

Spor Tesisleri Müşteri Memnuniyeti Ölçeği Geliştirilmesi: Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması

Sports Facilities Customer Satisfaction Measures Development: Validity And Reliability Study

Dr. Mehmet YILDIRIM *

Öz:

Bu çalışmanın amacı; spor tesislerinden yararlanan bireylerin tesisler hakkındaki görüşlerini belirleyebilecek geçerli ve güvenilir bir ölçek geliştirmektir. Araştırmanın çalışma grubunu Eskişehir Osmangazi Üniversitesi spor tesislerinden yararlanan 244'ü erkek, 316'sı ise kadın toplam 560 kişi oluşturmaktadır. Tesislerden yararlanan kişilerin 368'i fitness, 192'si ise pilates çalışmalarına devam eden kişilerdir. Ölçeğin geçerlik çalışmaları kapsamında açıklayıcı ve doğrulayıcı faktör analizi çalışmalarına yer verilmiştir. Açıklayıcı faktör analizi SPSS 18 paket programıyla, doğrulayıcı faktör analizi LISREL 8.8 programıyla gerçekleştirilmiştir. Açıklayıcı faktör analizi sonucunda spor tesisleri müşteri memnuniyeti ölçeği maddelerinin 8 boyut altında toplandığı görülmüştür. Gerçekleştirilen DFA sonucunda uyum iyiliği indekslerinin literatürde belirtilen değerlerde olduğu tespit edilmiştir. Araştırmada "Spor Tesisleri Müşteri Memnuniyeti Ölçeğinin" müşteri görüşlerini belirlemek amacıyla kullanılabilceği sonucuna varılmıştır.

Anahtar kelimeler: Spor tesisi, müşteri, memnuniyet, ölçek

* Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Spor Salonu, Eskişehir, Türkiye, mehmet2682@hotmail.com

Abstract:

The aim of the study was to develop the valid and reliable scale to determine the thoughts about facilities people using the sports facilities. The research group is consists 224 men and 316 women total 560 person using the sports facilities in Eskişehir Osmangazi University. 368 person fitness excersize , 192 person pilates excersize continues in people who use the sports facilities. Exploratory and confirmatory factor analysis was carried for the validity of the scale. Exploratory factor analyze was carried with SPSS 18 program. Confirmatory factor analyze was carried with LISREL 8.8 program. As a result of exploratory factor analysis was determined 8 factor creating of customer satisfaction scale items of sports facilities. As a result of confirmatory factor analysis was determined compliance index values as described compliance index values in the literatüre. As a result of research; Customer satisfaction scale of sports facilities can use to determine customers thoughts

Keywords: Sports facilities, customer, satisfaction, scale

Giriş:

İnsanlar tarafından sağlıklı bir yaşamın devam ettirilebilmesi adına fiziksel etkinliğin öneminin daha iyi anlaşılması ve insanların serbest zamanlarından spor aktivitelerine ayırdıkları zamanın artması sonucunda fitness ve rekreatif faaliyetlere duyulan ilgi yoğunlaşmıştır. Buna bağlı olarak ise spor merkezleri, fitness merkezleri ve sağlık kulüpleri gibi tesislerin sayısında önemli bir artış meydana gelmiştir.

Spor tesisi denildiğinde her yaş grubundaki insanın sağlıklı kalabilmesi ve yaşayabilmesi için özel ve kamu kuruluşları tarafından farklı branş türlerinde hizmet veren aktivite yerleri aklı gelmektedir (Akdeniz, 2004). Mucuk (2003), Sabuncuoğlu ve Tokol (2001)'e göre ise müşterilerin sporla ilgili ihtiyaçlarını karşılayabilmek ve belirlenen amaçlara ulaşabilmek için emek, sermaye, doğal kaynaklar, bilgi, teknoloji gibi faktörlerin bir araya getirilerek sporla ilgili mal ve hizmetlere dönüştürüldüğü birimler olarak tanımlanmıştır.

Spor merkezlerinin birçoğu fitness, pilates, sauna vb birçok farklı alanda hizmet vermektedir (Akdeniz, 2004). Spor tesisleri bu hizmetleri sunarken müşteri merkezli olmalı ve müşteri memnuniyetini sağlamak durumundadır (Park ve Kim, 2000). Müşteriler gitmiş oldukları spor merkezinden memnun oldukları sürece o tesise tekrar gideceklerinden, ürünlerin ve faaliyetlerin müşteriye sunulmuş şekli diğer birçok işletmede olduğu gibi spor tesisleri için de çok önemlidir. Müşteriler kalite konusunda yüksek beklentide olduklarından dolayı tesislerde kaliteli hizmet verilememesi durumunda müşteri kaybı meydana gelebilecektir. Spor tesislerine giden müşterilerin her birinin farklı beklentisi ve katılım sebebi vardır. Kimisi sağlıklı yaşam, kimisi stresten uzaklaşmak, kimileri ise zayıflamak, zinde kalmak için aktivitelere katılım göstermektedir (Akdeniz, 2004). Dolayısıyla tesis yöneticileri

müşterilerin istek, ihtiyaç ve beklentilerini cevap verebilecek ve müşteri memnuniyetini sağlayacak stratejiler geliştirmelidir.

Memnuniyet; müşterinin arzu ettiği ve beklediği hizmete verdiği cevap olarak değerlendirilebilir (Oliver, 1997). Müşteri memnuniyeti ise müşterinin bir ürün veya hizmetten beklediğini elde etmenin verdiği iyi hissetme veya hoşnutluğu ifade eden psikolojik bir kavramdır (Pizam ve Ellis, 1999; 327). Oliver, müşteri memnuniyetini; bir mal veya hizmetin bir özelliğinden veya bütün olarak kendisinden, tüketimle ilgili keyif verici tatminkarlık yargısı olarak ifade etmektedir (Duman, 2003; 47). Müşteri memnuniyeti, müşterinin tanımladığı, hizmeti sağlama odaklıdır (Gibert ve Horsnell, 1998; 451). Tanımlardan anlaşıldığı gibi müşteri memnuniyetini en önemli koşulu, almış oldukları hizmetlerin; ihtiyaç ve beklentilerini ne derecede karşılamış olduğudur.

