Turkish Studies - Social Sciences

eISSN: 2667-5617

www.turkishstudies.net/social

Research Article / Araştırma Makalesi

INTERNATIONAL BALKAN UNIVERSITY
Sponsored by IBU

Fitness Salonlarını Kullanan Bireylerin Müşteri Memnuniyet Durumlarının İncelenmesi*

Investigation of Customer Satisfaction Conditions of The Individuals Using Gyms

Metin Karayol** - Muhammed Özkan Turhan*** - Ramazan Ünver**** - Berat Ergenekon*****

Abstract: The aim of this study is to investigate customer satisfaction conditions of the individuals using gyms. While population of the study consists of the participants going to gyms in Bitlis, Diyarbakır and Siirt, the sample group of the study consists of 360 individuals in total who are volunteer and selected randomly among those participants from Bitlis (110), Diyarbakır (150) and Siirt (100). The participants have been given to "demographic information form" created by researchers and "sports managements' customer satisfaction scale" having seven likert types and formed by 5 sub dimensions involving development sub dimension developed by Sevilmiş (2015), sports trainers sub dimension, the quality of work environment sub dimension and satisfaction sub dimension. Customer satisfaction conditions and demographic information have been compared. Number, percentage, average, standard deviations have been conducted as descriptive statistical methods in the evaluation of the data. According to the conducted normality test, in the analysis of data which do not show normal deviation U-test has been used to investigate whether the difference between two groups is significant or not, and Kruskal Wallis test has been used to investigate whether the difference between the averages of variables more than two is significant or not. In the analysis of the data, SPSS 20.0 package program has been used and error margin has been accepted as 0.05. According to the test results, while it has not been seen that there is a significant difference between the sub dimensions of educational background, income state,

---

* Çalışmanın verilerini 2019 yılında tamamlanmıştır.

** Dr. Öğr. Üyesi, Muş Alparslan Üniversitesi, Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokulu, Spor Yöneticiliği Bölümü
Asst. Prof. Dr., Muş Alparslan University, High School of Physical Educaiton and Sport, Department of Sport Management
ORCİD 0000-0003-0809-0410
m.karayol@alparslan.edu.tr

*** Yüksek Lisans Öğrencisi, Muş Alparslan Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Beden Eğitimi ve Spor Eğitimi ABD
MA Student, Muş Alparslan University, Institute of Social Sciences, Department of Physical Education and Sport Education
ORCİD 0000-0002-1671-0029
Trhn8@outlook.com

**** Yüksek Lisans Öğrencisi, Muş Alparslan Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Beden Eğitimi ve Spor Eğitimi ABD
MA Student, Muş Alparslan University, Institute of Social Sciences, Department of Physical Education and Sport Education
ORCİD 0000-0003-0013-0908
re_unver@hotmail.com

***** Yüksek Lisans Öğrencisi, Muş Alparslan Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Beden Eğitimi ve Spor Eğitimi ABD
MA Student, Muş Alparslan University, Institute of Social Sciences, Department of Physical Education and Sport Education
ORCİD 0000-0001-5793-9228
beratergenek10@gmail.com

Cite as/ Atıf: Karayol, M., Turhan, M. Ö., Ünver, R., Ergenekon, B. (2020). Fitness salonlarını kullanan bireylerin müşteri memnuniyet durumlarının incelenmesi, *Turkish Studies - Social*, 15(3), 1261-1274. https://dx.doi.org/10.29228/TurkishStudies.41441
Received/Geliş: 21 January/Ocak 2020
Accepted/Kabul: 25 April/Nisan 2020
Checked by plagiarism software
Published/Yayın: 30 April/Nisan 2020
Copyright © INTAC LTD, Turkey
CC BY-NC 4.0

working condition and gender of the participants with the customer satisfaction condition sub dimensions, it has been reported that there is a significant difference between the quality of work environment sub dimension and (P>0,05) province and age variables, also the attendance condition and the quality of sports trainers and satisfaction sub dimension (P<0,05).

Structured Abstract: Introduction Inactive life style as one of the most important problems of today's modern society brings too many health problems socially. In this context, the individuals go towards gyms not only to be healthy but also to keep fit. Individuals' expectations in every area cause increase in the expectations in sports service areas. Individuals have expectations in selecting gyms or continuing their current gym memberships. From this reason, it has been thought that with increasing customer expectations, gyms providing sports service in competition environment should meet the expectations of their customers by putting customer satisfaction in the very first place in bound rate.

Sports facilities are the institutions where customers are forefront. Sports facilities in these days must prioritise the customer expectations and needs by providing service. The level of sports facilities' meeting customer expectations and needs will set the tone. In the event of that the customers are satified with the service, they will choose this sports facilities again. The necessity of provided service and products' meeting customer expectations in the competition environment in which many sports facilities are has non-negligle importance.

The concept of quality is an important element while meeting customer satisfactions. It is necessary to create functions such as organising, planning, developing and control about which method will be used in the quality to be conducted (Aksu,2012).

The service quality expectation level of the individuals benefited from gyms is prominent factor for the quality of service provided in these centers. Many studies complete this idea. The customers whose expectations are satisfied will have a tendency to choose these sports centers again. Therefore, the quality of service and facilities provided to the customers in spors centers is highly important. If this expectation and quality have not been provided, this sports center will lose customers (Ergin ve Diğ, 2010). In this context, the customer satisfaction in gyms will be discussed in our study.

Purpose of the Research: It has been aimed to investigate the customer satisfaction conditions of the individuals using gyms.

Method: While population of the study consists of the participants going to gyms in Bitlis, Diyarbakır and Siirt, the sample group of the study consists of 360 individuals in total who are volunteer and selected randomly among those participants from Bitlis (110), Diyarbakır (150) and Siirt (100).

