlu A. F. (2002). *Spor işletmeciliği*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.

Ergin, B. M., İmamoğlu, F. A., Tunç, T., Akpınar, S., & Çon, M. (2010). Üniversite spor merkezlerindeki hizmet kalitesi boyutlarının algı ve önem düzeylerinin incelenmesi. *Spor ve Performans Araştırmaları Dergisi*, 2(1), 41-49.

Foroughi, B., Iranmanesh, M., Gholipour, H. F., & Hyun, S. S. (2019). Examining relationships among process quality, outcome quality, delight, satisfaction and behavioural intentions in fitness centres in Malaysia. *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship*, 20(3), 374-389.

Gálvez-Ruiz, P., Boleto-Rosado, A. F., & Romero-Galisteo, R. (2015). Validación de la versión reducida del CESCASDEP en usuarios de servicios deportivos [Validation of a short version of CESCASDEP in sports services users]. *Suma Psicológica*, 22(2), 78-85.

García, J., Gálvez, P., Vélez, L., & Bernal, A. (2015). Influência do uso de Facebook e da web na fidelidade dos clientes de centros de fitness [Influence of the use of Facebook and Web on customer loyalty fitness center]. *Revista Intercontinental de Gestão Desportiva*, 5(2), 203-205.

García-Fernández, J., Fernández-Gavira, J., Durán-Muñoz, J., & Vélez-Colón, L. (2015). La actividad en las redes sociales: Un estudio de caso en la industria del fitness [The activity on social networks: A case study in the fitness industry]. *Retos, Nuevas Tendencias en Educación Física, Deporte y Recreación*, 28, 44-49.

Gencer, R. T., Demir, C., & Aycan, A. (2008). Kayak merkezlerindeki spor turistlerinin hizmet kalitesi algılarını etkileyen değişkenler. *Ege Akademik Bakış*, 8(2), 437-450.

Gürbüz, B., Koçak, S., & Lam, T. C. E. (2005). The reliability and validity of the Turkish version of the service quality assessment scale. *Education and Science*, 30(138), 70-77.

Işın, S. M. (2013). *Hizmet kalitesinin SERVQUAL yöntemi ile ölçülmesi ve perakende sektöründe bir uygulama* (Yüksek lisans tezi). Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme ABD, Ankara.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Marketing management*. Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall.

Lee, S. (2017). Service quality of sports centers and customer loyalty. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 29(4), 870-879. Doi: <https://doi.org/10.1108/APJML-10-2016-0191>.

Lovelock, C. (2000). *Services marketing: People, technology, strategy*. 4th ed., New Jersey: Prentice Hall.

Meyer, B., & Niezgoda, A. (2018). The impact of the perception of leisure on recreational and tourism spaces in an urban area. *Turyzm*, 28(1), 47-52.

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A conceptual model of service quality and its implication for future research. *Journal of Marketing*, 49(Fall), 41-50.

Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., & Berry, L.L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40.

Roberts, C. (2001). *Competitive advantages of service quality in hospitality, tourism, and leisure services*. J. Kandampully, C. Mok, & B. Sparks, (Eds.). Service quality management in hospitality, tourism, and leisure. New York and London: Routledge.

Solak, N. (2015). *Spor işletmelerinde algılanan hizmet kalitesi üzerine bir araştırma* (Yüksek lisans tezi). Karadeniz Teknik Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Trabzon.

Tanrıku, G., & Ekici, S. (2020). Yerel yönetimlerin spor tesislerinden faydalanan yöre halkının hizmet kalitesi beklentisi ve algısına yönelik bir inceleme: Keçiören Belediyesi örneği. *Spor Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 5(1), 15-26. Doi: <https://doi.org/10.25307/jssr.664936>.

Theodorakis, N. D., Howat, G., Ko, Y. J., & Avourdiadou, S. (2014). A comparison of service evaluation models in the context of sport and fitness centres in Greece. *Managing Leisure*, 19(1), 18-35.

Tsitskari, E., Antoniadis, C. H., & Costa, G. (2014). Investigating the relationship among service quality, customer satisfaction and psychological commitment in Cyprian fitness centers. *Journal of Physical Education and Sport*, 14(4), 514-520.

Tsitskari, E., Tzetzis, G., & Konsoulas, D. (2017). Perceived service quality and loyalty of fitness centers' customers: Segmenting members through their exercise motives. *Services Marketing Quarterly*, 38(4), 253-268.

Türk Dil Kurumu. (2020). Erişim Adresi: <https://sozluk.gov.tr/>. Erişim tarihi: 29.03.2020

Wisniewski, M. (2001). Using SERVQUAL to assess customer satisfaction with public sector services. *Managing Service Quality*, 11(6), 380-388.

Yaşa, E. (2012). *Sağlık sektöründe hizmet kalitesi, müşteri memnuniyeti ve bağlılık ilişkisi: Devlet, özel ve üniversite hastaneleri karşılaştırması* (Yüksek lisans tezi). Çukurova Üniversitesi, Adana.

Yıldız, K., Polat, E., & Güzel, P. (2018). A Study investigating the perceived service quality levels of sport center members: A Kano model perspective. *Journal of Education and Training Studies*, 6(4), 177-188. Doi: <https://doi.org/10.11114/jets.v6i4.3045>.

Yıldız, K., Polat, E., Sönmezoğlu, U., & Çokpartal, C. (2016). Fitness merkezi üyelerinin algıladıkları hizmet kalitesinin belirleyicileri üzerine bir analiz. *Niğde Üniversitesi Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 10(3), 453-464.

Yıldız, S. M., & Tüfekçi, Ö. (2010). Fitness merkezi müşterilerinin hizmet kalitesine yönelik beklenti ve algılarının değerlendirilmesi. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 13(24), 1-11.

Yıldız, S., Duyan, M., & Günel, İ. (2018). Hizmet kalitesinin müşteri memnuniyeti üzerine etkisi: Fitness merkezlerinde ampirik bir uygulama. *Spor Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 3(1), 1-8. Doi: <https://doi.org/10.25307/jssr.344971>.

Yıldız, S. M. (2008). Spor hizmetleri kalitesini değerlendirmede kullanılacak hizmet kalitesi modelleri ve ölçüm araçları. *Gazi Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 8(3), 35-48.

Zeithaml, V. A., & Bitner, M. J. (2000). *Services marketing*. Boston: Irwin Mcgraw-Hill.

Makale Geliş: 10.04.2020

Makale Kabul: 02.06.2020

Açık Erişim Politikası

Bu eser Creative Commons Atıf-GayriTicari 4.0 Uluslararası Lisansı ile lisanslanmıştır. <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.tr>