Tüm işletmelerde olduğu gibi spor tesislerinde de müşterilerin istek ve ihtiyaçlarına kaliteli hizmet verebilecek ve onların memnuniyet düzeylerini yüksek tutabilecek yönetim anlayışları benimsenmelidir. Günümüzde farklı alanlarda meydana gelen gelişmeler ve çok çabuk değişen koşullar insanların da ihtiyaç ve beklentilerin değişmesine yol açabilmektedir. Dolayısıyla günün şartlarına göre spor işletmeleri de yeni eğilimler oluşturmalı, araç-gereçlerini yenilemeli, antrenörleri vermiş oldukları eğitimler konusunda kendini güncellemeli ve tesislerin sunmuş olduğu fiziki ve sosyal imkanlar genişletilmelidir. Bu süreçte kendini yenileyerek koşullara ayak uyduran, müşterilerin istek, ihtiyaç ve beklentilerine kısa sürede cevap verebilen işletmeler daha fazla tercih edilecektir. Çünkü spor işletmelerinde tercih edilmenin yolunun kaliteli hizmet sunarak müşteri memnuniyetini sağlamaktan geçtiği düşünülmektedir. Bütün bunlar doğrultusunda bu araştırmada spor tesislerinden yararlanan kişilerin tesisler hakkındaki görüş ve düşüncelerini belirleyebilecek bir ölçek geliştirmek amaçlanmıştır.

Yöntem

Çalışma grubu

Bu çalışma; 2013-2014 eğitim-öğretim yılında Eskişehir Osmangazi Üniversitesi spor tesislerine spor yapmaya gelen öğrenci, personel ve diğer üyeler üzerinde yürütülmüştür. Çalışma grubu Eskişehir Osmangazi Üniversitesi fitness merkezi ve pilates çalışmalarına gelen üyelerden oluşmuştur.

Tablo 1. Ön Uygulamada Ulaşılan Kişiler

	Ulaşılan Üye Sayısı	Erkek	Kadın
Esk. Osmangazi Üniv. Öğrenci	316	184	132
Anadolu Üniv. Öğrenci	16	4	12
Esk. Osmangazi Üniv. Personel	120	32	88
Anadolu Üniv. Personel	4	-	4
Diğer (Üniversite Harici) Üyeler	104	24	80
Toplam	560	244	316

Taslak ölçeğin uygulanması aşamasında 600 kişiye ulaşılmıştır. Ölçek formlarının değerlendirilmesi esnasında 40 ölçeğin değerlendirmeye uygun olmayan biçimde doldurulduğu tespit edilmiş ve değerlendirmeler 244 erkek, 316 kadın toplam 560 kişi üzerinde gerçekleştirilmiştir. Comrey ve Lee (1992) faktör analizinde yeterli örneklem büyüklüğü için 50'nin çok zayıf, 100'un zayıf, 200'un orta 300'un iyi 500'un çok iyi ve 1000'in mükemmel olduğunu belirtmektedir (Comrey ve Lee, 1992; Akt; Cokluk ve ark., 2010; 206) Ancak yüksek yük değerleri elde etmek için, büyük örneklem gerekeceği, 150 civarında örneklem büyüklüğünün yeterli olabileceği ifade edilmektedir. Örneklem büyüklüğü madde ya da faktör sayısı gibi bağıl ölçütlere dayalı olarak da tahmin edilebilmektedir. Kline (1994) örneklem sayısının madde sayısının 10 katı olması gerektiğini önermektedir. Bu çalışmada kullanılan taslak ölçek formunda 41 madde bulunmaktadır. 41 maddelik taslak ölçek ($41 \times 10 = 410$) için 560 kişilik grubun yeterli olduğu söylenebilir.

Ölçek Geliştirme Süreci

Ülkemizde literatür incelendiğinde ölçek geliştirme aşamalarının şu şekilde yapıldığı görülmüştür (Erkuş ve ark., 2000, Balcı, 2001, Büyüköztürk, 2009).

- Madde Havuzu oluşturulması
- Uzman görüşüne alınması
- Pilot çalışma
- Ölçek geçerlik ve güvenilirliğinin test edilmesi
- Ölçek sadeleştirme ve son şeklinin verilmesi

Bu araştırmada da ölçeğin geliştirilmesi sürecinde Erkuş ve ark., (2000), Balcı (2001) ve Büyüköztürk (2009) tarafından önerilen veri toplama aracının geliştirilmesi süreci şu şekilde gerçekleştirilmiştir.

Problemin Tanımlanması: İlk aşamada araştırma problemi ve amacı belirlenmiştir.

Müşterilere Metin Yazdırma: İkinci aşamada spor tesislerinden yararlanan kişilerden spor tesislerine yönelik düşünce ve görüşlerini anlatan bir metin yazmaları istenmiştir.

Madde Havuzu Oluşturma: Üçüncü aşamada spor tesislerinde yararlanan kişilerin yazmış olduğu metinlerden faydalanılarak 41 soruluk bir madde havuzu oluşturulmuştur.

Uzman Görüşüne Başvurulması (Kapsam Geçerliği): Hazırlanan ölçekteki yer alan ifadeler deneme amacıyla uygulanmadan önce antrenörlere, yöneticilere ve alan uzmanlarına gösterilmiştir. Ölçekte yer alan maddelerin anlaşılır olup olmadığı ve bu maddelerin amaca yönelik bir değerlendirme yapıp yapmayacağı ile ilgili

görüşler alınmıştır. Eleştiriler doğrultusunda madde havuzundaki 1 soru çıkarılmış, bazı sorulardaki yazım hataları düzeltilmiş ve uygulamaya konulmuştur.

Faktör Analizi Aşaması: Ölçeğin yapı geçerliğini sağlamak için açıklayıcı ve doğrulayıcı faktör analizinde yararlanılmıştır.

Güvenirlik Hesaplanması: Ölçeğin ve ölçeği oluşturan faktörlerin içsel tutarlılığının belirlenmesi amacıyla Cronbach Alpha güvenirlik testi uygulanmıştır.

Ölçeğe Son Şeklinin Verilmesi: Geçerlik ve güvenirlik çalışmalarından sonra ölçeğe nihai şekli verilmiştir.

Ölçek Maddelerinin Oluşturulması ve Puanlaması

Ölçeğe ilişkin maddelerin oluşturulması için spor tesislerinden faydalanan kişilere tesislerle ilgili görüş ve düşüncelerini belirten bir metin yazmaları istenmiştir. Yapılan literatür taraması ve kişilerin tesislerle ilgili yazmış oldukları görüş ve düşüncelerden yola çıkarak ölçeğin ön uygulama formu 41 maddeden oluşmuştur. Çalışmada 3'lü likert tipi ölçekleme kullanılmıştır. Geliştirilen ölçekteki maddelerin puanlaması ve veri giriş değerleri tablo 2'de gösterilmiştir.

Tablo 2: Ölçekteki Maddelerin Puanlandırılması

	Maddelerin Puanlaması
Hayır	1
Kısmen	2
Evet	3

Verilerin Elde Edilmesi ve Analiz Aşaması

Spor tesisleri müşteri memnuniyeti ölçeğinin ön deneme çalışması Eskişehir Osmangazi üniversitesi spor tesislerinden yararlanan 600 kişiye gerçekleştirilmiştir. Uygulama sonrasında yapılan ön kontrollerden sonra eksik ve hatalı doldurulan 40 anket değerlendirme dışı bırakılmıştır. Elde edilen veriler açıklayıcı faktör analizi ve güvenirlik analizi (Cronbach Alpha) yapılması amacıyla SPSS 18 paket programına aktarılarak analiz edilmiştir. Açıklayıcı faktör analizi ile elde edilen ölçeğin tek boyutluluğunun incelenmesine ise doğrulayıcı faktör analizi ile bakılmıştır. Doğrulayıcı faktör analizi LISREL 8.8 paket programı kullanılarak yapılmıştır.