In the first section of our study, 'demographic information form' created by researchers has been used. These demographic information consist of 7 questioned variables such as gender, educational background, province, age, income level, working conditin and attendance condition. In the second section of the study, 'Sports Institutions Customers Satisfaction Scale' developed by Sevilmiş (2015) has been used. In the analysis of the data, SPSS 20.0 package program has been used and error margin has been accepted as 0.05. In the evaluation of the data number, percentage, average, standard deviation have been conducted as the descriptive statistical methods. When paying attention to kolmogorov-smirnov values by looking into conducted normality test, it has been identified that the data has not been dispensed normally. In this context, U-test has been used to investigate whether the difference between two groups is significant or not, and Kruskal Wallis test has been used to investigate whether the difference between the averages of variables more than two is significant or not.

Data Collection Tools

Spor İşletmeleri Müşteri Memnuniyet Ölçeği: Customers have marked on the likert type septette evaluation scale which changes between Totally Disagree (1) and Totally Agree (7) for their aggrement levels related to each statement in the scale. The scale consists of 55 questions and 5 sub dimensions in total involving development sub dimension (DSD) (1,2,3,4,5,6,7,8,9,10), quality of the sports center sub dimension (QSCSD) (11,12,13,14,15,16,17,18,19,20,21,22,23,24,25,26,27,28,29,30), quality of work environment sub dimension (QWESD) (31,32,33,34,35), quality of sports trainers sub dimension (QSTSD) (36,37,38,39,40,41,42,43,44,45,46), and satisfaciton sub dimension (SSD) (47,48,49,50,51,52,53,54,55).

Conclusion and Suggestions: It has been seen that according to gender variable there is not a significant difference in development sub dimension, quality of sports center sub dimension, quality of work environment sub dimension, quality of sports trainers sub dimension and satisfaction sub dimension out of customer satisfaction scale sub dimensions **(Table 2)** Likewise, the study conducted by Baş and friends (2017) is also paralled to our study in terms of gender variable. This situation is the indication of the fact that women are just as active as men in terms of using sports centers in recent conditions.

It has not been seen that there is a significant difference between educational background variable and the sub dimensions of development, quality of sports centers, quality of work environment, quality of sports trainers **(Table 3)** It can be concluded that in this condition educational background makes no important difference in terms of satisfaction and our people regardless of their educational levels have reached a certain awereness level in terms of identifying pros and cons of sports centers' use conditions and the quality level of service provided in the centers in recent days in our country. It has been reported that there is a significant difference between province variable and all sub dimensions. When looking into mean rank, Siirt province's Developmet sub dimension, quality of sports centers sub dimension, quality of work environment sub dimension, quality of sports trainers sub dimension, satisfaction sub dimension are higher than other provinces. When looking into mean rank, while Bitlis province's Developmet sub dimension, quality of work environment sub dimension, quality of sports trainers sub dimension are higher than Diyarbakır province, Diyarbakır province's quality of sports centers sub dimension and satisfaction sub dimension are higher than Bitlis province. (**Table 4)**. When examining these datum, it can be concluded that people facilitating from these centers confine themselves to the services taken more compared to other cities because Siirt province is a developing city in terms of sports centers and there is limited availibility of sports centers in the city. Besides, with the reason of that we reach the least number of members in Bitlis in our study, it can be seen that more significant differences have been taken than Diyarbakır province because more chances of sports trainers at the sports centers in Bitlis to have time with the members and take care of them one by one compared to the sports centers in Diyarbakır which is a metropol city. Because the fact that in Diyarbakır which is the only metropolis in our study there are higher life standards of individuals and facilities compared to other cities it can be concluded that the sports centers have not met the expectations enough in terms of satisfaction. While it has not been seen that there is a significant difference between age variable and development sub dimension, quality of sports centers sub dimension, quality of sports trainers sub dimension, satisfaction sub dimension and age variable, it has been seen that there is a significant difference in quality of work environment sub dimension. When looking into mean ranks of quality of work environment sub dimension, it has been identified that the mean ranks of individuals who are 21-25 in age rank are higher than other age groups **(Table 5).** Likewise, the study conducted by Sevilmiş (2015) has shown parallelism to our study in terms of age variable. When examining data that we obtained, it can be stated that 21-25 age group that is seen as the most facilitating ones from the sports centers is more conscious at this point. It has not been seen that there is a significant difference between income level variable and development sub dimension, qualiy of sports centers sub dimension (QSCSD), quality of work environment sub dimension, quality of sports trainers sub dimension and satisfaction sub dimension **(Table 6).**

In a similar study conducted again by Sevilmiş (2015), this time contrast to our study, it has been found that there are significant differences in all sub dimensions. This situation shows that it is caused because of the conditions like that the studies have been conducted in different regions and cities and living conditions can show differences from region to region and from city to city.It has not been seen that there is a significant difference between working condition and development sub dimension, quality of sports center sub dimension, quality of work environment sub dimension, quality of sports trainers sub dimension, satisfaction sub dimension **(Table 7).** At this point, the study conducted by Yıldız and friends (2018) shows parallelism with our study result in terms of working condition variable. The reason of this situation can be concluded with the fact that the sports centers are addressing all income levels with those centers' usage becoming widespread and people start to see getting this service as a necessity. While it has not been found that there is a significant difference between development attendance condition and quality of sports center sub dimension, quality of work environment sub dimension and development sub dimension, it has been found that there is a significant difference between quality of sports trainers sub dimension and satisfaction sub dimension. When looking into mean rank, it has been identified that mean ranks of the ones whose attendance is 6 months and less than six months are higher than other attendance conditions in quality of sports trainers sub dimension. When looking into mean ranks of satisfaction sub dimension, it has been found out that mean ranks of the ones whose

condition of attendance is 2-3 years are higher than other attendance conditions **(Table 8).** In a similar study conducted by Ergin and friends (2010), it shows parallelism to our study in terms of attendance condition variable. In this situation, it can be seen that sports centers show an active effort about promotion for their customers.

Keywords: Sports Management, Gym, Customer Satisfaction.

