

Spor İşletmelerinde Algılanan Hizmet Kalitesi Üzerine Bir Araştırma

Mustafa BAŞ¹Akın ÇELİK¹Nilüfer SOLAK²¹ Karadeniz Teknik Üniversitesi Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokulu - TRABZON² Karadeniz Teknik Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Beden Eğitimi ve Spor ABD - TRABZON

Özet

Hizmet işletmelerinin sundukları hizmetin kalitesi ile hizmeti alanlar tarafından algılanan hizmetin kalitesi arasında farklılıklar olabilmektedir. Bu açıdan değerlendirildiğinde sunulan hizmetin sunum kalitesi ön plana çıkmaktadır. Hizmet işletmeleri kapsamında değerlendirilebilecek olan spor işletmeleri için de sunulan hizmetin kalitesi önem arz etmektedir. Spor işletmelerinde algılanan hizmet kalitesini belirlemeye yönelik olarak hazırlanmış olan bu çalışma Ankara İlinde fitness hizmeti sunan spor işletmelerinde gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın örneklemini spor salonlarına üye 205 kişi oluşturmaktadır. Üyelerin 114'ü erkek, 91'i bayandır. Bu çalışmada veri toplama aracı olarak Lam'ın (2000) geliştirdiği ve Gürbüz ve ark., (2005) tarafından Türkçeye uyarlanıp geçerlik güvenirlik çalışması yapılmış olan "Service Quality Assessment Scale" (Hizmet Kalitesi Değerlendirme Ölçeği) kullanılmıştır. Araştırmadan elde edilen verilerin değerlendirilmesinde SPSS paket programından yararlanılmıştır. Araştırmadan elde edilen sonuçlara göre soyunma odasında beklenen hizmet kalitesinde 48 yaş ve üzeri katılımcılar diğer üyelere göre daha memnundur. Ayrıca bekar üyelere evli üyelere göre soyunma odası kalitesinde daha yüksek sonuçlara sahiptir.

Anahtar Kelimeler: Spor İşletmeleri, Hizmet Kalitesi, Kalite

A Study on The Quality Of The Service Perceived In Sports Enterprises

Abstract

There might be differences between the actual quality of the services given by the service enterprises and the quality perceived by the service receivers. This makes the quality of the services of great prominence. The quality of the service also matters for the sports enterprises, which can be considered as a branch of the service sector. This study aims to investigate the perceived service quality in the sports enterprises which offer fitness service in Ankara. The sampling group of the study include 205 members of the gyms in Ankara. 114 of the members are male and 91 are female. As the data collection tool, the present study uses Service Quality Assessment Scale, developed by Lam (2000) and translated into Turkish by Gürbüz et al. (2005) and whose validity and reliability have already been controlled by researchers. To evaluate the data collected by the survey, SPSS package is used. The study concludes that, in terms of the expected service quality in changing rooms, members who are 48 years old and above are more satisfied than other members. Also, single members have higher results in terms of the service quality in changing rooms than married ones.

KeyWords: Sports enterprises, Service quality, quality, Perception

Orijinal Makale

Yayın Bilgileri

Gönderi Tarihi: 12.10.2017
Kabul Tarihi: 30.11.2017
Yayın Tarihi: 18.12.2017

Sorumlu Yazar

e-mail: mustafaabat@hotmail.com

Original Article

Article Info

Received: 12.10.2017
Accepted: 30.11.2017
Published: 18.12.2017

Corresponding Author

e-mail: mustafaabat@hotmail.com

Giriş

İşletmeler, üretmiş oldukları mal ve hizmetler ile müşterilerin taleplerinin buluşmasının neticesinde varlıklarını devam ettirebilen kuruluş ve organizasyonlar olarak karşımıza çıkmaktadır. Değişmekte olan global şartlar neticesinde bu şartların bir işletmenin bünyesinde uygulamaya konulması ile şartlara uyum sağlamak kolaylaşacak, yeniliklerin yaşanacağı süreçler ve değişimler neticesinde, rekabet ortamında öncü olabilmenin yolu açılacaktır (Ertürk, 2011). Toplumsal yaşama dair yaşanmakta olan hızlı gelişmeler, teknolojik ilerlemeler ile insanların refah düzeyindeki artışlar, beraberinde tüketici bilincinde de birtakım değişimlerin yaşanmasına neden olmaktadır. Kalite, işletmelerin ayakta kalabilmeleri için en önemli etken durumundadır. Müşteriler sadece hizmetin fiyatına bakmakla kalmaz, hizmetin çeşitliliğine ve kaliteye de önem verir (Bostanoğlu, 2012)

