

T.C.
İSTANBUL NİŞANTAŞI ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ

**SPOR FİTNESS MERKEZLERİNİN ALGILANAN
HİZMET KALİTESİNİN COVID-19 HASTALIĞINA
YAKANLANMA KAYGISINA ETKİSİNİN
İNCELENMESİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Emre KARAMAN

Enstitü Anabilim Dalı : Antrenörlük Eğitimi

Enstitü Bilim Dalı : Hareket ve Antrenman Bilimleri

Tez Danışmanı: Dr. Öğretim Üyesi ÖZLEM EKİZOĞLU

ŞUBAT 2023

T.C.
İSTANBUL NİŞANTAŞI ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ

**SPOR FİTNESS MERKEZLERİNİN ALGILANAN
HİZMET KALİTESİNİN COVID-19 HASTALIĞINA
YAKANLANMA KAYGISINA ETKİSİNİN
İNCELENMESİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Emre KARAMAN

Enstitü Anabilim Dalı : Antrenörlük Eğitimi

Enstitü Bilim Dalı : Hareket ve Antrenman Bilimleri

“Bu tez 16/02 /2023 tarihinde aşağıdaki jüri tarafından Oybirliği ile kabul edilmiştir.”

JÜRİ ÜYESİ	KANAAT	İMZA
Dr.Öğr.Üyesi Özlem EKİZOĞLU	BAŞARILI	
Dr.Öğr.Üyesi Kadriye Hilal TOPAL	BAŞARILI	
Dr.Öğr.Üyesi Gülsüm YILMAZ	BAŞARILI	

Enstitü Müdürü

Onay

BEYAN

Bu tezin yazılmasında bilimsel ahlak kurallarına uyulduğunu, başkalarının eserlerinden yararlanılması durumunda bilimsel normlara uygun olarak atıfta bulunulduğunu, kullanılan verilerde herhangi bir tahrifat yapılmadığını, tezin herhangi bir kısmının bu üniversite veya başka bir üniversitedeki başka bir tez çalışması olarak sunulmadığını beyan ederim.

Emre Karaman

16.02.2023



ÖNSÖZ

Bu tezin yazılması aşamasında, çalışmamı özenle takip eden danışmanım Dr. Öğr. Üyesi Özlem EKİZOĞLU' na değerli katkı ve emekleri için içten teşekkürlerimi ve saygılarımı sunarım. Ayrıca görüş ve önerileriyle hazırlamış olduğum tezimi kabul eden değerli jüri üyelerine teşekkür ederim. Son olarak bugünlere ulaşmamda emeklerini hiçbir zaman ödeyemeyeceğim anneme ve aileme şükranlarımı sunarım.

Emre KARAMAN

16.02.2023



İÇİNDEKİLER

KISALTMALAR	iii
TABLO LİSTESİ	iv
ÖZET.....	v
ABSTRACT	vi
GİRİŞ	1
BÖLÜM 1: SPOR FITNESS TANIMI VE İŞLETMECİLİĞİ	7
1.1. İşletme	7
1.2. Spor İşletmesi Tanımı ve Tarihi	8
1.2.1. Spor İşletmesi.....	8
1.2.2. Geçmişten Günümüze Spor İşletmeleri	10
1.3. Spor İşletme Çeşitleri	11
1.3.1. Kapalı Alan Spor İşletmeciliği.....	12
1.3.2. Açık Alan Spor İşletmeciliği.....	13
1.3.3. Kamu Spor İşletmeleri	14
1.3.4. Özel Spor İşletmeleri.....	15
BÖLÜM 2: SPOR FITNES MERKEZLERİ VE MÜŞTERİLERİ.....	17
2.1. Spor Fitness Merkezleri.....	17
2.2. Spor Fitness Merkezi Müşterileri	18
2.2.1. Spor Fitness Merkezi Müşteri Kavramı	18
2.2.2. Spor Fitnes Merkezi Müşteri Beklentileri ve Memnuniyetleri	19
2.2.2.1. Yüksek Kalite	20
2.2.2.2. Uygun Fiyat	20
2.2.2.3. Çeşitlilik.....	20
2.2.2.4. Güvenirlilik	21
2.2.2.5. Hizmet Hızı.....	21
2.2.2.6. Hizmet Kalitesi	21
2.2.3. Spor Fitness Merkezi Müşterinin İhtiyaçları.....	22
2.2.3.1. Sporda Fizyolojik İhtiyaçlar	23
2.2.3.2. Sporda Güvenlik İhtiyacı	24
2.2.3.3. Sporda Ait Olma ve Sevgi İhtiyacı	24
2.2.3.4. Sporda Değer İhtiyaçları.....	24
2.2.3.5. Sporda Kendini Gerçekleştirme İhtiyacı.....	25
BÖLÜM 3: SPOR İŞLETMELERİNDE HİZMET KALİTESİ	26
3.1. Hizmetin Kavramı	26
3.2. Spor İşletmelerinde Algılanan Hizmet Kalitesi.....	27
3.2.1. Spor İşletmelerinde Etkileşim Hizmet Kalitesi.....	28
3.2.2. Spor İşletmelerinde Çıktı Hizmet Kalitesi	28
3.2.3. Spor İşletmelerinde Fiziksel Çevre Kalitesi.....	28
3.2.4. Spor İşletmelerinde Egzersiz ve Ekipmanlar Kalitesi.....	28
3.2.5. Spor İşletmelerinde Program Kalitesi	29
3.2.6. Spor İşletmelerinde Ortam Koşulları Kalitesi.....	29
BÖLÜM 4: YÖNTEM	30
4.1. Veri Toplama Araçları.....	30

4.2.	Verilerin Toplanması.....	31
4.3.	Verilerin Analizi.....	31
4.4.	Verilerin Değerlendirilmesi/ Analizi.....	31
BÖLÜM 5: BULGULAR.....		33
BÖLÜM 6:TARTIŞMA.....		45
6.1.	H ₀ . Spor merkezlerini aktif kullanan bireylerin yeni tip korona virüse (covid-19) yakalanma kaygısı, yaş, cinsiyet, eğitim durumu ve haftalık olarak yaptıkları antrenman sayılarına göre anlamlı düzeyde farklılık göstermemektedir.	45
6.2.	H ₀ . Spor merkezlerinin algılanan hizmet kalitesi ile yaş, cinsiyet, eğitim durumu ve haftalık olarak yaptıkları antrenman sayıları arasında anlamlı düzeyde farklılık göstermemektedir.	48
6.3.	H ₀ . Spor merkezlerini aktif kullanan bireylerin spor merkezlerinin algılanan hizmet kalitesi ile yeni tip korona virüse (covid-19) yakalanma kaygısı ile arasında ilişki yoktur.....	51
6.4.	H ₀ . Spor merkezlerinin algılanan hizmet kalitesi, spor merkezi kullanım amacına göre anlamlı düzeyde farklılık göstermemektedir.....	52
6.5.	H ₀ . Spor merkezlerini kullanan bireylerin, korona virüse (covid-19) yakalanma kaygısı ile spor merkezlerini haftalık kullanma sıklığı arasında ilişki yoktur.....	52
6.6.	H ₀ . Spor merkezlerinin algılanan hizmet kalitesi, spor merkezlerindeki geçirilen süreye göre anlamlı düzeyde farklılık göstermemektedir.	53
6.7.	H ₀ . Spor merkezlerini kullanan bireylerin, korona virüse (covid-19) yakalanma kaygısı ile spor merkezini kullanım amacına göre arasında anlamlı düzeyde farklılık göstermemektedir.	54
6.8.	H ₀ . Spor merkezlerini kullanan bireylerin, korona virüse (covid-19) yakalanma kaygısının spor merkezinde geçirilen süreye göre anlamlı düzeyde farklılıklar göstermemektedir.	54
SONUÇ.....		55
ÖNERİ.....		60
KAYNAKÇA		61
EKLER.....		70

KISALTMALAR

APB : Amerikan Pazarlama Birliği

SYTKYKÖ : Yeni Tip Korona Virüs (COVID-19) Hastalığına Yakalanma Kaygısı
Ölçeği

SFMAHKÖ : Spor-Fitness Merkezlerinin Algılanan Hizmet Kalitesi Ölçeği



TABLO LİSTESİ

Sayfa no

Tablo 1: Katılımcıların Cinsiyetlerinin Frekansı ve Yüzdelik Tablosu	33
Tablo 2: Katılımcıların Medeni Durumlarının Frekansı ve Yüzdelik Tablosu.....	33
Tablo 3: Katılımcıların Yaşlarının Frekans ve Yüzdelik Tablosu	33
Tablo 4: Katılımcıların Eğitim Düzeylerinin Frekans ve Yüzdelik Tablosu	34
Tablo 5: Katılımcıların Spor Yıllarının Frekansı ve Yüzdelik Tablosu.....	34
Tablo 6: Katılımcıların Aylık Gelir Durumlarının Frekansı ve Yüzdelik Tablosu.....	34
Tablo 7: Katılımcıların Spor Merkezini Kullanma Amaçlarının Frekansı ve Yüzdelik Tablosu	35
Tablo 8: Katılımcıların Haftalık Kullanım Sıklığının Frekansı ve Yüzdelik Tablosu ..	35
Tablo 9: Katılımcıların Üyelik Sürelerinin Frekansı ve Yüzdelik Tablosu	36
Tablo 10: Katılımcıların Spor Merkezinde Geçirdiği Sürelerin Frekansı ve Yüzdelik Tablosu	36
Tablo 11: Katılımcıların Spor Merkezi Kullanım Saatlerinin Frekansı ve Yüzdelik Tablosu	36
Tablo 12: Katılımcıların Cinsiyetine Göre Spor Fitness Merkezlerinin Algılanan Hizmet Kalitesi ve Sporcuların Yeni Tip Koronavirüse (Covid-19) Yakalanma Kaygısı.....	37
Tablo 13: Katılımcıların Medeni Duruma Göre Spor Fitness Merkezlerinin Algılanan Hizmet Kalitesi Ve Sporcuların Yeni Tip Koronavirüse (Covid-19) Yakalanma Kaygısı.....	38
Tablo 14: Katılımcıların Yaşa Göre Spor Fitness Merkezlerinin Algılanan Hizmet Kalitesi ve Sporcuların Yeni Tip Koronavirüse (Covid-19) Yakalanma Kaygısı.....	39
Tablo 15: Katılımcıların Spor Merkezi Kullanım Amacına Göre Spor Fitness Merkezlerinin Algılanan Hizmet Kalitesi Ve Sporcuların Yeni Tip Koronavirüse (Covid-19) Yakalanma Kaygısı	40
Tablo 16: Katılımcıların Spor Merkezini Haftalık Kullanım Süresine Göre Spor Fitness Merkezlerinin Algılanan Hizmet Kalitesi Ve Sporcuların Yeni Tip Koronavirüse (Covid-19) Yakalanma Kaygısı	41
Tablo 17: Katılımcıların Spor Merkezinde Geçirdiği Süreye Göre Spor Fitness Merkezlerinin Algılanan Hizmet Kalitesi Ve Sporcuların Yeni Tip Koronavirüse (Covid-19) Yakalanma Kaygısı	42
Tablo 18: Katılımcıların Spor Geçmişine Göre Spor Fitness Merkezlerinin Algılanan Hizmet Kalitesi ve Sporcuların Yeni Tip Koronavirüse (Covid-19) Yakalanma Kaygısı.....	43
Tablo 19: Katılımcıların Spor Fitness Merkezlerinin Algılanan Hizmet Kalitesi Ve Sporcuların Yeni Tip Koronavirüse (Covid-19) Yakalanma Kaygısı Arasındaki İlişki	44

İstanbul Nişantaşı Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Yüksek Lisans Tez Özeti

Tezin Başlığı: Spor Fitness Merkezlerinin Algılanan Hizmet Kalitesi Ölçeği ile COVID-19 Hastalığına Yakalanma Kaygısına Etkisinin İncelenmesi.

Tezin Yazarı: Emre KARAMAN **Danışman :** Dr. Öğr. Üyesi Özlem EKİZOĞLU

Kabul Tarihi: 16.02.2023 **Sayfa sayısı:** 84

Anabilim Dalı: Antrenörlük Eğitim **Bilim Dalı :** Hareket ve Antrenman Bilimi

Bu araştırma Dünya nüfusunu ve ekonomisini yerle bir eden covid-19 salgını sonrası spor fitness merkezlerine gelen üyelerin algılanan hizmet kalitesi ile Covid-19 hastalığına yakalanma kaygısı arasındaki ilişkiyi incelemektedir. Spor merkezleri içerdiği program ve ekipmanlar ile her yaş grubuna hitap etmektedir. Bireyler gündelik yaşamlarındaki hareketsizlik ve ağır iş yükü sebebiyle bu merkezleri kullanmayı tercih etmişlerdir. Bu durum spor merkezlerinin çok tercih edilmesine ve hızla büyüyen bir endüstri haline gelmesine neden olmuş, artan rekabet verdikleri hizmet alanının önemini de artırmıştır. Spor merkezleri müşteri merkezli kurumlardır. Çalışma da Uçan (2007) tarafından geliştirilen 31 madden ve “etkileşim çıktı kalitesi, fiziksel çevre kalitesi, egzersiz alet- ekipmanları, program kalitesi ve ortam koşulları kalitesi” şeklindeki 6 alt boyuttan oluşan Spor-Fitness Merkezlerinin Algılanan Hizmet Kalitesi Ölçeği kullanılmıştır. Tekkurşun Demir, Cicioğlu ve İlhan (2020)’ nin geliştirdiği sporcuların covid-19 hastalığına yakalanma kaygısı ölçeği kullanılmıştır. Ölçek, bireysel kaygı ve sosyalleşme kaygısı şeklinde iki alt boyuttan oluşmaktadır. Hiç katılmıyorum’ dan tamamen katılıyorum şeklinde 5’li likert ölçek kullanılmıştır. Çalışmada ilişkisel tarama yöntemi kullanılmıştır. Veriler İstanbul ilinin Beşiktaş ve Ortaköy ilçesindeki fitness merkezi üyelerinden gönüllü olan katılımcılardan toplanmıştır. Veriler normal dağılım göstermediğinden Mann-Whitney U testi, Kruskal Wallis ve Korelasyon analizi kullanılarak çeşitli bulgulara ulaşılmıştır.

Sonuç olarak, fitness merkezlerinin algılanan hizmet kalitesi cinsiyete, yaşa, haftalık salon içi kullanım süresine ve spor geçmişine göre anlamlı farklılıklar göstermektedir. Sporcuların yeni tip koronavirüse (covid-19) yakalanma kaygısının cinsiyete, medeni duruma, salon içi kullanım süresine göre anlamlı farklılıkları olduğu tespit edilmiştir. Spor- Fitness merkezlerini kullanan üyelerin hizmet kalitesi algılarından fiziksel çevre algısının, sporcuların Covid-19 hastalığına yakalanmadaki sosyalleşme kaygısı ile ters yönlü zayıf bir doğrusal ilişkisi görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Covid-19, Fitness, Hizmet Kalitesi, Kaygı, Pandemi.

Istanbul Nişantaşı University, Graduate Education Institute Abstract of Master's Thesis

The Title of Thesis: Investigation of The Relationship Between The Perceived Service Quality of The Sports-Fitness Center Members and The Anxiety of Concerning The Covid-19 Disease

Author: Emre KARAMAN

Supervisor : Assist. Prof. Dr. Özlem EKİZOĞLU

Date: 16.02.2023

Nu. of Pages: 84

Department: Coaching Education

Subfield : Movement and Training Sciences

This research examines the relationship between the perceived service quality of members who come to sports fitness centers after the covid-19 epidemic, which destroyed the world population and economy, and the anxiety of catching Covid-19 disease. Sports centers appeal to all age groups with the programs and equipment they contain. Individuals preferred to use these centers due to the inactivity and heavy workload in their daily lives. This situation has caused sports centers to be highly preferred and become a rapidly growing industry, and the increasing competition has also increased the importance of the service area they provide. Sports centers are customer-centered institutions. In the study, the perceived service quality scale of Sports-Fitness centers, consisting of 31 items, 6 sub-dimensions such as "interaction output quality, physical environment quality, exercise equipment-equipment, program quality and environmental conditions", developed by Uçan (2007), was used. The anxiety scale of athletes' covid-19 disease developed by Tekkurşun Demir, Cicioğlu and İlhan (2020) was used. The scale consists of two sub-dimensions, individual anxiety and socialization anxiety. It has a 5-point likert scale ranging from strongly disagree to completely agree. Relational screening method was used in the study. Data were collected from volunteers from fitness center members in Beşiktaş and Ortaköy districts of Istanbul. When the data did not show normal distribution, the findings were obtained using the Man-Whitney U test, Kruskal Wallis and Correlation analysis.

As a result, the perceived service quality of fitness centers shows significant differences according to gender, age, weekly and indoor usage time, and sports history. Athletes' anxiety about catching the new type of coronavirus (covid-19) differed significantly according to gender, marital status, and duration of use in the gym. Among the service quality perceptions of the members using the Sports-Fitness centers, the perception of the physical environment was negatively correlated with the socialization anxiety of the athletes catching Covid-19 disease ($r=-.289$).

Key Words: Covid-19, Service Quality, Anxiety, Pandemic

GİRİŞ

Spor, kurallara uyularak bireysel ya da grup olarak gerçekleştirilen bedensel ve zihinsel yeteneklerin artmasını sağlayan eğitici ve eğlendirici çalışmalar biçiminde tanımlanan sosyal bir uğraştır (Talimciler, 2008: 90). Günümüz şartlarında insanların boş vakitlerini hangi şekilde değerlendirmek istedikleri ihtiyaç ve beklentilerine göre değişiklikler göstermektedir. İş insanlarının boş vakitleri göz önünde bulundurularak yeni ticari faaliyet alanları oluşturma çabası spor merkezlerinin bir işletme olarak var olmasını sağlamıştır (Yetim ve Argan, 2018: 49).