Bulgular

Araştırmaya katılan kişilere yönelik bilgiler tablo 3’de verilmiştir.

Tablo 3: Spor Tesislerinden Yararlanan Kişilere İlişkin Bulgular

		N	%
Cinsiyet	Erkek	244	43.6
	Kadın	316	56.4
Uğraştığı Spor Aktivitesi	Fitness	368	65.7
	Pilates	192	34.3
Tesise Üyelik Durumu	1 hafta- 1 ay	88	15.7
	1 ay - 3 ay	124	22.1
	3 ay - 6 ay	84	15.0
	6 ay - 1 yıl	76	13.6
	1 yıl ve üzeri	188	33.6

Tablo 3’de görüldüğü üzere spor tesislerinden yararlanan kişilerin 244’ü (%43.6) erkek ve 316’sı (%56.4) kadın müşterilerdir. 368’si (%65.7) fitness, 192’si (%34.3) ise pilates sporu ile uğraşmaktadır. Tesislerden yararlanan kişilerin 188’si (%33.6) 1 yıl ve üzeri, 124’ü (%22.1) 1 ay-3 ay, 88’i (%15.7) 1 hafta – 1 ay, 84’ü (% 15.0) 3 ay – 6 ay ve 76’sı (%13.6) 6 ay – 1 yıl süreyle tesislere üyeliklerini devam ettirmektedir.

Ölçeğin Geçerliliği

Geçerlik bir ölçme aracının ölçmeyi amaçladığı özelliği, başka herhangi bir özellikle karıştırmadan doğru ölçebilme derecesidir (Tekin, 1977). Bu doğrultuda, ölçeğin kapsam ve yapı geçerliliğine yönelik bilgilere yer verilmiştir.

Kapsam Geçerliliği

Bir bütün olarak ölçeğin ve ölçekte yer alan her bir maddenin amaca ne derecede hizmet ettiğinin göstergesidir (Tekin, 1977). Spor tesisleri müşteri memnuniyeti ölçeğinin kapsam geçerliğinin sağlanması adına alan uzmanlarından her maddeyi değerlendirmesi istenilmiştir. Ölçek ile ilgili uzmanların görüşleri alınması sonucunda gerekli düzeltmeler yapılmış ve kapsam geçerliği sağlanmıştır. Uzman görüşlerinin maddelere göre dağılımını belirten değerlendirme sonuçları tablo 4’de gösterilmiştir.

Tablo 4. Spor Tesisleri Müşteri Memnuniyeti Taslak Ölçeğinin Kapsam Geçerliği Uzman Görüşleri Sonuçları

Maddeler	Uygundur	Uygun Değildir	Değiştirilerek Kullanılabilir
Madde 1	X		
Madde 2	X		
Madde 3	X		
Madde 4	X		
Madde 5	X		
Madde 6	X		
Madde 7	X		
Madde 8	X		
Madde 9	X		
Madde 10	X		
Madde 11	X		
Madde 12	X		
Madde 13			X
Madde 14	X		
Madde 15			X
Madde 16	X		
Madde 17	X		
Madde 18	X		
Madde 19	X		
Madde 20	X		
Madde 21	X		
Madde 22	X		
Madde 23	X		
Madde 24	X		
Madde 25	X		
Madde 26	X		
Madde 27	X		
Madde 28	X		
Madde 29	X		
Madde 30	X		
Madde 31	X		
Madde 32	X		

Madde 33		X	
Madde 34	X		
Madde 35	X		
Madde 36	X		
Madde 37	X		
Madde 38	X		
Madde 39	X		
Madde 40	X		
Madde 41	X		

Başvurulan uzman görüşleri sonucunda kapsam geçerliğini sağlamadığı düşünülen 1 madde ölçekten çıkarılmıştır. 2 madde üzerinde ise uzman tavsiyeleri doğrultusunda gerekli düzenlemeler yapıldıktan sonra ölçekte kullanılmıştır.

Yapı Geçerliği

Yapı birbiriyle ilgili olduğu düşünülen belli öğelerin veya öğeler arasındaki ilişkilerin oluşturduğu bir örüntüdür. Bir ölçeğin yapı geçerliğini belirleme süreci bir ölçüde bilimsel kuram geliştirme süreciyle aynıdır (Tekin, 1977).

Spor tesisleri müşteri memnuniyeti ölçeğinin yapı geçerliğinin ortaya konulması amacıyla 560 kişiden elde edilen verilere faktör analizi ve Cronbach Alpha analizi gerçekleştirilmiştir. Geliştirilen ölçeğin boyutlarının belirlenmesi amacıyla öncelikle açıklayıcı faktör analizinden (AFA), belirlenen boyutların doğrulanması ve ölçeğin geçerliği ve güvenilirliğinin test edilmesi için ise doğrulayıcı faktör analizinden (DFA) yararlanılmıştır. Doğrulayıcı faktör analizi sonucunda modelin kabul edilebilmesi için uyum iyiliği indeksi değerlerinin istenilen değerler arasında olması koşulu aranmıştır.

Açıklayıcı faktör analizine başlamadan önce; örneklem büyüklüğünün analize uygunluğunu belirlemek amacıyla Kaiser Meyer Olkin (KMO) testi ve değişkenler arasındaki ilişkiyi test etmek için Barlett's Sphericity testi sonuçları incelenmiştir. KMO değerinin 0.5 – 1.0 arasında olması kabul edilebilir değerler olarak görülmektedir. Ancak araştırmalarda tatminkar olarak düşünülen asgari değer 0.7'dir (Altunışık ve ark., 2005; 216-217, Chong ve Rundus, 2004). Spor Tesisleri Müşteri Memnuniyeti ölçeğinin KMO değeri 0.78 olarak tespit edilmiştir. Bu değer örneklem büyüklüğünün faktör analizi için yeterli olduğunu göstermektedir. Verilerin faktör analizine uygunluğunu gösteren Barlett's Sphericity testi sonucu $\chi^2=11253,259$; $sd=496$, $p<0.001$ olarak bulunmuştur.

