



# JOURNAL of SOCIAL and HUMANITIES SCIENCES RESEARCH (JSHSR)

Uluslararası Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırma Dergisi

**Received/Makale Geliş** 21.11.2022  
**Published /Yayınlanma** 30.12.2022  
**Article Type/Makale Türü** Research Article

**Citation/Alıntı:** Tosun, S. & Soygüden, A. (2022). Gençlik ve Spor İl Müdürlüğü il spor merkezlerine katılan kursiyerlerin spor işletmelerine karşı memnuniyet düzeylerinin incelenmesi. *Journal of Social and Humanities Sciences Research*, 9(90), 2757-2765.  
<http://dx.doi.org/10.26450/jshsr.3292>

**Samet TOSUN**  
Kayseri Gençlik ve Spor İl Müdürlüğü, Kayseri / TÜRKİYE  
<https://orcid.org/0000-0002-1082-8106>

**Doç. Dr. Aydoğan SOYGÜDEN**  
<https://orcid.org/0000-0002-9117-3569>  
Erciyes Üniversitesi, Spor Bilimleri Fakültesi, Kayseri / TÜRKİYE

## GENÇLİK VE SPOR İL MÜDÜRLÜĞÜ İL SPOR MERKEZLERİNE KATILAN KURSIYERLERİN SPOR İŞLETMELERİNE KARŞI MEMNUNİYET DÜZEYLERİNİN İNCELENMESİ<sup>1</sup>

### EXAMINATION OF THE SATISFACTION LEVELS OF THE PARTICIPANTS ATTENDING THE PROVINCIAL SPORTS CENTERS OF THE PROVINCIAL DIRECTORATE OF YOUTH AND SPORTS

#### ÖZET

Bu çalışmada, Gençlik ve Spor İl Müdürlüğü il spor merkezlerinden hizmet alan katılımcıların memnuniyet düzeylerini ve katılımcı memnuniyetini etkileyen faktörleri farklı değişkenler açısından inceleyerek belirlemek amaçlanmıştır. Araştırmanın örneklemini Kayseri il merkezinde yer alan Gençlik ve Spor İl Müdürlüğü kurslarına 1 Kasım 2020 ve 31 Mart 2021 tarihleri arasında devam eden ve rastgele (Random) örnekleme yöntemi ile seçilen 449 kursiyer oluşturmaktadır. Araştırma verileri, Sevilmiş (2015) tarafından geliştirilen, "Spor İşletmeleri Müşteri Memnuniyeti Ölçeği" (SİMMÖ) ve kişisel bilgi formu aracılığıyla toplanmıştır. Verilerin analizinde, ikili karşılaştırmalar için T Testi ve çoklu karşılaştırmalar için Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) kullanılmıştır. Araştırma bulgularında, müşteri memnuniyeti alt ölçeklerine göre puan ortalamaları incelendiğinde 4,60 ortalama ile "spor eğitmenlerinin niteliği" alt ölçeğinin en yüksek memnuniyet puanına sahip olduğu tespit edilmiştir. İkinci olarak 4,35 puan ortalaması ile "çalışma ortamının niteliği", üçüncü olarak da 4,28 puan ortalaması ile "gelişim" alt ölçeğinin olduğu tespit edilmiştir. En düşük puan ortalaması ise "memnuniyet" alt ölçeği puan ortalamasıdır. Sonuç olarak, spor kurslarına katılan kursiyerlerin "spor eğitmenlerinin niteliği" ve "çalışma ortamının niteliği" boyutu memnuniyet düzeyleri yüksek çıkmıştır. Bu sonuçların sebebi olarak Gençlik ve Spor Bakanlığı'nın spor tesislerine yapmış olduğu yatırımlardan ve alanında uzman, üniversite eğitimi görmüş antrenörlerin istihdam edilmesinden kaynaklandığı düşünülmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Gençlik Spor, Spor Tesis İşletmeciliği, Spor Merkezi, Katılımcı Memnuniyeti.

#### ABSTRACT

This research, it is aimed to determine the satisfaction levels of the participants who receive service from the provincial sports centers of the Provincial Directorate of Youth and Sports and the factors affecting participant satisfaction by examining them in terms of different variables. The sample of the research consists of 449 participants who attended the Youth and Sports Provincial Directorate courses in Kayseri city center between 1 November 2020 and 31 March 2021 and were selected by random sampling method. Research data were collected through the "Sports Enterprises Customer Satisfaction Scale" (SİMMÖ) developed by Sevilmiş (2015) and a personal information form was used. In the analysis of the data T-Test for pairwise comparisons and One-Way Analysis of Variance (ANOVA) for multiple comparisons were used. In the research findings, when the average scores according to the customer satisfaction sub-dimensions were examined it was determined that the "qualification of sports trainers" subscale had the highest satisfaction score with an average of 4.60. It has been determined that secondly there is the "qualification of the working environment" with an average of 4.35 points and the "development" subscale with an average of 4.28 points were in third place. And the lowest average score was the "satisfaction" subscale score average. As a result, the satisfaction levels of the participants attending the sports courses were high in terms of the qualification of the sports center and the qualification of the sports trainers. It is thought that the reason for these results is the investments made by the Ministry of Youth and Sports in sports facilities and the recruiting employment of trainers who are experts in their fields and have a university education.

**Keywords:** Youth Sports, Sports Facility Management, Sports Center, Participant Satisfaction.

<sup>1</sup> Bu araştırma makalesi Ekim 2021 tarihinde Erciyes Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Beden Eğitimi ve Spor Anabilim Dalında yapılan Yüksek Lisans Tezinden uyarlanmıştır.