Öz: Bu araştırmanın amacı fitness salonlarını kullanan bireylerin müşteri memnuniyet durumlarının incelenmesidir. Araştırmanın evrenini Bitlis, Diyarbakır ve Siirt illerindeki fitness salonlarına giden katılımcılar oluştururken, örneklem grubunu ise bu katılımcılar arasından rastgele seçilmiş gönüllü olan Bitlis (110), Diyarbakır (150) ve Siirt (100) toplam 360 kişi oluşturmuştur. Katılımcılara araştırmacılar tarafından oluşturulan 'demografik bilgi formu' ve Sevilmiş (2015) tarafından geliştirilen gelişim alt boyutu, spor merkezi kalitesi alt boyutu, çalışma ortamı niteliği alt boyutu, spor eğitmenleri niteliği alt boyutu ve memnuniyet alt boyutu olarak 5 alt boyuttan oluşan ve yedili likert tipi olan 'spor işletmeleri müşteri memnuniyeti ölçeği' yöneltilmiştir. Müşteri memnuniyet durumları ile demografik bilgiler karşılaştırılmıştır. Verilerin değerlendirilmesinde tanımlayıcı istatistiksel yöntemleri olarak sayı, yüzde, ortalama, standart sapma uygulanmıştır. Yapılan normallik testine göre normal dağılım göstermeyen verilerin analizinde, iki gurubun ortalamaları arasındaki farkın anlamlı olup olmadığını incelemek için U-testi, ikiden fazla değişkenlerin ortalamaları arasındaki farkın anlamlı olup olmadığını incelemek içinse kruskal-wallis testi kullanılmıştır. Verilerin analizinde SPSS 20.0 paket programı kullanılmış olup hata payı 0.05 olarak kabul edilmiştir. Yapılan test sonuçlarına göre katılımcıların eğitim durumu, gelir durumu, çalışma durumu ve cinsiyet değişkenleri ile müşteri memnuniyet durumu alt boyutları arasında anlamlı bir fark görülmezken, ($P>0,05$) il ve yaş değişkenlerinin çalışma ortamının niteliği alt boyutunda, devam durumu değişkeninin ise spor eğitmenleri niteliği ve memnuniyet alt boyutu arasında anlamlı bir fark saptanmıştır ($P<0,05$).

Anahtar Kelimeler: Spor Yönetimi, Fitness Salonu, Müşteri Memnuniyeti.

Giriş

Günümüz modern toplumun en önemli sorunlarının başında gelen hareketsiz yaşam tarzı toplumsal olarak birçok sağlık sorunlarını da beraberinde getirmektedir. Bu bağlamda bireyler gerek sağlıklı kalmak gerekse vücut formunu korumak amacıyla spor salonlarına yönelmektedir. Bireylerin her alanda artan beklentileri spor hizmetleri alandı da beklentilerin artmasına neden olmuştur. Bireylerin spor salonu seçmelerinde veya var olan spor salonu üyeliklerini sürdürmelerinde kişisel memnuniyet bazı önemli ölçüt ve beklentileri vardır. Bu nedenle artan müşteri beklentileri ve rekabet ortamında spor hizmeti sunan spor tesisleri müşteri memnuniyetini en ön sıraya alarak müşterilerin beklentilerini mümkün olan en yüksek düzeyde karşılaması gerektiği düşünülmektedir.

Sağlık, kişinin yaşamında değişim gösteren hareketli bir olgudur (Murathan ve ark., 2017). Bireyler ne kadar yoğun olursalar olsun mutlaka vücut sağlıklarını düşünmektedir. İş dünyasındaki Çalışma temposunun yoğunluğu hem strese hem de fiziksel olarak rahatsızlıklara neden olmaktadır. Bu olumsuz etkileri ortadan kaldırmak için bireyler spora yönelmeye başlamıştır. Hiç şüphesiz spor, zihinsel ve fiziksel açıdan rahatlamanın en iyi yolların başında gelmektedir. Bu farkındalık içerisinde sporun toplumu oluşturan tüm fertlere ulaştırılması toplumun ve fertlerin sağlığına katkı sağlayacaktır. Spor yapmanın olumlu etkilerinin farkında olan bireylerin spor yapma istekleri arttığından bireylerin kamu ve özel spor salonlarının açılması yönünde talepleri ve istekleri artmıştır. Bu duruma örnek olarak Türkiye'de son dönemlerde açılan spor merkezlerinin sayısında kayda değer bir artış olduğu görülmektedir (Eser, 2015).

Spor tesisleri müşterinin ön planda olduğu müesseselerdendir. Günümüzde spor tesisleri, hizmet sunarken ön planda müşterileri beklenti ve isteklerini tutmak zorundadır. Spor tesisleri müşteri beklenti ve isteklerini karşılama düzeyi tesisinin gidişatını belirleyecektir. Müşteriler aldıkları hizmetten memnun kalma durumunda o spor tesisini yine tercih edecektir. Birçok spor

tesisinin içerisinde bulunduğu rekabet ortamında sunulan hizmet ve ürünlerin müşteri beklentilerini karşılaması gerekliliği göz ardı edilmeyecek bir öneme sahiptir.

Müşteri memnuniyetlerini karşılarken kalite kavramı önemli bir unsurdur. Uygulanacak kalitenin nasıl bir yöntemle yapılacağı konusunda örgütleme, planlama, geliştirme ve kontrol gibi işlevler dikkatlice oluşturulması gerekmektedir (Aksu, 2012).

Spor, bireylerin toplum içerisinde aidiyet duygusunu yaşaması ve topluma uyum sağlaması açısından önem arz etmektedir (Eroğlu, ve Acet, 2017). Türkiye'de 1980 sonrasın da birçok ücretli spor salonu hizmet vermeye başlamıştır. Hizmete başlayan bu spor salonları toplum tarafından gerekli talebi görmesiyle ticari bir sektör oluşmuştur. Spor salonu, ticari bir değer kazanınca bu tesislerin miktarında da yoğun bir artış olmuştur. Sporun temel amaçlarından "sağlık için spor" anlayışından uzak olan bu artış, spor salonlarının verimsiz ve dengesiz bir dağılım oluşmasında neden olmuştur. Bu durum karşısında kamu otoritesi yani devlet spor salon ve tesisleri için gerekli hukuki düzenlemeyi yapmayı hedeflemiştir. Bu durumu göz ardı etmeyen devlet, spor tesisleri mevzusunda daha özenli bir yol izleyip spor tesisi açılma koşullarına bir düzen getirerek özel spor salonu açmak isteyen bireylere bazı şartları yerine getirilmesi durumunda spor salonu alanında hizmet vermelerine izin vermiştir. Spor salon ve tesisleriyle ilgili Beden Eğitimi ve Spor Tesisleri Yönetmeliği çıkarmıştır. Bu sayede spor, sağlıklı bir şekilde toplumun her kesimini ulaşarak hem yaygınlaşacak hem de gelişecektir (Eroğlu, 2006).

