Turkish Studies Social Sciences

Volume 14 Issue 5, 2019, p. 2341-2354

DOI: 10.29228/TurkishStudies.25863

ISSN: 2667-5617

Skopje/MACEDONIA-Ankara/TURKEY

INTERNATIONAL
BALKAN
UNIVERSITY

EXCELLENCE FOR THE FUTURE
IBU.EDU.MK

Research Article / Araştırma Makalesi

Article Info / Makale Bilgisi

✍ Received/Geliş: 25.07.2019

✓ Accepted/Kabul: 15.10.2019

📅 Report Dates/Rapor Tarihleri: Referee 1 (28.09.2019)-Referee 2 (10.10.2019)

This article was checked by turnitin.

KAMU VE ÖZEL SEKTÖR BÜNYESİNDEKİ SPOR KULÜPLERİNDE HİZMET ALAN ÜYELERİN PROBLEM VE BEKLENTİLERİ

Aliye MENEVŞE*

ÖZ

Amaç: Çalışmamızın evrenini, kamu kuruluşları (KK) ve özel sektör kuruluşları (ÖS), örneklemini ise bünyesindeki spor tesislerinde hizmet alan, şirket üyelerinin problem ve beklentileri amaçlanmıştır.

Materyal metod: Nicel araştırma yöntemlerinden tanımlayıcı araştırma modeli ile Güçlü M. tarafından (2000) geliştirilmiş olan "Problem Belirleme ölçeği" (PBÖ) ile Hergüner, G. (2001) tarafından geliştirilmiş olan "Beklenti Belirleme Ölçeği" (BBÖ), kullanılmıştır. ÖS; (25- 35 yaş n=150), ve KK; (25- 35 yaş n=150), olmak üzere, en az 3 yıl süre ile spor hizmeti alan toplam 300 üyeye uygulanmıştır.

Veriler SPSS 22.0 paket programında analizleri yapılarak, istatistikî işlem olarak alt boyutlarda ortalama ve standart sapma alınarak, korelasyon analizi uygulanmıştır.

Bulgular: Spor Bilinci ile İlgili Problemler: ÖS; (14,68±6,75) / KK; (15,95±7,61), Spor Bilinci ile İlgili Beklentiler: ÖS; (41,68±5,33) / KK; (54,75±6,65) alt boyutlar arasında en yüksek çıkmıştır. Problem Belirleme Ölçeği: ÖS; (53,97±28,83) / KK; (56,84±27,87) toplam puanıyla az seviyede problem olduğu tespit edilmiştir. Beklenti Belirleme Ölçeği: ÖS; (128,13±18,17) / KK; (149,58±19,82) toplam puanı ile katılımcıların aldıkları spor hizmetleri konusunda yüksek beklentiye sahip oldukları tespit edilmiştir. Spor Bilinci ile İlgili Problemler ile "Toplumsal Spor Kültürü ile İlgili Beklentiler" alt boyutları arasında ÖS; (r=-,14) / KK; (r=-,18) en düşük ilişki, Bireysel Problemler ile "Spor Bilinci ile İlgili Beklentiler" arasında ÖS; (r=-,38) / KK; (r=-,36) en yüksek ilişkinin olduğu tespit edilmiştir (p<0,05).

* Dr. Öğr. Üyesi, İstanbul Esenyurt Üniversitesi, E-posta: aliye-menevse@hotmail.com

Sonuç: Özel sektör ve kamu kuruluşları bünyesinde spor yapan üyelerin, spor yapma konusunda yeterli farkındalığa sahip olmadığı görülmüştür. Ancak kamu kuruluşları bünyesinde spor yapan üyelerin problemleri ve beklentileri daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Her iki sektörde de problem ve beklenti düzeyleri arasında negatif ve düşük seviyede anlamlı ilişkilerin olduğu söylenebilir. Başka bir deyişle katılımcıların aldıkları spor hizmetine yönelik problem düzeyleri azaldıkça spor hizmetine yönelik beklentilerin de anlamlı olarak azalacağı söylenebilir.

Anahtar Kelimeler: Spor Kulübü, Özel Sektör, Problem, Beklenti

PROBLEMS AND EXPECTATIONS OF SPORTS CLUB MEMBERS SET BY PUBLIC INSTS. AND PRIVATE SECTORS

ABSTRACT

The Aim: The main frame of our study is consisted of Public Institutions' (P.I.) and Private Sectors' (P.S.), and the exemplification has been made through the facts of problems and expectations of club members who receive their services.

Material Method: The scales used are as described below; Problem Determination Scale (P.D.S.) one of the quantitative research methods which were developed by Güçlü M. (2000) with the help of descriptive research model, and the Expectation Determination Scale (E.D.S.) which was developed by Hergüner, G. (2001). This method has been applied for 300 members who receive services, for at least 3 years with the facts given below: (P.S.); Ages 25-35 n=150 and, (P.I.); Ages 25-35 n=150.

The data's were analyzed in SPSS 22. 0 package programme while the average and standard deviations were taken as a statistical process. Also, correlation analysis has been applied.

Evidences: Problems Related to Sportive Consciousness: P.S.; (14.68 ± 6.75) / P.I.; (15.95 ± 7.61), expectations Related to Sportive Consciousness: P.S.; (41.68 ± 5.33) / P.I.; (54.75 ± 6.65) was found the highest among the sub-dimensions. Problem Determination Scale: P.S.; (53.97 ± 28.83) / P.I.; (56.84 ± 27.870). It was detected that there was a low amount of problems with the total score given previously. Expectation Determination Scale: P.S.; (128. 13 ± 18.17) / P.I.; (149.58 ± 19.82) it was detected that the participants have high expectations about the received sports services, with the total score given previously.

Conclusion: It is clearly seen that the members of the Private Sector and Public Institutions do not have enough Sportive Consciousness. It is proved that Public Institution members have higher problem statistics and expectations. In other words, it can be said that as the problem level of the participant decreases, expectations decrease correspondingly.