## 1. GİRİŞ

Hizmet işletmeleri, yaptıkları hizmette müşteri beklentilerini kesinlikle sağlamak durumundadır. Bunun da tespiti ilk olarak kalite kavramı ile sağlanır. Hizmet kalitesinin ölçülmesi, hizmetin boyutunu gösterir ve müşteri memnuniyetinin ne derecede sağlanmış olabileceğini ortaya çıkarır. Bu sebeple hizmet kalitesinin ölçümü hizmet sektörleri için en önemli öncelik olarak görülmektedir (Işın, 2017).

Kalite, çağımızda önemli bir rekabet aracı olmakla beraber üretim sektörü ve spor hizmeti sektöründe önemli bir yere sahiptir. Bütün sektörlerde olduğu gibi spor sektöründe de müşteri memnuniyetini kazanmak ve onların taleplerini yerine getirebilmek için en önemli durumlardan biri hizmet kalitesini yükseltmektir (Doğu\ Kesim & Sivrikaya, 2002).

Müşterinin arzuladığı ve beklemiş olduğu hizmete verdiği cevap memnuniyet olarak değerlendirilebilir (Oliver, 1997). Müşteri memnuniyeti ise müşterinin bir hizmet ya da üründen beklentisini ele geçirmenin verdiği hoşnutluğu veya iyi hissetmeyi ifade eden psikolojik bir kavramdır. Müşteri memnuniyeti, çağımızda sektörlerin ve özellikle hizmet sektörlerinin önemli etmenlerinden biri olarak değerlendirilebilir (Pizam ve Ellis, 1999).

Kişilerin yaş, cinsiyet, fiziksel yeterlilikleri ve eğitim durumlarını koşul olmadan ve kişilerin yaşamları boyunca düzenli olarak spor yapabilmeleri için destek olan alanlardan biri spor merkezleridir. Spor merkezleri, tüketici merkezli hizmet sunan sektörler olarak tüketici memnuniyetini yerine getirmek zorundadır. Tüketiciler üye oldukları spor merkezinden memnun olduğunda spor merkezine devam edeceğinden ürün, hizmet ve aktivitelerin sunulduğu diğer hizmet sektörlerindeki gibi spor merkezleri için de önemlidir. Tüketiciler artan kalite beklentisinde olduklarından kaliteli hizmetin verilmemesi, tüketici kaybıyla sonuçlanacaktır (Se-Hyuk ve Yong Man, 2000).

Spor merkezi hizmetlerinden yararlanan her bir vatandaşın farklı beklenti ve spora katılım sebebi olduğu saptanmıştır. Bazı bireyler spor merkezlerini sağlıklı yaşam ve stresten uzak kalmak için tercih ederken bazı bireyler ise zayıflamak ve zinde kalmak için bu merkezleri tercih etmektedirler. Gençlik ve Spor İl Müdürlüğü İl Spor Merkezlerinden faydalanan bireylerin de spora katılım amaçları farklılık göstermektedir. Bu amaçlardan bazıları serbest vakitleri değerlendirmek, sosyal çevre edinmek, bireyin ilgi duyduğu ve yetenekli olduğu branşta performans sporcusu olmak istemesi olabilir. Bireylerin yine bu spor merkezlerine devamlılığını sağlayan en temel ölçüt kursiyer memnuniyetidir.

Bu çalışma Kayseri Gençlik ve Spor İl Müdürlüğü İl Spor Merkezlerine katılan kursiyerlerin spor işletmelerine karşı memnuniyet düzeylerinin incelenmesi amacıyla yapılmıştır. Böylece spor merkezinde sunulan hizmetlerin olumlu ya da olumsuz yönlerinin fark edilmesinin sağlanacağı düşünülmektedir. Bireylerden elde edilen dönütler spor merkezinin hizmet kalitesi hakkında nitelikli veriler elde edilmesine, dolayısıyla hizmet kalitesini artırıcı düzenlemelerin yapılmasına olanak sağlayacaktır. Bu sayede spor merkezinin daha etkin pazarlama stratejisi ortaya koyabilmesinin sağlanacağı öngörülmektedir.

## 2. GEREÇ ve YÖNTEM

Bu bölümde araştırmanın modeli ile araştırma grubuna yönelik evren, örneklem, veri toplama araçları ve analizlerine yer verilmiştir.

### 2.1. Araştırma Modeli

Bu çalışmada Gençlik ve Spor İl Müdürlüğü İl Spor Merkezlerine katılan kursiyerlerin spor işletmelerine karşı memnuniyet düzeylerinin bazı değişkenler açısından incelenmesi amacıyla tarama modeli kullanılmıştır. Tarama modeli, geçmişteki ya da mevcut durumunu koruyan bir olayı var olduğu şekliyle belirlemeyi hedefleyen araştırma modelidir. Araştırmanın konusu olan kişi, nesne ya da olay mevcut şartları içerisinde değiştirilme çabasına girilmeden ve olduğu gibi açıklanmaya çalışılır. Olay veya olgular her ne ise etkileme ve değiştirme çabasına girilmez. Bilinmek istenen durum ortadadır. Amaç, bu durumu doğru bir şekilde “gözlemleyip” saptamaktır (Karasar, 2017).

### 2.2. Araştırma Grubunun Evreni ve Örneklemi

Araştırma grubunun evrenini, Kayseri ilinde 1 Kasım 2020 ve 31 Mart 2021 tarihleri arası Gençlik Spor İl Müdürlüğü İl Spor Merkezleri kurslarına devam eden kursiyerler oluşturmaktadır.