Spor merkezlerinden yararlanan fertlerin hizmet nitelik beklenti seviyeleri, bu merkezlerde verilen hizmetin niteliği için önde gelen bir unsurdur. Birçok çalışma bu düşünceyi tamamlar şekildedir. Spor merkezinde beklentileri karşılanan müşteriler tekrardan o spor merkezini tercih etme yoluna gidecektir. Bu sebeple spor tesislerinde müşterilere sunulan hizmet ve unsurların kalitesi son derece önemlidir. Müşterinin bu beklenti ve kalite isteği karşılanmadığı durumda bu spor işletmesi müşteri kaybedecektir (Bayrak, 2018; Ergin ve ark., 2010). Bu bağlamda çalışmamızda fitness salonlarındaki müşteri memnuniyeti ele alınacaktır.

Yöntem

Araştırmanın evrenini Bitlis, Diyarbakır ve Siirt illerinde fitness salonlarına giden katılımcılar oluştururken örneklem grubunu ise katılımcılardan arasından gönüllü olarak rastgele seçilmiş Bitlis (110), Diyarbakır (150) ve Siirt (100) 360 katılımcı oluşturmaktadır.

Çalışmanın birinci bölümünde araştırmacılar tarafından oluşturulmuş 'demografik bilgi formu' kullanılmıştır. Bu demografik bilgiler cinsiyet, eğitim durumu, il, yaş, gelir durumu, çalışma durumu ve devam durumu gibi 7 soru içeren değişkenlerden oluşmaktadır. Çalışmanın ikinci bölümünde ise Sevilmiş (2015) tarafından geliştirilen 'Spor İşletmeleri Müşteri Memnuniyet Ölçeği' kullanılmıştır. Müşteriler ölçekte yer alan her bir ifadeye ilişkin katılma düzeylerini Kesinlikle Katılmıyorum (1) ile Kesinlikle Katılıyorum (7) arasında değişen likert tipi yedili derecelendirme ölçeği üzerinde işaretlemektedirler. Ölçek gelişim alt boyutu (GAB) (1,2,3,4,5,6,7,8,9,10), spor merkezi kalitesi alt boyutu (SMKAB) (11,12,13,14,15,16,17,18,19,20,21,22,23,24,25,26,27,28,29,30), çalışma ortamının niteliği (ÇONAB) alt boyutu (31,32,33,34,35), spor eğitmenleri niteliği alt boyutu (SENAB) (36,37,38,39,40,41,42,43,44,45,46) ve memnuniyet alt boyutu (MAB) (47,48,49,50,51,52,53,54,55) olmak üzere toplamda 5 alt boyut ve 55 sorudan oluşmaktadır.

Verilerin analizinde SPSS 20.0 paket programı kullanılmış olup hata payı 0.05 olarak kabul edilmiştir. Verilerin değerlendirilmesinde tanımlayıcı istatistiksel yöntemleri olarak sayı, yüzde, ortalama, standart sapma uygulanmıştır. Yapılan normallik analizine bakılarak kolmogorov-smirnov değerlerine dikkat edildiğinde verilerin normal dağılmadığı saptanmıştır. Bu Bağlamda iki gurubun ortalamaları arasındaki farkın anlamlı olup olmadığını incelemek için U-testi, ikiden fazla

değişkenlerin ortalamaları arasındaki farkın anlamlı olup olmadığını incelemek içinse kruskal-wallis testi kullanılmıştır.

Bulgular

Araştırmada elde edilen verilerin analizleri neticesinde, tablolar ve yorumlamalarına bu bölümde yer verilmiştir.

Tablo 1: Katılımcıların Demografik Özelliklerinin Dağılımı

Tablolar	Gruplar	Frekans(n)	Yüzde(%)
Cinsiyet	Kadın	151	41,9
	Erkek	209	58,1
	Toplam	360	100,0
İl	Bitlis	110	30,6
	Diyarbakır	150	41,7
	Siirt	100	27,7
	Toplam	360	100,0
Yaş	16-20	35	9,7
	21-25	157	43,6
	26-30	114	31,7
	31 ve üzeri	54	15,0
	Toplam	360	100,0
Eğitim Durumu	Lise	109	30,3
	Üniversite	251	69,7
	Toplam	360	100,0
Gelir Durumu	500 tl'den az	83	23,1
	501-1000	56	15,6
	1001-1500	41	11,4
	1501-2000	55	15,3
	2001-3000	46	12,8
	3001 ve üzeri	79	21,8
	Toplam	360	100,0
Çalışma Durumu	Çalışmıyorum	120	33,3
	Hafta Sonu veya Yarım Gün Çalışıyorum	144	40,0
	Tam Gün Çalışıyorum	96	26,7
	Toplam	360	100,0
Devam Durumu	6 Ay ve 6 Aydan Daha Az	206	57,2
	7 Ay-1 Yıl	83	23,1
	2-3 Yıl	71	19,7
	Toplam	360	100,0