STRUCTURED ABSTRACT

Rapidly improving technology, technological products, tools, and machines, limiting the mobility of people has brought a new lifestyle that is not natural to a human being. It is observed that people are sitting at home in their spare time, watching television, playing video games, and messaging via social media accounts by using some applications to meet their friends or close environment and even with to meet new people. In addition to this, people who go out of their homes and to the cinema for socialization are still staring at the screen for approximately 3 hours. As a result, people have become inactive, sick, and unhappy individuals. In the treatment of such negativities, sports have started to be used as a treatment tool. In this study; the effects and the detailed facts of Sportive Consciousness, the Expectations of Club Members, and the comparisons of Private Sector and Public Institutions' efficiency can be read in socio-economic and methodical terms.

When the research findings are examined; it is stated that while the members of t Private Sector and Public Institution employees have the highest Sportive Consciousness problems in the field of sports services, they also stated that they had the highest expectations about Sportive Consciousness. This data can be interpreted as the participants do not have enough awareness about sportive consciousness. Thus, individuals should become more conscious of participating in sportive activities. Hergüner (1993) has stated that by raising the awareness of women in sports, can make significant contributions in attracting them into sports and thus spreading sportive consciousness in the society.

When the correlation values between the sub-dimensions of problem determination and expectation determination scales were examined, it can be said that as the problem level of the participant decreases, expectations decrease correspondingly. However, the high level of problems and expectations of Public Institutions when compared to Private Sector employees may indicate that the mass of people who want to engage in sports may decrease or move away.

Öztürk (2010), in his study, indicated that women were more satisfied with the quality of environmental conditions than men and their expectations were higher. Additionally, Aytan (2013), in his study concluded that to lose weight (43.3%) and to be fit (50%) are among women' s highest expectations from doing sports. Bingöl and Doğan (2010), in their studies, have stated that the expectations of individuals over the age of 50 from sports and sports centers have dramatically decreased compared to young individuals. In our study, it was observed that the problems and expectations of both of the mentioned institutions members were high in the 25-35 age group.

In our study, it was observed that the problems and expectation levels of the with middle- class and upper-middle-class monthly income holder participants were not similar.

Since Private Sector employees have a monthly income of 5000 Turkish Lira or more, they have lower problems and expectations than the members of the sports facilities in the Public Institutions due to

the fact that they receive services in more elite facilities or branches in their preference. Contrary to this evidence, Güçlü (2013), in his study on perceived service quality in fitness centers belong to local administrators found that; the differences in average monthly income level evaluation scale was had been significantly creating a difference in the quality of interaction satisfaction in "Perceived Service Quality of Sport-Fitness centers in Turkey". It was determined that members with a low- income had higher expectations from sports instructors and other staff in the center, and therefore their satisfaction was lower than high- income holders. Akça (2012), as a result of the research conducted to determine the expectations of individuals who are members of Private Sports Centers, has revealed that the goals and preferences of the participants coming to sports centers have similarities in economic status characteristics.

As a result; It is clearly seen that the members of the Private Sector and Public Institutions do not have enough Sportive Consciousness. The Sportive Consciousness level of the participants was lower than expected, with the organizations, seminars, activities, and workshops that may help to increase the Sportive Consciousness level of the individuals, the Sportive Consciousness level of the participant audience can be brought to the desired level.

Keywords: Sports Club, Private Sector, Problem, Expectation

Giriş

Hızla ilerleyen günümüz teknolojisi ve teknolojik ürünleri içeren araç gereç ve makineler, insanların hareketliliğini sınırlayarak beraberinde, insanın doğasına, uygun olmayan bir yaşam biçimini getirmiştir. Boş zamanlarında evlerinde oturup televizyon seyretmeyi, bilgisayarda oyun oynamayı, internet aracılığıyla sosyal medya hesapları üzerinden arkadaşları, yakın çevresi ve hatta yeni insanlarla tanışmak için bazı uygulamaları kullanarak mesajlaştıklarına rastlanmaktadır (Hanifi ve ark., 2016). Ayrıca sosyalleşme adına evlerinden dışarı çıkıp sinemaya giden insanlar da yine 3 saate yakın hareketsiz bir şekilde ekrana bakmaktadır. Bunun sonucunda insanlar hareketsiz, hasta ve mutsuz bireylere dönüşmüşlerdir. Bu tür olumsuzlukların tedavisinde ise spor bir tedavi aracı olarak kullanılmaya başlanmıştır (Akça ve Sunay, 2012). Fiziksel aktivite tarihi süreç içerisinde dini ya da kültürel yapısına bakılmaksızın bütün toplumlarda teşvik edilen bir olgu olmuştur (Dalleck & Kravitz, 2012). Kalp ve damar hastalıkları başta olmak üzere, birçok sağlık sorununun fiziksel aktivite ile aşılabileceğine dair söylemler her geçen gün daha yüksek sesle dile getirilmektedir (WHO, 2010)

Günümüzde spor, kişisel ve toplumsal sağlığı koruyucu, ve geliştirici nitelikleriyle önemli bir hizmet, sektörü olarak kabul görmektedir. Bu nedenle spor aktivitelerine ve organizasyonlarına verilen önem giderek artmaktadır. Bu kapsamda bazı sivil toplum örgütleri, medya şirketleri ve bazı kurumsal firmalar spor sponsorluğu kapsamında çeşitli spor kulüplerine ve spor organizasyonlarına sponsor olmaktadır (Örn. Turkish Airlines Euroleague, Fenerbahçe Beko İstanbul, Beşiktaş Sompö Sigorta, Tahincioğlu Basketbol Süper Ligi).

Sağlıklı yaşam ve fiziksel aktivite kavramları son yıllarda oldukça sık karşılaşılan kavramlardır. Bu kavramlara önem veren bireyler fitness merkezleri başta olmak üzere çeşitli spor merkezlerine yönelmeye başlamışlardır (Çiftçi ve Çakmak, 2018). İnsanların bu yönelimine karşılık girişimciler de Spor Salonları açmakta ve mevcut spor salonları ise müşteri memnuniyeti için nitelikli iş gücünü artırmakta ve son teknoloji spor aletleri ve malzemeleri ile takviye edilmektedir. Özellikle

fitness salonlarında sunulan hizmetin ücrete mukabil verilmesi nedeniyle finansal eksiklikler fiziksel aktiviteyi olumsuz yönde etkileyebilmektedir (Salmon ve ark., 2000). Bazı spor salonları, salonlara ilginin azaldığı yaz tatili dönemlerinde ve bayram tatillerinde üyelik fiyatlarını düşürmekte veya yeni açılan spor salonlarının kurucu üyelik fırsatı adı altında daha uygun fiyatlara insanlara üyelik imkânı sundukları görülmektedir. Bunun yanı sıra spor salonlarının anlaşmalı olduğu bazı kurum ve kuruluş çalışanlarına indirim uyguladığı ayrıca grup indirimi adı altında aile, akraba indirimi uygulandığı da görülmektedir. Ayrıca Fitness salonlarının zaman zaman yaptıkları halka açık yarışmalar sonucunda dereceye giren sporculara da bedava üyelik fırsatı tanıdıkları da gözlemlenmektedir.