Araştırma grubunun örneklemini ise 215'i kız 234' ü erkek toplam (n=449) kursiyer oluşturmaktadır. Araştırmaya katılan 45 katılımcının ölçek formları ise uygun bulunmadığından değerlendirmeye alınmamıştır.

### 2.3. Veri Toplama Araçları

#### 2.3.1. Kişisel Bilgi Formu

Kişisel bilgi formu, sosyo-demografik bilgileri içeren 10 sorudan oluşmaktadır. Bu sorular kursiyerlerin kişisel özellikleri hakkında bilgi edinmek ve araştırmanın bağımsız değişkenlerini oluşturmak için hazırlanmıştır.

#### 2.3.2. Spor İşletmeleri Müşteri Memnuniyeti Ölçeği (SİMMÖ)

Hizmet Odaklı Spor İşletmelerindeki Bireylerin Memnuniyetini Etkileyen Durumların Belirlenmesi amacıyla Sevilmiş (2015) geliştirmiş olduğu 5 alt boyut ve 55 maddeden oluşan ‘‘Spor İşletmeleri Müşteri Memnuniyeti Ölçeği’’nden yararlanılmıştır.

Müşteriler ölçekteki her bir ifadeye özgü katılma düzeylerini Kesinlikle Katılmıyorum (1), Kesinlikle Katılıyorum (5) arasında değişen Likert tipi beşli derecelendirme ölçeği üzerinde işaretlemeler yaparak belirlemiştir

### 2.4. Verilerin İstatiksel Analizi

Çalışmada ilk olarak bir değişkenle ilgili sayısal verilerin tanımlanması, derlenmesi ve sunulmasında betimsel (tanımlayıcı) istatistiklerden (Frekans, Yüzde, Ortalama, Standart sapma) kullanılmıştır.

Değişkenlerin normal dağılım sergileyip sergilemediklerini tespit edebilmek için ise Kolmogorov-Smirnov testi kullanılmıştır, İki bağımsız grup arasındaki verilerin karşılaştırılmasında t-testi (bağımsız örneklem t testi), ikiden fazla bağımsız grup arasında verilerin karşılaştırılmasında Tek yönlü (Oneway) ANOVA testi kullanılmıştır. ANOVA testinin uygulanması sonrasındaki değişiklikleri belirlemek için tamamlayıcı post-hoc analizi olarak Bonferroni testi kullanılmıştır. Çalışmada analizler için elde edilen sonuçlar  $p < 0,05$  anlamlılık düzeyinde yorumlanmıştır. Araştırmada elde edilen veriler Lisanslı SPSS 20 paket programı ile analiz edilmiştir.

## 3. BULGULAR

Bu bölümde çalışmada katılımcıların katıldığı ölçekteki veriler bazı istatiksel testler uygulanarak elde edilen bulgulara yer verilmiştir.

**Tablo 1:** Kursiyerlerin Spor Merkezini Öncelikli Kullanım Amaçlarına Göre Sıralamasının Dağılımları

	1.Amaç	2.Amaç	3.Amaç	Yoğunluk	Sıralama
Yetenekli sporcu olmak	%23,2	%39,2	%13,6	%76	1
Sağlıklı olmak, zinde kalmak	%63	-	-	%63	2
Spor alanında kariyer yapmak	%2,2	%11,1	%36,5	%49,8	3
Güçlenmek	%6,5	%18	-	%24,5	4
Boş vakitleri değerlendirmek	%0,7	%4,2	%8,9	%13,8	5
Rahatlamak	%2,9	%5,3	%4,5	%12,7	6
Kilo kontrolü	%1,3	%4,5	%4,9	%10,7	7
Sosyal çevre kazanmak	%0,2	%4,7	%2,7	%7,6	8
Arkadaşlarla zaman geçirmek	-	%0,9	%2,2	%3,1	9
Aile istediği için	-	%0,7	%0,7	%1,4	10

Tablo 1’den anlaşılacağı gibi kursiyerlerin ilk amaç sıralamasına göre dağılımı; birinci sırada ‘‘sağlıklı olmak zinde kalmak, ikinci sırada ‘‘yetenekli sporcu olmak’’ ve üçüncü sırada ‘‘spor alanında kariyer yapmak’’ olarak belirlenmiştir. Yoğunluk sıralamasının da öncelik sıralamasına benzediği ancak farklılaştığı durumların olduğu görülmektedir.

Tablo 1’deki katılım amaçları kursiyerler açısından yoğunluk (en fazla işaretlenen) sıralamasına göre incelendiğinde; birinci sırada ‘‘yetenekli sporcu olmak’’, ikinci sırada ‘‘sağlıklı olmak, zinde kalmak’’ ve üçüncü sırada da ‘‘spor alanında kariyer yapmak’’ olarak belirlenmiştir.

**Tablo 2:** Spor İşletmeleri Müşteri Memnuniyeti Ölçeği Alt Ölçek Puan Ortalamalarına İlişkin n,  $\bar{x}$ , Ss, Minimum ve Maksimum Değerleri.

Ölçek ve Alt Boyut Adı	N	$\bar{x}$	Ss	Min	Max
Gelişim	449	4,28	,71	1,00	5,00
Spor Merkezi Kalitesi	449	4,02	,74	1,55	5,00
Çalışma Ortamının Niteliği	449	4,35	,78	1,40	5,00
Spor Eğitimcilerinin Niteliği	449	4,60	,67	1,00	5,00
Memnuniyet	449	3,55	,57	1,44	5,00

Tablo 2 incelendiğinde kursiyerlerin memnuniyet alt ölçeklerine göre en yüksek memnuniyet puanının (4,60) ile “spor eğitimcilerinin niteliği” olduğu tespit edilmiştir. İkinci olarak (4,35) puan ortalaması ile “çalışma ortamının niteliği”, üçüncü olarak da (4,28) puan ortalaması ile “gelişim” alt ölçeğinin yer aldığı görülmektedir. En düşük puan ortalaması ise “memnuniyet” alt ölçeği puan ortalamasıdır.