Tablo 1 İncelendiğinde katılımcılar cinsiyet değişkenine göre 151'i (%41,9) kadın, 209'u (%58,1) erkek olarak dağılmaktadır. Katılımcılar il değişkenine göre 110'u (%30,6) Bitlis, 150'si (%41,7) Diyarbakır, 100'ü (%27,7) Siirt olarak dağılım göstermektedir. Katılımcılar yaş değişkenine göre 35'i (%9,7) 16-20 yaş, 157'si (%43,6) 21-25 yaş, 114'ü (%31,7) 26-30 yaş, 54'ü (%15,0) 31 ve üzeri yaş olarak dağılım göstermektedir. Katılımcılar eğitim durumu değişkenine göre 109'u (%30,3) lise, 251'i (%69,7) üniversite olarak dağılım göstermektedir. Katılımcılar gelir durumu değişkenine göre 83'ü (%23,1) 500 tl'den az, 56'sı (%15,6) 501-1000 tl, 41'i (%11,4) 1001-1500 tl, 55'i (%15,3) 1501-2000 tl, 46'sı (%12,8) 2001-3000 tl, 79'u (%21,8) 3001 ve üzeri tl olarak dağılmaktadır. Katılımcılar çalışma durumuna göre 120'si (%33,3) çalışmıyorum, 144'ü (%40,0) hafta sonu veya yarım gün çalışıyorum, 96'sı (%26,7) tam gün çalışıyorum olarak dağılım göstermektedir. Katılımcılar devam durumu değişkenine göre 206'sı (%57,2) 6 ay ve 6 aydan daha az, 83'ü (%23,1) 7ay-1 yıl, 71'i (%19,7) 2-3 yıl olarak dağılmaktadır.

Tablo 2: Müşteri Memnuniyet Düzeyinin Cinsiyet Değişkenine Göre U-Testi Sonuçları

	Cinsiyet	N	SıraOrt.	Sıra Top.	U	P
GAB	Kadın	151	179,56	27113,00		
	Erkek	209	181,18	37867,00	15637,00	,88
	Toplam	360				
SMKAB	Kadın	151	184,22	27816,50		
	Erkek	209	177,82	37163,50	15218,50	,56
	Toplam	360				
ÇONAB	Kadın	151	179,65	27127,50		
	Erkek	209	181,11	37852,50	15651,50	,89
	Toplam	360				
SENAB	Kadın	151	190,38	28557,00		
	Erkek	209	172,55	36063,00	14118,00	,11
	Toplam	360				
MAB	Kadın	151	172,12	25990,00		
	Erkek	209	186,56	38990,00	14514,00	,19
	Toplam	360				

Tablo 2 İncelendiğinde cinsiyet değişkenine göre, müşteri memnuniyeti ölçeği alt boyutlarından gelişim alt boyutu (GAB), spor merkezi kalitesi alt boyutu (SMKAB), çalışma ortamı niteliği alt boyutu (ÇONAB), spor eğitmenleri niteliği alt boyutu (SENAB) ve memnuniyet alt boyutlarının (MAB) cinsiyet değişkenine göre anlamlı bir farklılık görülmemektedir (P>0,05).

Tablo 3: Müşteri Memnuniyeti Düzeyinin Eğitim Durumu Değişkenine Göre U-Testi Sonuçları

	Eğitim Durumu	N	Sıra Ort.	Sıra Top.	U	P
GAB	Lise	109	184,78	20140,50		
	Üniversite	251	178,64	44839,50	13213,50	,61
	Toplam	360				
SMKAB	Lise	109	174,41	19011,00		
	Üniversite	251	183,14	45969,00	13016,00	,46
	Toplam	360				
ÇONAB	Lise	109	172,73	18827,50		
	Üniversite	251	183,87	46152,50	12832,50	,34
	Toplam	360				
SENAB	Lise	109	185,19	20000,00		
	Üniversite	251	177,77	44620,00	12994,00	,53
	Toplam	360				
MAB	Lise	109	177,97	19398,50		
	Üniversite	251	181,60	45581,50	13403,50	,76
	Toplam	360				

Tablo 3 İncelendiğinde eğitim durumu değişkenine göre, gelişim alt boyutu (GAB), spor merkezi kalitesi alt boyutu (SMKAB), çalışma ortamı niteliği alt boyutu (ÇONAB), spor eğitmenleri niteliği alt boyutu (SENAB), memnuniyet alt boyutu (MAB) ile eğitim durumu değişkeni arasında anlamlı bir farklılık görülmemektedir (P>0,05).

Tablo 4: Müşteri Memnuniyeti Düzeyinin İl Değişkenine Göre Kruskal-Wallis Testi Sonuçları

	İl	N	Sıra Ort.	X^2	P
GAB	Bitlis	110	187,15		
	Diyarbakır	150	160,68	10,56	**,01***
	Siirt	100	202,92		
	Toplam	360			
SMKAB	Bitlis	110	141,70		
	Diyarbakır	150	184,55	27,90	**,00***
	Siirt	100	217,11		
	Toplam	360			
ÇONAB	Bitlis	110	190,14		
	Diyarbakır	150	156,28	15,54	**,00***
	Siirt	100	206,23		
	Toplam	360			
SENAB	Bitlis	110	171,67		
	Diyarbakır	150	148,14	45,14	**,00***
	Siirt	100	236,63		
	Toplam	360			
MAB	Bitlis	110	157,74		
	Diyarbakır	150	179,78	11,59	**,00***
	Siirt	100	206,62		
	Toplam	360			

Tablo 4 İncelendiğinde il değişkenine göre, bütün alt boyutlar arasında anlamlı farklılık saptanmıştır (P<0,05). Sıra ortalamalarına bakıldığında Siirt ilinin gelişim alt boyutunda (GAB) (sıra ort.=202,92), spor merkezi kalitesi alt boyutunda (SMKAB) (sıra ort.=217,11), çalışma ortamı niteliği alt boyutunda (ÇONAB) (sıra ort.=206,23), spor eğitmenleri niteliği alt boyutunda (SENAB) (sıra ort.:=236,63), memnuniyet alt boyutunda (MAB) (sıra ort.=206,62) diğer illere göre daha yüksek çıkmıştır. Sıra ortalamalarına bakıldığında Bitlis ilinin gelişim alt boyutunda (GAB) (sıra ort.=187,15), çalışma ortamı niteliği alt boyutunda (ÇONAB) (sıra ort.=190,14) ve spor eğitmenleri niteliği alt boyutunda (SENAB) (sıra ort.=171,67) Diyarbakır iline göre yüksek iken, Diyarbakır ilinin spor merkezi kalitesi alt boyutunda (SMKAB) (sıra ort.=184,55) ve memnuniyet alt boyutunda (MAB) (sıra ort.=179,78) Bitlis iline göre yüksek çıkmıştır.