Açıklayıcı faktör analizinde verilerin faktör yapısı Varimax rotasyonu kullanılarak temel bileşenler yöntemiyle belirlenmiştir. Açıklayıcı faktör analizi sonucunda 40 maddenin 11 ayrı boyut altında toplandığı görülmüştür. Bu 40 madde binişiklik ve faktör yük değerlerinin kabul düzeylerini karşılaması açısından de-

ğerlendirilerek faktör eksiltme yoluna gidilmiştir. Bir maddenin binişik olması için birden fazla faktörde kabul düzeyinden yüksek yük değeri vermesi ve iki yada daha fazla faktörde yük değerleri arasındaki farkın 0.10'dan küçük olması gerekmektedir (Çokluk ve ark., 2010, 233). Bu şekilde olan maddeler ölçekten çıkarılmıştır. Anlamli yapıların ortaya çıkması amacıyla faktör yük değerleri kabul düzeyleri 0.40 olarak belirlenmelidir (Hair ve ark., 1998; 111). Bu doğrultuda faktör yük değeri 0.40'tan aşağıda olan maddeler ölçekten çıkartılmıştır. Madde eksiltmesi sonucunda taslak ölçekte yer alan 40 madde, 32 maddeye indirilmiştir.

AFA analizi sonucunda ölçekte yer alan maddeler 8 boyut altında toplanmıştır. 1. Boyut= Antrenör Yaklaşımı, 2. Boyut= Destek Personeli Yaklaşımı, 3. Boyut= Kişisel ve Sosyal Gelişim, 4. Boyut= Hijyen, 5. Boyut= Kantin Hizmetleri, 6. Boyut= Program Desteği, 7. Boyut= Atmosfer, 8. Boyut= Uygunluk/Rahatlık olarak isimlendirilmiştir. Tablo 5'de spor tesisleri müşteri memnuniyeti ölçeği açıklayıcı faktör analizi sonuçlarına yer verilmiştir.

Tablo 5. Spor Tesisleri Müşteri Memnuniyeti Ölçeği Açıklayıcı Faktör Analizi Sonuçları

İFADELER	F1	F2	F3	F4	F5	F6	F7	F8
Faktör 1: Antrenör Yaklaşımı								
Antrenörler beni dinler ve anlamaya çalışır	0.86							
Antrenörler iyi eğitilmiştir.	0.84							
Antrenörler işine karşı ilgili ve özenlidir.	0.80							
Antrenörler yardımseverdir.	0.78							
Antrenörler nazik, saygılı ve güler yüzlüdür.	0.74							
Antrenörler yapacağım egzersizle ilgili olarak beni bilgilendirir.	0.66							
Antrenörlerin birbirlerine karşı olan yaklaşımından memnunuz.	0.61							
Faktör 2: Destek Personeli Yaklaşımı								
Diğer personel (danışma, vevne, hizmetli vb.) nazik, saygılı ve güler yüzlüdür.		0.89						
Diğer personel (danışma, vevne, hizmetli vb.) yardımseverdir.		0.88						

Diğer personelin (danışma, vezne, hizmetli vb.) birbirine karşı yaklaşımından memnunuz.	0.81						
Diğer personel (danışma, vezne, hizmetli vb.) tüm sorunlarımı beni tatmin edecek cevaplar verir ve çözüm bulur.	0.79						
Faktör 3: Kişisel ve Sosyal Geleşim							
Burada egzersiz yapmak, bana sosyalleşme imkanı verir.	0.84						
Burada egzersiz yapmak, bana yeni şeyler öğrenme fırsatı verir.	0.78						
Burada egzersiz yapmak, bana başarı duygusu verir.	0.66						
Diğer üyelerin bana yaklaşımı dostçadır.	0.58						
Faktör 4: Hijyen							
Soyunma odaları temizdir.	0.88						
Soyunma odalarındaki duşlar temiz ve sorunsuzdur.	0.74						
Egzersiz alanları temizdir.	0.73						
Tesisteki soyunma odaları ihtiyacımızı karşılayacak büyüklüktedir.	0.64						
Faktör 5: Kantin Hizmetleri							
Tesis içindeki kantin hizmetlerinden memnunuz.	0.85						
Tesis içindeki kantinden her istediğimi bulabiliyorum.	0.79						
Tesis içindeki kantin personeli nazik, saygılı ve güler yüzlüdür.	0.75						
Tesiste egzersiz sonrası dinlenme alanları mevcuttur.	0.56						
Faktör 6: Program Desteği							
Antrenörlerin sunduğu program sağlıklı kalmama yardımcı oluyor.	0.70						

Antrenörler bana özel program yapıyor.						0.70		
Antrenörlerin sunduğu program fiziksel olarak rahatlama yardımcı oluyor.						0.69		
Faktör 7: Atmosfer								
Tesisin havalandırması iyidir.						0.67		
Tesisin aydınlatma sistemi yeterlidir.						0.64		
Spor merkezinde kullanabileceğim aletler çeşitlidir.						0.63		
Egzersiz alanlarında çalışan müzikler motive edicidir.						0.50		
Faktör 8: Uygunluk/Rahatlık								
Tesisin yiyecek ve içecek hizmetleri bütçeme uygundur.								0.76
Tesise ailemle gönül rahatlığı ile gelebilirim.								0.72
AÇIKLANAN VARYANS	15.84	10.46	8.35	8.34	8.21	6.66	6.43	5.50
CRONBACH ALPHA	0.90	0.90	0.78	0.80	0.78	0.74	0.63	0.72
KMO= 0.78								
Barlett's = $\chi^2= 11253,259$; sd= 496, p<0.001								
AÇIKLANAN TOPLAM VARYANS= % 70								
TOPLAM GÜVENİRLİK= 0.90								

Spor tesisleri müşteri memnuniyeti ölçeği antrenör yaklaşımı boyutu altında 7 madde yer aldığı görülmüştür. Bu boyutu oluşturan maddelerin faktör yük değerleri 0.61 - 0.86 arasında değişmektedir. Boyuta ilişkin Cronbach Alpha değeri ise 0.90 bulunmuştur. Antrenör yaklaşımı boyutu toplam varyansın % 15.84'ünü açıklamaktadır.

Spor tesisleri müşteri memnuniyeti ölçeği destek personeli yaklaşımı boyutu altında 4 madde yer aldığı görülmüştür. Bu boyutu oluşturan maddelerin faktör yük değerleri 0.79 - 0.89 arasında değişmektedir. Boyuta ilişkin Cronbach Alpha değeri ise 0.90 bulunmuştur. Destek personeli yaklaşımı boyutu toplam varyansın % 10.46'sını açıklamaktadır.

Spor tesisleri müşteri memnuniyeti ölçeği kişisel ve sosyal gelişim boyutu altında 4 madde yer aldığı görülmüştür. Bu boyutu oluşturan maddelerin faktör yük değerleri 0.58 – 0.84 arasında değişmektedir. Boyuta ilişkin Cronbach Alpha değeri ise 0.78 bulunmuştur. Sosyal gelişim boyutu toplam varyansın % 8.35'ini açıklamaktadır.