**Tablo 3:** Müşteri Memnuniyeti Ölçeği Alt Ölçek Puanlarının Cinsiyete Göre T Testi Sonuçları

Ölçek ve Alt Boyut Adı	Gruplar	N	$\bar{x}$	Ss	T	td	p
Gelişim	Erkek	235	4,29	,76	,134	449	,894
	Kız	214	4,28	,64			
Spor Merkezi Kalitesi	Erkek	235	4,08	,74	1,798	449	,073
	Kız	214	3,95	,73			
Çalışma Ortamının Niteliği	Erkek	235	4,39	,78	,1055	449	,292
	Kız	214	4,31	,78			
Spor Eğitimcilerinin Niteliği	Erkek	235	4,61	,70	,181	449	,856
	Kız	214	4,60	,65			
Memnuniyet	Erkek	235	3,62	,61	2,608	449	,009*
	Kız	214	3,48	,51			

\*P&lt;0,05

Tablo 3 incelendiğinde, kursiyerlerin spor işletmeleri müşteri memnuniyeti ölçeği “gelişim” boyutu (t[449] = ,134; p>0,05), “spor merkezi kalitesi” boyutu (t[449] = 1,798; p>0,05), “çalışma ortamının niteliği” boyutu (t[449] = 1,055; p>0,05), “spor eğitimcilerinin niteliği” boyutuna (t[449] = ,181; p>0,05) ait sıra ortalamalarının anlamlı fark bulunmazken; “memnuniyet” boyutuna ait sıra ortalamasında (t[449] = 2,608 p<0,05) erkek kursiyerler lehine anlamlı fark ( $\bar{x}$ = 3,62) bulunmuştur.

**Tablo 4:** Müşteri Memnuniyetini Etkileyen Faktörlerin Alt Ölçek Puanlarının Gelir Düzeylerine Göre Karşılaştırılmasını Gösteren Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) ve Bonferroni Testi Sonuçları

Ölçek ve Alt Boyut Adı	Gelir Düzeyi	N	$\bar{x}$	Ss	F	P	Anlamlı Fark
Gelişim	Düşük	58	4,15	,795	1,710	,182	-
	Orta	379	4,31	,695			
	Yüksek	12	4,10	,694			
Spor Merkezi Kalitesi	Düşük	58	3,81	,890	3,881	,021*	Orta-Düşük
	Orta	379	4,06	,716			
	Yüksek	12	3,75	,484			
Çalışma Ortamının Niteliği	Düşük	58	4,18	,907	1,607	,202	-
	Orta	379	4,37	,770			
	Yüksek	12	4,50	,606			
Spor Eğitimcilerinin Niteliği	Düşük	58	4,43	,851	3,574	,029*	Orta-Düşük
	Orta	379	4,64	,629			
	Yüksek	12	4,30	1,079			
Memnuniyet	Düşük	58	3,53	,568	3,092	,046*	Orta-Yüksek
	Orta	379	3,57	,566			
	Yüksek	12	3,16	,677			

\*P&lt;0,05

Tablo 4 incelendiğinde, SİMMÖ “gelişim” alt ölçeği (F=1,710; p>0,05) ve “çalışma ortamının niteliği” (F=1,607; p>0,05) boyutu istatistiksel olarak anlamlı fark bulunmazken, “spor merkezi kalitesi” (F=3,881; p<0,05), “spor eğitimcilerinin niteliği” (F=3,574; p<0,05) ve “memnuniyet” (F=3,092; p<0,05) boyutlarına ait gelir düzeyi grupları ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı fark bulunmuştur. Gruplar arasındaki gözlenen anlamlı farklılığın kaynağını belirlemek için Post Hoc testlerinden Bonferroni testi kullanılmıştır.

Bu test sonuçlarına göre, spor merkezindeki maddi durumu orta gelir düzeyine sahip kursiyerlerin “spor merkezi kalitesi” alt ölçeğinin memnuniyet algılarının düşük gelirli kursiyerlere göre anlamlı düzeyde daha yüksek olduğu, spor merkezindeki orta gelir düzeyine sahip kursiyerlerin “spor eğitimcilerinin niteliği” alt ölçeğinin memnuniyet algılarının düşük gelirli kursiyerlere göre anlamlı düzeyde daha yüksek olduğu ve spor merkezindeki maddi durumu orta gelir düzeyine sahip

kursiyerlerin yüksek gelirli kursiyerlere göre “memnuniyet” algılarının anlamlı düzeyde daha yüksek olduğu tespit edilmiştir.