Globalleşme beraberinde hızla artmakta olan bir rekabet ortamı getirmiştir. Bu durum ise müşterilerin çok farklı seçeneğe sahip olması anlamına gelir. Farklı seçeneklerin artması ile birlikte işletmelerde farklılaşma ihtiyacı ortaya çıkmıştır. Bu nedenle bir işletmenin ilk yapması gereken vermiş olduğu hizmeti tam manasıyla yerine getirip getiremediğini öğrenmek, sunulmakta olunan hizmetin kalitesini analiz etmek olmalıdır. Bu analiz doğru bir biçimde yapıldığı takdirde, kendisini rakiplerinden farklı kılacak kriterleri belirleme yoluna gitmelidir. Kriterlerin belirlenmesinin ardından geçilecek uygulama süreci sonunda, işletme rekabette arzu edilen üstünlüğü sağlayacaktır (Dedeoğlu, 2012).

Hizmet sektörünün ülke ekonomileri içindeki payı, kalkınmışlığın bir ölçütü olarak kabul edilmektedir. Özellikle son otuz yıllık sürece bakıldığında, tüm dünyada, ulusal ekonomilerin içinde hizmetler sektörünün öneminin hızla arttığı görülebilir. 1970'li yıllardan bu yana ABD hizmet sektöründe işveren sayısı %60 dolaylarında, Japonya'da %40 artmış olduğu görülmektedir. Bu durum göz önünde bulundurulduğunda hızla endüstrileşme sürecinde ilerleyen spor faaliyetlerinde daha kaliteli bir hizmetin sağlandığı, çalışan ve müşteri memnuniyetinin en üst düzeyde tutulduğu bir ortamı oluşturmak en önemli gaye olmalıdır. Hizmet alanında dünyada çok çeşitli araştırmalar yapılmakta ve bu araştırmaların tamamı hizmet kalitesini bir adım daha ileri götürebilmeyi amaçlamaktadır (Özkan, 2013).

Hizmet işletmeleri, hizmetlerinde müşteri beklentilerini mutlaka sağlamak zorundadır. Bunun ise tespiti öncelikle kalite kavramı ile mümkündür. Hizmet kalitesinin ölçülmesi, hizmetin boyutunu gösterir ve müşteri memnuniyetinin ne

ölçüde sağlanabildiğini ortaya koyar. Bu nedenle hizmet işletmeleri hizmet kalitesinin ölçümünü en önemli önceliği olarak görmektedir (Işın, 2013).

Hizmet işletmelerinde kalite kavramı, üretim yapmakta olan diğer işletmeler ile kıyaslandığında çok daha büyük bir önem arz etmektedir. Bunun başlıca nedeni, hizmetlerin stoklanamıyor olmasından ve kalite standartlarının yakalanabilmesinin hizmet sektöründe oldukça güç olmasından kaynaklanmaktadır. Bu ve benzeri nedenler neticesinde, üretim ve tüketimin eşzamanlı süreçler olduğu hizmet işletmelerinde kalite algısının doğru bir biçimde yönetilmesi, işletme varlığını sürdürdürebilmenin temel bir faktörü olarak kabul edilmektedir (Ertürk, 2011).

Yeni yüzyılın başlangıcıyla birlikte de günümüz dünyasında spor kavramı da diğer pek çok alanda olduğu gibi oldukça hızlı bir değişime uğrayarak, kendisine bağlı pek çok alanı da değişime zorlamıştır. Spor tarih boyunca toplumla ilgili güçlü ve bir o kadar da gizli bir yakınlığa sahiptir. 20. Yüzyıl itibariyle endüstrileşme yoluna girmiş olan spor, bu sürecin başlamasından itibaren biçimsel ve amaçsal anlamda çeşitlenmiş ve günümüzde en modern şeklini almıştır. Bu çeşitlemelerden biri olan spor turizmi de en önemli alanlardan biri olarak yerini almıştır (Demiray, 2012).