Spor tesisleri müşteri memnuniyeti ölçeği hijyen boyutu altında 4 madde yer aldığı görülmüştür. Bu boyutu oluşturan maddelerin faktör yük değerleri 0.64 – 0.88 arasında değişmektedir. Boyuta ilişkin Cronbach Alpha değeri ise 0.80 bulunmuştur. Hijyen boyutu toplam varyansın % 8.34'ünü açıklamaktadır.

Spor tesisleri müşteri memnuniyeti ölçeği kantin hizmetleri boyutu altında 4 madde yer aldığı görülmüştür. Bu boyutu oluşturan maddelerin faktör yük değerleri 0.56 – 0.85 arasında değişmektedir. Boyuta ilişkin Cronbach Alpha değeri ise 0.78 bulunmuştur. Kantin hizmetleri boyutu toplam varyansın % 8.21'ini açıklamaktadır.

Spor tesisleri müşteri memnuniyeti ölçeği program desteği boyutu altında 3 madde yer aldığı görülmüştür. Bu boyutu oluşturan maddelerin faktör yük değerleri 0.69-0.70 olarak belirlenmiştir. Boyuta ilişkin Cronbach Alpha değeri ise 0.74 bulunmuştur. Program desteği boyutu toplam varyansın % 6.66'sını açıklamaktadır.

Spor tesisleri müşteri memnuniyeti ölçeği atmosfer boyutu altında 4 madde yer aldığı görülmüştür. Bu boyutu oluşturan maddelerin faktör yük değerleri 0.50 – 0.67 arasında değişmektedir. Boyuta ilişkin Cronbach Alpha değeri ise 0.63 bulunmuştur. Atmosfer boyutu toplam varyansın % 6.43'ünü açıklamaktadır.

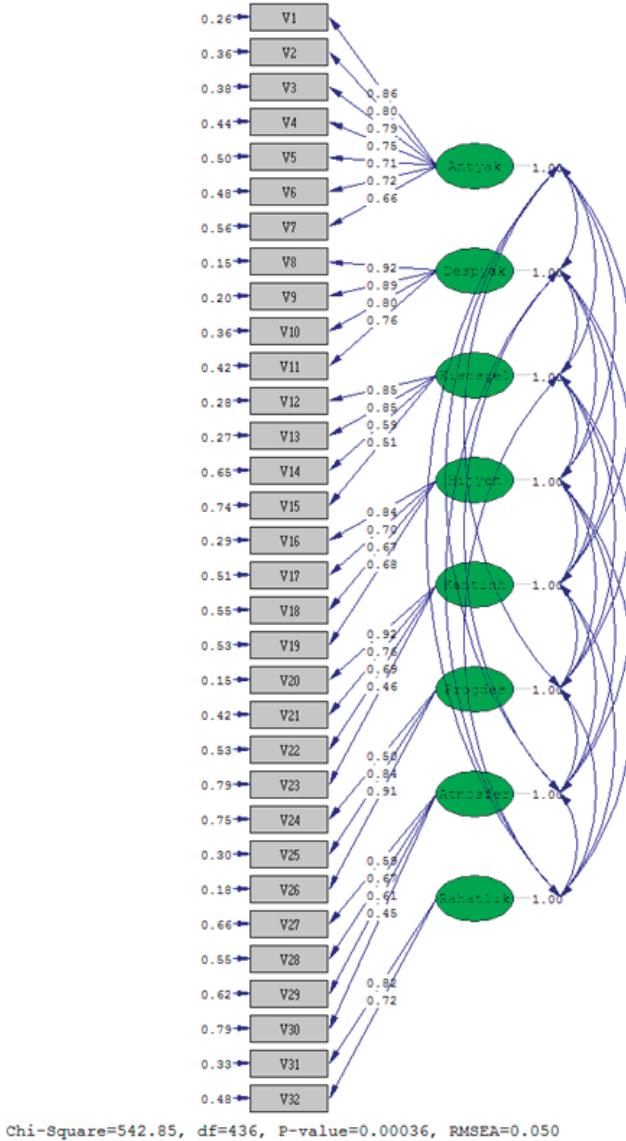
Spor tesisleri müşteri memnuniyeti ölçeği uygunluk/rahatlık boyutu altında 2 madde yer aldığı görülmüştür. Bu boyutu oluşturan maddelerin faktör yük değerleri 0.72 – 0.76 olarak belirlenmiştir. Boyuta ilişkin Cronbach Alpha değeri ise 0.72 bulunmuştur. Uygunluk/Rahatlık boyutu toplam varyansın % 5.50'sini açıklamaktadır.

Spor tesisleri müşteri memnuniyeti ölçeğine ilişkin toplam varyans ise % 70 olarak bulunmuştur. Çok faktörlü ölçeklerde açıklanan varyansın % 40 ile % 60 arasında olması yeterli olarak görülmektedir (Şekercioğlu, 2009; 153). Bu doğrultuda tanımlanan 8 faktörün toplam varyansa yaptığı katkının yeterli olduğu belirlenmiştir. Gerçekleştirilen Cronbach Alpha testi sonucunda toplam ölçek alpha katsayısı 0.90 olarak tespit edilmiştir. Nunnaly ve Bernstein (1994) Cronbach Alpha katsayısının $0.70 \leq \alpha < 0.90$ olmasının ölçeğin yüksek derecede güvenilirlik düzeyine sahip olduğunu, ölçeğin toplum taramalarında ve bilimsel yargıların oluşturulmasında güvenle kullanılabileceğini belirtmişlerdir.

Açıklayıcı faktör analizi ile elde edilen ölçeğin tek boyutluluğunun incelenmesi için doğrulayıcı faktör analizi yapılmıştır. Doğrulayıcı veya onaylayıcı faktör analizi olarak da bilinen analiz önceden belirlenmiş olan bir ilişkiyi test etmek amacıyla kullanılan bir tekniktir (Hair ve ark., 1998; 111). Açıklayıcı faktör analizi

(AFA) ile doğrulayıcı faktör analizi (DFA) arasındaki temel fark, AFA belirgin bir tek boyutluluk sağlayamazken, DFA içsel ve dışsal tutarlık tarafından etkilenen kısıtlamalara göre kesin bir tek boyutluluk değerlendirmesi gerçekleştirebilmektedir (Gerbing ve Anderson, 1988; 186-192).

Açıklayıcı faktör analizi ile belirlenen sekiz faktör DFA'ya dahil edilmiştir. Spor Tesisleri Müşteri Memnuniyeti Ölçeğine ilişkin her maddenin her gözlenen değişkenle olan ilişkisi şekil 1'de gösterilmiştir.