**Tablo 5:** Müşteri Memnuniyeti Ölçeği Alt Ölçek Puanlarının Farklı Spor Merkezini Kullanım Durumuna Göre T Testi Sonuçları

Ölçek ve Alt Boyut Adı	Gruplar	N	$\bar{x}$	Ss	T	td	p
Gelişim	Evet	221	4,27	,701	-,456	449	,648
	Hayır	228	4,30	,719			
Spor Merkezi Kalitesi	Evet	221	3,93	,772	-2,511	449	,012*
	Hayır	228	4,11	,699			
Çalışma Ortamının Niteliği	Evet	221	4,25	,829	-2,714	449	,007*
	Hayır	228	4,45	,731			
Spor Eğitmenlerinin Niteliği	Evet	221	4,57	,716	-,974	449	,331
	Hayır	228	4,63	,642			
Memnuniyet	Evet	221	3,49	,570	-2,292	449	,022*
	Hayır	228	3,61	,567			

\*P<0,05

Tablo 5 incelendiğinde, kursiyerlerin spor işletmeleri müşteri memnuniyeti ölçeği “gelişim” boyutu ( $t[449] = -,456$ ;  $p>0,05$ ) ve “spor eğitmenlerinin niteliği” boyutuna ( $t[449] = -,947$ ;  $p>0,05$ ) ait sıra ortalamalarının memnuniyet düzeylerinin istatistiksel olarak anlamlı şekilde farklılaşmadığı; “spor merkezi kalitesine” ait sıra ortalamasının ( $t[449] = -2,511$   $p<0,05$ ) hayır diyen kursiyerler lehine anlamlı düzeyde farklılaştığı ( $x=4,11$ ), “çalışma ortamının niteliği” boyutuna ait sıra ortalamasının ( $t[449] = -2,714$   $p<0,05$ ) hayır diyen kursiyerler lehine anlamlı düzeyde farklılaştığı ( $x=4,45$ ) ve “memnuniyet” boyutuna ait sıra ortalamasının da ( $t[449] = -2,292$   $p<0,05$ ) hayır diyen kursiyerler lehine anlamlı düzeyde farklılaştığı ( $x=3,61$ ) tespit edilmiştir.

#### 4. TARTIŞMA

**Çalışmada spor merkezine katılan kursiyerlerin öncelikli kullanım amacı Tablo 1’e göre;** Kursiyerlerin spor merkezini öncelikli olarak kullanım amaçları farklı iki açıdan değerlendirilmiştir. Bunlardan birincisi, amaç sıralamasında öncelikli olarak en önemli katılım amacı vurgusu, diğeri de amaçların yoğunluk sıralamasının tespit edilmesidir. Araştırma bulgularına göre kursiyerlerin ilk kullanım amacına göre sıralamasının birinci sırası “sağlıklı olmak, zinde kalmak” olarak belirlenmiştir. Yoğunluk sıralamasının ise, öncelik sıralamasına benzediği ancak birinci sırada yetenekli sporcu olmak, ikinci sırada sağlıklı olmak zinde kalmak, üçüncü sırada da spor alanında kariyer yapmak olduğu tespit edilmiştir (Tablo 1).

**Çalışmada spor merkezine katılan kursiyerlerin öncelikli kullanım amacı Tablo 1’e göre;** Araştırma bulgularına göre kursiyerlerin spor merkezini öncelikli kullanım amacına göre sıralamasının ikinci sırası “yetenekli sporcu olmak” şeklinde olduğu belirlenmiştir (Tablo 1).

**Çalışmada spor merkezine katılan kursiyerlerin öncelikli kullanım amacı Tablo 1’e göre;** Araştırma bulgularına göre kursiyerlerin spor merkezini öncelikli kullanım amacına göre üçüncü sırasında “spor alanında kariyer yapmak” olduğu belirlenmiştir (Tablo 1).

Literatür incelendiğinde araştırma sonucu elde edilen bulgulara kısmen benzer olarak Sevilmış (2015) müşterilerin spor merkezi kullanım amaçlarının sırayla (ilk üç) sağlıklı olmak zinde kalmak, güçlenmek ve kilo kontrolü olarak belirlemiştir. Tüfekci (2010) fitness merkezi üyelerinin kullanım amacını sırasıyla (ilk üç) sağlıklı olmak zinde kalmak (%48), kilo kontrolü (%19,7) ve güçlenmek (%7,9) olarak tespit etmiştir. Yetim (2014) araştırma bulgusuna göre ise fitness merkezlerine devam eden bireylerin üye olma nedenleri sırasıyla (ilk üç) sağlıklı bir hale gelmek (%64,9), vücuda şekil vermek (%58,1) ve kilo vermek (%36,9) olduğu belirlenmiştir. Ayrıca Ergin (2010) katılımcıların spor tesisini kullanım amacının ilk sırasında en yüksek oranla (%27) sağlıklı bir yaşam sürme amacının olduğunu belirlemiştir.

Araştırma yapılan spor merkezi kursiyerlerinin küçük yaş grubunda olması, kursiyerlerin spora başlama ve spor alanında ilerleme döneminde olması gibi nedenlerden dolayı bireylerin spor merkezini öncelikli kullanım amacını sağlıklı olmak ve zinde kalmak dışında yetenekli sporcu olmak ile spor alanında kariyer yapmak olarak farklılaştırmaktadır.

**Çalışmada spor merkezine katılan kursiyerlerin müşteri memnuniyeti alt boyutlarında spor merkezinin kalitesi istatistiksel analiz Tablo 2’ye göre;** Araştırma sonucu elde edilen bulgulara göre spor merkezine devam eden kursiyerlerin, müşteri memnuniyeti alt ölçeklerine göre puan ortalamaları

incelendiğinde en yüksek memnuniyet puanının (4,60) ile "spor eğitmenlerinin niteliği" alt ölçeğine ait olduğu belirlenmiştir (Tablo 2).

**Çalışmada spor merkezine katılan kursiyerlerin müşteri memnuniyeti alt boyutlarında spor merkezinin kalitesi istatistiksel analiz Tablo 2' ye göre;** Araştırma sonucu elde edilen bulgulara göre spor merkezine devam eden kursiyerlerin, müşteri memnuniyeti alt ölçeklerine göre puan ortalamaları incelendiğinde ikinci olarak memnuniyet puanının (4,35) puan ortalaması ile "çalışma ortamının niteliği" olduğu belirlenmiştir (Tablo 2).