Spor salonlarının iş yerlerine ya da ikametgâhlara yakın olması ve ücretinin uygun olması durumlarında fiziksel aktivitenin başlamasında önemli rol oynamaktadır (Ataçocuğu ve Zelyurt, 2016). Zaman içerisinde işletmeler bunun farkında olarak, serbest zamanda katılım sağlanan etkinlikleri geliştirip ticari bir sektör haline getirmiş ve kişilere yönelik talebi, değerlendirerek doyum noktasına ulaşmalarını sonrasında ise motivasyon düzeylerini arttırmaya yönelik amaca yönelmişlerdir (Aydın ve Yaşartürk, 2017). Ev-iş ve spor salonu üçgeninin dışında freelance çalışan ve işi gereği şehirlerarası seyahat etmek durumunda olan insanları gözeten bazı Spor işletmeleri ise üyelerinin sadece bir salona bağlı olmadan birkaç spor salonunda spor yapma imkânı veren üyelik seçenekleri de sunabilmektedirler. Spor işletmeleri çeşitli spor fuarlarına katılarak tanıtımlarını gerçekleştirmekte ve spor fuarlarına gelen katılımcılar ise bu işletmelerde çalışan yöneticiler ve antrenörler ile birebir iletişim kurarak merak ettikleri konularda bilgi talep edebilmektedirler.

Fitness salonlarında fiziksel aktivite kültürü özellikle 19. yüzyılın sonlarına doğru modern toplumun oluşması ile başlamış ve sürekli bir şekilde gelişme kaydetmiştir. (Andreasson & Johansson, 2014). Fitness salonlarının sürekli olarak gelişen bir trende sahip olmasında en etkili faktör egzersiz ekipmanlarında sürekli şekilde gelişme kaydetmeleri ve gelişen ihtiyaçlara anında cevap verebilmeleri olmuştur (Paoli & Bianco, 2015). Bu gelişen trende etki eden diğer önemli bir faktör ise fitness salonunun işletmecilerine sağladığı kazançlardır (Andreasson & Johansson, 2014). Yıldız ve Tüfekçi'ye (2010) göre; pek çok araştırmacı (Zeithaml ve ark., 1985; Parasuraman ve ark. 1988), müşterilerin kalite algılarının hizmet beklentileri ile hizmet performansı arasında yapılan bir karşılaştırmaya dayandığını kabul etmektedir. Müşterilerin bu beklentileri arasında spor salonun hijyen durumu, güvenli bir çalışma ortamı sunması, yeterli sayıda spor aletlerine ve malzemesine sahip olması, alet ve malzemelerin kaliteli ve fonksiyonel olması, özel araç ve toplu taşıma ile spor salonuna ulaşımın kolay olması gibi bazı özellikleri içermektedir. Bunun yanı sıra firmanın marka imajı, anlaşmalı olduğu kurum ve kuruluşlar, üyelere sunulan ayrıcalıklı indirimler ve fırsatlar da üyelerin beklentilerinin arasında yer aldığı söylenebilir. İlgili literatür incelendiğinde hizmet kavramına ilişkin birçok tanım yapıldığı görülmektedir.

Kotler (1997) hizmeti; “bir tarafın karşı tarafa arz ettiği, esas olarak soyut ve herhangi bir şeyin sahipliği ile son bulmayan faaliyetler ya da faydayı kapsamaktadır” şeklinde tanımlamıştır (Dursun, Oskaybaş ve Gökmen, 2014). Amerikan Pazarlama Birliği (AMA) ise hizmeti; “satışa sunulan ya da malların satışıyla birlikte sağlanan eylemler, yararlar ya da doyunluklar” olarak açıklamıştır (Öztürk, 2008).

Günümüzde hizmet sektörü, ekonominin gelişme süreci içinde giderek artan bir önem kazanmaktadır. İnsanlar ve fiziksel ürünler tarafından üretilen hizmet, oldukça geniş bir yelpaze içerisinde; sağlık, güvenlik, ulaşım, eğitim ve turizm gibi birçok sektörü bünyesinde barındırmaktadır. Spor ve fiziksel etkinlik hizmetleri de hizmet sektörünün bir alt sektörü olarak kendine yer bulmuştur (Yıldız, 2010). Bazı organizasyon şirketleri düzenledikleri sportif içerikli organizasyonlar ile insanları şehrin trafiğinden ve kirli havasından uzaklaştırarak şehir dışında sahillere, dağlara, akarsulara turlar ve kamplar düzenlemektedir. Buralarda su sporları (örn. Rafting, yelken, sörf) ve ekstrem sporlara (Paraşüt atlama, BMX, FMX) katılım sağlanmaktadır. Ayrıca yaşı

grupları ve cinsiyetlere göre insanlar kategorilere ayrılarak yarışmalar düzenlenebilmekte ve dereceye giren yarışmacılara ödüller dağıtılabilir.

Lagrosen ve diğ., (2007)'de fitness merkezlerindeki müşterilerin memnuniyetlerini belirlemeye yönelik yapmış oldukları çalışmalarında, müşterilerin en çok “temizlik” kavramına önem verdiklerini daha sonra sırasıyla “mesleki bilgi”, “sorumluluk” ve “çalışanların nezaketini” müşterilerin memnuniyetin de önemli birer etken olduğunu vurgulamaktadırlar (Yıldız ve diğ., 2013).

Hafta içi sabah erken işe gidip akşam geç saatlerde evlerine dönen çalışanlar istedikleri zaman spor yapma şansına sahip olma isteği ihtiyaçlarından dolayı Özel Spor İşletmelerini tercih edebilmektedirler. Kamuya bağlı verilen spor hizmetinde ise çalışma gün ve saatleri önceden belirlenmiş olup belirlenen saatler dışında spor yapma imkanının olmaması özellikle çalışan kesimin spora katılımını olumsuz yönde etkileyebilmektedir.