Spor merkezleri içerdiği program ve ekipmanlarla her yaş grubuna hitap etmektedir. Bireyler gündelik yaşamlarındaki hareketsizlik ve ağır iş yükü sebebiyle bu merkezleri kullanmayı tercih etmişlerdir. Bu durum spor merkezlerinin gittikçe daha çok tercih edilmesine ve hızla büyüyen bir endüstri haline gelmesine neden olmuş ve artan rekabet verdikleri hizmet alanının önemini de artırmıştır. Spor merkezleri müşteri merkezli kurumlardır. Spor merkezleri müşteri odaklı hizmet sunma konusunda algılanan hizmet kalitesini ve müşteri memnuniyetini her zaman ön planda tutmak zorundadır. Bu merkezleri kullanan müşteriler aldıkları hizmetten memnun kaldığında aynı spor merkezine tekrar kullanması muhtemeldir. Tarihsel süreçte spor merkezlerinde hizmet kavramına olan önem artmış ve bu bağlamda çeşitli araştırmalar yapılmıştır.

Günümüz ekonomik şartlarında işletmelerin, başarılı bir şekilde yürütülebilmesinde hizmet ve hizmet kalitesi ile ilgili sorunların çözümünün önemli olduğu vurgulanmaktadır. İşletmeler müşterilerine daha kaliteli bir hizmet sunmak için çaba göstermektedir. Bu konuda yapılan bazı önemli araştırma teorileri ve bulguları hizmetlerin pazarlamasında önemli hizmetler ve mallar arasındaki farklılıkların etkili olması bağlamında bir noktayı ortaya çıkarmıştır. Bu farklılık üç boyutu içermektedir; soyutluk, eşzamanlılık (üretim ve tüketimin aynı anda olması) ve üretime müşterilerin de katılıyor olmasıdır (Benjamin, 1997: 38-47).

Çin'in Vuhan şehrinde 31 Aralık 2019 yılında ilk vakaları görülen COVID-19 hastalığı hızla tüm Dünya'ya yayılmıştır. Ülkemizde ise ilk vaka ilgili bakanlıktan tarafından kamuoyuna 10.03.2020'de açıklanmıştır. Sağlık Bakanlığı 01.04.2020

tarihinde covid-19 vakalarının tüm ülkemize yayıldığını, her ilde vakaların olduğunu ve tedbirler almamız gerektiğini açıklamıştır (Aysan ve diğerleri, 2020: 15-29).

Yeni Tip Korana virüs (COVID-19) hastalığı doğrudan temas yoluyla ya da hasta olmuş kişinin hapşırmasından veya öksürmesinden kaynaklanan damlacıklar yoluyla insandan insana bulaşmaktadır (Moore ve diğerleri, 2020: 9).

Sağlık sektörü başta olmak üzere sosyal yaşam, ekonomik yaşam ve insanların gündelik hayatlarını etkileyen pandemi, nihayetinde sporun da her alanını derinden etkilemiştir. Başta kalabalık izleyici kitlesi olan profesyonel spor branşları ve spor hizmeti sağlayan kuruluşlar, sportif ürün üreten kuruluşlar, spor turizmi ve genel olarak sporun her kademesinde çalışan bireyler ve bu sektörle ortak iş üreten/yürüten herkes büyük kayıplara uğramıştır (Türkmen ve Özseri, 2020: 57-60).

Şiddetli akut solunum sendromu korona virüs (COVID-19) pandemi dünya çapında önemli bir küresel sağlık sorunu haline gelmiştir. 2019 korona virüs hastalığı (COVID-19) pandemi sırasında ani ve benzeri görülmemiş sokağa çıkma kısıtlamalarının uygulanması insan hayatını önemli ölçüde değiştirmiştir. Bazı çalışmalar, hareketin ve fitness merkezlerine erişimin azalmasının fiziksel hareketsizlik ve yaygın zihinsel sağlık sorunları arasında önemli bir ilişki olduğunu bildirmiştir. Fiziksel aktivite dâhil olmak üzere günlük aktivitelerin kesintiye uğraması insan vücudunda fiziksel olmakla beraber bazı psikolojik etkiler yarattığı tespit edilmiştir. Stres, anksiyete ve depresyon belirtileri yaygın olarak bu belirtilerin bazılarıdır (Anyan ve diğerleri, 2020: 2-4).

Kişinin yapmış olduğu her seçimde bir şeylerden vazgeçme anlamına gelen kaygı, kişinin kendi süreksizliği içinde yaşadığı bir durumdur. İnsanın yaşadığı en büyük kaygı, kaçınılmaz olan ölüm kaygısıdır. (Sayar, 2000: 74-75). Bu araştırma, spor merkezlerinin müşterilerine daha kapsamlı bir hizmet vererek, katılım motivasyonlarını covid-19 hastalığına yakalanma kaygısından uzaklaştırıp, en üst düzey hizmet kalitesine ulaşılması amacıyla gerekli geliştirme projelerinin yapılabilmesi için ortaya konmuştur.

Aralık 2019'da Çin'in başkenti olan Vuhan şehrindeki önemli bir ulaşım merkezi olan Hubei eyaletinde nedeni bilinmeyen ciddi bir pnömoni (zatürre) ile yerel

hastanelere başvurmaya başlamıştır. Vakaların büyük çoğunluğu, canlı hayvan ticareti yapan Huanan toptan deniz ürünleri pazarındaki insanlardı. Hastalardan diğer salgınlarda olduğu gibi sürveyans sistemi devreye alındı ve hastalardan solunum yolu örnekleri inceleme için referans laboratuvarlarına gönderildi. Çin 31 Aralık 2019'da, salgını Dünya Sağlık Örgütü'ne bildirdi ve 1 Ocak'ta Huanan deniz ürünleri pazarı kapatıldı. Hastalık kısa süre içinde Çin'in başka eyaletlerinde de görülmeye başladı ve bazı komşu ülkelere kadar sıçradı. İlk ölümcül vaka 11 Ocak 2020'de kamouyuna bildirildi. Çin'de geniş kapsamlı karantina uygulamaları yapıldı (Singhal, 2020: 281-286).

Pandemi'nin ne zaman biteceğinin bilinmemesi ve söz konusu tedavi yönteminin olmaması, pandemi hakkındaki bilgi azlığı gibi durumlar evde izolasyon öneriler yada yasaklar bireylerin sağlığını olumsuz yönde etkileyebilir. Kaygı, stres, korku ve uyku düzensizlikleri gibi belirtiler pandemi esnasında daha sık görülmeye başlanmıştır. COVID-19 salgını nedeniyle, spor-fitness salonlarının kapatılması ve açık hava etkinliklerinin kısıtlanması gibi birçok tedbirin alınması bireylerin fiziksel aktivitelerden uzak kalması ya da uzman kişiler tarafından denetlenmeyen antrenman programları uygulamalarına neden olmuştur (Yıldız, 2020: 1276-1277).

COVID-19 ile ilişkili kaygı sonucu artan endişeler, bireysel ve daha fazla zihinsel sağlık tedavisi için çeşitli yaklaşımların geliştirilmesine yol açmıştır. Mevcut COVID-19 salgını, tüm dünyada eşi benzeri görülmemiş fiziksel, sosyal ve ekonomik zorluklar yaratmıştır. İnsanların çoğu belirsizlikten kaynaklı, enfeksiyona yakalanma kaygısından dolayı pandeminin uzun vadeli bireysel ve toplu etkileriyle başa çıkma konusunda endişe yaşamışlardır (Peteet, 2020: 2203-2204). Yapılan uluslararası araştırmalarda ortaya çıkan uluslararası sonuçlar, pandeminin ilk aşamasında genel popülasyonda stres bozukluğu ve depresyon semptomlarının yaygın olduğunu göstermektedir. Araştırmacılara göre kaygının bir kişinin genetik yapısında temel bir özellik olduğu konusunda hemfikirdir. Kişiler sahip oldukları kaygı düzeyleri farklılık gösterebilir ve bu çeşitli davranışsal sonuçlara neden olur (Gögebakan, 2021: 7).

Kaygı çeşitleri

Durumluk ve Sürekli Kaygı: Durumsal kaygı genellikle, çevresel faktörlerden kaynaklanmakta olup bireyde ortaya çıkan geçici duygu durumu sürekli kaygı ise kişinin içinde bulunduğu durumdan bağımsız olarak gelişen ve kişinin davranışlarını etkileyerek yaşamı boyunca devam eden duygu durum olarak ifade edilmektedir (Aydın ve Tiryaki 2017: 715-716).

Olumlu ve Olumsuz Kaygı: Kaygı ilk düşünüldüğünde olumsuz bir etki olarak görülse de, bireyleri araştırmaya, başarılı olmaya, çaba sarf etmeye, mental ve psikomotor alanlarda kişilikleri güdülediği için olumlu bir etki yarattığı da görülmektedir. (Serbest, 2021: 8-9).

Bilişsel ve Bedensel (Somatik) Kaygı: Bedensel kaygı, doğrudan otonom uyarılma sonucu gelişen ve kaygı üzerinde artışa sebep olan fizyolojik değişimler olarak adlandırılabilir. Bedensel (somatik) kaygı, yüksek kalp atım oranı, kısa, hızlı ve kesik nefes alma-verme, midede hissedilen ağrı, aşırı terleme, gergin kaslar ve vücudun odaklanmayı güçleştiren tepkisel reaksiyonlarıyla kendisini göstermektedir (Serbest, 2021: 8-9).

Sosyal Kaygı: Bireyin çeşitli sosyal durumlarda uygun olmayan biçimde davranacağı, kötü bir duruma düşeceği, çevresine karşı olumsuz bir izlenim bırakacağı ve başkaları tarafından olumsuz (aptal, yetersiz, beceriksiz vb.) bir şekilde değerlendirileceği beklentisiyle yaşadığı bir rahatsızlık ve gerilim durumu olarak tanımlanmaktadır (Gümüş, 2006: 63-64).

Araştırmanın Konusu ve Amacı: Spor merkezlerinde algılanan hizmet kalitesinin COVID-19 hastalığına yakalanma kaygısı arasındaki ilişkinin değerlendirilmesidir.

Araştırmanın Önemi: Günümüz dünyasında artan iş yükü, hareketsizlik ve boş zamanların değerlendirilmesi amacıyla spor ve fitness merkezlerine olan ihtiyacı ortaya çıkarmıştır. 2019 yılının mart ayında çıkan COVID-19 pandemisi bütün dünyayı derinden etkilemiş olup, spor ve sağlık sektörlerine getirilen kısıtlamalar nedeniyle spor merkezlerini de bulaş riski sebebiyle etkilemiştir. Bu nedenle spor merkezlerinin amaçları arasında hem artan kısıtlamalar hem de rekabet açısından müşteri memnuniyeti ilk sıraya yerleşmiştir. Müşteri memnuniyeti ise algılanan hizmet kalitesi spor ve fitness merkezlerindeki oldukça önemi oldukça artırmıştır.

Literatürde Covid-19 hastalığına yakalanma kaygısıyla ilgili çok fazla çalışma bulunamamıştır. Bu araştırmalar sonucunda spor-fitness merkezlerinin COVID-19 salgını sürecinde uyguladıkları yöntemler hizmet kalitesinin oldukça önemini ortaya çıkarmada önemli bir rol oynamıştır.

Araştırmanın Evren ve Örneklemi: Çalışmanın evrenini İstanbul ilinde bulunan spor merkezlerini aktif kullanan bireyler oluşturmaktadır. Örneklemi ise İstanbul ilinin Beşiktaş ilçesinde bulunan spor merkezlerini aktif kullanan bireyler oluşturmaktadır.

Araştırma Modeli: Bu araştırma da genel tarama modellerinden ‘ilişki tarama modeli’ kullanılmıştır.

Araştırmanın Varsayımları:

- Spor merkezlerini aktif olarak kullanan bireylerin, anket sorularını anlayarak, doğru yanıtladıkları,
- Spor merkezlerini aktif olarak kullanan bireylerin, soruları tümüyle kendilerinin yanıtladıkları,
- Spor merkezlerini aktif olarak kullanan bireylerin, yöntem ve tekniklerinin araştırmaya uygun olduğu,
- Kullanılan istatistiksel analizinde yöntem değerlendirmelerinin, güvenilir ve geçerli olduğu varsayılmaktadır.

Araştırmanın Sınırlılıkları:

Bu çalışma;

- İstanbul ili Beşiktaş ilçesinde bulunan spor merkezleri kullanıcılarıyla,
- Sporcularda Yeni Tip Korona Virüs (COVID-19) Hastalığına Yakalanma Kaygısı Ölçeği (SYTKYKÖ) ve Spor-Fitness Merkezlerinin Algılanan Hizmet Kalitesi Ölçeğinden (SFMAHKÖ) elde edilen sonuçlarla,
- Araştırmada kullanılan yöntem; teknik ve analiz sonuçlarıyla,
- Araştırma konusuyla ilgili ulaşılabilen kaynakların sağladığı verilerle sınırlandırılmıştır.

Araştırmanın Hipotezleri:

H₀. Spor merkezlerini aktif kullanan bireylerin yeni tip korona virüse (covid-19) yakalanma kaygısı, yaş, cinsiyet, eğitim durumu ve haftalık olarak yaptıkları antrenman sayılarına göre anlamlı düzeyde farklılık göstermemektedir.

H₀. Spor merkezlerinin algılanan hizmet kalitesi ile yaş, cinsiyet, eğitim durumu ve haftalık olarak yaptıkları antrenman sayıları arasında anlamlı düzeyde farklılık göstermemektedir.

H₀. Spor merkezlerini aktif kullanan bireylerin spor merkezlerinin algılanan hizmet kalitesi ile yeni tip korona virüse (covid-19) yakalanma kaygısı ile arasında ilişki yoktur.

H₀. Spor merkezlerinin algılanan hizmet kalitesi, spor merkezi kullanım amacına göre anlamlı düzeyde farklılık göstermemektedir.

H₀. Spor merkezlerini kullanan bireylerin, korona virüse (covid-19) yakalanma kaygısı ile spor merkezlerini haftalık kullanma sıklığı arasında ilişki yoktur.

H₀. Spor merkezlerinin algılanan hizmet kalitesi, spor merkezlerindeki geçirilen süreye göre anlamlı düzeyde farklılık göstermemektedir.

H₀. Spor merkezlerini kullanan bireylerin, korona virüse (covid-19) yakalanma kaygısı ile spor merkezini kullanım amacına göre arasında anlamlı düzeyde farklılık göstermemektedir.

H₀. Spor merkezlerini kullanan bireylerin, korona virüse (covid-19) yakalanma kaygısının spor merkezinde geçirilen süreye göre anlamlı düzeyde farklılıklar göstermemektedir.

BÖLÜM 1: SPOR FITNESS TANIMI VE İŞLETMECİLİĞİ

1.1. İşletme

İşletme geçmişten günümüze insanların ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla üretim faktörlerini planlı ve sistemli bir şekilde yaparak, ekonomik mal ve hizmet üretmek ve pazarlamak için faaliyette bulunan kuruluşlardır. Genel amaçları, kar veya sosyal fayda, topluma hizmet ve süreklilik gibi konulardır (Arslan, 2018: 7-9). Ayrıca toplumun gereksinimlerini karşılayan, en basit tanımı ile çevresel ve toplumsal boyutları göz önünde bulundurarak çeşitli üretim dinamiklerini planlayan mal ve hizmet üretimi yapan birimlerdir (Bektaş, 2018: 13).

İşletme, ticaret ve iktisat kavramlarının yanı sıra, bir bilimsel çalışma alanı olarak, henüz oldukça gençtir. İşletme, varlığını büyük ölçüde sanayi devrimine borçludur. Amerika ve İngiltere merkezli olarak 1920'li yıllarda, akademik bir inceleme alanı olmuştur (Kurt, 2015-117). İşletmelerin genel olarak amacı, varlıklarını korumak, kâr sağlamak, riskleri ortadan kaldırmak, piyasa değerini yükseltmek ve büyüktür. İşletmeler, pazarın büyümesine paralel olarak kendi pazar paylarını büyüttürmeli, müşteri odaklı olmalı ve müşterilerin isteklerini yerine getirebilmelidir. Müşteri isteklerine odaklanılması aynı zamanda satış rakamlarındaki ve satış gelirindeki artış için önem arz etmektedir. İşletmeler, içsel ve dışsal olarak iki şekilde büyüme gerçekleştirebilir. İçsel büyüme, kendi kaynaklarını kullanıp yatırım ve finansman politikaları yürütmektir. Dışsal büyüme ise birleşmeler yoluyla gerçekleşmektedir (Kayakıran, 2016: 4-6). İşletmelerde kurumsallaşma hem iç hem de dış müşteri memnuniyetini artırarak daha iyi bir yol izlenmesini sağlayacaktır. (Gül, 2012: 4). Endüstri devrimi ile birlikte buharlı makinelerin icat edilmesi üretimde daha hızlı sonuçlar alınmasına ve işletmelerin üretim kapasiteleri arttırmasına neden olmuştur. Bir işletmede üretimin ve üretimin dağılımının gerçekleştiği birçok departman bulunmaktadır. İşletmeler, hammaddenin tedarik sürecinden başlayarak çeşitli operasyonlardan geçerek, tüketicilere ulaşmasını sağlayan kurumlardır (Elibol, 2021: 6). İşletmelerin temel amacı insanların ihtiyaçlarına uygun mal veya hizmet üretmektir. İşletmeler, müşteri memnuniyeti ve müşteri beklentileri doğrultusunda bu amaçları yerine getirmek zorundadır (Ekenci ve İmamoğlu, 2002: 3).