Şekil 1: Spor Tesisleri Müşteri Memnuniyeti Ölçeği DFA Analizi Sonucu

Uyum iyiliği ölçütleri ve gerçekleştirilen analiz sonucunda spor tesisleri müşteri memnuniyeti ölçeğine ilişkin uyum indeksleri tablo 6'de gösterilmiştir.

Tablo 6. Uyum İyiliği Ölçütleri ve Spor Tesisleri Müşteri Memnuniyeti Ölçeğine İlişkin Uyum İndeksleri

Uyum Ölçütleri	İyi Uyum	Kabul Edilebilir Uyum	Araştırmada Elde Edilen Uyum İndeksleri
X^2/sd	$0 \leq X^2 \leq 2$	$2 \leq X^2 \leq 5$	1.24
RMSEA	$0 \leq RMSEA \leq 0.05$	$0.05 \leq RMSEA \leq 0.10$	0.05
RMR	$0 \leq RMR \leq 0.05$	$0.05 \leq RMR \leq 0.10$	0,03
GFI	$0.95 \leq GFI \leq 1.00$	$0.90 \leq GFI \leq 0.95$	0.75
AGFI	$0.90 \leq AGFI \leq 1.00$	$0.85 \leq AGFI \leq 0.90$	0.70
NFI	$0.95 \leq NFI \leq 1.00$	$0.85 \leq NFI \leq 0.95$	0.85
NNFI	$0.95 \leq NNFI \leq 1.00$	$0.90 \leq NNFI \leq 0.95$	0.95
CFI	$0.95 \leq CFI \leq 1.00$	$0.90 \leq CFI \leq 0.95$	0.94

Kaynak: Kelloway, 1998; Schermelleh ve ark., 2003; Baumgartner and Homburg, 1996; Bentler, 1980; Bentler and Bonett, 1980; Marsh, Hau, Artelt, Baumert and Peschar, 2006; Browne and Cudeck, 1993.

Uyum iyiliği indeksleri genellikle model tarafından açıklanan varyans ve kovaryans miktarının ölçümü olarak açıklanır. Uyum iyiliği indeksleri değerlerinin değerleri 1'e ne kadar yaklaşırsa modelin o veriye o kadar uyumlu olduğu söylenebilir (Dickey, 1996; Stapleton, 1997; Byrne, 1998). Gerçekleştirilen doğrulayıcı faktör analizine (DFA) göre spor tesisleri müşteri memnuniyeti ölçeğine ilişkin elde edilen uyum indeksleri şu şekildedir. Düzeltilmiş X^2 değeri ($542.85/436= 1.24$) olarak elde edildiğinden ölçek istatistiksel olarak anlamlı kabul edilmiştir.

DFA sonucunda X^2/sd dışında RMSEA, RMR, GFI, AGFI, NFI, NNFI, CFI uyum indeksleri incelenmiştir. RMSEA değeri 0.05 bulunmuştur. Bu değer 0.05'ten küçük veya eşit olması iyi uyumu, 0.05 ve 0.08 arasında olması yeterli bir uyumu; 0.08 ve 0.10 arasında ise vasat uyumu göstermektedir. Değerin 0.10'dan büyük olması ise modelin kabul edilemeyeceğini göstermektedir (Schermelleh ve ark., 2003; Çokluk ve ark., 2010; 269; Meydan ve Şeşen, 2011; 34). Ölçeğin RMR değeri 0.03 bulunmuştur. Bu değer 0.05'ten küçük veya eşit olması mükemmel uyumu, 0.05 ve 0.08 arasında olması iyi uyumu, 0.08 ve 0.10 arasında olması vasat uyumu göstermektedir. Ölçeğin GFI değeri 0.75, AGFI değeri 0.70, NFI değeri 0.85, NNFI değeri 0.95, CFI değeri 0.94 olarak bulunmuştur.

Spor tesisleri müşteri memnuniyeti ölçeğinin maddelerine yönelik yapılan DFA sonucunda ölçeğe ilişkin olarak GFI ve AGFI dışındaki uyum indekslerinin literatürde belirtilen değerler arasında olduğu, mükemmel / kabul edilebilir uyumu gösterdiği bulunmuştur. Spor tesislerinden yararlanan kişilerin memnuniyet durumlarının değerlendirilmesi amacıyla gerçekleştirilmiş olan bu ölçek çalışması ilk olduğundan bazı uyum indekslerinin düşük çıkması normal karşılanabilir.

Tablo 7. Spor Tesisleri Müşteri Memnuniyeti Doğrulamaya Faktör Analizi Sonuçları (Devamı)

İFADELER	SEFYD	S.H
Faktör 1: Antrenör Yaklaşımı		
Antrenörler beni dinler ve anlamaya çalışır	0.86	0.26
Antrenörler iyi eğitilmiştir.	0.80	0.36
Antrenörler işine karşı ilgili ve özenlidir.	0.79	0.38
Antrenörler yardımseverdir.	0.76	0.44
Antrenörler nazik, saygılı ve güler yüzlüdür.	0.71	0.50
Antrenörler yapacağım egzersizle ilgili olarak beni bilgilendirir.	0.72	0.48
Antrenörlerin birbirlerine karşı olan yaklaşımından memnunuzum.	0.66	0.56
Faktör 2: Destek Personeli Yaklaşımı		
Diğer personel (danışma, vezne, hizmetli vb.) nazik, saygılı ve güler yüzlüdür.	0.92	0.15
Diğer personel (danışma, vezne, hizmetli vb.) yardımseverdir.	0.89	0.20
Diğer personelin (danışma, vezne, hizmetli vb.) birbirine karşı yaklaşımından memnunuzum.	0.80	0.36
Diğer personel (danışma, vezne, hizmetli vb.) tüm sorunlarıma beni tatmin edecek cevaplar verir ve çözüm bulur.	0.76	0.42
Faktör 3: Kişisel ve Sosyal Gelişim		
Burada egzersiz yapmak, bana sosyalleşme imkanı verir.	0.85	0.28
Burada egzersiz yapmak, bana yeni şeyler öğrenme fırsatı verir.	0.85	0.27
Burada egzersiz yapmak, bana başarı duygusu verir.	0.59	0.65
Diğer üyelerin bana yaklaşımı dostçadır.	0.51	0.74
Faktör 4: Hijyen		
Soyunma odaları temizdir.	0.84	0.29
Soyunma odalarındaki duşlar temiz ve sorunsuzdur.	0.70	0.51
Egzersiz alanları temizdir.	0.67	0.55