Günümüzde en iyi reklam ve pazarlama kaliteli hizmettir. Sonuçta artan müşteri memnuniyeti ve bağlılığı da daha fazla ve kalıcı müşteri potansiyelini ortaya koyabilir. İktisadi alanın önemli sektörlerinden biri haline gelen spor (Amman, 2000), hizmet sektörü içerisinde yer almaktadır ve kitle ve elit spora yönelik olarak kâr amacı güden ya da gütmeyen birçok organizasyonda geniş bir yelpaze içerisinde müşterilerine sunulmaktadır.

Bu çalışmada, kamu kuruluşları (KK) ve özel sektör kuruluşları (ÖS), bünyesindeki spor tesislerinde hizmet alan, şirket üyelerinin problem ve beklentilerinin tespit edilmesi amaçlanmıştır.

Materyal ve Yöntem

Araştırmanın evrenini İstanbul'daki özel sektör şirketleri ve kamu kuruluşları yerel belediyeler, örnekleme ise bu kuruluşların bünyesindeki spor yapan üyeleri kapsamaktadır. ÖS; (25-35) yaş aralığında 150 üye, KK; (25-35) yaş aralığında 150 olmak üzere toplamda 300 kişiye uygulanmıştır. Aylık gelir düzeyleri özel sektör 5000 ve üstü, kamu çalışanları ise 4000 ve 5000 aralığında oldukları tespit edilmiştir. (H0) hipotezinde, ilgilendiğimiz değişkenler arasında anlamlı bir ilişki olmadığını ya da bağımsız değişkenin oluşturduğu alt gruplarda bağımlı değişken açısından farklılık olmadığını iddia etmekteyiz. (H1) hipotezinde ise alternatif olarak ortaya attığımız bu hipotezde, ilgilendiğimiz değişkenler arasında anlamlı ilişki ya da farklılık olduğunu tahmin etmekteyiz.

Üyelere Güçlü M. tarafından (2000) geliştirilmiş olan Problem belirleme ölçeği (The problem of determining scale) 24 sorudan ve 5 alt boyuttan oluşan 5'li Likert tipi bir ölçektir. Ölçeğin iç tutarlılık (Chronbach Alfa) katsayısı, .91 olarak ölçek sahibi tarafından bulunmuştur. Ölçekten alınabilecek en yüksek puan 120 olduğu, alınabilecek en düşük puan ise 24 olduğu belirtilmiştir. Elde edilen toplam puanı sınıflamak gerekirse; 24 ile 56 arası az problem olduğunu, 57 ile 88 arası orta seviyede problem olduğunu, 89 ile 120 arası çok problem olduğunu ölçek sahibi belirtmiştir. Ölçeğin alt boyutları bireysel problemler (1, 2, 3. maddeler), sosyal yaşam ve aile ilgili problemler (4, 5, 6, 7, 8. maddeler), spor bilinci ile ilgili problemler 14, 15, 16, 17, 18, 24. maddeler), Spor olanakları ile ilgili problemler (19, 20, 21, 22, 23. maddeler), günlük yaşam ile ilgili problemlerdir (9, 10, 11, 12, 13. maddeler).

Beklenti Belirleme ölçeği (The determining expectations survey)

Katılımcıların aldıkları spor hizmetine yönelik Beklentilerini belirlemek ve değerlendirmek amacıyla (Hergüner, 2001) tarafından geliştirilmiş olan “Beklenti Belirleme Ölçeği” 26 sorudan ve 4 alt boyuttan oluşmuştur. İç tutarlılık (Chronbach Alfa) katsayısı, .95 olarak ölçek sahibi tarafından bulunmuştur. Ölçek 5'li Likert tipi olup, ölçekten alınabilecek en yüksek puan 130 ve alınabilecek en düşük puan ise 26 olduğu belirtilmiştir. Elde edilen toplam puanı sınıflamak gerekirse; 26 ile 61

arası düşük beklenti olduğunu, 62 ile 95 arası orta seviyede beklenti olduğunu, 96 ile 130 arası yüksek beklenti olduğunu göstermektedir. Ölçeğin alt boyutları spor bilinci ile ilgili beklentiler (7, 8, 9, 10, 11, 12, 14, 15, 16. maddeler), Spor olanakları ile ilgili beklentiler (1, 2, 3, 4, 5, 6. maddeler), toplumsal spor kültürü ile ilgili beklentiler (19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26. maddeler), Spor medyası ve teknolojisi ile ilgili beklentilerdir. (13, 17, 18. maddeler). Ayrıca üyelerin kişisel verileri için demografik bilgilerden oluşan sorular yöneltilmiştir.

Verilerin Analizi

Araştırmada elde edilen veriler, SPSS 22.0 paket programından yararlanılarak çözümlenmiştir. Alt problemlere bağlı olarak verilerin çözümlenmesinde, aritmetik ortalama, standart sapma ve korelasyon analizi uygulanmıştır. Farklılıkların anlamlılığının test edilmesinde anlamlılık düzeyi .05 olarak kabul edilmiştir.

Bulgular

Tablo 1: Özel sektör şirket üyelerinin ölçeklerden aldıkları puanlara ait ortalama ve standart sapma değerleri

Ölçekler	Alt Boyutlar	N	$\bar{X}$	Ss
Problem Belirleme Ölçeği	Bireysel Problemler	150	7,11	4,33
	Sosyal Yaşam ve Aile İlgili Problemler	150	9,06	5,23
	Günlük Yaşam ile İlgili Problemler	150	11,61	6,31
	Spor Olanakları ile İlgili Problemler	150	11,51	6,21
	Spor Bilinci ile İlgili Problemler	150	14,68	6,75
TOPLAM		150	53,97	28,83
Beklenti Belirleme Ölçeği	Spor Olanakları ile İlgili Beklentiler	150	37,11	4,22
	Spor Bilinci ile İlgili Beklentiler	150	41,68	5,33
	Spor Medyası ve Teknolojisi ile İlgili Beklentiler	150	14,11	3,06
	Toplumsal Spor Kültürü ile İlgili Beklentiler	150	35,23	5,56
TOPLAM		150	128,13	18,17

24 ile 56 arası az problem olduğunu, 57 ile 88 arası orta seviyede problem olduğunu, 89 ile 120 arası çok problem olduğunu göstermektedir.