Spor tesisleri müşteri merkezli kurumlardandır. Günümüzde spor tesisleri, müşteri merkezli hizmet sunma durumlarından ötürü müşteri memnuniyetini her daim göz önünde bulundurmaya zorludur. Müşteriler aldıkları hizmet karşılığında memnun kalırlarsa, tekrar gelmesi muhtemel olup, hizmetin, ürünlerin ve faaliyetlerin sunulduğu; diğer hizmet işletmelerinde olduğu gibi spor tesisleri içinde vazgeçilmez bir öneme sahip olacaktır. Kalite kavramı, kaliteyle ilgili olarak tüm çaba ve faaliyetlerin yönetilmesi olarak tanımlanabilir. Başka bir deyişle, kalite konusunda bir stratejinin oluşturulması ve bu stratejinin göz önünde bulundurulması suretiyle, planlama, örgütlenme, geliştirme ve kontrol gibi işlevleri belirtmektedir (Aksu, 2012).

Günümüz işletmelerinin içinde yer aldıkları iş çevresi, artmakta olan uluslararası rekabet, yavaş büyüme hızı ve doyuma ulaşmış olan pazarlar gibi özellikleri barındırmaktadır. Bu koşullarda başarılı olabilmenin yolu, müşterilere sunulan hizmetin kalite düzeyini artırmakla mümkündür (Yaşa, 2012).

Hizmet sektöründeki hızlı yükseliş hizmetlerin pazarlanmasını da önemli bir konu haline getirmiştir. 1980'li yılların ortalarından itibaren başlamış olan hizmet kalitesi kavramı oldukça yoğun bir biçimde işlenmeye başlanmış, bu durum hizmet kavramının daha iyi bir biçimde anlaşılmasını sağlamıştır. Hizmetlerin mallardan farklı olarak soyutluluk, değişkenlik, stoklanamaz ve ayrılmaz olmak gibi özellikleri

hizmet kalitesinin ölçümünü oldukça zorlaştırır (Aksu, 2012).

Hizmet işletmeleri sundukları ürünün soyut olması nedeniyle kalite algısında önemli farklılıklara neden olan işletmelerdir. Spor işletmeleri de sundukları hizmetin kalitesinin belirlenmesinde somut kavramlardan yararlanamamaktadır. Fitnes hizmeti sunan spor işletmelerinde gerçekleştirilen bu çalışmanın amacı sunulan hizmetin kalitesi ve bu kalitenin üyeler tarafından algıları arasındaki farklılıkları belirlemek amacıyla hazırlanmıştır.

Yöntem

Araştırma betimsel tarama modeli şeklinde yapılmıştır. Betimsel tarama modeli Verilen bir durumu olabildiğince tam ve dikkatli bir şekilde tanımlar. Eğitim alanındaki araştırmada, en yaygın betimsel yöntem tarama çalışmasıdır. Çünkü araştırmacılar bireylerin, grupların ya da fiziksel ortamların özelliklerini (yetenekler, tercihler, davranışlar vb.) özetler. Etnografik ve tarihi yöntemler gibi yöntemler de yapıları bakımından aslında betimseldir. Eğitim alanındaki betimsel çalışmalara verilecek örnekler; çeşitli öğrenci gruplarının başarılarını belirlemek, öğretmenlerin, yöneticilerin ya da danışmanların davranışlarını tanımlamak olabilir (http://orman.web.sdu.edu.tr/dersler/scarus/ba_yontemleri/4.pdf). Oluşturulan anket formları deneklere uygulanmış ve elde edilen sonuçlar yorumlanmıştır. Çalışma yapılacak olan anketlerden yola çıkılarak gerçekleştirilen analiz bölümü ve literatür çalışması olarak şekillenmiştir.