1.2. Spor İşletmesi Tanımı ve Tarihi

Eski Yunan spor kültüründen günümüze kadar spor tesisleri birçok kültür için kalite ya da odak noktası olarak görülmüştür. Eski Yunanda ve Roma’da spor tesislerinin halkı yatıştırmak, sporcuların antrenman yapmasına olanak sağlamak, müsabakaları izleyenleri eğlendirmek ve politik gündem yaratmak için kullanıldığı bilinmektedir. Yunanlılar tarafından inşa edilen diğer spor tesisleri ya da insanların bir arada toplanmasına olanak tanıyan tesisler incelendiğinde Hipodromlar, Jimnasyumlar, Palaestralar ve Stadyumlar öne çıkmaktadır. Jimnasyum ve Palaestralarda güreş, koşu, atlama, disk atma gibi spor etkinlikleri yapılmıştır. Hipodromlarda ise at yarışlarından, savaş arabası yarışlarına kadar birçok etkinlik uygulanmaktaydı. Bu tesisler açık hava tesisleriydi ve seyirciler etkinlikleri ayakta izlerdi. Stadyumlar ayak koşuları, muharebe ve yumruk dövüşleri gibi daha çok dövüş sporları için yapılmış sahalardı. Ancak Ortaçağ dünyasında ruhban sınıfın ve hükümetlerin yetersiz desteği spor tesislerinin hem nitelik hem de nicelik açısından gerilemesine neden olmuştur. Bu noktada, Eski Yunanda ve Roma’da spor tesislerine ya da insanların bir arada toplanmasına olanak tanıyan tesislere yönelik gösterilen önemi Ortaçağ dünyasında görememekteyiz. Bu sebepten dolayı Ortaçağ dünyasında spor tesislerin yapımı konusunda bir gerileme olmuştur. Bu yüzden, 19. yüzyıla kadar spor tesisi olarak ifade edebileceğimiz yapıların inşa edildiğini görememekteyiz (Katırcı, 2012: 10-12).

1.2.1. Spor İşletmesi

Spor işletmesi kavramı içerisinde bulunan spor aktivitelerinin yapıldığı her türlü yapı (stadyum, pist, saha, salon, veledrom v.b) olarak tanımlanabilir. Spor işletmeleri; fitness, yüzme havuzu, tenis kortu, koşu pisti, spa vb. gibi aktivite alanları ile hizmet veren kurumlardır. Günün geniş zamanı aktif olan özel spor işletmeleri kişilerin istedikleri vakitte gelebilmelerini sağlayarak planlama problemini ortadan kaldırır. Spor işletmelerinin verdiği başka bir hizmet ise kişilerin herhangi gibi bir sağlık problemi olması durumunda uzman eğitmenlerin yazacakları özel programlarla problemlerin en aza indirgemesini sağlamaktır (Aksoylu, 2019: 18). Spor işletmesi, üretim faktörlerini planlı bir şekilde organize edilmesi ve spor hizmet faaliyetlerini hazırlayıp sunan üniteye denir. Spor işletmeleri, spor hizmeti vermek amacı ile serbest zaman uğraşısı olarak geniş

kitlelere sağlıklı bir şekilde spor yapma imkanı sunan yerlerdir (İmamoğlu ve Mutlu 2012: 142). Spor tesis işletmelerinde, hizmet sunulan kişi belirli bir zaman dilimi içinde spor yapar ve işletmenin verdiği hizmeti bu zaman diliminde ölçüp, işletme hakkında notunu verir (Ceyhun, 1998: 10).

Bir spor tesis işletmesi kurulumunda gerekli olan temel prensipler şunlardır;

- Yatırımlar aktif olarak sporun yapılabileceği tesisler yerine ağırlıklı olarak seyir sporuna imkân veren tesisler üzerinde yoğunlaştırmalıdır.
- Spor tesislerin yapımında devlet kaynaklarının israfı önlenmeli ve tesislerin dağılımında denge sağlanmalıdır.
- Yapılacak tesisler planlı ve programa uygun şekilde ve süre uzamasına izin verilmeden yapılmalıdır.
- Tesisler spor işletmeciliği anlayışından uzak olmamalı ve nizami, sıhhi ve ihtiyaca cevap verecek nitelikte olmalıdır.
- Tesislerin onarımında, yeterli ve nitelikte teknik elemanlara sahip olunmalıdır.
- Sporun altyapısını okullu gençliğin oluşturması nedeniyle okul tesislerine ağırlık verilmelidir.
- Futbol sahaları, atletizm pistleri halka ve gençliğe açık bulundurulmalı ve her konuda vatandaşlar bu tesislerden azami şekilde yararlanabilmelidir.
- Tesislerde dinlenme, rekreasyon ve lokal niteliğindeki merkezlerin bulunması gerekmektedir.
- Spor tesisleri yatırımları konusunda Bayındırlık, Milli Eğitim teşkilatının, üniversite ve mahalli idareler arasında koordinasyon ve işbirliği olmalıdır.
- Tesislerin yapımında nüfus yoğunluğu, iklim şartları, yörenin spor potansiyeli, eğitim seviyesi ve ekonomik şartları göz önünde bulundurulmalıdır.

Spor işletmeleri, geniş bir bölümde yer alan farklı türdeki meslek gruplarını bünyesinde her yaş grubuna hizmet sunan, insanların spor gereksinimlerini

karşılayan programları sunan kuruluşlardır. Spor işletmeleri de diğer işletmeler gibi kâr amacı güderler (Ramazanoğlu, 2007: 16).

Spor işletme tesisleri kuruluş amaçlarına göre antrenman, müsabaka, yarışma, sağlık, tedavi vb. programlardan birine veya birkaçına hizmet vererek kâr elde etmek üzere faaliyet gösterirler. İşletmenin kuruluş çalışmaları şu şekilde sıralanabilir;

- İşletme kurma düşüncesiyle başlayan çalışmalar,
- Bu çalışmaların gerçekten verimli olup olmadığıyla ilgili çalışmalar,
- Yapılabilirlik çalışmalarının olumlu olması halinde fiilen kurma faaliyetine başlanması,
- Kuruluşu tamamlanan işletmenin faaliyetlerini devamlı kılma çalışmaları,
- Kurulacak işletmenin ihtiyaç duyduğu fonları bulma ve en etkin kullanımının sağlanması,

Yukarı da belirtildiği gibi spor işletme tesislerinin kuruluşu çeşitli kısımlardan oluşur (Ekenci ve İmamoğlu, 2002: 7-8).

1.2.2. Geçmişten Günümüze Spor İşletmeleri

Dünya’da teknolojik ve ekonomik gelişmeler, spor endüstrileşmesiyle birlikte spor etkinliklerinde de farklılaşmalar meydana getirmiştir. Spor, toplumların sağlıklı bir yaşam biçimi kazanımında önemli bir rol oynar.

1985 yılından bu yana *fiziksel aktivite, egzersiz, fitness antrenmanı, antrenman, fitness ve fiziksel uygunluk* gibi terimler sıklıkla karıştırılmakta ve bazen birbirinin yerine kullanılmaktadır. Fitness kelimesi tanımı düşünüldüğünde bugüne kadar bir çok tanım bulunmaktadır. Fitness geniş aktivite alanına sahip ve bir çok kategorileri ayrılır. ‘Fitness grup aktiviteleri, fonksiyonel fitness aktiviteleri, aerobik aktiviteler, step aerobik ,hafif koşu, kondisyon çalışmaları, vücut geliştirme ,genellikle non-aktif kesim için tercih edilen ;funky, zumba fit box, bisiklet aktiviteleri, calisthenics tabanlı antrenmanlar, cross fit, süspansiyon antrenmanları, total body kondisyon antrenmanları, core bölgesi çalışmaları, boot camp, fonksiyonel antrenmanlar, pilates, yoga, streching’ vb olarak sıralanabilir ve

günden güne fitness teriminin insanların zihnindeki anlamı değişime uğramaktadır (Erikssen 2001: 1-5).

1.3. Spor İşletme Çeşitleri

Genel olarak tüm dünyada her katılımcının ve seyircinin beklentilerinin artması ve çeşitlenmesi sonucunda, sağlık ve rekreasyon bakımından spor işletmelerinde branşlara ve tesis tiplerine göre sınıflandırılma ihtiyacına gidilmiştir. Kullanım amaçlarına göre spor tesis işletmeleri etkinliğin uygulanışına göre, aksiyon ve mekân özelliklerine göre dört farklı biçimde incelenmektedir (Damar, 2021: 16-17).

Spor İşletme Çeşitleri;

Tek Hedefli Spor İşletme Tesisleri: Tek bir spor branşının yapılmasının uygun olduğu ve buna göre tasarlanmış olan merkezlerdir.

- Golf Sahası
- Bowling Salonu
- Motor Sporları Parkuru

Tek Bir Spor Dalına Yönelik, Tek Hedefli Spor İşletme Tesisleri: Bazı spor tesislerinde tek bir spor dalı olmamasına rağmen, uygulanan su sporları vb. gibi tek bir branşa yönelik özellikler barındırdığı için tek bir spor dalına yönelik, tek hedefli spor işletme tesisleri başlığında değerlendirilmektedirler (Damar, 2021: 17-19).

- Bale, Jimnastik salonu
- Su sporları, Yüzme

Çok Hedefli Spor İşletme Tesisleri: Kullanım Özelliklerine göre iki yada daha çok spor etkinliği yapılabilen, günümüzde oldukça fazla kullanılan spor işletme tesisleridir.

- Stadyum

Geleneksel Olmayan Spor İşletme Tesisleri: Bilinen spor branşları dışında macera sporları adı altında yapılan spor etkinlikleri, geleneksel olmayan spor işletme tesisleri arasında yer almaktadır.

- Snowboard Parkuru
- Paten Sahaları
- Kapalı Kaya Tırmanışı

Türkiye’de yapılan uygulamalara örnek olarak Gençlik ve Spor Genel Müdürlüğüne bağlı federasyonlar tarafından uygulanan spor dallarına göre uygulanan sınıflandırma aşağıdaki gibidir (Damar, 2021: 18-20).

- Spor tesisleri
- Açık ve Kapalı Yüzme Havuzları
- Stadyum
- Kayak Evleri
- Telesiyej
- Kayıkthane
- Atletizm Sahaları
- Atış Poligonları
- Açık ve Kapalı Manej
- Velodrom
- Basketbol ve Voleybol gibi Açık Spor Alanları
- Açık ve Kapalı Tenis Kortları
- Portatif Tribün ve Soyun Odalı Futbol Sahaları
- Geleneksel Spor Branşları (Yağlı Güreş ve Karakucak Güreş Alanları)
- Plaj Futbolu
- Yamaç Paraşütü, Dağ Bisikleti vb.

1.3.1. Kapalı Alan Spor İşletmeciliği

Spor işletmelerinde kapalı spor tesisleri, tüm kapalı alan aktivitelerinin sağlandığı tesislerdir. Bu işletmelerin en yaygın olanı spor salonlarıdır. Kapalı spor salonları

yüksek yatırım maliyetleri gerektiren ve kullanım süreleri uzun ve konfor bakımından yüksektir (Marangoz, 2021: 33).

- Basketbol sahaları
- Yüzme havuzları
- Buz pateni sahaları
- Futbol sahaları
- Voleybol sahaları
- Tenis sahaları
- Fitness merkezleri
- Çok amaçlı sahalar
- Golf sahaları
- Beyzbol sahaları vb.

1.3.2. Açık Alan Spor İşletmeciliği

Spor işletmelerinde açık spor tesisleri, dış mekânda spor etkinliklerinin yapılmasını sağlayan tesislerdir. Açık spor tesislerinin maliyeti düşüktür. Konfor ve kullanım alanlarının olanakları ise çevre ve iklim koşullarına bağlıdır. Bazı spor branşları doğası gereği sadece açık spor tesislerinde oynanır (Marangoz, 2021: 33).

- Atış
- Binicilik
- Cirit atma
- Polo
- Golf vb.

Açık spor salonları daha birçok spor branşı içinde bulundurmaktadır. Bunlar; basketbol, futbol, voleybol, tenis, atletizm ve diğer benzer sporlar olarak sıralanabilir.

1.3.3. Kamu Spor İşletmeleri

Bir ülkede sağlık, eğitim ve spor hizmetleri gibi alanların kamu hizmeti dışında kalması geliri yüksek olan kişilerin ücretleri kolayca ödemesi, dar gelirli olan kişilerin ise bu hizmetlerden faydalanamamasını sağlayacaktır. Bu nedenle yerleşmiş geleneklere bağlı olarak bu hizmetler kamu hizmetleri kapsamına alınmıştır (Ekenci,1998: 70). Belediyeler bir taraftan vermiş oldukları hizmetlerle etkinlik, verimlilik, çeşitlilik ve kalitesi ile sorumlu oldukları yerel halkın memnuniyetini sağlarken, diğer yandan yerel halkın kalkınmasını sağlayacaklardır. Toplam kalite yönetiminin kamu spor işletmelerinde uygulanmasının sağlayacağı birçok yararların bir kısmı aşağıda sıralanmıştır (Boz, 2007: 33).

- Sunulan hizmetin kalitesi iyileşir.
- Yerel halkın memnuniyeti artar.
- Çalışan personelin memnuniyeti artar.
- Kaynak israfı azalır ve verimlilik artar.
- Yerel halk ile kamu kurumu arasındaki bağ güçlenir.

İnsanların yaşamında çok önemli yere sahip olan sporun yaygınlaştırılması hem ülkede hem de uluslararası platformlarda elde edilecek başarıları ve bu alanda teşkilatlanmayı arttırmıştır. Kendine özgü toplumsal kuralları ve değerleri sebebiyle spor, canlı bir toplumsal yapı taşıdır. Türkiye’de canlı toplumsal yapının kamu adına devlet eli ile yürüten kamu yetkili kuruluşu Gençlik ve Spor Bakanlığı’dır (Özsarı, 2020: 17-21).

Gençlik ve Spor Bakanlığının bazı görevleri:

- Gençliğin ihtiyaçlarını göz önünde bulundurarak kişisel ve sosyal gelişimlerini destekleyici politikaları yürütmek,
- Sunulan hizmet ve imkânlar doğrultusunda inceleme ve araştırmalarda bulunmak, öneriler geliştirmek,
- Gençlik ve spor faaliyetlerinin çalışma projelerine ilişkin usul ve esasları belirlemek,

- Spor alanında uygulanacak olan politikaları, uluslararası kuralları ve talimatların uygulanmasını temin etmek,
- Gençlik alanında bilgilendirme, danışmanlık ve rehberlik yapmak,
- Gençlik ve Spor Bakanlığının diğer görev ve hizmetleri, ilgili kurumların gençliği ilgilendiren hizmetlerinde koordinasyon ve işbirliğini sağlamaktır.

Gençlik ve Spor Bakanlığı, merkez ve taşrada en üst kamu spor örgütü vasfıyla yukarıda sayılan görevleri Türkiye'nin 81 ilinde ve 922 ilçesinde, illerde il müdürlükleri ve bağlı birimleri ile ilçelerde ise ilçe müdürlükleri vasıtasıyla yerine getirmektedir.

Kamu kaynaklarını amacına uygun ve verimli kullanılması açısından yerel yönetimler, toplumun iyi olma hali ve bireysel refah bakımından halkla doğrudan etkileşim halindedir (Yücel, Atalay ve Korkmaz, 2020: 4-5).

Spor işletmelerinin genel olarak kuruluş amacı verdikleri hizmetlerin karşılığı sonucunda maddi kazanç elde etmektir. Kamu spor işletmeleri ise toplumsal hizmet ve sosyal fayda sağlamak amacıyla faaliyet göstermektedir (Ekenci ve İmamoğlu, 2002: 5).

1.3.4. Özel Spor İşletmeleri

1970'li yıllarda fitness ve benzeri faaliyetlerin başlaması yeni bir olgunun doğmasına insanların kendilerine kalan boş zamanları değerlendirebilecekleri ve tüm etkinliklerinden faydalanabileceği özel spor işletmeleri kurulmuştur. Özel spor hizmetlerinin sunduğu hizmet sporun yaygınlaşmasını sağlamak, müşteri memnuniyetini arttırmak ve hareketsizlikten uzaklaştırmak daha sağlıklı bir hayat sürdürmelerini sağlamaktır (Dal, 2014: 59).

Spor günümüz toplumlarında önemli bir yer tutmaktadır. Ekonomik kazanç sağlama ve istihdam açısından düşünüldüğünde spor tesisleri bir sanayi dalı haline geldiği söylenebilir. Özel spor işletmelerinin, spor ürün ve hizmetlerinin tüketiciye ulaştırılması, son yıllarda önem arz etmektedir. İşletmeler arasında artan rekabet sonucunda müşteri memnuniyeti ilk planda tutulmaktadır (Ekmekçi ve Ekmekçi 2010: 24).

Özel spor işletmeciliği dünyada olduğu gibi ölkemizde de büyük bir pazar haline gelmiştir. Endüstriyel anlamda fitness sadece spor ve sağlık sektörüyle kalmayıp; tekstil ve yiyecek sektöründe de büyük bir pay oluşturmaktadır.