Tesisteki soyunma odaları ihtiyacımızı karşılayacak büyüklüktedir.	0.68	0.53
Faktör 5: Kantin Hizmetleri		
Tesis içindeki kantin hizmetlerinden memnunum.	0.92	0.15
Tesis içindeki kantinden her istediğimi bulabiliyorum.	0.76	0.42
Tesis içindeki kantin personeli nazik, saygılı ve güler yüzlüdür.	0.69	0.53
Tesiste egzersiz sonrası dinlenme alanları mevcuttur.	0.46	0.79
Faktör 6: Program Desteği		
Antrenörlerin sunduğu program sağlıklı kalmama yardımcı oluyor.	0.50	0.75
Antrenörler bana özel program yapıyor.	0.84	0.30
Antrenörlerin sunduğu program fiziksel olarak rahatlamama yardımcı oluyor.	0.91	0.18
Faktör 7: Atmosfer		
Tesisin havalandırması iyidir.	0.58	0.66
Tesisin aydınlatma sistemi yeterlidir.	0.67	0.55
Spor merkezinde kullanabileceğim aletler çeşitlidir.	0.61	0.62
Egzersiz alanlarında çalınan müzikler motive edicidir.	0.46	0.79
Faktör 8: Uygunluk/Rahatlık		
Tesisin yiyecek ve içecek hizmetleri bütçeme uygundur.	0.82	0.33
Tesise ailemle gönül rahatlığı ile gelebilirim.	0.72	0.48

SEFYD: Standardize Edilmiş Faktör Yük Değerleri; S.H: Standart Hata

Tablo 7’de Spor tesisleri müşteri memnuniyeti ölçeğinin faktör analizi sonuçları her bir ifadeye ilişkin standardize edilmiş değerler ve standart hataları verilmiştir. Tablo incelendiğinde bütün gösterge değişkenlerin standardize edilmiş yük değerlerinin 0.40’ı aştığı tespit edilmiştir.

Sonuç:

Bu çalışmada spor tesislerinden yararlanan kişilerin tesis memnuniyetini ölçmek amacıyla ölçek geliştirilmiştir (Bkz: Ek 1). Ölçeğin kapsam geçerliği için uzman görüşleri alınmıştır. Uzman görüşleri doğrultusunda ölçekte yer alan 1 madde çıkarılmış, 2 madde ise gerekli düzeltmeler yapıldıktan sonra uygulamaya konulmuştur. Ölçeğin kapsam geçerliğini belirlemek için gerçekleştirilen açıklayıcı faktör analizi sonucunda ölçeğin 32 madde ve 8 boyuttan oluştuğu tespit edilmiştir. Bu boyutlar; antrenör yaklaşımı, destek personeli yaklaşımı, kişisel ve sosyal gelişim, hijyen, kantin hizmetleri, program desteği, atmosfer ve uygunluk/rahatlık olarak isimlendirilmiştir. Ölçeğin toplam güvenilirliği 0.90 olarak bulunmuştur. Alt boyutlara ilişkin güvenilirlik katsayıları 0.63 ile 0.90 arasında değişmektedir. Geliştirilen ölçek % 70’lik bir varyansı açıklamaktadır. Doğrulamalı faktör analizi sonu-

cu $X^2/sd= 1.24$ bulunmuştur. Ölçeğe ilişkin RMSEA, RMR, NFI, NNFI, CFI gibi diğer uyum indeksleri de incelendiğinde elde edilen değerlerin literatürde belirtilen değerler arasında olduğu görülmüştür. Gerçekleştirilen analizler sonucunda 32 madde ve 8 boyuttan oluşan Spor Tesisleri Müşteri Memnuniyeti Ölçeğine son şekli verilmiş ve veri toplama amacıyla kullanılabileceğine karar verilmiştir.

Elde edilen bulgular doğrultusunda çalışmada geliştirilen ölçeğin literatüre önemli bir katkı sağlayacağı, bundan sonra spor tesislerine yönelik yapılacak olan memnuniyet araştırmaları için yeterli bir ölçme aracı niteliği taşıdığı düşünülmektedir.

Kaynakça:

AKDENİZ, S. (2004), Özel Spor Merkezlerinde Hizmet Kavramının Önemi Ve Müşteri Memnuniyetine Yönelik Bir Uygulama, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

ALTUNIŞIK, R, COŞKUN. R., BAYRAKTAROĞLU, S., YILDIRIM, E., (2005), *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri: SPSS Uygulamalı*, Sakarya Yayınevi, Sakarya.

BALCI, A. (2001), *Sosyal Bilimlerde Araştırma, Yöntem, Teknik ve İlkeler*, (Üçüncü Basım) Pegem Yayınevi, Ankara.

BAUMGARTNER, H., HOMBURG, C., (1996), Applications of Structural Equation Modeling In Marketing And Consumer Research: A Review. International Journal of Research In Marketing, 13(2), 139-161.

BENTLER, P.M., (1980), Multivariate Analysis with Latent Variables: Causal Modeling. Annual Review of Psychology, 31, 419-456.

BENTLER, P. M., BONETT, D. G., (1980), Significance Tests And Goodness Of Fit In The Analysis Of Covariance Structures. Psychological Bulletin, 88, 588-606.

BÜYÜKÖZTÜRK, Ş. (2009), *Sosyal Bilimler İçin Veri Analizi Elkitabı (İstatistik, Araştırma Deseni SPSS Uygulamaları ve Yorum)*. Pegem Akademi Yayıncılık. Ankara.

BROWNE, M.W., CUDECK, R., (1993), Alternative Ways Of Assessing Model Fit. In: Bollen, K.A., & Long, J.S. (Eds.), Testing Structural Equation Models, Beverly Hills, CA: Sage, 136-162.

BYRNE, B. M. (1998), Structural Equation Modeling With Lisrel, Prelis And Simlis: Basic Concepts, Applications and Programming. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.

CHONG, V.K., RUNDUS, M.J. (2004), Total Quality Management, Market Competition And Organizational Performance, The British Accounting Review, 36(2), 155-172.

ÇOKLUK, Ö, ŞEKERCİOĞLU, Ç., BÜYÜKÖZTÜRK, Ş. (2010), *Sosyal Bilimler İçin Çok Değişkenli İstatistik: Spss ve Lisrel Uygulamaları*, Pegem, Ankara.

COMREY, A.L., LEE, H.B. (2010), *A First Course in Factor Analysis*, Hillsdale, N.J., L. Erlbaum Associates; 1992; Aktaran; Çokluk, O, Şekercioğlu, C. ve Büyüköztürk, Ş., *Sosyal Bilimler İçin Çok Değişkenli İstatistik: Spss ve Lisrel Uygulamaları*, Ankara, Pegem.

DUMAN, T. (2003), Richard L. Oliver'in Tüketici memnuniyeti (Consumer Satisfaction) ve Tüketici Değer Algısı (Consumer Value) Kavramları Hakkındaki Görüşleri: Teorik Bir Karşılaştırma, *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 5 (2), 45-56.

DİCKEY, D. (1996), *Testing The Fit of Our Models Of Psychological Dynamics Using Confirmatory Methods: An Introductory Primer*. (Advances in Social Science Methodology, 4 içinde. Editör: Bruce Thompson), London: JAI press Ltd.