Araştırmanın evrenini Ankara ilindeki rekreasyonel spor/fitnes programı sunan özel spor işletmeleri, örneklemini ise rekreasyonel spor/fitnes programı sunan işletmelerden faydalanan toplam 205 üye oluşturmaktadır. Ankara'daki özel spor işletmelerinden yararlanan toplamda n=114 erkek ile n=91 bayan üye tesadüfi örneklem yöntemiyle seçilmiştir.

Bu çalışmada veri toplama aracı olarak Lam'ın (2000) geliştirdiği, Gürbüz ve ark., (2005) tarafından Türkçeye uyarlanıp geçerlik güvenirlik çalışması yapılmış olan "Service Quality Assessment Scale" (Hizmet Kalitesi Değerlendirme Ölçeği) kullanılmıştır. Anket formu 7'li likert tipinde olup 1-az önemli ve 7-çok önemli yargılarına denk gelmektedir. Fitnes merkezlerinden hizmet alan bireylerin memnuniyet düzeyini ölçen toplam 34 maddenin yer aldığı bu ölçek 4 alt boyuttan oluşmaktadır. Bu alt boyutlar "Personel" (9 madde), "Program" (7 madde), "Soyunma Odaları"(5 madde) ve "Tesis"(13 madde) dir.

Ayrıca, hizmet kalitesi değerlendirme ölçeği ile veriler toplanırken, araştırmaya katılan üyelerin kişisel bilgileri de elde edilmiştir. Bunlar; yaş, cinsiyet, medeni durum, meslek, eğitim seviyeleri, üyelik süreleri, işletmeyi kullanım sıklıkları, başka tesise olan üyelik durumudur.

Araştırmada verilerin analizinde SPSS 21 programından yararlanılmıştır. Demografik özelliklerin tespiti için frekans, yüzde, ortalama değerleri kullanılmıştır. Değişkenlerimizin normal dağılım sergileyip sergilemediklerini tespit edebilmek için ise Kolmogorov-Smirnov testi kullanılmıştır ve tüm değişkenlerin normal dağılımdan geldiği görülmüştür. Tanımlayıcı istatistikler için ise yüzde, frekans değerleri hesaplanmıştır. Verilerin çözümlenmesi ANOVA ve t-Testi kullanılarak gerçekleştirilmiştir.

Bulgular

Tablo 1. Araştırmaya Katılan Üyelere İlişkin Beklenen ve Algılanan Hizmet Kalitesinin Yaş ile Karşılaştırılması

	Yaş	N	Ortalama	Std. Sapma	F	P
Beklenen-program	18-25	49	6,45	0,62	0,475	0,700
	26-36	67	6,57	0,49		
	37-47	49	6,59	0,75		
	48 ve üstü	40	6,55	0,73		
Algılanan-program	18-25	49	5,95	0,86	1,602	0,190
	26-36	67	5,82	1,10		
	37-47	49	5,96	0,75		
	48 ve üstü	40	5,55	1,14		
Beklenen-soyunma odası	18-25	49	6,55	0,51	5,317	0,002
	26-36	67	6,56	0,54		
	37-47	49	6,57	0,53		
	48 ve üstü	40	6,92	0,44		
Algılanan-soyunma odası	18-25	49	5,84	1,07	1,470	0,224
	26-36	67	5,97	0,88		
	37-47	49	5,71	0,99		
	48 ve üstü	40	5,59	0,92		

Tablo 1. İncelendiğinde soyunma odalarına ilişkin beklenen hizmet algısı yaş gruplarına göre anlamlı farklılık gösterirken ($p < 0,05$) diğer hizmetlere ilişkin hizmet algısı yaş gruplarına göre anlamlı farklılık göstermemektedir ($p > 0,05$). Soyunma odaları için beklenen hizmet algısı farklılığının hangi yaş grubundan kaynaklandığının tespiti amacıyla çoklu karşılaştırma testi olan TUKEY testi yapılmıştır.