**Çalışmada spor merkezine katılan kursiyerlerin müşteri memnuniyeti alt boyutlarında spor merkezinin kalitesi istatistiksel analiz Tablo 2' ye göre;** Araştırma sonucu elde edilen bulgulara göre spor merkezine devam eden kursiyerlerin, müşteri memnuniyeti alt ölçeklerine göre puan ortalamaları incelendiğinde üçüncü olarak (4,28) puan ortalaması ile "gelişim" alt ölçeğinin yer aldığı belirlenmiştir (Tablo 2).

Literatür incelendiğinde Gürbüz (2019) müşteri memnuniyeti alt ölçeklerine göre puan ortalaması en yüksek (5,54) ortalama ile "çalışma ortamının niteliği", ikinci olarak "spor merkezi kalitesi" (5,53) ve üçüncü olarak "memnuniyet" alt ölçeğinin bağlılık boyutu (5,35) memnuniyet puanına sahip müşterilerin oluşturduğu belirlenmiştir. En düşük memnuniyet ortalaması ise "spor eğitmenleri niteliği" alt ölçeği oluşturmaktadır ve bu yönüyle yapmış olduğumuz çalışmanın sonucu ile benzerlik göstermemektedir. Sevilmiş (2015) tarafından yapılan araştırmada spor merkezine devam eden müşterilerin müşteri memnuniyeti alt ölçeklerine göre en yüksek puan ortalamasının (4,98) ortalama ile "gelişim" alt ölçeğinin, ikinci olarak (4,71) puan ortalaması ile "çalışma ortamının niteliği" alt ölçeğinin ve üçüncü olarak "spor merkezi kalitesi" alt ölçeğinin program boyutunun (4,70) oluşturduğu tespit edilmiştir. En düşük memnuniyet puan ortalamasını da "spor merkezi kalitesi" alt ölçeğinin hizmetler boyutu oluşturmaktadır (4,34).

*P<sub>1</sub>: Spor yapan kursiyerlerin memnuniyet düzeylerinin belirlenmesine cinsiyet faktörü etkilimi dir?*

*H<sub>1</sub>: Spor yapan kursiyerlerin memnuniyet düzeylerinin belirlenmesinde cinsiyet faktörü etkilidir.*

**Çalışmada spor merkezine katılan kursiyerlerin müşteri memnuniyeti cinsiyet değişkeni istatistiksel analiz Tablo 3' e göre;** Araştırma sonucu elde edilen bulgulara göre spor işletmesinden hizmet alan kursiyerlerin, SİMMÖ ölçeği puan ortalamalarının cinsiyet gruplarına göre karşılaştırılmasında, kursiyerlerin spor işletmeleri müşteri memnuniyeti ölçeği "gelişim" boyutu, "spor merkezi kalitesi" boyutu, "çalışma ortamının niteliği" boyutu, "spor eğitmenlerinin niteliği" boyutuna ait sıra ortalamalarının anlamlı şekilde farklılaşmadığı; "memnuniyet" boyutuna ait sıra ortalamasının ise erkek kursiyerler lehine anlamlı düzeyde farklılaştığı görülmektedir (Tablo 3).

H<sub>1</sub>, P<sub>1</sub> olarak sınanması yapılan araştırma problemi kapsamında yukarıdaki görüşler ortaya çıkmıştır. Bu görüşler dikkate alındığında, H<sub>1</sub> hipotezi kabul edilmiştir.

Literatür incelendiğinde Yüzgeç (2010) çalışmasında, üyelerin hizmet kalitesi değerlendirme ölçeği, "çalışanlar", "program" ve "tesis" alt boyutlarına ait puan ortalamaları arasında cinsiyete göre istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmazken, "soyunma odaları" alt boyutu puan ortalamaları istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur. Gençlik Merkezlerine üye olan kadınların, "soyunma odaları" na özgü hizmet kalitesi algı düzeyleri erkek üyelerin algı düzeylerinden daha yüksek bulunmuştur. Bu yönüyle çalışmamızla benzerlik göstermemektedir. Tüfekci (2010) çalışmasında, "personel" alt boyutu puanları, "program" alt boyutu, "soyunma odası" alt boyutu, "fiziksel tesis" alt boyutu ve "antrenman tesisi" alt boyutuna ait puan ortalamaları istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur. Fitness merkezine devam eden kadın müşterilerin tüm boyutlarda erkek müşterilere göre daha yüksek beklenti düzeylerine sahip oldukları tespit edilmiştir. Bu yönüyle çalışmamızla benzerlik göstermemektedir.

Yapılan araştırmalar neticesinde farklı sonuçların ortaya çıkmasının sebebi spor işletmelerinin hizmet kalitesinin farklılık göstermesi ve bireylerin cinsiyet özelliklerinin bir sonucu olarak fiziksel ve psikolojik yaklaşımlarının farklılaşması ile ilgili olabilir.