BÖLÜM 2: SPOR FİTNES MERKEZLERİ VE MÜŞTERİLERİ

2.1. Spor Fitness Merkezleri

Spor ve fitness kulüpleri sadece sosyal spor hizmetinde önemli bir yere sahip olmakla kalmaz, aynı zamanda sağlık hizmetlerinin önemini de yansıtır. Spor ve fitness kulüpleri, hem kâr amaçlı kuruluşları ve hem de kâr amacı gütmeyen kuruluşları içerir. Kâr amaçlı organizasyonlar için spor ve fitness kulübü ticari spor ve fitness kulübü olarak da adlandırılır. Yaşam standardının sürekli iyileştirilmesi ile orta yaşta ve hatta genç yaşta ortaya çıkan birçok kronik hastalık vardır. Ticari spor ve fitness kulübü, yerel ekonominin desteklenmesinde bir rol oynar. Ticari spor ve fitness kulübünün sürdürülebilir gelişimini daha da teşvik etmek için hizmet yönelimini, tüketici talebinin özelliklerini ve yapısını, harcama gücünü ve etkili faktörleri araştırmak ve analiz etmek ve bu temelde hedeflenen pazarlama stratejilerini keşfetmek gerekmektedir (Zhang ve Li, 2014: 58-59).

Egzersiz, istek ve ihtiyaçlarının çoklu evrenine dönüşmüş olan fitness sektörü, yeni trendler ve yeni kullanıcı tercihlerinin artmasıyla günümüzde adından oldukça bahsettirmektedir. Çalışanların sağlıklarını önemseyen kurumsal ofisler; farklı bir sağlıklı yaşam yolculuğu arayan fitness odaklı gezginleri çekmek için lüks oteller, tatil köyleri ve ülke kulüpleri, üniversite kampüsleri, iyi tasarlanmış fitness merkezleriyle bir adım daha ileriye gitmeyi hedeflemektedirler (Yeler, 2021: 148). Spor fitness merkezleri tüketici odaklı merkezler olup; müşteri beklentilerin karşılanması hem var olan müşterileri için hem de yeni üye olmak isteyen müşteriler açısından önemlidir. (Katırcı, 2013: 91).

Son yıllarda ülkemizde hızla gelişen spor endüstrisindeki pazar payının bir bölümünü oluşturan, spor fitness merkezleri son teknoloji spor ekipmanları ve alanında uzmanlaşmış çalışan kadrolarıyla sektöründe güçlü bir başarı elde etmekte ve güçlü bir istihdam yaratmaktadır.

Spor fitness merkezleri büyüklük ve kapasite bakımından birbirlerinden farklı olabilirler. Sağladıkları hizmetler ile ön plana çıkabilecek olan bu işletmeler, içerisindeki bazı satın almalarla bireylerin merkezde daha fazla vakit geçirmelerine ve sosyalleşmelerine olanak sağlarlar.

2.2. Spor Fitness Merkezi Müşterileri

Spor merkezlerinin birçoğu fitness, pilates, yüzme vb gibi farklı alanlarda hizmet vermektedir. Spor merkezleri bu hizmetleri sunarken müşteri odaklı olmalı ve müşteri memnuniyetine önem vermelidir. Spor merkezine katılan bireylerin hizmet beklentisi ve algısı farklı olabilmektedir. Genel olarak hizmet alan müşterilerin beklentisi sağlıklı yaşam ve zinde kalmak olsa bile, bazı müşterilerin beklentisi sadece stress ve kaygıdan uzak kalmak için spor merkezini kullanmaktır. Bu nedenle spor merkezi yöneticileri tüm müşteri beklentilerine cevap vermeli ve yeni stratejiler geliştirmelidirler (Yıldırım, 2017: 158-159).

Son yıllarda karşılaşılan stress, kaygı bozukluğu, obezite ve çeşitli kalp ve damar rahatsızlıkları insanların spor merkezlerini kullanımını artıran önemli etkidir. Spor merkezlerinin gelir durumlarının artırılması, müşteri sadakati ve müşteri ihtiyaçlarını karşılayabilmesi gibi unsurlarla doğrudan ilişkilidir (Doğaner ve Akman, 2019: 200). Endüstriyel anlamda fitness sadece spor yapmak, sağlıklı olmakla kalmayıp; tekstil ve yiyecek sektöründe de büyük bir pay oluşturmaktadır.

2.2.1. Spor Fitness Merkezi Müşteri Kavramı

Spor müşteri kavramı, işletme tarafından belirlenen standartlar ve kurallar doğrultusunda belirli süreleri kapsayan ve karşılığında bu süre için temizlik, güvenlik, sportif danışmanlık, makine kullanımı, egzersiz danışmanlığı, otopark gibi hizmetleri almak adına işletmeye aidatı ödeyen kişilere verilen isimdir (Aksoylu, 2019: 18-19). Spor merkezi işletmeleri bugünkü rekabet ortamında devamlılıklarını korumak, müşteri ihtiyaç ve taleplerini karşılamak ve hizmetin her alanında kendilerini geliştirmek için büyük çaba sarf etmelidirler. Müşterinin hizmeti algılama süreci, çeşitli dallarda işletme çalışanlarıyla, işletme ortamıyla ve sunulan hizmetle doğrudan ilişkilidir (Öztürk ve diğerleri, 2016: 31). İşletmelerin varlığını sürdürebilmeleri için en önemli kriterlerden birisi müşteri bağlılığıdır. Müşteri bağlılığı, hizmeti alan kişinin işletmeye olumlu tutum sergilemesine olanak sağlar. İşletmeler devamlı olarak kendilerini yenilemeli, teknolojiye ayak uydurmalı ve müşteri istek ve beklentisine cevap vermelidir (Gürbüz ve Gücal, 2020: 181-182).

2.2.2. Spor Fitnes Merkezi Müşteri Beklentileri ve Memnuniyetleri

Son yıllarda hizmet kalitesinin ve müşteri memnuniyetinin ölçülmesine yönelik birçok çalışma yapılmıştır. Amaç, müşterilerin beklentilerini karşılama yönünde işletmenin bütün birimlerini harekete geçirmek, müşteri memnuniyetini ve hizmet kalitesini arttırmaktır (Lapa ve Baştaç, 2012: 44).

Müşteri memnuniyetinin ve müşteri sadakatının oluşturulması ile işletmenin elde edebileceği avantajlar, işletme çalışanlarının müşterilerinin ihtiyaçlarını gözeterek çalışmalarını gerektirmektedir (Sarıışık, 2015: 40). Spor merkezleri müşterilerini arttırmak ve mevcut müşterilerini elde tutmak için devamlı müşterilerinin talep ve önerilerini takip etmeli ve kendilerini güncellemelidirler. Ürünlerin kalitesi ve spor merkezinin spor faaliyetlerinin iyi bir şekilde sunulması müşteri memnuniyetini arttıracaktır. Müşterilerin beklentisi, kendi istek ve taleplerinin iyi bir hizmet anlayışıyla karşılanması ve yerine getirilmesidir (Bulut, 2019: 13). Müşteri memnuniyetsizliği hizmet alınan yerin, hizmet alan tarafından çevresindekilere olumsuz geri dönüş yapması, işletmeye yeni müşteri kazanımını engellemektedir (Şener ve Behdioğlu, 2013: 168).

Müşterileri önemsemek ve gerekli değeri vermek günümüz rekabet ortamında vazgeçilmez bir unsurdur. Müşteri beklentilerinin karşılanması işletmelerin sürdürülebilirlikleri açısından büyük önem teşkil etmektedir. İşletmeler, müşteri beklentilerini karşılamak için mutlaka sunulan ürün ve hizmetlerin, müşteri beklentileri doğrultusunda gerçekleşmesini sağlamalıdır (Kazan, 2020: 52-55).

Müşteri beklentileri:

- Özel ilgi ihtiyacı,
- Ürün ve hizmetle alakalı güvenirlilik ve çeşitlilik,
- Ödenen ücretin karşılığını almak,
- Yeni yöntemler ve fikirler,
- Modern görünüm, konfor vb. şekilde sıralanabilir.

Müşteri beklentisi, gelecekte oluşabilecek bir durumun tahmini ve bir ihtiyacın karşılanmasından sonra elde edilecek faydaların bütünüdür. Başka bir tanımı ise, spor tesisleri ve işletmelerde müşteri memnuniyeti ve sürekliliğini sağlamak

amacıyla yapılan belirleyicilerdir. Beklentiler bazen doğrudan ortaya çıkar, bazen ise keşfedilmeyi bekler. Bir spor işletmesinin başarılı olabilmesi için müşteri beklentilerini karşılayarak, müşteri memnuniyetini en üst düzeyde sağlanması gerekir (Çetin ve Demir, 2021: 427- 428).

Bütün işletmelerde olduğu gibi spor işletmelerinde de müşteri memnuniyeti önem teşkil etmektedir. Günümüz iş hayatında insanların yoğun iş stresi, hareketsiz yaşam koşulları, sağlıksız beslenme ve obeziteye evrilme durumları spor işletmelerine yönelimi arttırmıştır. Spor müşterisi spor tesisi kullanımı açısından birçok noktaya dikkat etmektedir. Bu noktalar spor tesisinin konumu, otopark, tesisin kullanımı, çalışanların performansı gibi birçok konuyu kapsamaktadır.

2.2.2.1. Yüksek Kalite

Dünya çapındaki kuruluş ve uzmanlar açısından kalite, müşteri isteklerinin önceden tahmin edilerek, müşteri beklentilerinin ötesine geçilmesi ve ürünün doğal yaşamı boyunca müşteriye memnun etmesi şeklinde tanımlanmaktadır (Öztürk, Sağlam ve Çalışır 2016: 31).

2.2.2.2. Uygun Fiyat

Spor tesis işletmelerinde müşteriler için hizmet kalitesi değerlendirildiğinde göz önünde bulundurulacak konulardan biride hizmet-fiyat ilişkisidir.

En kısa anlamıyla fiyat, bir mal veya hizmet için karşılığında ödenen para miktarıdır. Farklı bir anlamıyla ise müşterilerin fayda sağlamak amacıyla bir mal veya hizmeti kullanmak için ödediği değerler toplamıdır. Fiyat, firmanın pazar payını ve karlılığını belirleyen en önemli unsurdur (Kaçaroğlu, 2015: 18).

2.2.2.3. Çeşitlilik

Bir alanda farklılıkların olması farklı bakış açılarının var olmasını ve çeşitliliği sağlamaktadır. Çeşitliliğin önemi liderlerin hoş görülmesi olmayı amaç edinmesi ve herhangi bir anlayışsızlığa organizasyon içinde izin vermeme eğiliminde olmasıdır (Akın, 2021: 21).

Spor tesisleri içerik olarak çok çeşitli spor branşlarını içerisinde bulundurabilen işletmelerdir.

2.2.2.4. Güvenirlilik

Spor merkezi işletmeleri çeşitli alanlarda müşterilerine hizmet veren kuruluşlardır. İşletmeler için müşterileri elde tutmak ve yeni müşteri kazanmak için müşteri güvenini sağlamalıdır. İşletmelerin müşterilerine vermesi gereken güven türleri aşağıdaki gibidir (Marangoz, 2021: 51).

- Müşteri, iş hayatının güvenli olduğundan emin olmalıdır,
- Müşterinin, değerli eşyalarının, parasının ve belgelerinin korunmasını sağlamalıdır,
- Müşteri, işletmeye güvenmeli ve bireysel davranışının yansıtılmayacağına güvenmelidir.

2.2.2.5. Hizmet Hızı

Spor işletmeleri bugünkü rekabet ortamında devamlılığını sürdürebilmek için müşteri ihtiyaç ve isteklerini karşılamak amacıyla, kendilerini hizmetin her alanında geliştirmelidir. Müşteriler toplam hizmet süresi boyunca, sunulan hizmetin en hızlı şekilde kendilerine ulaşmasını beklerler. Hizmet sektöründe kalite ölçümü, mal üretimindeki kalite ölçümü gibi olmayıp, içinde psikolojik, sosyal ve insani değerler taşıyan boyutlarla yapılır (Öztürk, Sağlam ve Çalışır 2016: 31).

2.2.2.6. Hizmet Kalitesi

Son zamanlarda spor endüstrisi ve pazarlaması alanında faaliyet gösteren araştırmacılar kalitesini ölçmeye başlamışlardır. Spor hizmet kalitesine yönelik çeşitli araştırmalar yapılmıştır. Gelişmiş ülkelerde spor endüstrisi içerisinde yer alan spor hizmet kalitesi faktörü oldukça önem kazanmıştır (Yıldız, 2009: 1214-1215).

Kalite kavramı, müşteriler tarafından açık bir şekilde belirtilememektedir. Kalite sorunları çeşitli şikâyetlerle ifade edilmektedir. Kalitenin var ya da yok olarak bildirilebileceği konusunda birçok fikir olmasına rağmen, ortak kabul edilebilecek tek bir tanımlama yoktur (Bulgan ve Gürdal, 2005: 240). Sporda hizmet kalitesi kavramını ele aldığımızda, spora özgü özelliklerin yer aldığı spor hizmetleri

stresten uzaklaşma, iyi görünmek, sosyalleşme, sağlıklı olma, mücadele etme gibi faydalar sağlayan faaliyetler bütünüdür. Hizmet kalitesi kavramı soyuttur (Akgül ve diğerleri, 2009: 35).

Spor tesis hizmet işletmeleri, diğer benzeri işletmelerle rekabet etmek, mevcut müşteri elinde tutmak için hizmet kalitesini artırmaya yönelik çalışmalar yapmaktadır. Diğer işletmelerde olduğu gibi spor işletmeleri de, müşteri memnuniyetini sağlamak ve müşteri beklentilerini karşılayabilmek bakımından büyük sorumluluğa sahiptirler (Yüzgenç ve diğerleri, 2014: 80-81). Spor hizmetlerinde kalite, ürünlere yönelik oluşan memnuniyet hızı hizmetin üretildiği anda meydana gelmesi olarak ifade edilebilir. Bu nedenle memnuniyetin ilk belirleyici faktörü insan ve onun sunmuş olduğu hizmetin kalitelisidir. Artan talepler, rekabet koşulları sebebiyle hizmeti sunan işletmelerde kaliteyi sürekli olarak güncel tutmalı ve işletmelerin varlıklarını sürdürebilmeleri için müşteri odaklı bir anlayış içinde olmalıdır (Osmanoğlu ve diğerleri, 2018: 122-123).

Spor ve fiziksel etkinlik hizmetlerine yönelik artan talep, bu alandaki işletmelere rekabet ortamı doğurmuştur. Yoğun rekabet ortamının yaşandığı günümüzde benzer ürün sunan işletmeler varlıklarına devam edebilmeleri ve kar elde edebilmeleri için hizmet kalitesine ve müşteri memnuniyetine oldukça önem göstermelidirler (Yıldız ve diğerleri, 2018: 2).

2.2.3. Spor Fitness Merkezi Müşterinin İhtiyaçları

Müşteri ilişkileri yönetiminde en başta ulaşılmak istenen hedef; işletmenin karlılığını en üst seviyeye çıkarmak, mevcut müşterileri kaybetmemek, yeni müşterileri elde etmek, aktif müşterilerle iyi iletişim kurmaktır (Başkan, 2022: 5). İşletmelerin devamlılığını sağlayabilmeleri için müşterilerinin sürekli var olmasıyla doğrudan bağlantılıdır. İşletmeler tarafından, müşterilerle yakın ilişkiler kurmanın önemi giderek artmış ve bütün işletmelerin yönetim anlayışını değiştirmiştir. Bir işletmenin başarısı, o işletmenin müşteri ile olan ilişkileriyle doğrudan bağlantılıdır (Arı, 2019: 5).

Spor merkezi işletmeleri bugünkü rekabet ortamında devamlılığını korumaları için müşteri ihtiyaç ve taleplerini karşılamak ve hizmetin her alanında kendilerini geliştirmek için büyük çaba sarf etmelidirler. Müşterinin hizmeti algılama süreci,

çeşitli dallarda işletme çalışanlarıyla, işletme ortamıyla ve sunulan hizmetle doğrudan ilişkilidir (Öztürk ve diğerleri, 2016: 31). Spor merkezleri müşterilerini arttırmak ve mevcut müşterilerini elde tutmak için devamlı takipte olmalı ve kendilerini güncellemelidirler. Ürünlerin kalite olması ve spor merkezinin spor faaliyetlerini iyi bir şekilde sunması müşteri memnuniyetini arttıracaktır.

2.2.3.1. Sporda Fizyolojik İhtiyaçlar

Maslow, günümüzde insanların kendini gerçekleştirme, psikolojik ve biyolojik temel ihtiyaçlardan dolayı insanların tüketme zorunluluğu olduğunu söylemiştir. Spor sektörü günümüzde insanların dikkate aldığı en büyük pazarlardan biri haline gelmiştir.

Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisi kuramı şu şekildedir:

- Bireylerin fizyolojik ihtiyaçları,
- Bireylerin güvenlik ihtiyaçları,
- Bireylerin aidiyet ve sevgi ihtiyaçları,
- Bireylerin takdir edilme ve saygı görme ihtiyaçları,
- Bireylerin kendini gerçekleştirme ihtiyaçları.

Maslow, fizyolojik ihtiyaçları bireylerin fizyolojik dürtüleri olarak ele almıştır. Uyumak, barınmak, cinsellik, açlık, susuzluk, nefes alıp vermek ve boşaltım gibi yaşamımızın en temel ihtiyaçları bu kategoride yer almaktadır. Gelişmiş toplumların bu ihtiyaçları karşılamada, gelişmemiş toplumlara göre rahatlıkla elde etme ve gerçekleştirme kolaylığı olduğunu belirtmiştir (Sur, 2021: 5-7).

Spor da fizyolojik ihtiyaçlar bireyin spor salonunda bir çatı altında olduğundan güvenlik ihtiyacını giderir. Düzenli spor yapan bireyler, daha sağlıklı ve daha fit olduğundan fizyolojik ihtiyaçlarını yerine getirir.