Tablo 5: Müşteri Memnuniyeti Düzeyinin Yaş Değişkenine Göre Kruskal-Wallis Testi Sonuçları

	Yaş	**N**	**Sıra Ort.**	**X^2**	**P**
GAB	16-20	35	162,33		
	21-25	157	185,11	1,40	,71
	26-30	114	180,61		
	31 ve üzeri	54	178,65		
	Toplam	360			
SMKAB	16-20	35	149,59		
	21-25	157	189,96	4,48	,21
	26-30	114	178,43		
	31 ve üzeri	54	177,38		
	Toplam	360			
ÇONAB	16-20	35	136,73		
	21-25	157	194,70	10,17	**,02***
	26-30	114	180,49		
	31 ve üzeri	54	167,62		
	Toplam	360			
SENAB	16-20	35	174,86		
	21-25	157	186,82	1,77	,67
	26-30	114	178,69		
	31 ve üzeri	54	166,03		
	Toplam	360			
MAB	16-20	35	166,34		
	21-25	157	196,19	6,69	,08
	26-30	114	165,62		
	31 ve üzeri	54	175,47		
	Toplam	360			

Tablo 5 İncelendiğinde yaş değişkenine göre, gelişim alt boyutu (GAB), spor merkezi kalitesi alt boyutu (SMKAB), spor eğitmenleri niteliği alt boyutu (SENAB), memnuniyet alt boyutu (MAB) ile yaş değişkeni arasında anlamlı bir farklılık görülmezken (P>0,05), çalışma ortamı niteliği alt boyutunda (ÇONAB), anlamlı bir farklılık görülmüştür.(P<0,05) Çalışma ortamı niteliği alt boyutunun (ÇONAB) sıra ortalamalarına bakıldığında ise‘21-25 yaş’ (Sıra Ort.=197,70) aralığında bulunan bireylerin diğer yaş gruplarına göre sıra ortalaması daha yüksek çıkmıştır.

Tablo 6: Müşteri Memnuniyeti Düzeyinin Gelir Durumu Değişkenine Göre Kruskal-Wallis Testi Sonuçları

	Gelir Durumu	N	Sıra Ort.	X^2	P
SMKAB	500tl'den az	83	159,92		
	501-1000	56	181,76	8,02	,16
	1001-1500	41	174,06		
	1501-2000	55	173,72		
	2001-3000	46	207,75		
	3001 ve üzeri	79	193,42		
	Toplam	360			
ÇONAB	500tl'den az	83	177,34		
	501-1000	56	185,18	,53	,99
	1001-1500	41	186,32		
	1501-2000	55	181,55		
	2001-3000	46	182,50		
	3001 ve üzeri	79	175,58		
	Toplam	360			
SENAB	500tl'den az	83	181,61		
	501-1000	56	187,41	1,79	,88
	1001-1500	41	166,00		
	1501-2000	55	176,43		
	2001-3000	46	191,36		
	3001 ve üzeri	79	176,28		
	Toplam	360			
MAB	500tl'den az	83	171,54		
	501-1000	56	181,61	3,89	,57
	1001-1500	41	165,40		
	1501-2000	55	187,33		
	2001-3000	46	172,83		
	3001 ve üzeri	79	196,68		
	Toplam	360			
GAB	500tl'den az	83	173,91		
	501-1000	56	186,04	2,12	,83
	1001-1500	41	175,39		
	1501-2000	55	170,50		
	2001-3000	46	181,96		
	3001 ve üzeri	79	192,27		
	Toplam	360			

Tablo 6 İncelendiğinde gelir durumu değişkenine göre, gelişim alt boyutu (GAB), spor merkezi kalitesi alt boyutu (SMKAB), çalışma ortamı niteliği alt boyutu (ÇONAB), spor eğitmenleri niteliği alt boyutu (SENAB), memnuniyet alt boyutu (MAB) ile gelir durumu değişkeni arasında anlamlı bir farklılık görülmemektedir (P>0,05).

Tablo 7: Müşteri Memnuniyeti Düzeyinin Çalışma Durumu Değişkenine Göre Kruskal-Wallis Testi Sonuçları

	Çalışma durumu	N	Sıra Ort	X^2	P
SMKAB	Çalışmıyorum	120	166,78		
	Hafta sonu ve yarım gün çalışıyorum	144	189,95		
	Tam gün çalışıyorum	96	183,47	3,35	,19
	Toplam	360			
ÇONAB	Çalışmıyorum	120	174,65		
	Hafta sonu ve yarım gün çalışıyorum	144	187,64		
	Tam gün çalışıyorum	96	177,10	1,19	,55
	Toplam	360			
SENAB	Çalışmıyorum	120	186,53		
	Hafta sonu ve yarım gün çalışıyorum	144	176,73		
	Tam gün çalışıyorum	96	176,81	,72	,70
	Toplam	360			
MAB	Çalışmıyorum	120	178,08		
	Hafta sonu ve yarım gün çalışıyorum	144	178,90		
	Tam gün çalışıyorum	96	185,93	,36	,73
	Toplam	360			
GAB	Çalışmıyorum	120	172,18		
	Hafta sonu ve yarım gün çalışıyorum	144	192,36		
	Tam gün çalışıyorum	96	173,11	3,13	,21
	Toplam	360			

Tablo 7 İncelendiğinde çalışma durumu değişkenine göre, gelişim alt boyutu (GAB), spor merkezi kalitesi alt boyutu (SMKAB), çalışma ortamı niteliği alt boyutu (ÇONAB), spor eğitmenleri niteliği alt boyutu (SENAB), memnuniyet alt boyutu (MAB) ile çalışma durumu değişkeni arasında anlamlı bir farklılık görülmemektedir (P>0,05).