*P<sub>2</sub>: Gelir düzeyi, spor yapan kursiyerlerin memnuniyet düzeylerinin belirlenmesine sebep olmuş mudur?*

*H<sub>2</sub>: Gelir düzeyi, spor yapan kursiyerlerin memnuniyet düzeylerinin belirlenmesine yol açan değişkenlerdendir.*

**Çalışmada spor merkezine katılan kursiyerlerin müşteri memnuniyeti gelir düzeyleri istatistiksel analiz Tablo 4' e göre;** Araştırma sonucu elde edilen bulgulara göre spor işletmesinden hizmet alan kursiyerlerin, SİMMÖ ölçeği puan ortalamalarının gelir durumu değişkenine göre karşılaştırılmasında, kursiyerlerin “gelişim” alt ölçeği ve “çalışma ortamının niteliği” boyutu istatistiksel olarak anlamlı bulunmazken, “spor merkezi kalitesi”, “spor eğitmenlerinin niteliği” ve “memnuniyet” boyutlarına ait gelir düzeyi grupları ortalamaları arasındaki farkı istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur (Tablo 4). Gruplar arasındaki gözlenen anlamlı farklılığın kaynağını belirlemek için Bonferroni testi kullanılmıştır. Bu test sonuçlarına göre;

Spor merkezindeki maddi durumu orta gelir düzeyine sahip kursiyerlerin “spor merkezi kalitesi” ve “spor eğitmenlerinin niteliği” alt boyutları memnuniyet algılarının düşük gelirli kursiyerlere göre anlamlı düzeyde daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Bu sonuca dayanarak; düşük gelirli kursiyerlerin beklentilerinin daha düşük olduğu ve fiziksel memnuniyet düzeylerinin orta gelirli kursiyerlere göre daha yüksek olduğu sonucuna varabiliriz. Ayrıca spor merkezindeki maddi durumu orta gelir düzeyine sahip kursiyerlerin “memnuniyet” alt boyutunun memnuniyet algılarının yüksek gelirli kursiyerlere göre anlamlı düzeyde daha yüksek olduğu tespit edilmiştir (Tablo 4).

$H_2$ ,  $P_2$  olarak sınanması yapılan araştırma problemi kapsamında yukarıdaki görüşler ortaya çıkmıştır. Bu görüşler dikkate alındığında,  $H_2$  hipotezi kabul edilmiştir.

Araştırma sonucu elde edilen bulgulara kısmen benzer olarak Saraç (2018), çalışmaya katılan üyelerin gelir durumlarına göre tüm alt ölçeklerin ortalama değerleri puan ortalamasının “gelişim” alt ölçeği, “spor merkezi kalitesi” alt ölçeği, “çalışma ortamının kalitesi”, “spor eğitmenlerinin kalitesi” ve genel ortalamalarına göre anlamlı bir farklılık olduğu belirlenmiştir. Araştırma sonucu elde edilen bulgulardan farklı olarak Kara (2017) katılımcıların aylık gelire göre müşteri memnuniyeti düzeyinde anlamlı farklılık olmadığını tespit etmiştir. Araştırma bulgularımızdan farklı olarak Yüzgeç (2010) çalışmasında Gençlik Merkezleri üyelerinin gelir düzeylerine göre hizmet kalitesi değerlendirme ölçeği “program alt boyutu”, “soyunma odaları alt boyutu” ve “tesis alt boyutu” puanları bakımından istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmadığı ortaya konmuştur.

Yapılan literatür taraması araştırmaların yapıldığı tesis üyelerinin gelir düzeylerine göre değişiklik göstermesi, üyelik giderlerinin az ya da fazla olmasından kaynaklanmış olabileceğini ortaya koymaktadır. Düşük gelir seviyeli bireylerde üyelik masraflarının az olması memnuniyet yaratabilir. Yüksek gelir seviyeli bireylerde ise düşük gelir seviyeli bireylere göre üyelik ücretlerinin az olması bir önem arz etmeyebilir ve dolayısıyla bu durum herhangi bir memnuniyete yol açmayabilir.

*P<sub>3</sub>: Spor yapan kursiyerlerin memnuniyet düzeylerinin belirlenmesinde farklı spor merkezi kullanım durumunun rolü var mıdır?*

*H<sub>3</sub>: Spor yapan kursiyerlerin memnuniyet düzeylerinin belirlenmesinde farklı spor merkezi kullanım durumunun rolü vardır.*

**Çalışmada spor merkezine katılan kursiyerlerin müşteri memnuniyeti farklı spor merkezi kullanım durumu istatistiksel analiz Tablo 5' e göre;** Araştırma sonucu elde edilen bulgulara göre spor işletmesinden hizmet alan kursiyerlerin, SİMMÖ ölçeği puan ortalamalarının farklı spor merkezini kullanım değişkenine göre karşılaştırılmasında kursiyerlerin spor işletmeleri müşteri memnuniyeti ölçeği “gelişim” boyutu ve “spor eğitmenlerinin niteliği” boyutuna ait sıra ortalamalarının istatistiksel olarak anlamlı şekilde farklılaşmadığı; “spor merkezi kalitesi” boyutu, “çalışma ortamının niteliği” boyutu ve “memnuniyet” boyutuna ait sıra ortalamalarının hayır diyen kursiyerler lehine anlamlı düzeyde farklılaştığı tespit edilmiştir (Tablo 5).

$H_3$ ,  $P_3$  olarak sınanması yapılan araştırma problemi kapsamında yukarıdaki görüşler ortaya çıkmıştır. Bu görüşler dikkate alındığında,  $H_3$  hipotezi kabul edilmiştir.

Literatür incelendiğinde araştırma sonucu elde edilen bulgulara kısmen benzer olarak Baş ve ark., (2017) spor işletmesinde önceden farklı tesis üyeliğinden faydalanan üyelerin soyunma odalarına ilişkin beklenen hizmet kalitesinde anlamlı derecede farklılık belirlenmiştir. Bu farklılık daha önce farklı spor merkezine gitmeyen kursiyerlerin beklentilerinin düşük ve fiziksel tesis memnuniyet düzeylerinin yüksek olmasından kaynaklandığı düşünülmektedir.