Fiziksel ihtiyaçların karşılanmasının belirli düzeyde finansal yeterliliğe sahip olmak ve yaşamsal temel ihtiyaçların bu şekilde karşılanabileceği belirtilmektedir. Spor fitness merkezleri ticari hizmetlerdir. Üyelik çeşitlerine göre belirli bir fiyat belirleyen ve konumuna göre çeşitlilik gösteren işletmelerdir. Spor müşterisi ilk önce kendi bütçesine uygun bir spor merkezi aramaktadır.

2.2.3.2. Sporda Güvenlik İhtiyacı

Güvenlik ihtiyacı, insanlarda tehlike ve yoksunluklara karşı savunma gereksinimidir. Maslow güvenlik ihtiyacının, korunma, barınma, korku ve kaygıdan uzak durma gibi gereksinimlerden meydana geldiğini belirtmiştir (Erdem, 2008: 7).

Spor salonları, insanların rahatlıkla hareket edecekleri kendilerini güvende hissedebilecekleri ortamlardır. Spor yapmak bireylerin özgüvenini artırarak, stress ve kaygıdan uzak bir hayat sürdürmelerini sağlar.

2.2.3.3. Sporda Ait Olma ve Sevgi İhtiyacı

İnsanoğlu başka insanların varlığına ihtiyaç duyar ve tek başına yaşamazlar. İnsanoğlunun sosyal ihtiyaçları; birlikte yaşama, arkadaşlık, başkaları tarafından kabul edilme, sevmeye ve sevilme gibi ihtiyaçlardır. Maslow, kişinin fizyolojik ve sosyal ihtiyaçları giderildikten sonra sosyal ihtiyaçların motivasyon kaynağı haline geleceğini belirtmektedir (Erdem, 2008: 7).

Spor işletmelerinde, sportif etkinlikler ve insanların birbiriyle olan ilişkisi her zaman ön plandadır. İnsanların birbirine benzer sportif faaliyetlerden hoşlanması ve bu sportif faaliyetleri sürdürmesi müşteri memnuniyetini artırmaktadır. Spor işletmeleri insanların aynı zamandan sosyalleştikleri bir kurumdur.

Spor müşteri beklenti ve ihtiyaçları, spor merkezinin sağlamış olduğu hizmetlerle ilgilidir. Spor merkezi içerisinde yer alan müşterilerin ya da yeni müşterilerin aldıkları ya da alacakları hizmetlerin birçoğunu sportif etkinlikler ve rekreasyonel etkinlikler oluşturmaktadır. Bireylerin bu etkinlikler ile sosyalleşmesi ve aldıkları hizmetlerden memnun kalması spor merkezi için önemli bir başarı olacaktır.

2.2.3.4. Sporda Değer İhtiyaçları

Sporun çocukların eğitim ve değerler eğitimi hayatında daha fazla yer alması gereken bir olgudur. Spor etkinliklerine katılan çocukların arkadaş sayılarının arttığı ve sosyalleştikleri görülmektedir. Sporun potansiyel değerlerini spor kültürü, olimpizm, olimpik kültür, fair play gibi kavramlar oluşturmaktadır (Akari, 2019: 76).

Spor merkezlerinin müşterilerine yönelik hizmet algıları her zaman değişilebilir ve tespiti güncel olmalıdır. Spor yapan insanlar, spor yapmayan insanlara göre daha özgüvenli olabilmektedir. Bireyin kendisinden ya da başka bireylerden gelen başarı seviyesinden duyduğu memnuniyet, özgüven ihtiyacının karşılanmasında büyük rol oynar.

2.2.3.5. Sporda Kendini Gerçekleştirme İhtiyacı

Bireyin kendini gerçekleştirme ihtiyacı tam olarak kendini tatmin etme ve potansiyelini en iyi şekilde yerine getirme eğilimidir. Maslow, kendini gerçekleştirme ihtiyacını kendini tanıması, kendini bilmesi ve ideallerini gerçekleştirme olarak ifade etmiştir (Tekke, 2019: 1704-1705).

Spor tesis işletmelerinin en önemli kriterlerden biri gelen müşterisine en iyi şekilde hizmet vermektir. Spor müşterisinin spor tesisinden beklentisi, genel olarak en iyi şekilde hizmet alıp, hem fiziki hem de mental olarak tatmin olmaktır. Sporda kendini gerçekleştirme ihtiyacı bu yüzden bireyin kendini daha iyi bir fiziki görünüme ulaştırması açısından çok önemlidir.

BÖLÜM 3: SPOR İŞLETMELERİNDE HİZMET KALİTESİ

3.1. Hizmetin Kavramı

Yaşantımızın her bölümünde farklı şekillerde karşılaştığımız hizmet kavramı ilk kez 1700'lü yıllarda Fransız filozoflar tarafından sistemli bir şekilde ele alınmış ve tarımsal faaliyetlerin dışında kalan tüm faaliyetleri hizmet olarak tanımlamıştır. Fakat bu tanımlama günümüz dünyasında çok uygun görünmemektedir. Amerikan Pazarlama Birliği (APB), satışa sunulan veya malların satışıyla birlikte sağlanan eylemler, yararlar veya doyunluklar olarak hizmeti tanımlamaktadır. Bir süre en çok kabul edilen tanım olarak literatürler de yer almıştır (Korkmaz, 2000: 35). Bulunduğumuz çağda hizmetler, insanın bütün yaşamı boyunca ayrılmaz bir parçası olarak görülmektedir. Toplumların yenilikçi yaklaşımları ve eğitim düzeylerindeki artış hizmetlere olan talebi arttırmaktadır. Yaşanan gelişmeler hükümetlerin aldığı kararlar, küreselleşme ve yeni ürünlerin pazarlara dahil olması, tüketiciler tarafından rekabet oluşturmaya neden olmaktadır (Eskiler, 2015: 8).

Hizmetler çeşitlilik gösterir ve standartlaştırılması çok güçtür. Hizmetlerin temel üretilme şekli insan davranışlarıyla gerçekleştiği için aynı kişinin üretip sunduğu hizmetler birbirinden farklılık gösterebilir. Hizmet, özü, kalitesi, kapsamı açısından değişkenlik göstererek, üreticiden tüketiciye, üretilen ve tüketilen arasındaki ilişkiye göre değişiklik gösterebilir. Hizmetler soyut özelliklerdir. Fiziksel bir nesne olmayıp bir aktivite, performans oldukları için, standart oluşturmak zordur (Akdeniz, 2014: 3-5). Hizmet işletmelerinde insanlar arası ilişkiler önemli bir unsurdur. Hizmetlerin, mallara değişkenlik göstermesi, işletmelerin pazarlama çabalarına ve kişiler arası ilişkilere daha çok önem göstermesi gerekliliğini ortaya koymaktadır. Hizmetler, soyutluk, bölünmezlik, dayanıksızlık ve heterojen özelliklere sahiptirler (Aras ve diğerleri, 2019: 1324). Hizmet kavramı, insanların veya insan topluluklarının ihtiyaçlarına göre belirli bir fiyattan satışa sunulan, elle tutulamayan soyut faaliyetler bütünüdür (Sevimli, 2006: 2-4).

Hizmetin kendine özgü yapısı aşağıdaki gibi sıralanmaktadır:

- Hizmetler ölçülemez.
- Hizmetler statik değil, dinamiktir.
- Hizmetler stoklanamaz.
- Hizmetler sunulduğu an tüketilir.
- Hizmeti, müşteri bir kere satın almadan tatmin edici olup olmadığı hakkında herhangi gibi bir sonuca ulaşamaz.
- Hizmetlerin zaman boyutu vardır.
- Hizmet nesne değildir.

Spor Hizmetin Özellikleri:

Hizmet soyuttur: Hizmet bir performansla ortaya konulan faaliyet olmakla birlikte, beş duyu organıyla hissedilemeyen ve fiziksel nitelikleri olmayan bir üründür (Filiz ve diğerleri 2010: 61).

Heterojenlik: Bir başka tanımıyla değişkenlik hizmetlerin standartlaştırılmamasını açıklayan bir özelliktir. İnsan doğası gereği her zaman aynı düzeyde ve tavırda olmadığından hizmet, heterojen niteliktedir (Solak, 2015: 23).

Eş zamanlılık: Ürün pazarlamasında kullanılan yöntemler hizmet programlarının sevk ve idaresinde karşılaşılan problemleri çözmek için yeterli olmayabilir. Bu nedenle problemleri çözmek için, hizmetlerin kriterlerine göre pazarlama yaklaşımları kullanmak daha etkin olacaktır (Şahin, 2018: 10).

Üretim çoğunlukla müşteri tarafından görülmez. Hizmet ise depolanamadığı için eşzamanlıdır. Hizmet, üretilir ve hemen sonrasında tüketilir (Uyar, 2020: 6-7).

Stoklanamama: Mallar üretilip depolanabilir ve başka bir zaman diliminde kullanılabilirler ancak hizmetler stoklanamazlar (Canbaz, 2019: 18).

3.2. Spor İşletmelerinde Algılanan Hizmet Kalitesi

Hizmet, genel olarak soyut bir kavram olarak tanımlandığı için fiziksel ürünlerden farklı olması nedeniyle hizmet kalitesi kavramı geliştirilmiştir. Tüketici tarafından ise hizmet kalitesi, sunulan hizmetin kalitesinin tüketiciler tarafından nasıl algılandığıdır (İbik, 2006).

En geniş anlamda hizmet kalitesi kavramı, müşteri beklentisini karşılayarak en iyi hizmetin verilmesidir. İnsanların yoğun iş temposundan kalan zamanlarında sağlıklı spor yapmak için fitness merkezlerine yöneldikleri bilinmektedir. Dolayısıyla fitness katılımcılarının verimli ve etkin bir program uygulaması için doğru bir şekilde değerli olan serbest zamanında katılım sağlamalı ve uygulama sürecine geçmesi gerekmektedir (Cengiz, 2020: 50-51). Algılanan hizmet kalitesi, bir işletmenin genel mükemmelliği veya üstünlüğü hakkında tüketicinin yargısıdır (Parasuraman ve diğerleri, 1988: 34).

3.2.1. Spor İşletmelerinde Etkileşim Hizmet Kalitesi

Spor işletmelerinde, hizmet kalitesinin alt boyutlarından olan etkileşim kalitesi spor faaliyetlerinde kalite algısının önemli boyutlarından biridir. Hizmetin, üretilirken tüketilmesinden dolayı müşteri ile hizmeti veren personel yüz yüze etkileşime girmek zorunda kalmaktadır. Bu nedenle hizmeti veren personelin nazik, güler yüzlü, ilgili ve kurallara uygun olması gerekmektedir (Tumay, 2019: 46).

3.2.2. Spor İşletmelerinde Çıktı Hizmet Kalitesi

Bu alt boyutta müşterilerin aldıkları hizmetlerden elde ettikleri fayda belirlenmektedir. Spor salonuna giden bireylerin fiziksel görünüm, stres atma gibi etkenlerin yanı sıra etkileşim kurma faydası da alınmak istenmektedir (Güzel ve Taşçı 2022: 70).

3.2.3. Spor İşletmelerinde Fiziksel Çevre Kalitesi

Hizmet kalitesi alt boyutlarından biri olan fiziksel çevre kalitesi; İşletmenin hizmet sunmadaki fiziksel olanakları, araç ve gereçlerin durumu ve personelin görünüşüdür. Fiziksel olanaklar teknolojiye uyum içinde olup; hizmetin sunulduğu ortam modern ve hoş görülmelidir (Akın, 2013: 94).

3.2.4. Spor İşletmelerinde Egzersiz ve Ekipmanlar Kalitesi

Egzersiz ve ekipman kalitesi alt boyutu bir spor işletmesi için en önemli kriterlerden biridir. Spor işletmesini kullanan müşteriler ilk önce spor yapacakları alanı sonrasında ise spor yapacakları ekipmanları kontrol etmek isterler.

Ekipmanları kaliteli olması ve çeşitlilik göstermesi spor işletmesinin üye devamlılığı açısından büyük önem arz etmektedir.

3.2.5. Spor İşletmelerinde Program Kalitesi

Program kalitesi alt boyutu müşterilere sunulan etkinliklerin çeşitliliği ve derinliği ile ilgilidir. Program kalitesi spor salonlarında en önemli hizmet boyutu olarak görülmektedir (Uçan, 2007: 36).

3.2.6. Spor İşletmelerinde Ortam Koşulları Kalitesi

Ortam koşulları alt boyutu verildiği ortamla ilgilidir. Ortam kalitesinin planlanmasında başlıca boyutlar tüm fiziki ve fiziki olmayan planlamalarda gereken unsurları şu şekilde sıraya koyabiliriz (Tumay, 2019: 37-38):

- Tüm çevre güvenilir, rahat, temiz, farklı gereksinimlere cevap verecek şekilde olmalıdır.
- Tüm ekipmanlar, sağlık şartlarına uygun olmalıdır.
- Bütün ekipmanların bakım ve onarımı gününde ve uygun ücretler karşılığında yapılmalıdır.
- Tüm tesisatlar engelli bireylere göre ayarlanmalıdır.

BÖLÜM 4: YÖNTEM

4.1. Veri Toplama Araçları

Kişisel bilgi formu; araştırmacı tarafından hazırlanmıştır. Yaş, cinsiyet, medeni durum, eğitim düzeyi, spor yılı, aylık gelir durumu, spor merkezini kullanım amacı, haftalık kullanım sıklığı, üyelik süresi (yıl), spor merkezinde geçirilen süre ve spor merkezi kullanım süresi olmak üzere 11 maddeden oluşmaktadır.

Sporcularda yeni tip korona virüse yakalanma kaygısı ölçeği (SYTKYKÖ); araştırma kapsamında katılımcıların yeni tip korona virüse yakalanma kaygısını ölçmektedir. Bu çalışmada sporcularda yeni tip korona virüs (COVID-19) yakalanma kaygısı ölçeği (Demir ve diğerleri, 2020: 462) kullanılmıştır. Ölçek 16 madde ve 2 alt boyuttan oluşmaktadır. Ölçekte yalnızca 2. madde olumsuz ifade yer almaktadır. Ölçek içerisinde bireysel kaygı boyutu 11 madde, sosyalleşme kaygısı ise 5 maddeden oluşmaktadır. Ölçek 5'likert tipinde (1= hiç katılmıyorum, 2= katılmıyorum, 3= kararsızım, 4= katılıyorum, 5= tamamen katılıyorum) şeklindedir. Bireysel kaygı faktöründen alınabilecek en düşük puan 11, en yüksek puan ise 55'tir. Sosyalleşme kaygısından alınabilecek en düşük puan 5, en yüksek puan ise 25'tir. Ölçeğe ilişkin hesaplanan (SYTKYKÖ toplam puanı için $\alpha = .95$; Bireysel Kaygı $\alpha = .91$; Sosyalleşme Kaygısı $\alpha = .87$) olarak kabul edilmiştir

Algılanan hizmet kalitesi ölçeği; spor-fitness merkezlerinin algılanan hizmet kalitesini belirlemek adına Spor-fitness merkezlerinde algılanan hizmet kalitesi ölçeği (Uçan, 2007: 121-122) kullanılmıştır. Algılanan hizmet kalitesi ölçeği, 6 alt boyutlu olup 31 maddeden oluşmaktadır. Bu alt boyutlar şu şekilde sıralanmıştır.

- Etkileşim Kalitesi: Spor-fitness merkezi çalışanlarının tutumları ve çalışma istekliliği ile üyelerin birbirlerinden etkilenip etkilenmediği gibi konuları ele alıyor.
- Çıktı Kalitesi: Müşterilerde bedensel bir değişimle ve sosyalleşme gibi konuları kapsamaktadır.
- Fiziksel Çevre Kalitesi: Bu merkezlerin ortamı, tasarımı ve malzemeleri ile ilgili konuları kapsamaktadır.

- Egzersiz alet ekipmanları: Alet ve ekipmanların yeterliliği ve kullanışlı olup olmadığı gibi konulardan oluşmaktadır.
- Program Kalitesi: Spor programlarının çeşitliliğini, çalışma süresini ve çalışanların yeterliliği gibi konuları kapsamaktadır.
- Ortam Koşulları Kalitesi: Spor-fitness merkezlerinin müşterilere sunduğu ortam şartlarının müşterilerin ihtiyaçlarıyla ilgili olması konuları kapsamaktadır.

Ölçek 5’li likert olup, maddelerin şıkları;

(1=) Hiç katılmıyorum, (2=) Az katılıyorum, (3=) Orta katılıyorum, (4=) Çok katılıyorum, (5=) Tamamen katılıyorum şeklindedir.

4.2. Verilerin Toplanması

Veri toplama öncesi, İstanbul ili Beşiktaş ilçesi Spor-fitness merkezlerindeki sorumlular ile görüşülerek gerekli izinler alınmıştır. Ölçekler, bu merkezleri kullanan 148 kadın ve 134 erkek olmak üzere toplam 282 üyeye, araştırmacı tarafından örneklem grubu ile gerekli açıklamalar yapılarak uygulanmış ve birebir karşılıklı olarak yapılmıştır.

4.3. Verilerin Analizi

Veriler toplandıktan sonra boş bırakılan ve hatalı sorular veri setine dâhil edilmeyerek 289 anket verisi SPSS 21.0 programına girilmiştir. Aşırı değerler tespit edilmiş ve 7 anket veri setinden atılmıştır. 282 anket ile çalışmaya devam edilmiştir. Dağılım normallikleri skewness- kurtosis, histogram grafikleri ve kolmogrov-smirnov testleri ile incelenmiştir. Dağılım normalliği sağlanamadığından Nonparametrik testler uygulanmıştır. Bulgular, ilk olarak katılımcıların kişisel bilgileri ve ilgili sorular için çoklu frekans analizleri ardından hipotezlere uygun olarak Mann Whitney U testi, Kruskal-Wallis ve Korelasyon analizleri ile tespit edilmiştir.