Tablo 8: Müşteri Memnuniyeti Düzeyinin Devam Durumu Değişkenine Göre Kruskal-Wallis Testi Sonuçları

	Devam Durumu	N	Sıra Ort.	X^2	P
SMKAB	6 ay ve 6 aydan daha az	206	176,47		
	7 ay-1 yıl	83	175,14		
	2-3 yıl	71	198,44	2,64	,27
	Toplam	360			
ÇONAB	6 ay ve 6 aydan daha az	206	184,50		
	7 ay-1 yıl	83	165,87		
	2-3 yıl	71	186,00	2,19	,33
	Toplam	360			
SENAB	6 ay ve 6 aydan daha az	206	192,95		
	7 ay-1 yıl	83	155,22	8,52	**,01***
	2-3 yıl	71	171,06		
	Toplam	360			
MAB	6 ay ve 6 aydan daha az	206	179,67		
	7 ay-1 yıl	83	156,72	10,36	**,01***
	2-3 yıl	71	210,71		
	Toplam	360			
GAB	6 ay ve 6 aydan daha az	206	172,78		
	7 ay-1 yıl	83	185,40		
	2-3 yıl	71	197,15	3,14	,21
	Toplam	360			

Tablo 8 İncelendiğinde devam durumu değişkenine, devam durumu ile spor merkezi kalitesi alt boyutu (SMKAB),çalışma ortamı niteliği alt boyutu (ÇONAB) ve gelişim alt boyutu (GAB) arasında anlamlı bir farklılık görülmezken (P>0,05), spor eğitmenleri niteliği alt boyutu (SENAB) ve memnuniyet alt boyutunda (MAB) anlamlı bir fark görülmüştür (P<0,05) Sıra ortalamalarına bakıldığında ise spor eğitmenleri niteliği alt boyutunda (SENAB) '6 ay ve 6 aydan daha az' (Sıra Ort.=192,95) devam durumu olanların diğer devam durumlarına göre yüksek çıkmıştır. Memnuniyet alt boyutunun (MAB) sıra ortalamalarına bakıldığında '2-3 yıl' (Sıra Ort.=210,71) devam durumu olanların diğer devam durumlarına göre yüksek çıkmıştır.

Tartışma, sonuç ve öneriler

Müşteri memnuniyeti ölçeği alt boyutlarından gelişim alt boyutu, spor merkezi kalitesi alt boyutu, çalışma ortamı niteliği alt boyutu, spor eğitmenleri niteliği alt boyutu ve memnuniyet alt boyutlarının cinsiyet değişkenine göre anlamlı bir farklılık görülmemektedir (**Tablo 2)**. Benzer şekilde Baş ve ark. (2017) tarafından yapılan çalışma da yapmış olduğumuz çalışmaya cinsiyet değişkenliği açısından paralellik göstermektedir. Bu durum günümüz şartlarında spor merkezlerinin kullanımı açısından kadınların da en az erkekler kadar aktif olduklarının göstergesidir. Gelişim alt boyutu, spor merkezi kalitesi alt boyutu, çalışma ortamı niteliği alt boyutu, spor eğitmenleri niteliği alt boyutu, memnuniyet alt boyutu ile eğitim durumu değişkeni arasında anlamlı bir farklılık görülmemektedir (**Tablo 3)**. Bu durumda eğitim düzeyinin memnuniyet açısından önemli bir fark yaratmadığı ve eğitim düzeyi ne olursa olsun insanlarımızın ülkemizde son zamanlarda spor merkezlerinin kullanım koşullarının ve bu merkezlerde alınacak hizmetin kalite düzeyinin, eksiklik veya fazlalıklarının tespiti açısından belli bir bilinç seviyesine ulaştıkları sonucuna varılabilir. İl değişkeni ile bütün alt boyutlar arasında anlamlı farklılık saptanmıştır. Sıra ortalamalarına bakıldığında Siirt ilinin Gelişim alt boyutu, spor merkezi kalitesi alt boyutu, çalışma ortamı niteliği alt boyutu, spor eğitmenleri niteliği alt boyutu, memnuniyet alt boyutu diğer illere göre daha yüksek çıkmıştır. Sıra ortalamalarına bakıldığında Bitlis ilinin Gelişim alt boyutu, çalışma ortamı niteliği alt boyutu ve spor eğitmenleri niteliği alt boyutu Diyarbakır iline göre yüksek iken, Diyarbakır ilinin spor merkezi kalitesi alt boyutu ve memnuniyet alt boyutu Bitlis iline göre yüksek çıkmıştır (**Tablo**