Test sonuçlarına göre; 48 ve üzeri yaş grubunun beklenen hizmet algısı diğer bütün yaş gruplarının beklenen hizmet algısından anlamlı derecede farklı olup daha yüksektir. Bu durum 48 yaş ve üzeri katılımcıların eski şartlarla bugünkü şartları kıyaslamalarından ve eski şartlara oranla beklenen kalite algılarının daha düşük olmasından kaynaklanabilmektedir. Daha genç katılımcıların sadece günümüz koşullarını değerlendiriyor olmaları kalite algılarının da daha yüksek olmasına neden olabilmektedir. Diğer yaş gruplarının beklenen hizmet kalitesi algısı arasında anlamlı farklılık bulunmamaktadır.

Tablo 2. Araştırmaya Katılan Üyelere İlişkin Beklenen ve Algılanan Hizmet Kalitesinin Medeni Duruma Göre Karşılaştırılması

	Medeni durum	N	Ortalama	Std. Sapma	t	P
Beklenen-personel	Evli	104	6,64	0,66	0,246	0,806
	Bekar	101	6,61	0,73		
Algılanan-personel	Evli	104	6,05	0,64	-1,827	0,069
	Bekar	101	6,22	0,68		
Beklenen-program	Evli	104	6,51	0,56	-0,554	0,580
	Bekar	101	6,56	0,70		
Algılanan-program	Evli	104	5,73	0,94	-1,513	0,132
	Bekar	101	5,94	1,02		
Beklenen-soyunma odası	Evli	104	6,61	0,54	-0,619	0,536
	Bekar	101	6,65	0,52		
Algılanan-soyunma odası	Evli	104	5,67	0,96	-1,999	0,047
	Bekar	101	5,94	0,96		
Beklenen-tesis	Evli	104	6,65	0,44	1,031	0,304
	Bekar	101	6,59	0,49		
Algılanan-tesis	Evli	104	5,83	0,86	-1,825	0,069
	Bekar	101	6,06	0,91		

Tablo 2. İncelendiğinde araştırmaya katılan üyelerin beklenen hizmet kalitesinin medeni duruma ilişkin karşılaştırılmasında bekâr üyelerin soyunma odalarına ilişkin algılanan hizmet kalitesi puanları evli üyelere göre anlamlı derecede farklı bulunmuştur ($p < 0.05$). Bekâr üyelerin algılanan kalite düzeylerinin yüksek çıkması yaşadıkları bekâr ev hayatıyla kıyasladıklarında daha düzenli soyunma odalarıyla karşılaşmış olmalarıyla ilişkilendirilebilir.

Tablo 3. Araştırmaya Katılan Üyelere İlişkin Beklenen ve Algılanan Hizmet Kalitesinin Üyelik Süresi ile Karşılaştırılması

	Üyelik Süresi	N	Ortalama	Std. Sapma	t	P
Algılanan-soyunma odası	1 yıldan az	76	6,05	0,86	4,180	0,007
	1-3 yıl	71	5,81	0,82		
	4-6yıl	33	5,50	1,02		
	7 yıl ve daha fazla	25	5,43	1,33		
Beklenen-tesis	1 yıldan az	76	6,63	0,50	0,940	0,422
	1-3 yıl	71	6,58	0,43		
	4-6 yıl	33	6,73	0,46		
	7 yıl ve daha fazla	25	6,57	0,47		
Algılanan-tesis	1 yıldan az	76	6,13	0,82	3,413	0,018
	1-3 yıl	71	5,98	0,77		
	4-6 yıl	33	5,69	0,93		
	7 yıl ve daha fazla	25	5,60	1,22		

Tablo 3. İncelendiğinde araştırmaya katılan üyelerin soyunma odası ve tesise ilişkin algılanan hizmet kalitesi üyelik süresine göre anlamlı farklılık gösterirken ($p < 0,05$), diğer hizmetlere ilişkin algılanan ve beklenen hizmet algısı üyelik süresine göre anlamlı farklılık göstermemektedir ($p > 0,05$). Farklılığın hangi gruptan kaynaklandığının tespiti için yapılan TUKEY testine göre; soyunma odası algılanan hizmet için 1 yıldan az süre ile üyeliği bulunanların hizmet algısı düzeyi 4-6 yıl ile 7 yıl ve üzeri süre ile üyeliği bulunanların hizmet algıları arasında anlamlı fark bulunmaktadır. 1-3 yıl üyelik süresi bulunanların hizmet algısı ile diğer gruplar arasında anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır. 4-6 yıl ve daha üzeri süredir hizmet alan müşterilerin 1 yıldan az süredir hizmet alanlara kıyasla daha düşük çıkması sürekli müşterilerin bekledikleri yeniliklerin işletmeler tarafından gerçekleştirilmemesiyle ilişkilendirilebilir.