26 ile 61 arası düşük beklenti olduğunu, 62 ile 95 arası orta seviyede beklenti olduğunu, 96 ile 130 arası yüksek beklenti olduğunu göstermektedir.

Araştırmaya katılan şirket üyelerinin spor hizmetine yönelik problem düzeylerine ilişkin ortalama ve standart sapma değerlerinde Problem Belirleme Ölçeği alt boyutlarından Spor Bilinci ile İlgili Problemler (14,68±6,75) alt boyutundan en yüksek puanı aldıkları görülmektedir. Ayrıca Problem Belirleme Ölçeği (PBÖ) toplam puanına bakıldığında (53,97±28,83) olduğu görülmektedir. Buna göre katılımcılar aldıkları spor hizmetleri konusunda az seviyede problem olduğunu düşünmektedir.

Araştırmaya katılan özel sektör şirket üyelerinin spor hizmetine yönelik beklenti düzeylerine ilişkin ortalama ve standart sapma değerlerinde, Beklenti Belirleme Ölçeği alt boyutlarından Spor Bilinci ile İlgili Beklentiler (41,68±5,33) alt boyutundan en yüksek puanı aldıkları görülmektedir. Ayrıca Beklenti Belirleme Ölçeği (BBÖ) toplam puanına bakıldığında (128,13±18,17) olduğu görülmektedir. Buna göre katılımcılar aldıkları spor hizmetleri konusunda yüksek beklentiye sahiptir.

Tablo 2: Kamu kuruluşlarındaki şirket üyelerinin ölçeklerden aldıkları puanlara ait ortalama ve standart sapma değerleri

Ölçekler	Alt Boyutlar	N	$\bar{X}$	Ss
Problem Belirleme Ölçeği	Bireysel Problemler	150	8,68	4,07
	Sosyal Yaşam ve Aile İlgili Problemler	150	8,56	4,05
	Günlük Yaşam ile İlgili Problemler	150	11,91	6,05
	Spor Olanakları ile İlgili Problemler	150	11,74	6,09
	Spor Bilinci ile İlgili Problemler	150	15,95	7,61
TOPLAM		150	56,84	27,87
Beklenti Belirleme Ölçeği	Spor Olanakları ile İlgili Beklentiler	150	35,07	4,57
	Spor Bilinci ile İlgili Beklentiler	150	54,75	6,65
	Spor Medyası ve Teknolojisi ile İlgili Beklentiler	150	14,15	3,15
	Toplumsal Spor Kültürü ile İlgili Beklentiler	150	45,61	5,45
TOPLAM		150	149,58	19,82

24 ile 56 arası az problem olduğunu, 57 ile 88 arası orta seviyede problem olduğunu, 89 ile 120 arası çok problem olduğunu göstermektedir.

26 ile 61 arası düşük beklenti olduğunu, 62 ile 95 arası orta seviyede beklenti olduğunu, 96 ile 130 arası yüksek beklenti olduğunu göstermektedir.

Araştırmaya katılan kamu kuruluş üyelerinin spor hizmetine yönelik problem düzeylerine ilişkin ortalama ve standart sapma değerlerinde, Problem Belirleme Ölçeği alt boyutlarından Spor Bilinci ile İlgili Problemler ($15,95 \pm 7,61$) alt boyutundan en yüksek puanı aldıkları görülmektedir. Ayrıca Problem Belirleme Ölçeği toplam puanına bakıldığında ($56,84 \pm 27,87$) olduğu görülmektedir. Buna göre katılımcılar aldıkları spor hizmetleri konusunda orta seviyede problem olduğunu düşünmektedir.

Araştırmaya kamu kuruluş üyelerinin aldıkları spor hizmetine yönelik beklenti düzeylerine ilişkin ortalama ve standart sapma değerlerinde, Beklenti Belirleme Ölçeği alt boyutlarından Spor Bilinci ile İlgili Beklentiler ($54,75 \pm 6,65$) alt boyutundan en yüksek puanı aldıkları görülmektedir. Ayrıca Beklenti Belirleme Ölçeği toplam puanına bakıldığında ($149,58 \pm 19,82$) olduğu görülmektedir. Buna göre katılımcılar aldıkları spor hizmetleri konusunda yüksek beklentiye sahiptir.

Tablo 3: Özel sektör şirket üyelerinin problem belirleme ve beklenti durumları arasındaki korelasyon (r) değerleri

	Bireysel Problemler	Sosyal Yaşam ve Aile İlgili Problemler	Günlük Yaşam ile İlgili Problemler	Spor Olanakları ile İlgili Problemler	Spor Bilinci ile İlgili Problemler	Toplam Problem Belirleme	Spor Olanakları ile İlgili Beklentiler	Spor Bilinci ile İlgili Beklentiler	Spor Medyası ve Teknolojisi ile İlgili Beklentiler	Toplumsal Spor Kültürü ile İlgili Beklentiler	Toplam Beklenti Belirleme
Bireysel Prob.	1										
Sosyal Yaş. Prob.	,51**	1									
Günlük Yaş. Prob.	,53**	,44**	1								
Spor Olan. Prob.	,51**	,56**	,74**	1							
Spor Bil. Prob.	,54**	,60**	,73**	,71**	1						
Toplam Prob. Bel.	,70**	,71**	,81**	,83**	,60**	1					
Spor Olan. Bekl.	-,21*	-,21*	-,17	-,14	-,25**	-,23*	1				
Spor Bil. Bekl.	-,38*	-,23*	-,31**	-,22*	-,32**	-,38**	,60**	1			
Spor Med. Bekl.	-,23*	-,23**	-,21*	-,18*	-,33**	-,31**	,63**	,61**	1		
Toplumsal Bekl.	-,21*	-,11	-,22*	-,15*	-,22*	-,22*	,72**	,81**	,71**	1	
Toplam Bekl. Bel.	-,27**	-,21*	-,22*	-,20*	-,32**	-,32**	,81**	,91**	,81**	,91**	1

** p<,01; *p<,05

Özel sektör şirket üyelerinin aldıkları spor hizmetine yönelik problem ve beklenti düzeyleri arasındaki korelasyon (r) değerlerinin -,14 ile -,38 arasında değiştiği görülmektedir (p<,05). Ölçeklerin kendi alt boyutlarında pozitif orta ve yüksek düzeyde anlamlı ilişkilerin olduğu görülmektedir. Problem belirleme ve beklenti belirleme ölçeklerinin alt boyutları arasındaki korelasyon değerleri incelendiğinde en düşük ilişkinin (-,14) katılımcıların “Spor Bilinci ile İlgili Problemler” ile “Toplumsal Spor Kültürü ile İlgili Beklentiler” alt boyutları arasında, en yüksek ilişkinin (-,38) ise “Bireysel Problemler” ile “Spor Bilinci ile İlgili Beklentiler” arasında olduğu bulunmuştur. Katılımcıların problem ve beklenti düzeyleri arasında negatif ve düşük seviyede anlamlı ilişkilerin olduğu söylenebilir. Başka bir deyişle katılımcıların aldıkları spor hizmetine yönelik problem düzeyleri azaldıkça, spor hizmetine yönelik beklentilerin de anlamlı olarak azalacağı söylenebilir.