4). Bu verilere bakıldığında Siirt ilinin spor merkezleri açısından gelişmekte olan bir il olması ve şehirde sınırlı sayıda spor merkezi bulunmasından dolayı bu merkezlerden faydalanan insanların alınan hizmetlerden diğer şehirlere göre daha fazla yetindiği sonucuna varılabilmektedir. Ayrıca yaptığımız araştırmada en az üyeye ulaştığımız ilin Bitlis olması sebebiyle buradaki spor merkezlerindeki eğitmenlerin üyelerle bire bir ilgilenme ve vakit geçirme şansı metropol bir kent olan Diyarbakır'daki spor merkezlerine göre daha fazla olacağından çalışma ortamı niteliği alt boyutu ve memnuniyet alt boyutlarında Diyarbakır iline göre daha anlamlı sonuçlar alındığı görülebilmektedir. Çalışmayı uyguladığımız tek Büyükşehir olan Diyarbakır ilinde insanların yaşam standartları ve olanakları diğer şehirlere göre daha ileri seviyede olduğundan dolayı spor merkezlerinin memnuniyet açısından yeteri kadar beklentileri karşılayamadığı sonucuna varılabilmektedir. Yaş değişkeni ile gelişim alt boyutu, spor merkezi kalitesi alt boyutu, spor eğitmenleri niteliği alt boyutu, memnuniyet alt boyutu ile yaş değişkeni arasında anlamlı bir farklılık görülmezken, çalışma ortamı niteliği alt boyutunda, anlamlı bir farklılık görülmüştür. Çalışma ortamı niteliği alt boyutunun sıra ortalamalarına bakıldığında ise 21-25 yaş aralığında bulunan bireylerin diğer yaş gruplarına göre sıra ortalaması daha yüksek çıkmıştır (**Tablo 5)**. Benzer şekilde Sevilmiş (2015) tarafından yapılan çalışma da yapmış olduğumuz çalışmaya yaş değişkenliği açısından paralellik göstermektedir. Elde ettiğimiz verilere bakıldığında spor salonlarından en çok faydalanan yaş aralığı olarak görülen 21-25 yaş grubunun bu konuda daha bilinçli olduğu söylenebilir. Gelişim alt boyutu, spor merkezi kalitesi alt boyutu, çalışma ortamı niteliği alt boyutu, spor eğitmenleri niteliği alt boyutu, memnuniyet alt boyutu ile gelir durumu değişkeni arasında anlamlı bir farklılık görülmemektedir (**Tablo 6)**. Yine Sevilmiş (2015) tarafından yapılan benzer çalışmada bu kez çalışmamıza zıt olarak tüm alt boyutlarda anlamlı farklılıklar bulunmuştur. Bu durum çalışmaların farklı bölge ve şehirlerinde yapılmasından ve yaşam koşullarının bölgeden bölgeye, şehirden şehre farklılık gösterebilmesi durumundan kaynaklanabildiği sonucunu göstermektedir. Gelişim alt boyutu, spor merkezi kalitesi alt boyutu, çalışma ortamı niteliği alt boyutu, spor eğitmenleri niteliği alt boyutu, memnuniyet alt boyutu ile çalışma durumu değişkeni arasında anlamlı bir farklılık görülmemektedir (**Tablo 7)**. Bu noktada Yıldız ve ark. (2018) tarafından yapılmış olan çalışmada da vardığımız sonuca çalışma durumu değişkeni açısından paralellik göstermektedir. Bu durumun sebebi ise günümüzde spor merkezlerinin kullanımının yaygınlaşmasıyla bu merkezlerin her gelir seviyesine hitap ettiği ve insanların bu hizmeti almayı bir ihtiyaç olarak görmeye başladığı sonucuna varılabilir. Devam durumu ile spor merkezi kalitesi alt boyutu, çalışma ortamı niteliği alt boyutu ve gelişim alt boyutu arasında anlamlı bir farklılık görülmezken spor eğitmenleri niteliği alt boyutu ve memnuniyet alt boyutunda anlamlı bir fark görülmüştür. Sıra ortalamalarına bakıldığında ise spor eğitmenleri niteliği alt boyutunda '6 ay ve 6 aydan daha az devam durumu olanların diğer devam durumlarına göre yüksek çıkmıştır. Memnuniyet alt boyutunun sıra ortalamalarına bakıldığında 2-3 yıl devam durumu olanların diğer devam durumlarına göre yüksek çıkmıştır **(Tablo 8)**. Ergin ve ark. (2010) tarafından yapılan benzer bir çalışma da yapmış olduğumuz çalışmaya devam durumu değişkeni açısından paralellik göstermektedir. Bu durumda spor merkezlerinin müşterilerini tutundurma konusunda aktif bir çaba gösterdikleri görülebilmektedir. Bundan sonra yapılacak olan çalışmalarda örneklem gurubu genişletilerek herhangi bir bölgenin tamamı ele alınarak farklı sonuçlar elde edilebilir.

Kaynakça

Aksu, M. (2012). *Hizmet kalitesinin bir unsuru olarak atmosferin müşteri sadakatine etkisi: bozcaada'daki otellerde konaklayan yerli turistler üzerine bir araştırma* (Doktora Tezi). Yükseköğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezi'nden edinilmiştir (Tez No. 308734).

Bayrak, A. E. (2018). Adıyaman kadın sağlık ve spor eğitim merkezi (aksem) müşterilerinin tatmin düzeylerinin incelenmesi. *Türk & İslam Dünyası Sosyal Araştırmalar Dergisi /The Journal of Turk & Islam World Social Studies, 5*(18), 456-469.

Ergin, B. M., İmamoğlu, A. F., Taner, T., Akpınar, S., & Musa, Ç. (2011). Üniversite spor merkezlerindeki hizmet kalitesi boyutlarının algı ve önem düzeylerinin incelenmesi. *Spor ve Performans Araştırmaları Dergisi, 2*(1), 41-49.

Eroğlu, E. (2006) *Spor merkezlerinde üyelik yenilemelerini etkileyen faktörlerin araştırılması* (Yüksek Lisans Tezi). Yükseköğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezi'nden edinilmiştir (Tez No. 193556).

Eroğlu, S. Y., & Acet, M. (2017). İşitme engelli öğrencilerin spor yapma değişkenine göre sosyal görünüş kaygısı ile yaşam kalitesi düzeylerinin incelenmesi. *Türkiye Klinikleri Spor Bilimler Dergisii, 6*(2), 68-75.

Eser, F. D. (2015) *Üniversite spor tesisleri kullanıcıları memnuniyet düzeyi (Pamukkale üniversitesi spor merkezi örneği* (Yüksek Lisans Tezi). Yükseköğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezi'nden edinilmiştir (Tez No. 407005).

Murathan, F., Uğurlu, F. M., Murathan, T., & Koç, M. (2017). Beden eğitimi ve spor yüksekokulu öğrencileri ile sağlık yüksekokulu öğrencilerinin sağlıklı yaşam biçimi davranışlarının karşılaştırılması (Adıyaman üniversitesi örneği). *Electronic Turkish Studies, 12*(3).

Mustafa, B., Çelik, A., & Solak, N. (2017). Spor işletmelerinde algılanan hizmet kalitesi üzerine bir araştırma. *Gaziantep Üniversitesi Spor Bilimleri Dergisi, 2*(4), 1-11.

Sevilmiş, A. (2015). *Hizmet odaklı spor işletmelerinde dış müşteri memnuniyetini etkileyen faktörlerin belirlenmesi* (Yüksek Lisans Tezi). Yükseköğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezi'nden edinilmiştir (Tez No. 422869).

Yıldız, S. M., Duyan, M., & Günel, İ. (2018). Hizmet kalitesinin müşteri memnuniyeti üzerine etkisi: Fitness merkezlerinde ampirik bir uygulama. *Spor Bilimleri Araştırmaları Dergisi, 3*(1), 1-8.