Tablo 4. Araştırmaya Katılan Üyelere İlişkin Beklenen ve Algılanan Hizmet Kalitesinin Başka Tesis Üyeliğine İlişkin Karşılaştırılması

	Başka tesis üyeliği	N	Ortalama	Std. Sapma	t	p
Beklenen-personel	hayır	98	6,61	0,74	-0,29	0,77
	evet	107	6,64	0,65		
Algılanan-personel	hayır	98	6,13	0,70	-0,18	0,86
	evet	107	6,14	0,64		
Beklenen-program	hayır	98	6,51	0,56	-0,50	0,61
	evet	107	6,56	0,70		
Algılanan-program	hayır	98	5,86	0,87	0,42	0,68
	evet	107	5,80	1,08		

Beklenen-soyunma odası	hayır	98	6,54	0,58	-2,46	0,01
	evet	107	6,72	0,46		
Algılanan-soyunma odası	hayır	98	5,83	0,95	0,33	0,74
	evet	107	5,78	0,98		
Beklenen-tesis	hayır	98	6,59	0,51	-1,03	0,31
	evet	107	6,65	0,42		
Algılanan-tesis	hayır	98	6,01	0,76	1,09	0,28
	evet	107	5,88	1,00		

Tablo 4 incelendiğinde daha önceden başka tesis üyeliği bulunan üyelerin soyunma odalarına ilişkin beklenen hizmet kalitesinde anlamlı derecede farklılık bulunmuştur. Başka tesislerden hizmet alan müşterilerin spor salonlarını değiştirmelerine neden olan eski deneyimleri kıyaslama imkânına sahip olmaları yeni müşterilere göre daha yüksek sonuçlar vermelerine neden olabilmektedir.

Tartışma ve Sonuç

Çalışmamızda elde edilen sonuçlara göre spor salonları ile ilgili olarak soyunma odası, tesis, program gibi konularda beklenen ve algılanan kalite değişkenleri ışığında cinsiyet faktörünün etkin olmadığı yani cinsiyete göre algılanan kalitede herhangi bir değişiklik gözlenmediği tespit edilmiştir. Benzer şekilde Aslan (2006) tarafından yapılan çalışmaya göre de cinsiyet değişkeni algılanan kalite boyutlarında anlamlı bir farklılığa neden olmamaktadır.

Ceyhun (2006) Türkiye'nin 3 büyük ilinde gerçekleştirdiği çalışmada spor salonu müşterilerinin genel hizmet kalitesinden memnun olduğu sonucuna ulaşmaktadır. Ceyhun (2006) çalışmasında memnuniyet ve demografik değişkenler arasındaki ilişkiyi ölçmeksizin genel memnuniyet olarak bir değerlendirme gerçekleştirmektedir. Gerçekleştirmiş olduğumuz çalışmada müşterilerin kalite memnuniyetleri ve bazı demografik değişkenler arasında farklılıklardan söz etmek mümkündür. Aynı zamanda Ceyhun (2006)'dan farklı olarak genel memnuniyet seviyesinin de yeterli düzeyde olmadığı sonucuna ulaşılmaktadır. Ancak çalışmamızla benzer şekilde Ceyhun (2006)'da algılanan hizmet kalitesi seviyesinin düşük olduğu sonucuna ulaşılmaktadır. Bu benzerlik müşterilerin var olan hizmetlerden fazla şikayetçi olmadıkları ancak hizmet kalitesinin iyileştirilebilir olduğunu düşündükleri kanısına varmamıza neden olmaktadır.

Greenwell ve ark. (2004)'e göre hizmet alan bayan müşterilerin fiziksel ortam ve çalışanlarla ilgili kalite algıları erkek müşterilere göre farklılık arz etmektedir.