Tablo 4: Kamu kuruluşları şirket üyelerinin problem belirleme ve beklenti durumları arasındaki korelasyon (r) değerleri

	Bireysel Problemler	Sosyal Yaşam ve Aile İlgili Problemler	Günlük Yaşam ile İlgili Problemler	Spor Olanakları ile İlgili Problemler	Spor Bilinci ile İlgili Problemler	Toplam Problem Belirleme	Spor Olanakları ile İlgili Beklentiler	Spor Bilinci ile İlgili Beklentiler	Spor Medyası ve Teknolojisi ile İlgili Beklentiler	Toplumsal Spor Kültürü ile İlgili Beklentiler	Toplam Beklenti Belirleme
Bireysel Prob.	1										
Sosyal Yaş. Prob.	,50**	1									
Günlük Yaş. Prob.	,52**	,54**	1								
Spor Olan. Prob.	,55**	,55**	,71**	1							
Spor Bil. Prob.	,56**	,60**	,71**	,71**	1						
Toplam Prob. Bel.	,70**	,67**	,82**	,79**	,62**	1					
Spor Olan. Bekl.	-,18*	-,21*	-,12	-,14	-,15**	-,21*	1				
Spor Bil. Bekl.	-,30**	-,28**	-,31**	-,21*	-,32**	-,36**	,65**	1			
Spor Med. Bekl.	-,20*	-,22**	-,21*	-,27	-,30**	-,22**	,63**	,31**	1		
Toplumsal Bekl.	-,18*	-,23	-,21*	-,25	-,22**	-,21*	,64**	,75**	,61**	1	
Toplam Bekl. Bel.	-,24**	-,31**	-,23**	-,13*	-,30**	-,24**	,77**	,75**	,64**	,73**	1

p<,01; *p<,05

Kamu kuruluşları şirket üyelerinin aldıkları spor hizmetine yönelik problem ve beklenti düzeyleri arasındaki korelasyon (r) değerlerinin -,18 ile -,36 arasında değiştiği görülmektedir (p<,01). Problem belirleme ve beklenti belirleme ölçeklerinin alt boyutları arasındaki korelasyon değerleri incelendiğinde en düşük ilişkinin (-,18) katılımcıların “Spor Olanakları ile İlgili Beklentileri” ile “Bireysel Problemler”, “Toplumsal Spor Kültürü ile İlgili Beklentiler” ile “Bireysel Problemler”, “Spor Olanakları ile İlgili Problemler” ile “Toplam Beklenti Düzeyleri” alt boyutları arasında, en yüksek ilişkinin (-,36) ise “Spor Bilinci ile İlgili Beklentiler” ile “Toplam Problem Belirleme Düzeyleri” arasında olduğu bulunmuştur.

Katılımcıların problem ve beklenti düzeyleri arasında negatif ve düşük seviyede anlamlı ilişkilerin olduğu söylenebilir. Başka bir deyişle katılımcıların aldıkları spor hizmetine yönelik problem düzeyleri azaldıkça, spor hizmetine yönelik beklentilerin de anlamlı olarak azalacağı söylenebilir.

Tartışma ve Sonuç

Araştırma bulgularına bakıldığında; Özel sektör şirket üyeleri ve kamu çalışanları, spor hizmetleri konusunda en fazla Spor Bilinci ile İlgili Problemlerinin var olduğunu ifade ederlerken spor bilinci ile ilgili beklentilerinin de en fazla olduğunu belirtmişlerdir. Bu bulgu, katılımcıların spor yapma konusunda yeterli farkındalığa sahip olmadığı şeklinde yorumlanabilir. Bu doğrultuda bireylerin spor yapma konusunda daha bilinçli hale gelmesi gerekmektedir.

Hergüner (1993)’teki çalışmasında kadınların spor konusunda bilinçlendirilmesiyle onların sporun içine çekilmesi ve böylelikle de sporun toplumda yaygınlaştırılmasında önemli katkılar sağlayabileceğini belirtmiştir.

Problem belirleme ve beklenti belirleme ölçeklerinin alt boyutları arasındaki korelasyon değerleri incelendiğinde, katılımcıların aldıkları spor hizmetine yönelik problem düzeyleri azaldıkça spor hizmetine yönelik beklentilerin de anlamlı olarak azalacağı söylenebilir. Ancak kamu kuruluşlarının özel sektör çalışanlarına göre problem ve beklentilerinin yüksek düzeyde olması, spor yapmak isteyen kitlenin azalması veya uzaklaşmasına sebep olabileceğini gösterebilir. Sandıkçı (2008) yaptığı çalışmada “Müşteriler, en uygun fiyata en kaliteli ürün veya hizmeti satın almak arzusu içerisinde” olduklarını vurgulamaktadır.

Öztürk (2010) yılında yaptığı çalışmada, kadınların erkeklere göre ortam koşulları kalitesinden daha memnun oldukları ve beklentilerinin de yüksek olduğunu saptamıştır. Ayrıca, Aytan (2013) yaptığı çalışmada, spor yapan kadınların spordan beklentilerinin başında kilo verme (%43,3) ve zinde olma (%50) beklentilerinin geldiği sonucuna varmıştır. Bingöl ve Doğan (2010) çalışmalarında, 50 yaşın üzerinde olan bireylerin, daha genç yaşta olan bireylere oranla, spordan ve spor merkezlerinden beklentilerinin gerçekleşme düzeylerinin azaldığını ifade etmişlerdir. Çalışmamızda ise 25-35 yaş grubunda her iki kurum üyelerinin problem ve beklentilerinin yüksek düzeyde olduğu görülmüştür. Çalışmamızda aylık gelirleri orta ve iyi durumda olan katılımcıların spor hizmetine yönelik problem ve beklenti düzeylerinin benzer olmadığı görülmüştür.