4.4. Verilerin Değerlendirilmesi/ Analizi

Veriler toplandıktan sonra boş bırakılan ve hatalı sorular veri setine dâhil edilmeyerek 289 anket verisi SPSS 21.0 programına girilmiştir. Aşırı değerler

tespit edilmiş ve 7 anket veri setinden atılmıştır. 282 anket ile çalışmaya devam edilmiştir. Dağılım normallikleri skewness- kurtosis, histogram grafikleri ve kolmogrov-smirnov ile incelenmiştir. Dağılım normalliği sağlanamadığından Nonparametrik testler uygulanmıştır. Bulgular, ilk olarak katılımcıların kişisel bilgileri ve ilgili sorular için çoklu frekans analizleri ardından hipotezlere uygun olarak Mann Whitney U testi, Kruskall-Wallis ve Korelasyon analizleri ile tespit edilmiştir.



BÖLÜM 5: BULGULAR

Tablo 1
Katılımcıların Cinsiyetlerinin Frekansı ve Yüzdelik Tablosu

		N	%
Cinsiyet	Kadın	148	52,5
	Erkek	134	47,5
	Toplam	282	100,0

Çalışmada en fazla katılımcı sayısı %52,5 ile erkek katılımcılar (N=148) oluşturmaktadır. % 47,5 ile kadın katılımcılar (N=134) oluşturmaktadır. Katılımcıların 148'i erkek, 134'ü kadın olmak üzere toplam katılımcı sayısı 282 kişi oluşturmaktadır.

Tablo 2
Katılımcıların Medeni Durumlarının Frekansı ve Yüzdelik Tablosu

		N	%
Medeni Durum	Evli	116	41,1
	Bekâr	166	58,9
	Toplam	282	100,0

Tablo 2.'te katılımcıların medeni durumlarının dağılımına baktığımızda evli (N:116), bekâr (N=166) olduğu görülmüştür. Çalışmaya katılan katılımcı sayısı en fazla %58,9 ile bekâr (N=166) katılımcılar oluşturmaktadır. %41,1'ini ise evli (N=116) katılımcı sayısı oluşturmaktadır. Araştırmada 166'sı bekâr, 116'sı evli olmak üzere toplam katılımcı sayısı 282 kişi oluşturmaktadır.

Tablo 3
Katılımcıların Yaşlarının Frekans ve Yüzdelik Tablosu

		N	%
Yaş	18-24 yaş	82	29,1
	25-34 yaş	75	26,6
	35-44 yaş	88	31,2
	45 ve üzeri	37	13,1
	Toplam	282	100,0

Tablo 3.'de araştırmaya katılan katılımcıların yaş dağılımı 18-24 yaş (N=82), 25-34 yaş (N=75), 35-44 yaş (N=88), 45 ve üzeri yaş (N=37) olduğu görülmüştür. Araştırmada en yüksek katılımcı sayısını; 35-44 yaş aralığını %31,2 oluştururken, en düşük katılımcı sayısını 45 ve üzeri yaş aralığı %13,1 oluşturmaktadır. Toplam veri sayımızı 282 kişi oluşturmaktadır.

Tablo 4
Katılımcıların Eğitim Düzeylerinin Frekans ve Yüzdelik Tablosu

		N	%
Eğitim Düzeyi	Lise	88	31,2
	Lisans/Ön lisans	186	66,0
	Yüksek Lisans/Doktora	8	2,8
	Toplam	282	100,0

Araştırmaya katılan katılımcıların eğitim düzeylerine baktığımızda sırasıyla en yüksek lisans/ön lisans (N=186) katılımcı, ortaöğretim/lise (N=88) katılımcı ve yüksek lisans/doktora (N=8) katılımcı olmak üzere toplam kişi sayısı 282'dir. Araştırma verilerine göre en fazla % 66 ile lisans/ön lisans (N=186) katılımcı oluşturmaktadır. En az katılımcı ise % 2,8 ile yüksek lisans/doktora (N=8) kişi sayısı ile oluşturmaktadır. Araştırmada eğitim düzeyi dağılımına göre % 31,2'lik dilimi ise lisans/önlisans (N=88) katılımcı sayısı ile oluşturmaktadır.

Tablo 5
Katılımcıların Spor Yıllarının Frekansı ve Yüzdelik Tablosu

		N	%
Spor Yılı	1-4 yıl	84	29,8
	5-9 yıl	114	40,4
	10 yıl ve üzeri	84	29,8
	Toplam	282	100,0

Araştırmada ki katılımcıların spor yılları dağılımına baktığımızda 1-4 yıl (N=84), 5-9 yıl (N=114) ve 10 yıl ve üzeri (N=84) katılımcı sayıları oluşturmaktadır. Araştırmada ki yüzdelik dağılıma baktığımızda en fazla %40,4 ile 5-9 yıl (N=114) katılımcı sayısı oluşturmaktadır. Katılımcıların, spor yılı dağılımına göz attığımızda katılımcıların spor-fitness merkezlerini uzun yıllar kullandığı görülmektedir. Tablo 5. Analiz verilerine göre 1-4 yıl (N=84), 5-9 yıl (N=114) ve 10 yıl ve üzeri (N=84) kişi olmak üzere toplam katılımcı kişi sayısı 282 kişi oluşturmaktadır.

Tablo 6
Katılımcıların Aylık Gelir Durumlarının Frekansı ve Yüzdelik Tablosu

		N	%
Aylık Gelir Durumu	2500-4000 TL	73	25,9
	4001-6500 TL	11	3,9
	6501-8000 TL	52	18,4
	8001 ve üzeri TL	146	51,8
	Toplam	282	100,0

Tablo 6.'da katılımcıların aylık gelir durumlarının dağılımı 2500-4000 TL (N=73), 4001-6500 TL (N=11), 6501-8000 TL (N=52), 8001 ve üzeri TL (N=146) kişi

sayısı oluşturmaktadır. Araştırmada en yüksek %51,8 ile 8001 ve üzeri TL (N=146) kişi sayısı oluştururken, en düşük ise %3,9 ile 4001-6000 TL (N=11) katılımcı sayısı ile oluşturmaktadır. Bu araştırmaya katılan bireylerin yarısından fazlasının aylık gelir durumunun iyi olduğunu göstermektedir. Analiz değerlendirmesine baktığımızda 2500-4000 TL (N=73), 4001-6500 TL (N=11), 6501-8000 TL (N=52), 8001 ve üzeri TL (N=146) kişi olmak üzere toplam katılımcı sayısı 282 kişi oluşturmaktadır.

Tablo 7
Katılımcıların Spor Merkezini Kullanma Amaçlarının Frekansı ve Yüzdelik Tablosu

		N	%
Spor Merkezini Kullanma Amacı	Aerobik	78	27,7
	Fiziksel Uygunluk	146	51,8
	Performans	58	20,6
	Toplam	282	100,0

Tablo7.'de katılımcıların spor merkezini kullanma amaçlarının dağılımı aerobik (N=78), fiziksel uygunluk (N=146), performans (N=58) kişi sayısı ile toplam 282 kişi oluşturmaktadır. Çalışmanın analiz değerlendirmesinde en yüksek %51,8 ile fiziksel uygunluk (N=146) kişi sayısı ile oluşturmaktadır. Çalışmanın en düşük yüzdeliğini ise %20,6 ile performans (N=58) kişi sayısı ile oluşturmaktadır. Aerobik (N=78) katılımcıları ise %27,7'lik dilimi oluşturmaktadır.

Tablo 8
Katılımcıların Haftalık Kullanım Sıklığının Frekansı ve Yüzdelik Tablosu

		N	%
Haftalık Kullanım Sıklığı	1- 2 kez	81	28,7
	3-4 kez	166	58,9
	Her gün	35	12,4
	Toplam	282	100,0

Tablo 8.'e göre spor merkezini haftalık kullanım sıklığının dilimine göre 1-2 kez (N=81), 3-4 kez (N=166) ve her gün (N=35) kişi oluşturmaktadır. Katılımcıların analiz sonuçlarına göre en yüksek %58,9 ile 3-4 kez (N=166) kişi oluştururken, en düşük ise %12,4 ile her gün (N=35) kişi oluşturmaktadır. 1-2 kez (N=81) kişi ise %28,7'li dilimi oluşturmaktadır.

Tablo 9
Katılımcıların Üyelik Sürelerinin Frekansı ve Yüzdelik Tablosu

		N	%
Üyelik Süresi	1 aydan az	26	9,2
	1-6 ay	29	10,3
	7ay-12 ay	105	37,2
	1-3 yıl	17	6,0
	3 yıldan fazla	105	37,2
	Toplam	282	100,0

Çalışmada yer alan katılımcıların spor merkezi üyelik sürelerinin analizi bu tabloda yer almaktadır. Katılımcılar, 1 aydan az (N=226), 1-6 ay (N=29), 7 ay-12 ay (N=105), 1-3 yıl (N=17) ve 3 yıldan fazla (N=105) kişi sayısı olmak üzere toplam katılımcı sayısı 282 kişidir.

Tablo 10
Katılımcıların Spor Merkezinde Geçirdiği Sürelerin Frekansı ve Yüzdelik Tablosu

		N	%
Spor Merkezinde Geçirilen Süre	31-60 dakika	34	12,1
	61- 90 dakika	133	47,2
	91 dakikadan fazla	115	40,8
	Toplam	282	100,0

Bu tablo, katılımcıların spor merkezinde geçirdiği sürelerin dağılımını göstermektedir. ‘spor merkezinde geçirilen süre’ sırasıyla 31-60 dakika (N=34), 61-90 dakika (N=133) ve 91 dakikadan fazla (N=115) kişi sayısı oluşturmaktadır. Katılımcıların dağılımına baktığımızda en yüksek %47,2 ile 61-90 dakika (N=133) kişi sayısı ile oluştururken, ikinci en yüksek %40,8 ile 91 dakikadan fazla (N=40,8) kişi sayısı ile oluşturmaktadır. En düşük ise %12,1 ile 31-60 dakika (N=34) kişi sayısı oluşturmaktadır.

Tablo 11
Katılımcıların Spor Merkezi Kullanım Saatlerinin Frekansı ve Yüzdelik Tablosu

		N	%
Spor Merkezi Kullanım Saatleri	09:00’ dan önce	27	9,6
	09-12 arası	7	2,5
	12-15 arası	16	5,7
	15-18 arası	71	25,2
	18-21 arası	133	47,2
	21:00’ dan sonra	28	9,9
	Toplam	282	100,0

Tablo 11.’e göre katılımcıların spor merkezi kullanım saatleri şu şekildedir. Katılımcılar, sabah 09’dan önce (N=27) kişi sayısı ve % 9,6’lık dilimle

oluşturmaktadır 9-12 arası (N=7) kişi sayısı ve yüzdelik oranı %2,5'tur. 12-15 arası (N=16) kişi sayısı ve %5,7'lik dilimi oluşturmaktadır. 15-18 arası (N=71) kişi sayısı ve %25,2'lik dilimde yer almaktadır. Sırada ki en yüksek oranla %47,2 ile 18-21 arası (N=133) kişi sayısı ile oluşturmaktadır. Son olarak ise 21'den sonra (N=28) kişi sayısı ve yüzde (%) 9,9 oluşturmaktadır.

Tablo 12
Katılımcıların Cinsiyetine Göre Spor Fitness Merkezlerinin Algılanan Hizmet Kalitesi ve Sporcuların Yeni Tip Koronavirüse (Covid-19) Yakalanma Kaygısı

	Cinsiyet	N	Sıra Ort.	U	P	Z
Etkileşim	Kadın	148	139,93	9683,5	0,73	-0,341
	Erkek	134	143,24			
Çıktı	Kadın	148	139,11	9562	0,59	-0,534
	Erkek	134	144,14			
Fiziksel Çevre	Kadın	148	132,01	8511	0,04	-2,057
	Erkek	134	151,99			
Egzersiz ekipmanları	Kadın	148	139,14	9566,5	0,6	-0,513
	Erkek	134	144,11			
Program kalitesi	Kadın	148	137,03	9254,5	0,33	-0,973
	Erkek	134	146,44			
Ortam koşulları	Kadın	148	129,69	8168	0,01	-2,567
	Erkek	134	154,54			
Bireysel Kaygı	Kadın	148	146,17	9224,5	0,31	-1,012
	Erkek	134	136,34			
Sosyalleşme Kaygısı	Kadın	148	152,41	8301,5	0,02	-2,386
	Erkek	134	129,45			

Katılımcıların cinsiyete değişkenine göre spor fitness merkezlerinin algılanan hizmet kalitesi algıları ve sporcuların yeni tip korona virüse (covid-19) yakalanma kaygısı alt boyutlarının arasındaki farklılık Mann Whitney U testi ile incelenmiştir. Spor merkezlerinin fiziksel çevre (U=8511,0, p=0,04, z=-2,057) ve ortam koşullarının ((U=8168,0, p=0,01, z=-2,567) hizmet kalitesi alt boyutlarında farklılık olduğu görülmektedir (p<0,05). Erkek sporcuların hizmet kalitesi algısı her iki alt boyutta da kadınlardan daha yüksek görülmektedir. Sporcuların yeni tip korona virüse (covid-19) yakalanma kaygısı alt boyutlarından ise sosyalleşme kaygısı cinsiyete göre bir farklılık göstermektedir (U=8301,5, p=0,02, z=-2,386). Kadınların sosyalleşme kaygısı erkeklere göre daha yüksektir (152,41).

Tablo 13
Katılımcıların Medeni Duruma Göre Spor Fitness Merkezlerinin Algılanan Hizmet Kalitesi Ve Sporcuların Yeni Tip Koronavirüse (Covid-19) Yakalanma Kaygısı

	Medeni Durum	N	Sıra Ort.	U	P	Z
Etkileşim	Evli	116	135,95	8984,5	0,33	-0,957
	Bekar	166	145,38			
Çıktı	Evli	116	136,3	9024,5	0,35	-0,924
	Bekar	166	145,14			
Fiziksel Çevre	Evli	116	146,09	9095	0,42	-0,792
	Bekar	166	138,29			
Egzersiz Ekipmanları	Evli	116	150,00	8641,5	0,14	-1,471
	Bekar	166	135,56			
Program Kalitesi	Evli	116	148,27	8842,5	0,24	-1,173
	Bekar	166	136,77			
Ortam Koşulları	Evli	116	146,94	8997,5	0,34	-0,94
	Bekar	166	137,70			
Bireysel Kaygı	Evli	116	146,74	9020	0,36	-0,903
	Bekar	166	137,84			
Sosyalleşme Kaygısı	Evli	116	156,39	7900,5	0,01	-2,591
	Bekar	166	131,09			

Katılımcıların medeni duruma değişkenine göre spor fitness merkezlerinin algılanan hizmet kalitesi algıları ve sporcuların yeni tip korona virüse (covid-19) yakalanma kaygısı alt boyutlarının arasındaki farklılık Mann Whitney U testi ile incelenmiştir. Spor merkezlerinin hizmet kalitesi alt boyutlarında farklılıklar görülmemektedir ($p>0,05$). Sporcuların yeni tip korona virüse (covid-19) yakalanma kaygısı alt boyutlarından ise sosyalleşme kaygısı medeni duruma göre anlamlı farklılaşmaktadır ($U=7900,5$, $p=0,01$, $z=-2,386$). Evli katılımcıların sosyalleşme kaygısı bekarlara göre daha yüksektir (152,41).

Tablo 14
Katılımcıların Yaşa Göre Spor Fitness Merkezlerinin Algılanan Hizmet Kalitesi ve Sporcuların Yeni Tip Koronavirüse (Covid-19) Yakalanma Kaygısı

	Yaş	N	Sıra Ort	X2	df	P
Etkileşim	18-24 yaş	82	144,92	8,739	3	,03
	25-34 yaş	75	160,26			
	35-44 yaş	88	122,89			
	45 ve üzeri	37	140,16			
Çıktı	18-24 yaş	82	134,98	5,321	3	,15
	25-34 yaş	75	159,55			
	35-44 yaş	88	134,95			
	45 ve üzeri	37	134,95			
Fiziksel Çevre	18-24 yaş	82	128,01	4,582	3	,20
	25-34 yaş	75	138,21			
	35-44 yaş	88	152,23			
	45 ve üzeri	37	152,55			
Egzersiz Ekipmanları	18-24 yaş	82	141,05	0,094	3	,99
	25-34 yaş	75	140,11			
	35-44 yaş	88	141,63			
	45 ve üzeri	37	145,01			
Program Kalitesi	18-24 yaş	82	145,33	,839	3	,84
	25-34 yaş	75	135,76			
	35-44 yaş	88	140,02			
	45 ve üzeri	37	148,16			
Ortam Koşulları	18-24 yaş	82	145,97	1,496	3	,68
	25-34 yaş	75	132,51			
	35-44 yaş	88	146,14			
	45 ve üzeri	37	138,78			
Bireysel Kaygı	18-24 yaş	82	148,90	1,899	3	,59
	25-34 yaş	75	131,29			
	35-44 yaş	88	142,25			
	45 ve üzeri	37	144,01			
Sosyalleşme Kaygısı	18-24 yaş	82	142,45	2,875	3	,41
	25-34 yaş	75	129,76			
	35-44 yaş	88	144,66			
	45 ve üzeri	37	155,66			

Katılımcıların yaş değişkenine göre spor fitness merkezlerinin algılanan hizmet kalitesi algıları ve sporcuların yeni tip koronavirüse (covid-19) yakalanma kaygısı alt boyutlarının arasındaki farklılık Kruskal-Wallis testi ile incelenmiştir. Etkileşim hizmet kalitesinin katılımcıların yaşına göre farklılaştığı tespit edilmiştir ($\chi^2=8,730$, $df=3$, $p=0,03$). 25-34 yaş katılımcıların etkileşim puanları diğerlerine göre daha yüksektir.