Ancak yapmış olduğumuz çalışmada farklı olarak cinsiyet değişkeni fiziksel ortam faktöründe herhangi bir anlamlı farklılığa neden olmamaktadır. Greenwell (2004) ile benzer şekilde Kurtoğlu (2006) tarafından Belediyeler tarafından sunulan spor hizmetlerinin kaliteleri ölçmek amacıyla hazırlanan çalışmanın sonuçlarında da erkek ve kadın katılımcılar arasında kadınların daha olumlu görüş bildirdikleri doğrultusunda anlamlı farklılıklar dikkat çekicidir.

Theodorakis ve ark., (2004)'nun Portekiz'deki spor kulüplerinde müşteri memnuniyetini ölçmek ve demografik unsurlarla karşılaştırmak amacıyla yaptığı araştırma bulgularına göre, cinsiyete göre sunulan hizmet ve tesis boyutunda istatistiksel anlamda farklılık vardır. Erkekler tesis ve hizmetler boyutundaki sorulara daha yüksek puanlar vermişlerdir. Yani, kadınlar tesis ve hizmetlerden erkeklere göre daha az memnundur. Kim ve Kim (1995) tarafından gerçekleştirilen çalışmada da bizim çalışmamızla benzer şekilde spor tesislerinin algılanan kalite kriterlerinde kadın ve erkek katılımcılar arasında anlamlı bir farklılık rastlanmamaktadır.

Medeni durum değişkenine göre çalışmamızdan elde edilen sonuçlar incelendiğinde soyunma odaları bakımından evli ve bekar katılımcılar arasında anlamlı bir farklılık söz konusudur. Buna göre evli katılımcıların memnuniyet ortalamaları bekar katılımcılara göre daha düşük bir değeri ifade etmektedir. Bizim çalışmamızla farklı olarak Theodorakis ve ark., (2004) tarafından yapılan çalışmaya göre tesisin fiziksel özellikleri bakımından evli ve bekar katılımcılar arasında anlamlı bir farklılığa rastlanmamaktadır.

Theodorakis ve ark., (2004)'nun yaptığı araştırmaya göre, bireylerin eğitim durumlarına göre anlamlı farklılıklar vardır. En düşük eğitim seviyesine sahip müşteriler (ilköğretim), ortaöğretim ve üniversite mezunlarına göre tesis boyutundan daha memnunsunlardır. Farklı olarak bizim elde ettiğimiz sonuçlara göre eğitim düzeyi değişkeni müşterilerin tesisle ilgili memnuniyet algıları üzerinde anlamlı bir farklılığa neden olmamaktadır. Bu durum çalışmayı gerçekleştirdiğimiz örneklem kapsamında eğitim seviyeleri birbirinden çok farklı katılımcıların eşit olarak dağılmamış olmasıyla açıklanabilir.

Ceyhun (2006)'un yaptığı araştırmaya göre, çalışan alt boyutunda deneklerin tesisi kullanma süresi (yıl) arttıkça, çalışan boyutunda memnuniyet azalmaktadır. 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. Bizim çalışmamızda elde edilen sonuçlarda da benzer şekilde beklenen ve algılanan hizmet kalitesinin üyelik süresine ilişkin karşılaştırılmasında 7 yıl ve daha fazla üyeliği bulunan üyelerin tesise ve soyunma odalarına ilişkin algılanan hizmet kalitesi puanları diğer üyelere göre anlamlı derecede farklı bulunmuştur.

Beklenen hizmet kalitesinin medeni duruma ilişkin karşılaştırılmasında bekar üyelerin soyunma odalarına ilişkin algılanan hizmet kalitesi puanları evli üyelere göre anlamlı derecede farklı bulunmuştur. Beklenen ve algılanan hizmet kalitesinin üyelik süresine ilişkin karşılaştırılmasında 7 yıl ve daha fazla üyeliği bulunan üyelerin tesise ve soyunma odalarına ilişkin algılanan hizmet kalitesi puanları diğer üyelere göre anlamlı derecede farklı bulunmuştur. Daha önceden başka tesis üyeliği bulunan üyelerin soyunma odalarına ilişkin beklenen hizmet kalitesinde anlamlı derecede farklılık bulunmuştur.