## 5. SONUÇ

Spor kurslarına katılan kursiyerlerin “spor eğitmenlerinin niteliği” ve “çalışma ortamının niteliği” boyutu memnuniyet düzeyleri yüksek çıkmıştır. Bu sonuçların sebebi olarak Gençlik ve Spor Bakanlığı’nın spor tesislerine yapmış olduğu yatırımlardan ve alanında uzman, üniversite eğitimi görmüş antrenörlerin istihdam edilmesinden kaynaklandığı düşünülmektedir.

Araştırmaya katılan kursiyerlerin çoğunluğunu erkek bireylerden oluştuğu görülmektedir. Bu durumun sebebi spor tesisinin bulunduğu bölgenin sosyo-kültürel yapısından ve bazı branşlarda erkek kursiyerlerin oranının daha yüksek olmasından kaynaklandığı düşünülmektedir.

Kursiyerlerin gelir düzeyine göre karşılaştırılmasında da farklılıklar gözlenmektedir. Araştırma yapılan spor merkezindeki branşlarda ihtiyaç duyulan spor malzemelerinin kurumca karşılanması düşük gelirli kursiyerlerde memnuniyet düzeyini artırmaktadır. Ayrıca orta gelir düzeyine sahip kursiyerler için spor merkezi kalitesi veya spor eğitmenlerinin niteliği düşük gelirli kursiyerlere göre daha önemli olabilmektedir. Çünkü bu bireylerin spor merkezini çok yönlü değerlendirme potansiyeli bulunmaktadır.

Farklı spor merkezi kullanım değişkenine göre kursiyerlerin memnuniyet düzeylerinin değişkenlik gösterdiği görülmektedir. Daha önce farklı spor merkezine giden kursiyerlerin mevcut spor merkezlerinde bu merkezi eskisi ile kıyaslama durumu oluşmaktadır. Böylelikle kursiyerlerin yeni spor merkezinde daha önce gittikleri spor merkezinden daha kaliteli bir hizmet bulamadıklarında bu durumun kursiyerlerin memnuniyet düzeylerini düşürmesi beklenen sonuçlardan biri olabilmektedir.

Kursiyerlerin spor merkezini öncelikli kullanım amacının sağlıklı olmak ve zinde kalmak olduğu görülmektedir. Bu durumun sebebi olarak hareketsiz yaşamın yol açtığı sağlık sorunları hakkında toplumun bilinçlenmesi ve bunun neticesinde bireyin sağlıklı bir yaşam sürdürmek adına spora yönelmiş olması gösterilebilir.

## KAYNAKLAR

- Baş, M. Çelik, A. & Solak, N. (2017). Spor İşletmelerinde Algılanan Hizmet Kalitesi Üzerine Bir Araştırma. *Gaziantep Üniversitesi Spor Bilimleri Dergisi*, 2(4), 1-11.
- Doğu, G., Kesim, Ü. & Sivrikaya, Ö. (2002). Belediyelerin sporla ilgili işlevleri: Düzce belediyesi örneği. *Çağdaş Yerel Yönetimler Dergisi*, 11 (2), 89-106, 94.
- Ergin, M.B. (2010). *Üniversite Spor Merkezlerindeki Algılanan Hizmet Kalitesinin Yapısal Eşitlik Modeli ile İncelenmesi*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi, Ankara.
- Gürbüz, C. (2019). *Özel Spor İşletmelerinde Hizmet Alan Bireylerin Memnuniyet Düzeylerinin Belirlenmesi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü Spor Yöneticiliği Anabilim Dalı, Konya.
- Işın, S.M. (2017). *Hizmet kalitesinin SERVQUAL yöntemi ile ölçülmesi ve perakende sektöründe bir uygulama*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi, Ankara.
- Kara, A. (2017). *Hizmet Pazarlamasında Müşteri Memnuniyeti ve Bir Spor işletmesi Örneği*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Gelişim Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, İstanbul.
- Karasar, N. (2017). *Bilimsel Araştırma Yöntemi*. 32. Basım, Ankara: Nobel Yayınevi.
- Oliver, R. L. (1997). *Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer*. McGraw-Hill, New York, 126-13.
- Pizam, A. & Ellis, T. (1999). Customer Satisfaction and Its Measurement in Hospitality Enterprises, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 11/7: 326-339
- Saraç, Y. (2018). *Kamuya ait spor işletmelerinden hizmet alan bireylerin memnuniyetini inceleyen faktörlerin incelenmesi (Beylikdüzü Belediyesi Örneği)*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Gelişim Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, İstanbul.
- Se-Hyuk, P. & Yong Man, K. (2000). Conceptualizing and Measuring the Attitudinal Loyalty Construct in Recreational Sport Context. *Journal of Leisure Research*, 14(1), 197- 207.



- Sevilmiş, A. (2015). *Hizmet Odaklı Spor İşletmelerinde Dış Müşteri Memnuniyetini Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Konya.
- Tüfekci, O. (2010). *Fitness Merkezleri Müşterilerinin Hizmet Kalitesine Yönelik Beklenti ve Algılarının Değerlendirilmesi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Beden Eğitimi ve Spor Anabilim Dalı, Balıkesir.
- Yetim, G. (2014). *Boş Zaman İlgileniminin Boş Zaman Tatmini Ve Sadakati Üzerine Etkisi: Eskişehir'deki Fitnes Merkezleri Üzerine Araştırma*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Anadolu Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü Beden Eğitimi ve Spor Anabilim Dalı, Eskişehir.
- Yüzgeç, A. A. (2010). *Yerel yönetimlerin sunduğu spor hizmetlerinde hizmet kalitesi (Ankara İli Örneği)*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü Beden Eğitimi ve Spor Anabilim Dalı Spor Yönetim Bilimleri Programı, Ankara.