Özel sektör çalışanları 5000 ve üstü aylık gelire sahip oldukları için daha seçkin tesislerde veya kendilerinin tercih ettikleri branşta veya tesiste hizmet almalarından dolayı, kamu bünyesindeki spor tesisleri üyelerinin problem ve beklentilerinden daha düşük çıkmıştır. Bu bulgunun aksine, Güçlü (2013) yerel yönetimlere ait fitness merkezlerinde algılanan hizmet kalitesi ile ilgili yaptığı çalışmada, “Türkiye’deki Spor-Fitness merkezlerinin Algılanan Hizmet Kalitesini” değerlendirme ölçeği ile aylık ortalama gelir düzeyindeki farklılıkların etkileşim kalitesi memnuniyetlerinde anlamlı fark yarattığını saptamıştır. Düşük gelir düzeyindeki üyelerin merkezdeki spor eğitmenleri ve diğer personelden beklentilerinin yüksek olduğu, bu nedenle memnuniyetlerinin gelir düzeyi daha fazla olan kişilere göre daha az olduğu belirlenmiştir. Akça (2012), Özel spor merkezlerine üye olan bireylerin beklentilerinin belirlenmesine yönelik yapılan araştırmasının sonucu olarak, ankete katılanların spor merkezlerine gelmekteki amaçlarının ve tercih etme durumlarının ekonomik durum özelliklerinde benzerlikler taşıdığı ortaya çıkmıştır.

Sonuç olarak; katılımcıların, spor bilinç düzeyleri beklenilenin altında çıkmıştır, bireylerin spor bilinç düzeyini artırıcı organizasyonlar, seminerler, etkinlikler ve workshoplar ile katılımcı kitlenin spor bilinç düzeyi istenilen seviyeye çekilebilir. Bunun yanı sıra bireyleri spor branşları ile tanıştırmak sportif ilgi alanlarını geliştirip sportif aktivitelere dikkat çekerek bilinç düzeyleri arttırılabilir.

KAYNAKÇA

- Açak, M., & Karataş, Ö. (2016). Malatya’da Spor Merkezlerine Devam Eden Bireylerin Spordan ve Spor Merkezlerinden Beklentilerinin Karşılama Düzeylerinin İncelenmesi. *Electronic Turkish Studies*, 11(18).
- Afthinos, Y., Theodorakis, N.D. & Nassis, P. (2005). Customers' expectations of service in. Greek fitness centers'. *Managing Service Quality*, 15(3), 245-258.
- Akça, N. Ş., & Sunay, H. (2012). Özel spor merkezlerine üye olan bireylerin spora yönelme nedenleri ve beklentilerinin gerçekleşme düzeyleri. *OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 11(18), 1-1.

- Akça, N.Ş. (2012) Özel Spor Merkezlerine Üye Olan Bireylerin Spora Yönelme Nedenleri ve Beklentilerinin Gerçekleşme Düzeyleri. Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Akgül, B. M., Sarol, H., & Gürbüz, B. (2009). Rekreatif Amaçlı Hizmet Veren Spor İşletmelerinin Hizmet Kalitesinin Belirlenmesi. *Gazi Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 14(3), 33-39.
- Amman, M.T. (2000). *Spor Sosyolojisi. Sporda Sosyal Bilimler*. Alfa Basım, İstanbul.
- Andreasson, J. & Johansson, T. (2014). The Fitness Revolution. Historical Transformations in the Global Gym and Fitness Culture. *Sport Science Review*, XXIII (3-4), 91 – 112
- Andreasson, J. & Johansson, T. (2014). The Fitness Revolution. Historical Transformations in the Global Gym and Fitness Culture. *Sport Science Review*, XXIII (3-4), 91 – 112.
- Ataçocuğu, Ş. & Zelyurt, M. (2017). Spor bilimleri fakülteleri mezunlarının işsizlik deneyimleri üzerine nitel bir araştırma. *Sportif Bakış: Spor ve Eğitim Bilimleri Dergisi*, 70-97. Retrieved from <http://dergipark.gov.tr/sbsebd/issue/33388/346326>
- Aycan, A. (2005). “Gençlik Merkezlerinde Örgütsel Etkililik ve Hizmet Kalitesinin Değerlendirilmesi”. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Marmara Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü. İstanbul.
- Aydın, İ., & Yaşartürk, F. (2017). Fitnes Katılımcıların Rekreatif Etkinliklere Yönelik Motivasyon Düzeylerinin Çeşitli Değişkenlere Göre İncelenmesi. *Uluslararası Kültürel ve Sosyal Araştırmalar Dergisi (UKSAD)*, 3(Special Issue 2), 142-152.
- Aydın, A. (2019). Fitness Salonu Kullanan Bireylerin Fiziksel Aktivitelerine Etki Eden Faktörler (Yalova Örneği). *Spor Eğitim Dergisi*, 3(1), 54-68.
- Aytan, G. K. (2013). Kadınların Spora Olan İlgilerinin İncelenmesi. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 21(2), 777-790
- Bingöl, A. & Doğan, A. A., (2010). Spor Merkezlerine Devam Eden Bireylerin Spordan Ve Spor Merkezlerinden Beklentilerinin Karşılanma Düzeyi. *Selçuk Üniversitesi Beden Eğitimi ve Spor Bilim Dergisi*, 12(3), 199-203
- Çiftçi, S., & Çakmak, G. (2018). Fitness merkezleri müşterilerinin hizmet kalitesi ile ilgili beklenti ve algı düzeylerinin incelenmesi. *Spor Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 3(1), 23-31.
- Dalleck L. C. & Kravitz, L. (2002). The history of fitness. *IDEA Health and Fitness Source*. 20(2), 26-33.
- Dursun, T., Oskaybaş, K., Gökmen, C. (2014). Hizmet kalitesi ve müşteri memnuniyetinin şube-internet bankacılığında karşılaştırılması. *Marmara Üniversitesi Öneri Dergisi*, 11(41), 95-114.
- Doğaner, S., & Akman, P. (2019). Özel Spor Merkezlerine Aktif Olarak Devam Eden Kişilerin Müşteri Memnuniyetinin Belirlenmesi. *Sportmetre Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 17(2), 199-210.
- Ekenci, G. & İmamoğlu, A. F. (2002). “Spor İşletmeciliği”. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Ergin, B.M., İmamoğlu, A.F. & Yıldızhan, Y.Ç. (2011). Algılanan Hizmet Kalitesi Ölçeği’nin geçerlik ve güvenirlik çalışması. *Gazi Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 16(2), 11-23.