Sonuç olarak, bu çalışmanın bulguları hizmet kalitesi değerlendirme alt boyutlarının cinsiyet ve eğitim düzeyine göre farklılaşmadığını, fakat yaş ve medeni duruma göre soyunma odaları alt boyutunda ve üyelik süresinin de tesis alt boyutunda farklılaştığını görüyoruz. Algılanan ve beklenen hizmet kalitesinin yaş bakımından karşılaştırılmasında 48 yaş ve üstü yaşa sahip üyelerin soyunma odalarına yönelik beklenen hizmet kalitesi puanları diğer yaş gruplarına yönelik beklenen hizmet kalitesi puanlarından anlamlı derecede yüksek bulunmuştur.

Kaynaklar

- Aksu, M. (2012). Hizmet kalitesinin bir unsuru olarak atmosferin müşteri sadakati üzerine etkisi: Bozcaada'daki otellerde konaklayan yerli turistlerin üzerine bir araştırma. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Onsekizmart Üniversitesi, Çanakkale.
- Bektaş, H., Akman, S.U. (2013). Yükseköğretimde hizmet kalitesi ölçeği: güvenilirlik ve geçerlilik analizi. *Ekonometri İstatistik Dergisi*, 18.
- Bostanoğlu, E. (2012). Hizmet sektöründe hizmet kalitesinin SERVQUAL yöntemiyle ölçülmesi ve Samsun İl Özel İdaresi'nde bir uygulama. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, OndokuzMayıs Üniversitesi, Samsun.
- Ceyhun, S. (2006). Spor işletmelerinde hizmet kalitesi. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Gazi Üniversitesi, Ankara.

- Dedeoğlu, B.B. (2012). Otel işletmelerinde paydaşların hizmet kalitesini algılama farklılıkları: Antalya örneği. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Mustafa Kemal Üniversitesi, Hatay.
- Demiray, E. (2012). Aktif spor turistlerinin güdüsel yönelimleri, hizmet kalitesi algıları, memnuniyet düzeyleri ve davranışsal niyetleri arasındaki ilişki. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Ege Üniversitesi, İzmir.
- Ertürk, M. (2011). Türkiye'deki otel işletmelerinde hizmet kalitesinin ölçülmesine yönelik bir alan araştırması. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Gazi Üniversitesi, Ankara.
- Greenwell, F., Pastore, D.L. (2004). Perceptions of the service experience: Using demographic and psychographic variables to identify customer segments. *Sport Marketing Quarterly*, 11(4).
- Gürbüz, B., Koçak, S., Lam, T.C. (2005). Hizmet kalitesi değerlendirme ölçeğinin Türkçe versiyonunun güvenilirliği ve geçerliği, *Eğitim ve Bilim Dergisi*, 30(138).
- Işın, S.M. (2013). Hizmet kalitesinin SERVQUAL yöntemi ile ölçülmesi ve perakende sektöründe bir uygulama. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Gazi Üniversitesi, Ankara.
- Kim, D., Kim, S.Y. (1995). QUESC: An instrument for assessing the service quality of sport centers in Korea, *Journal of Sport Management*.
- Kurtoğlu, T. (2006). Halkın yerel yönetimlerden spor hizmetleri konusunda beklentileri: Mersin örneği. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Mersin Üniversitesi, Mersin.
- Lam, E.T.C. (2000). Service quality assessment scale (SQAS): An instrument for evaluating service quality of health-fitness clubs. Unpublished Doctoral Dissertation, University of Houston, Texas.
- Özkan, S.E. (2013). Türkiye'deki fitness merkezlerinde hizmet kalitesi beklentilerinin incelenmesi. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Bahçeşehir Üniversitesi, İstanbul.
- Theodorakis, N., Alexandris, K., Rodriguez, P., Sarmiento, P.J. (2004). Measuring customer satisfaction in the context of health clubs in Portugal, *International Sports Journal*, 8(1).
- Yaşa, E. (2012). Sağlık sektöründe hizmet kalitesi, müşteri memnuniyeti ve bağlılık ilişkisi: devlet, özel ve üniversite hastaneleri karşılaştırması. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Çukurova Üniversitesi, Adana.