ERKUŞ, A., SANLI, N., BAĞLI, M. T., GÜVEN, K. (2000), Öğretmenliğe İlişkin Tutum Ölçeği Geliştirilmesi, *Eğitim ve Bilim*, 25(116), 27-32.

GERBİNG, D.W., ANDERSON, J.C. (1988), An Updated Paradigm For Scale Development Incorporating Unidimensionality and Its Assessment, *Journal of Marketing Research*, 25 (2), 186-192.

GİLBERT, D., HORSNELL, S. (1998), Customer Satisfaction Measurement Practice In United Kingdom Hotels. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 22(4): 450-464.

HAİR, J.F. JR., ANDRESON, R.E., TAHTAM, R.L., BLACK, W.C. (1998), *Multivariate Data Analysis*, Fifth Edition Prentice-Hall International Inc, New Jersey.

KLİNE, P. (1994), *An Easy Guide to Factor Analysis*, New York, Routledge; Aktaran; Çokluk, O, Şekercioğlu, C. ve Büyüköztürk, Ş., *Sosyal Bilimler İçin Çok Değişkenli İstatistik: Spss ve Lisrel Uygulamaları*, Pegem, Ankara, 2010.

MARSH, H.W., HAU, K.T., ARTELT, C., BAUMERT, J., PESCHAR, J.L., (2006), OECD's Brief Self-Report Measure of Educational Psychology's Most Useful Affective Constructs: Cross-Cultural, Psychometric Comparisons Across 25 Countries. *International Journal of Testing*, 6(4), 311-360.

MEYDAN, C. H., ŞEŞEN, H., (2011), *Yapısal Eşitlik Modellemesi Amos Uygulamaları*, Detay Yayıncılık, Ankara.

MUCUK, İ. (2003), *Modern İşletmecilik*. (14.Basım). İstanbul: Türkmen Kitabevi.

OLİVER, R. L. (1997), *Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer*, Mcgraw-Hill, New York.

PARK, S.H., KİM, Y.M. (2000), Conceptualizing and Measuring the Attitudinal Loyalty Construct in Recreational Sport Context. Journal of Leisure Research; 14(1): 197- 207.

PİZAM, A., ELLİS, T. (1999), Customer Satisfaction and Its Measurement in Hospitality Enterprises, International Journal of Contemporary Hospitality Management, 11/7, 326-339.

SABUNCUOĞLU, Z., TOKUL, T. (2001), İşletme, Bursa: Ezgi Yayınları.

SCHERMELLEH, ENGEL, K., MOOS BRUGGER, H., MÜLER, H. (2003), Evaluating The Fit of Structural Equation Models: Tests of Significance and Descriptive, Goodnes of Fit Measures of Psychological Research Onlinei (8), 2, 23-74.

STAPLETON, C. D. (1997), Basic Concepts and Procedures of Confirmatory Factor Analysis. Educational Research Association, Report Evaluative (142), Speeches Meeting Papers (150).

ŞEKERCİOĞLU, G. (2009), Çocuklar İçin Benlik Algısı Profiline Uyarlanması ve Faktör Yapısının Farklı Değişkenlere Göre Eşitliğinin Test Edilmesi, Ankara Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Eğitimde Psikolojik Hizmetler Ana Bilim Dalı.

TEKİN, H. (1977), *Eğitimde Ölçme ve Değerlendirme*, Ankara, Mars Matbaası.

EK 1.

SPOR TESİSLERİ MÜŞTERİ MEMNUNİYETİ ÖLÇEĞİ

Aşağıda Spor Tesisi personeli, tesis yeterliliği ve tesis ortamı açısından değerlendireceğiniz birtakım ifadeler yer almaktadır. Her bir ifadenin sizin için doğru olup olmadığını düşünerek cevap veriniz. Cevabınız Hayır ise 1 şikkını, Kısmen ise 2 şikkını, Evet ise 3 şikkını işaretleyiniz.

	Hayır	Kısmen	Evet
Antrenörler iyi eğitilidir.	1	2	3
Antrenörler yardımseverdir.	1	2	3
Antrenörler nazik, saygılı ve güler yüzlüdür.	1	2	3
Antrenörler işine karşı ilgili ve özenlidir.	1	2	3
Antrenörler beni dinler ve anlamaya çalışır.	1	2	3
Antrenörler yapacağım egzersizle ilgili olarak beni bilgilendirir.	1	2	3
Antrenörlerin birbirlerine karşı olan yaklaşımından memnunum.	1	2	3

Diğer personel (danışma, vezne, hizmetli vb.) yardımseverdir.	1	2	3
Diğer personel (danışma, vezne, hizmetli vb.) nazik, saygılı ve güler yüzlüdür.	1	2	3
Diğer personel (danışma, vezne, hizmetli vb.) tüm sorunlarıma beni tatmin edecek cevaplar verir ve çözüm bulur.	1	2	3
Diğer personelin (danışma, vezne, hizmetli vb.) birbirine karşı yaklaşımından memnunum.	1	2	3
Antrenörler bana özel program yapıyor.	1	2	3
Antrenörlerin sunduğu program fiziksel olarak rahatlamama yardımcı oluyor.	1	2	3
Antrenörlerin sunduğu program sağlıklı kalmama yardımcı oluyor.	1	2	3
Tesis içindeki kantin hizmetlerinden memnunum.	1	2	3
Tesis içindeki kantinden her istediğimi bulabiliyorum.	1	2	3
Tesis içindeki kantin personeli nazik, saygılı ve güler yüzlüdür.	1	2	3
Egzersiz alanları temizdir.	1	2	3
Soyunma odaları temizdir.	1	2	3
Tesisin yiyecek ve içecek hizmetleri bütçeme uygundur.	1	2	3
Tesise ailemle gönül rahatlığı ile gelebilirim.	1	2	3
Diğer üyelerin bana yaklaşımı dostçadır.	1	2	3
Egzersiz alanlarında çalınan müzikler motive edicidir.	1	2	3
Burada egzersiz yapmak, bana sosyalleşme imkanı verir.	1	2	3
Burada egzersiz yapmak, bana yeni şeyler öğrenme fırsatı verir.	1	2	3
Burada egzersiz yapmak, bana başarı duygusu verir.	1	2	3
Spor merkezinde kullanabileceğim aletler çeşitlidir.	1	2	3
Tesisin havalandırması iyidir.	1	2	3
Tesisin aydınlatma sistemi yeterlidir.	1	2	3
Tesisteki soyunma odaları ihtiyacımızı karşılayacak büyüklüktedir.	1	2	3
Soyunma odalarındaki duşlar temiz ve sorunsuzdur.	1	2	3
Tesiste egzersiz sonrası dinlenme alanları mevcuttur.	1	2	3