Tablo 15
Katılımcıların Spor Merkezi Kullanım Amacına Göre Spor Fitness
Merkezlerinin Algılanan Hizmet Kalitesi Ve Sporcuların Yeni Tip
Koronavirüse (Covid-19) Yakalanma Kaygısı

	Merkez Kullanımı Amacı	N	Sıra Ort	X ²	df	P
Etkileşim	Aerobik	78	127,38	4,662	2	,09
	Fiziksel Uygunluk	146	142,62			
	Performans	58	157,66			
Çıktı	Aerobik	78	131,92	2,328	2	,31
	Fiziksel Uygunluk	146	142,15			
	Performans	58	152,75			
Fiziksel Çevre	Aerobik	78	152,21	2,024	2	,36
	Fiziksel Uygunluk	146	138,85			
	Performans	58	133,77			
Egzersiz Ekipmanları	Aerobik	78	150,88	4,793	2	,09
	Fiziksel Uygunluk	146	144,47			
	Performans	58	121,41			
Program Kalitesi	Aerobik	78	145,44	1,270	2	,53
	Fiziksel Uygunluk	146	143,60			
	Performans	58	130,92			
Ortam Koşulları	Aerobik	78	152,00	1,940	2	,37
	Fiziksel Uygunluk	146	136,16			
	Performans	58	140,82			
Bireysel Kaygı	Aerobik	78	149,42	5,513	2	,06
	Fiziksel Uygunluk	146	146,09			
	Performans	58	119,29			
Sosyalleşme Kaygısı	Aerobik	78	149,53	1,067	2	,58
	Fiziksel Uygunluk	146	138,42			
	Performans	58	138,45			

Katılımcıların spor merkezi kullanım amacına göre spor fitness merkezlerinin algılanan hizmet kalitesi algıları ve sporcuların yeni tip koronavirüse (covid-19) yakalanma kaygısı alt boyutlarının arasındaki farklılık Kruskal-Wallis testi ile incelenmiştir. Herhangi bir anlamlı farklılığa rastlanmamıştır ($p>0,05$).

Tablo 16
Katılımcıların Spor Merkezini Haftalık Kullanım Süresine Göre Spor Fitness
Merkezlerinin Algılanan Hizmet Kalitesi Ve Sporcuların Yeni Tip
Koronavirüse (Covid-19) Yakalanma Kaygısı

	Haftalık Merkez Kullanım Süresi	N	Sıra Ort	X ²	df	P
Etkileşim	1- 2 kez	81	131,25	2,194	2	,33
	3-4 kez	166	147,28			
	Her gün	35	137,81			
Çıktı	1- 2 kez	81	122,35	7,468	2	,02
	3-4 kez	166	151,52			
	Her gün	35	138,31			
Fiziksel Çevre	1- 2 kez	81	145,46	,733	2	,69
	3-4 kez	166	141,70			
	Her gün	35	131,37			
Egzersiz Ekipmanları	1- 2 kez	81	151,89	1,898	2	,38
	3-4 kez	166	137,81			
	Her gün	35	134,94			
Program Kalitesi	1- 2 kez	81	148,21	4,371	2	,11
	3-4 kez	166	133,82			
	Her gün	35	162,39			
Ortam Koşulları	1- 2 kez	81	154,02	5,081	2	,07
	3-4 kez	166	140,51			
	Her gün	35	117,23			
Bireysel Kaygı	1- 2 kez	81	152,04	5,590	2	,06
	3-4 kez	166	142,32			
	Her gün	35	113,23			
Sosyalleşme Kaygısı	1- 2 kez	81	140,68	,061	2	,97
	3-4 kez	166	141,25			
	Her gün	35	144,59			

Katılımcıların spor merkezini haftalık kullanım süresine göre spor fitness merkezlerinin algılanan hizmet kalitesi ve sporcuların yeni tip koronavirüse (covid-19) yakalanma kaygısı alt boyutlarının arasındaki farklılık Kruskal-Wallis testi ile incelenmiştir. Çıktı hizmet kalitesinin katılımcıların spor merkezini haftalık kullanım süresine göre farklılaştığı tespit edilmiştir ($x^2=7,468$, $df=2$, $p=0,02$). Haftada 3-4 kez spor merkezinden faydalanan katılımcıların çıktı puanları diğerlerine göre daha yüksektir.

Tablo 17
Katılımcıların Spor Merkezinde Geçirdiği Süreye Göre Spor Fitness
Merkezlerinin Algılanan Hizmet Kalitesi Ve Sporcuların Yeni Tip
Koronavirüse (Covid-19) Yakalanma Kaygısı

	Salon İçi Süresi	N	Sıra Ort.	X ²	df	P
Etkileşim	31-60 dakika	34	149,19	2,156	2	,34
	61 -90 dakika	133	133,98			
	91 dakikadan fazla	115	147,93			
Çıktı	31-60 dakika	34	123,31	3,796	2	,15
	61 -90 dakika	133	137,82			
	91 dakikadan fazla	115	151,14			
Fiziksel Çevre	31-60 dakika	34	161,13	11,791	2	,00
	61 -90 dakika	133	153,67			
	91 dakikadan fazla	115	121,62			
Egzersiz Ekipmanları	31-60 dakika	34	164,10	8,047	2	,01
	61 -90 dakika	133	149,17			
	91 dakikadan fazla	115	125,95			
Program Kalitesi	31-60 dakika	34	145,74	1,878	2	,39
	61 -90 dakika	133	147,29			
	91 dakikadan fazla	115	133,55			
Ortam Koşulları	31-60 dakika	34	151,66	7,621	2	,02
	61 -90 dakika	133	152,80			
	91 dakikadan fazla	115	125,42			
Bireysel Kaygı	31-60 dakika	34	165,16	3,756	2	,15
	61 -90 dakika	133	141,63			
	91 dakikadan fazla	115	134,35			
Sosyalleşme Kaygısı	31-60 dakika	34	126,15	6,045	2	,04
	61 -90 dakika	133	133,34			
	91 dakikadan fazla	115	155,48			

Katılımcıların spor merkezinde geçirdiği süreye göre spor fitness merkezlerinin algılanan hizmet kalitesi ve sporcuların yeni tip koronavirüse (covid-19) yakalanma kaygısı alt boyutlarının arasındaki farklılık Kruskal-Wallis testi ile incelenmiştir. Hizmet kalitesinin fiziksel çevre ($x^2=11,791$, $df=2$, $p=0,00$), egzersiz ekipmanları ($x^2=8,047$, $df=2$, $p=0,01$) ve ortam koşulları ($x^2=7,621$, $df=2$, $p=0,02$) alt boyutlarının spor merkezinde geçirilen süreye göre anlamlı farklılıklar gösterdiği görülmektedir. 31-60 dakika merkezde kalanların fiziksel çevre ve egzersiz ekipmanları hizmet kalitesi algısı diğerlerinden daha yüksek iken 61-90 dakika kalanların ortam koşulları hizmet kalite algısı en yüksek puanı almıştır. Katılımcıların spor merkezinde geçirdiği süreye göre covid-19'a yakalanma kaygısı incelendiğinde sosyalleşme kaygısı alt boyutunda anlamlı bir farklılık olduğu sonucuna ulaşılmıştır ($x^2=6,045$, $df=2$, $p=0,04$). 91 dk 'dan fazla tesiste kalanın sosyalleşme kaygısı diğerlerine göre daha yüksektir.

Tablo 18
Katılımcıların Spor Geçmişine Göre Spor Fitness Merkezlerinin Algılanan Hizmet Kalitesi ve Sporcuların Yeni Tip Koronavirüse (Covid-19) Yakalanma Kaygısı

	Spor Geçmişi	N	Sıra Ort	X ²	df	P
Etkileşim	1-4 yıl	84	152,46	2,405	2	,30
	5-9 yıl	114	139,25			
	10 yıl ve üzeri	84	133,58			
Çıktı	1-4 yıl	84	144,10	,471	2	,79
	5-9 yıl	114	143,22			
	10 yıl ve üzeri	84	136,57			
Fiziksel Çevre	1-4 yıl	84	143,04	6,374	2	,04
	5-9 yıl	114	128,34			
	10 yıl ve üzeri	84	157,82			
Egzersiz Ekipmanları	1-4 yıl	84	137,93	1,276	2	,52
	5-9 yıl	114	137,95			
	10 yıl ve üzeri	84	149,88			
Program Kalitesi	1-4 yıl	84	137,89	2,388	2	,30
	5-9 yıl	114	135,78			
	10 yıl ve üzeri	84	152,87			
Ortam Koşulları	1-4 yıl	84	149,24	4,593	2	,10
	5-9 yıl	114	128,94			
	10 yıl ve üzeri	84	150,80			
Bireysel Kaygı	1-4 yıl	84	146,80	1,946	2	,38
	5-9 yıl	114	145,21			
	10 yıl ve üzeri	84	131,16			
Sosyalleşme Kaygısı	1-4 yıl	84	131,42	2,373	2	,30
	5-9 yıl	114	142,27			
	10 yıl ve üzeri	84	150,53			

Katılımcıların spor geçmişine göre spor fitness merkezlerinin algılanan hizmet kalitesi ve sporcuların yeni tip koronavirüse (covid-19) yakalanma kaygısı alt boyutlarının arasındaki farklılık Kruskal-Wallis testi ile incelenmiştir. Fiziksel çevre hizmet kalitesinin katılımcıların spor geçmişine göre anlamlı düzeyde farklılaştığı tespit edilmiştir ($x^2=76,374$, $df=2$, $p=0,04$). 10 yıl ve üzeri spor geçmişine sahip katılımcıların fiziksel çevre puanları diğerlerine göre daha yüksektir.

Tablo 19
Katılımcıların Spor Fitness Merkezlerinin Algılanan Hizmet Kalitesi Ve
Sporcuların Yeni Tip Koronavirüse (Covid-19) Yakalanma Kaygısı
Arasındaki İlişki

		Bireysel Kaygı	Sosyalleşme Kaygısı
Etkileşim	r	-,011	,031
	p	,849	,602
	N	282	282
Çıktı	r	-,045	,064
	p	,449	,283
	N	282	282
Fiziksel Çevre	r	-,113	-,289**
	p	,058	,000
	N	282	282
Egzersiz Ekipmanları	r	-,017	-,065
	p	,775	,274
	N	282	282
Program Kalitesi	r	-,057	-,097
	p	,342	,103
	N	282	282
Ortam Koşulları	r	-,009	-,105
	p	,880	,079
	N	282	282

Katılımcıların spor fitness merkezlerinin algılanan hizmet kalitesi ile sporcuların yeni tip koronavirüse (covid-19) yakalanma kaygısı alt boyutları arasındaki ilişki Korelasyon analizi ile incelenmiştir. Fiziksel çevre hizmet kalitesi ile sosyalleşme kaygısı arasında ters yönlü zayıf bir doğrusal ilişki olduğu bulgusu elde edilmiştir ($r=-,289$).

BÖLÜM 6:TARTIŞMA

6.1. H₀. Spor merkezlerini aktif kullanan bireylerin yeni tip korona virüse (covid-19) yakalanma kaygısı, yaş, cinsiyet, eğitim durumu ve haftalık olarak yaptıkları antrenman sayılarına göre anlamlı düzeyde farklılık göstermemektedir.

Yaş

Analiz sonuçları; spor merkezini aktif kullanan bireylerin yeni tip korona virüse (covid-19) yakalanma kaygısı ile yaş değişkenine göre herhangi gibi bir farklılığa rastlanmamıştır.

Bu sonuca göre ‘Spor merkezlerini aktif kullanan bireylerin yeni tip korona virüse (covid-19) yakalanma kaygısı, yaş değişkenine göre anlamlı düzeyde farklılık göstermemektedir’ temel hipotezi reddedilemez.

Araştırmamızı destekler nitelikte olan; Şahin (2021) hokey sporcuları üzerine yaptığı çalışmada yeni tip korona virüse yakalama kaygısı, yaşa göre değişkenlik göstermediği sonucuyla benzerlik göstermektedir.

Araştırmada çıkan bulguların aksine, Gula (2022) yaptığı araştırmada lise çağındaki gençlerin sporlara ve fiziksel aktivitelere katılmakla ilgileniyorlar ancak Covid-19 pandemisi nedeniyle öğrenciler spor yapma alışkanlıklarının kısıtlandığı ve motivasyonlarının düştüğünü belirtiyor.

Fiorilli (2021) yaşla ilgili olarak, genç katılımcıların daha düşük düzeyde kendi bildirdikleri stres yaşadığı orta yaşlı ve yetişkin gruplar arasında önemli farklılıklar bulmuştur. Yaşın stresli durumlarla başa çıkma konusunda önemli bir ölçüt olduğu, daha ilerleyen yaşlarda endişe ve kaygının daha fazla arttığını çalışmasında yer vermiştir.

Bahar ve diğerleri (2022) yaş değişkeni ile Covid-19 düzeyi arasındaki ilişkiler incelendiği çalışmasında, yaş azaldıkça egzersiz katılım motivasyonların arttığı sonucuna ulaşmıştır.

Cinsiyet

Katılımcıların cinsiyete değişkenine göre spor fitness merkezlerinin algılanan hizmet kalitesi algıları ve sporcuların yeni tip koronavirüse (covid-19) yakalanma

kaygısı alt boyutlarının arasındaki farklılık Mann Whitney U testi ile incelenmiştir. Kadınların sosyalleşme kaygısı erkeklere göre daha fazladır.

Bu sonuca göre ‘Spor merkezlerini aktif kullanan bireylerin yeni tip korona virüse (covid-19) yakalanma kaygısı ile cinsiyet değişkeni arasında anlamlı bir farklılık göstermemektedir’ temel hipotezi reddedilmiştir.

Çalışmamızı destekler nitelikte olan, Cardoso ve diğerleri (2022) yapmış oldukları araştırmada, COVID-19 korkusu ve fiziksel aktivite özelliklerini değerlendirdiklerinde; Kadınların hem korku hem de kaygı düzeylerinin erkeklere göre daha yüksek çıktığını istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar olduğunu bulmuşlardır.

Kılıç (2022) yaptığı araştırmada bisiklet branşında ki sporcuların yeni tip korona virüse (Covid-19) hastalığına yakalanma kaygıları kadınlarda daha fazla olduğunu ortaya çıkarmıştır.

Sakaoğlu ve diğerleri (2020)’ de yaptıkları çalışmada; Covid-19 salgını anında kaygı düzeyi ile cinsiyet referanslı kaygı puanı ortalamasında, kadınlarda erkeklere oranla istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunduğunu belirtmişlerdir.

Özcan (2021) yapmış olduğu araştırmada Covid-19 kaygı düzeyleri cinsiyet açısından değerlendirildiğinde kadınların kaygı düzeylerinin erkeklerin kaygı düzeylerine göre daha yüksek olduğu sonucu ortaya çıkarmıştır.

Çalışmamızın aksine, Batu ve Aydın (2020) çalışmalarının yüzme sporcularının Covid-19’a yakalanma kaygı düzeylerinde, erkeklerin oranı kadınların oranına göre daha yüksek çıkmıştır. Ağduman (2021) yapmış olduğu araştırmada cinsiyete göre kadın ve erkek sporcuların Covid-19’a yakalanma kaygısı açısından bireysel, sosyal ve toplam kaygı puanları arasında fark yoktur. Doğan ve Düzel (2020) pandeminin korku ve kaygı seviyeleri cinsiyet bağlamında ele alındığında erkeklerin kaygı düzeyleri, kadınlardan yüksek olduğu ortaya koymuştur.

Eğitim durumu

Katılımcıların eğitim durumu spor fitness merkezlerinin algılanan hizmet kalitesi ve sporcuların yeni tip koronavirüse (covid-19) yakalanma kaygısı alt boyutlarının arasındaki farklılık Kruskal-Wallis testi ile incelenmiştir. Araştırmada eğitim düzeyi dağılımı % 31,2’lik dilim lisans/önlisans katılımcılarından oluşturmaktadır.

Eğitim durumu değişkeni açısından yeni tip korona virüse (covid-19) yakalanma kaygısı arasında herhangi gibi bir farklılığa rastlanmamıştır.

Bu sonuca göre ‘Spor merkezlerini aktif kullanan bireylerin yeni tip korona virüse (covid-19) yakalanma kaygısı, eğitim durumu değişkenine göre anlamlı düzeyde farklılık göstermemektedir’ temel hipotezi reddedilemez.

Benzer araştırmalara göz attığımızda araştırmamızı destekler nitelikte olan bazı çalışmalar yer almaktadır. Gümüş (2022)’de yapmış olduğu çalışmada sportif etkinliklere katılan bireylerde yeni tip korona virüse yakalanma kaygısı ile eğitim durumu değişkeni arasında herhangi bir farklılık olmadığını tespit etmiştir. Çakırtaş (2022) ise amatör futbolcularda covid-19 hastalığına yakalanma kaygıları ile eğitim düzeyi arasında anlamlı farklılıklar olduğunu tespit etmiştir. Yine aynı çalışmada lise ve lisans eğitimine ait olan deneklerin, lisansüstü eğitim seviyesinde ki deneklere göre daha az kaygılı olduğu saptanmıştır.