- Ertürk, M. (2011). Türkiye'deki otel işletmelerinde hizmet kalitesinin ölçülmesine yönelik bir alan araştırması. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Gazi Üniversitesi, Ankara.
- Fişek, K. (1998). Devlet Politikası ve Toplumsal Yapıyla İlişkileri Bakımından Dünya'da ve Türkiye'de Spor Yönetimi, (2.Bsm), Ankara: Bağırhan Yayınevi.
- Gençer, R.T., Demir, C., Aycan, A. (2008). "Kayak Merkezlerindeki Spor Turistlerinin Hizmet Kalitesi Algılarını Etkileyen Değişkenler". Ege Akademik Bakış. 8 (2), 437-450.
- Gürbüz, B., Henderson, K. A. (2014). Leisure activity preferences and constraints: Perspectives from Turkey. *World Leisure Journal*, 56(4), 300-316.
- Güçlü, N., (2013). Yerel Yönetimlere Ait Fitness Merkezlerinde Algılanan Hizmet Kalitesi (Ankara ili örneği). Yüksek Lisans Tezi. Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Bolu
- Gürel, B., Özel, Ç. (2013). "Kamu Çalışanlarının Büyükşehir Belediye Hizmetlerinden Memnuniyeti: Ankara Örneği". Hacettepe Hukuk Fakültesi Dergisi. 3 (1), 65-74.
- Hergüner G. (1993) Kadınların Spor Yapmalarını Etkileyen Sosyo-Kültürel Faktörler, Marmara Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi, İstanbul.
- Kumartaşlı, M., & Atabaş, E. (2015). Spor Merkezi Fitness Salonunu Kullanan Bireylerin Beklentilerinin Değerlendirilmesi. *International Journal of Sport Culture and Science*, 2(Special Issue 1), 898-904.
- Kotler, P., Armstrong, G. (2003). Marketing. International Edition, Prentice Hall.
- Lapa, T.Y., Baştaç, E. (2012). "Antalya'da Fitness Merkezlerine Devam Eden Bireylerin Yaş, Cinsiyet ve Eğitimlerine Göre Bu Merkezlere Yönelik Hizmet Kalitesi Değerlendirmelerinin İncelenmesi". Pamukkale Journal Of Sport Sciences. 3 (1), 42-52.
- Okumuş, A., & Duygun, A. (2008). Eğitim hizmetlerinin pazarlanmasında hizmet kalitesinin ölçümü ve algılanan hizmet kalitesi ile öğrenci memnuniyeti arasındaki ilişki. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8-2, 17-38.
- Öztürk, S.A. (2008). Hizmet Pazarlaması. (8.Baskı). Eskişehir: Ekin Basım Yayın Dağıtım.
- Öztürk, H. (2010). Sağlıklı Yaşam ve Spor Merkezi Müşterilerinin Tatmin Düzeylerinin Bazı Demografik Değişkenlerle İlişkisinin Karşılaştırılması. Yüksek Lisans Tezi. Marmara Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü. İstanbul.
- Paoli, A. & Bianco, A. (2015). What Is Fitness Training? Definitions and Implications: A Systematic Review Article. *Iran J Public Health*, 44, (5), 602-614.
- Polat E., Aycan A., Üzümlü H., Polat, E. (2013). "Gençlik Merkezlerinde Algılanan Hizmet Kalitesi Ölçeği (Geçerlik ve Güvenilirlik Çalışması)". Hacettepe Spor Bilimleri Dergisi. 24 (1), 25-36.
- Rust, R.T., Zahorik, A.J., Keiningham, T.L. (1996). Service Marketing. Harper Collins College Publishers, New York.
- Sandıkçı, M. (2008). "Termal Turizm İşletmelerinde Sağlık Beklentileri ve Müşteri Memnuniyeti". Yayınlanmamış Doktora Tezi. Afyon Kocatepe Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Saraç, Y. (2018). Kamuya Ait Spor İşletmelerinden Hizmet Alan Bireylerin Memnuniyetini Etkileyen Faktörlerin İncelenmesi (Beylikdüzü Belediyesi Örneği) (Master's thesis, İstanbul Gelişim Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü).

- Salmon J. W., Owen, N., Bauman, A. Schmitz, M. K. H. & Booth, M. (2000). Leisure-time, occupational, and household activity among professional, skilled, and less skilled workers and homemakers. *Prev Med*, 30, 191–199.
- Smith, C. M., Fitzgerald, H. J. & Whitehead, L. (2014). How fatigue influences exercise participation in men with multiple sclerosis. *Qual Health Res*, 25(2), 179-188.
- 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.
- Yıldız, S. M. (2008). Spor Hizmetleri Kalitesini Değerlendirmede Kullanılabilecek Hizmet Kalitesi Modelleri Ve Ölçüm Araçları. *Gazi Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 13(3), 35-48.
- Yıldız, S., & Tüfekçi, Ö. (2010). Fitness merkezi müşterilerinin hizmet kalitesine yönelik beklenti ve algılarının değerlendirilmesi. *Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 13(24), 1-11.
- Yıldız, S.M. (2010). Spor ve Fiziksel Etkinlik Hizmetleri Pazarlaması. Ankara: Detay Yayınevi.
- Yıldız, Y., Onağ, A.O., Onağ, Z. (2013). “Spor ve Rekreasyon Hizmetlerinde Algılanan Hizmet Kalitesinin İncelenmesi: Fitness Merkezi Örneği”. *Uluslararası Hakemli Beşeri ve Akademik Bilimler Dergisi*. 2 (3).
- Zeithaml, V.A., Parasuraman, A., Berry, L.L. (1985). Problems and Strategies in Services Marketing. *Journal of Marketing*, Vol. 49 (Spring), 33-46.