Spor Merkezi Haftalık kullanım sıklığı

Katılımcıların spor merkezini haftalık kullanım süresine göre spor fitness merkezlerinin algılanan hizmet kalitesi ve sporcuların yeni tip koronavirüse (covid-19) yakalanma kaygısı alt boyutlarının arasındaki farklılık Kruskal-Wallis testi ile incelenmiştir. Spor merkezi haftalık kullanım sıklığına göre %28,7’sini 1-2 kez, %58,9’unu 3-4 kez ve %12,4’ünü ise her gün kullanan kişiler oluşturmaktadır. Spor merkezi haftalık kullanım sıklığına göre yeni tip korona virüse yakalanma kaygısı herhangi bir farklılık göstermemektedir.

Bu sonuca göre ‘Spor merkezlerini aktif kullanan bireylerin yeni tip korona virüse (covid-19) yakalanma kaygısı, spor merkezi haftalık kullanım sıklığı değişkenine göre anlamlı düzeyde farklılık göstermemektedir’ temel hipotezi reddedilemez.

Araştırmamızın aksine; Çakır (2022) yapmış olduğu araştırmada sporcuların covid-19’a yakalanma kaygısı ile spor merkezi haftalık kullanım sıklığı arasında anlamlı düzeyde farklılıklar olduğunu saptamıştır. Bireysel kaygı ve sosyalleşme kaygısı alt boyutlarında haftalık olarak 3 gün ve daha az katılım sağlayan katılımcıların puanları haftalık olarak daha fazla gün katılım sağlayanlara göre daha düşük olduğu görülmüştür.

6.2. H₀. Spor merkezlerinin algılanan hizmet kalitesi ile yaş, cinsiyet, eğitim durumu ve haftalık olarak yaptıkları antrenman sayıları arasında anlamlı düzeyde farklılık göstermemektedir.

Yaş

Analiz sonuçları; Katılımcıların yaş değişkenine göre %29,1'ini 18-24 yaş, %26,6'sını 25-34 yaş, %31,2'sini 35-44 yaş ve son olarak %13,1'ini 45 yaş ve üzeri oluşturmuştur. Algılanan hizmet kalitesi alt boyutlarının yaş değişkenine göre anlamlı farklılıklar olduğu gözlenmiştir.

Bu sonuca göre 'Spor merkezlerinin algılanan hizmet kalitesi yaş değişkenine göre anlamlı düzeyde farklılık göstermemektedir' temel hipotezi reddedilmiştir.

Spor merkezleri katılımcılarının etkileşim hizmet kalitesinin 25-34 yaş katılımcıların etkileşim puanları diğerlerine göre daha yüksek çıkmıştır. Spor merkezlerini genel olarak orta yaş ve genç popülasyonunun daha çok kullandığı bilinmektedir. Etkileşim hizmet kalitesi spor merkezi çalışanlarının tutumu ve çalışma istekliliği gibi konuları kapsamaktadır. 25-34 yaş grubu katılımcıların spor merkezi çalışanlarının güler yüzlü olmaları, işlerini severek yapmaları, çalışanların kılık ve kıyafetleri gibi konulardan etkilendikleri gözlemlenmiştir.

Araştırmada çıkan bulguların aksine, Öztürk (2010)' a göre spor merkezlerini kullanan katılımcıların algılanan hizmet kalitesi alt boyutlarına göre yaş değişkeninin herhangi bir farklılık göstermediği istatistiksel olarak bulunmuştur.

Günel (2019) yapmış olduğu çalışmada algılanan hizmet kalitesi alt boyutlarının, yaş değişkeni değiştikçe anlamlı bir farklılık olmadığı sonucuna ulaşmıştır.

Yonat (2019) araştırmasında spor merkezini kullanan bireylerin yaş değişkenine göre, hizmet beklentilerinin karşılanması boyutunda herhangi bir farklılığa rastlanmamıştır.

Cinsiyet

Analiz sonucu; katılımcıların cinsiyete değişkenine göre spor fitness merkezlerinin algılanan hizmet kalitesi algıları ve sporcuların yeni tip koronavirüse (covid-19) yakalanma kaygısı alt boyutlarının arasındaki farklılık Mann Whitney U testi ile incelenmiştir.

Spor merkezlerinin fiziksel çevre, ortam koşulları ve hizmet kalitesi alt boyutlarında farklılıklar görülmektedir. Spor merkezlerinin fiziksel çevre alt boyutuna göre ortamı, tasarımı ve malzemeleri ile ilgili konularda erkeklerin algılanan hizmet kalitesi algısı kadınlara göre daha yüksek görülmüştür. Spor merkezlerinin ortam koşulları alt boyutuna göre müşterilerinin ihtiyaçlarıyla ilgili konularda erkek katılımcıların algılanan hizmet kalitesi algısı kadınlara göre daha yüksek görülmüştür. Spor merkezlerini kullanan erkek katılımcıların genellikle hedefleri fiziksel uygunluk ve vücut geliştirme olduğundan spor merkezinin sunduğu hizmetlerin erkek katılımcılar üzerinde etkisi büyüktür. Spor merkezinin sunduğu hizmet, ortam koşulları, ekipman yeterliliği gibi konularda yeterli olması halinde erkek katılımcıların algılanan hizmet kalitesi koşullarının sağlanacağı görülmüştür.

Bu sonuca göre ‘Spor merkezlerinin algılanan hizmet kalitesi cinsiyet değişkenine göre anlamlı düzeyde farklılık göstermemektedir’ temel hipotezi red edilmiştir.

Çalışmamızı destekler nitelikte olan bir araştırmada; İslamoğlu ve diğerleri (2019) araştırma bulgularına göre erkeklerin kadınlara göre hizmet kalitesi alt boyutları arasında anlamlı düzeyde farklılıklar bulunmuştur. Erkeklerin hizmet kalitesi algısı, kadınlara göre daha yüksek bulunmuştur.

Zardo (2018) Türkiye’de ve Irak’ta eş zamanlı yapmış olduğu çalışmasında; Türk örneklem grubunda kadınların hizmet kalitesi algısının erkeklerden daha yüksek çıktığını, Iraklı örneklem grubunda ise erkeklerin hizmet kalitesi algılarının kadınlarındakinden daha yüksek olduğu sonucuna varılmıştır.

Çalışmamızın aksine, Duman (2022) yapmış olduğu çalışmada elde ettiği sonuç, katılımcıların hizmet kalitesi algılarının cinsiyete göre anlamlı bir farklılık göstermediğini ortaya koymuştur.

Eğitim durumu

Analiz sonucu; katılımcıların eğitim durumu değişkenine göre spor fitness merkezlerinin algılanan hizmet kalitesi algıları ve sporcuların yeni tip koronavirüse (covid-19) yakalanma kaygısı alt boyutlarının arasındaki farklılık Mann Whitney U testi ile incelenmiştir. Spor merkezlerinin algılanan hizmet kalitesi ile eğitim durumu değişkeni arasında herhangi bir farklılığa rastlanmamıştır.

Bu sonuca göre ‘Spor merkezlerinin algılanan hizmet kalitesi eğitim durumu değişkenine göre herhangi bir farklılık göstermemektedir’ temel hipotez reddedilmiştir.

Su ve arkadaşlarının (2021) yılında yaptığı araştırmada, kadın futbolcuların yeni tip korona virüse yakalanma kaygı düzeylerinin dışarıya bağlı değişkenler bağlamında incelenmesidir. Bu bağlamda araştırmanın sonucunda kadın futbolcuların eğitim düzeyi, antrenman sıklığı ve aktif spor yılı değiştikçe sosyalleşme kaygısı alt boyutlarında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olarak belirlenmiştir. Cengiz (2022) araştırmasında eğitim durumu değişkenine göre istatistiksel olarak farklılık gözlemlememiştir. Kara (2019) çalışmasında deneklerin eğitim düzeylerine göre ile algılanan hizmet kalitesi arasında istatistiksel olarak bir fark görememiştir.

Araştırmamızın aksine, Altıntaş (2021) katılımcıların eğitim düzeylerine göre hizmet kalitesi alt boyutlarında değişkenlikler olduğunu saptamıştır.

Spor Merkezi Haftalık kullanım sıklığı

Bu araştırmada spor fitness merkezi katılımcılarının, spor merkezi haftalık kullanım sıklığına göre %28,7’sini 1-2 kez, %58,9’unu 3-4 kez ve %12,4’ünü ise her gün kullanan kişiler oluşturmaktadır. Algılanan hizmet kalitesi ile spor merkezi haftalık kullanım sıklığı değişkenine göre anlamlı farklılıklar göstermemektedir. Çıktı hizmet kalitesi alt boyutunda spor merkezlerini haftalık kullanımına göre farklılıkların olduğu tespit edilmiştir. Spor merkezlerini haftada 3-4 kez kullanan katılımcıların çıktı puanları diğerlerine göre daha yüksektir. Spor merkezlerini kullanan katılımcılar genel olarak antrenman periyodlarına göre kullanım sağlamaktadırlar. Sedanter (önerilen düzeyde fiziksel aktivite yapmayan birey) bireyler için genellikle profesyoneller tarafından tercih ettirilen antrenman periyodu hafta 3-4 kez kullanım şeklindedir. Çıktı kalitesi alt boyutunun içerdiği bedensel bir değişim genel olarak herkesin isteyeceği bir değişiktir.

Bu sonuca göre ‘Spor merkezlerinin algılanan hizmet kalitesi spor merkezini haftalık kullanım sıklığı değişkenine göre anlamlı düzeyde farklılık göstermemektedir’ temel hipotezi reddedilememiştir.

Ceyhun (2006) araştırmasının istatistiksel verilerinin sonucuna göre spor merkezi haftalık kullanım süresinin, hizmet kalitesi alt boyutlarına göre anlamlı farklılıklar gösterdiğini ortaya koymuştur. Haftada 3-4 kez spor merkezini kullanan üyelerin, 1-2 kez kullanan üyelere göre hizmet kalitesi alt boyutları puanları daha yüksek bulunmuştur.

Araştırma bulgularının aksine, Yüzgenç (2010)' a göre spor merkezlerini kullanan bireylerin, spor merkezlerini haftalık kullanım sıklığının algılanan hizmet kalitesi alt boyutlarına göre herhangi gibi bir farklılığının olmadığını istatistiksel olarak bulmuştur.

6.3. H₀. Spor merkezlerini aktif kullanan bireylerin spor merkezlerinin algılanan hizmet kalitesi ile yeni tip korona virüse (covid-19) yakalanma kaygısı ile arasında ilişki yoktur.

Analiz sonuçları; katılımcıların spor fitness merkezlerinin algılanan hizmet kalitesi ve sporcuların yeni tip korona virüse (covid-19) yakalanma kaygısı arasında fiziksel çevre hizmet kalitesi ile sosyalleşme kaygısı arasında zıt yönlü zayıf bir doğrusal ilişki korelasyon vardır.

Bu sonuca göre 'Spor merkezlerini aktif kullanan bireylerin spor merkezlerinin algılanan hizmet kalitesi ile yeni tip korona virüse (covid-19) yakalanma kaygısı ile arasında ilişki yoktur' hipotezi reddedilmiştir.

Araştırmaya göre katılımcıların spor fitness merkezlerinden beklentileri fiziksel çevre kalitesi yönünden tasarım, ortam, alet ve ekipmanların yeterliliği, soyunma odaları ve banyoların temiz olması ve tüm teçhizatın bakımlı olması halinde katılımcıların, sosyalleşme kaygılarında azalma olacağı ortaya koyulmuştur.

Araştırma bulgularını destekleyen, Sheriff (2022)'de yaptığı çalışmada elde ettiği bulgulara göre bir fitness merkezinin müşterileri arasında memnuniyet üzerinde en büyük etkiyi gösteren, hizmet kalitesi alt boyutları olan fiziksel ortam kalitesi ve etkileşim kalitesi olduğunu göstermiştir. Hizmeti sunan kurumun uzun vadeli gelir ve sürekli büyüme sağlamak için egzersiz akışı sunarak fiziksel ortam kalitesini ve sonuç kalitesini iyileştirmeye ihtiyaç duyduğunu öne sürmüştür.

Glaveli (2021) etkileşim kalitesi yönünden bakıldığında, fitness eğitmenlerinin sosyal ve iletişim/dinleme becerilerinin, hizmet sağlayıcıya (fitness kulübü)

müşteri güveninin gelişimi ile pozitif ilişkili olduğunu göstermiştir. Ayrıca, sosyal becerilerin müşteri memnuniyetini olumlu yönde etkilediği tespit edilmiştir. Bununla birlikte, teknik becerilerin, müşterinin hizmet sağlayıcıya olan güveni veya müşteri memnuniyeti üzerinde herhangi bir etkisi olmamıştır. Son olarak, hizmet sağlayıcıya olan müşteri güveni, sosyal beceriler ve müşteri memnuniyeti arasındaki ilişkiye kısmen aracılık ettiği için modelde kilit bir değişken olarak gösterilmiştir.

6.4. H₀. Spor merkezlerinin algılanan hizmet kalitesi, spor merkezi kullanım amacına göre anlamlı düzeyde farklılık göstermemektedir.

Analiz sonuçları; Katılımcıların spor merkezi kullanım amacına göre spor fitness merkezlerinin algılanan hizmet kalitesi algıları ve sporcuların yeni tip korona virüse (covid-19) yakalanma kaygısı alt boyutlarının arasındaki farklılık Kruskal-Wallis testi ile incelenmiştir. Herhangi bir farklılığa rastlanmamıştır.

Bu sonuca göre ‘Spor merkezlerinin algılanan hizmet kalitesi, spor merkezi kullanım amacına göre farklılık göstermemektedir’ temel hipotezi reddedilemez.

Acar (2015) özel spor merkezlerinde yapmış olduğu araştırmalarında, spor merkezi kullanım amacı değiştikçe algılanan hizmet kalitesi alt boyutları arasında anlamlı herhangi gibi bir farklılığa rastlanılmadığı tespit edilmiştir.

Türksoy ve Aycan (2020) yapmış oldukları araştırmada katılımcıların hizmet kalitesi algılarının spor tesisini kullanım amaçları bakımından istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermediği tespit edilmiştir.

Araştırmamızın aksine, Ergin ve diğerleri (2010) Spor tesisleri kullanım amaçları değiştikçe algılanan hizmet kalitesi alt boyutları arasında istatistiki anlamlı farklılıklara rastlamışlardır.

6.5. H₀. Spor merkezlerini kullanan bireylerin, korona virüse (covid-19) yakalanma kaygısı ile spor merkezlerini haftalık kullanma sıklığı arasında ilişki yoktur.

Analiz sonuçları; Katılımcıların spor merkezini haftalık kullanım sıklığına göre korona virüse (covid-19) yakalanma kaygısı alt boyutlarının arasındaki ilişki Kruskal- Wallis testi ile incelenmiştir. Herhangi gibi bir ilişkiye rastlanmamıştır.

Bu sonuca göre ‘Spor merkezlerini kullanan bireylerin, korona virüse yakalanma kaygısı ile spor merkezlerini haftalık kullanma sıklığı arasında ilişki yoktur’ temel hipotezi reddedilememiştir.

Araştırmamıza paralel olarak, Özmutlu (2021) yeni tip korona virüse yakalanma kaygısı ile spor merkezlerini haftalık kullanım sıklığı arasında istatistiksel olarak ilişki olmadığını tespit etmiştir.

6.6. H₀. Spor merkezlerinin algılanan hizmet kalitesi, spor merkezlerindeki geçirilen süreye göre anlamlı düzeyde farklılık göstermemektedir.

Analiz sonucu; Bu araştırmada spor fitness merkezi katılımcılarının, algılanan hizmet kalitesinin salon içi kullanım süresi değişkenine göre arasındaki ilişki Kruskal-Wallis testi ile incelenmiştir. Katılımcıların, %12,1 31-60 dakika, 61-90 dakika %47,2 ve %40,8’ini ise 91 dakikadan fazla kullanan kişiler oluşturmaktadır. Hizmet kalitesinin fiziksel çevre, egzersiz ekipmanları ve ortam koşulları spor merkezinde geçirilen süreye göre anlamlı farklılaştığı görülmektedir. 31-60 dakika merkezde kalanların fiziksel çevre ve egzersiz ekipmanları hizmet kalitesi algısı diğerlerinden daha yüksek iken 61-90 dakika kalanların ortam koşulları hizmet kalite algısı en yüksek puanı almıştır. Spor merkezini kullanan katılımcıların en az yüzdeliğini oluşturan 31-60 dakika (%12,1) merkezde kalan üyelerin hızlı bir şekilde sonuç odaklı olarak çalıştıkları istatistiksel olarak gözlemlenmiştir. Spor merkezi egzersiz ekipmanlarının kaliteli olması ve programlara göre tasarlanmış ve yeterli olması spor merkezi kullanıcılarının bir kısmının hizmet kalitesi boyutlarına göre önemli olduğu görülmüştür. 61-90 dakika merkezde kalan bireylerin ise spor merkezinin üyelere sunduğu hizmetin, üye ihtiyaçlarıyla örtüşmesi gerektiği istatistiksel olarak gözlemlenmiştir.

Spor merkezlerinin algılanan hizmet kalitesi, spor merkezlerindeki geçirilen süreye göre anlamlı düzeyde farklılıklar göstermektedir.

Bu sonuca göre ‘Spor merkezlerinin algılanan hizmet kalitesi, spor merkezlerinde geçirilen süreye göre anlamlı düzeyde farklılık göstermemektedir’ temel hipotezi reddedilmiştir.

Araştırmamızın aksine Zengin ve diğerleri (2022) yapmış oldukları çalışma kapsamında katılımcıların spor yapma süresi değişkenine bakıldığında, algıladıkları hizmet kalitelerine göre herhangi gibi bir farklılığa rastlanmamıştır.

6.7. H₀. Spor merkezlerini kullanan bireylerin, korona virüse (covid-19) yakalanma kaygısı ile spor merkezini kullanım amacına göre arasında anlamlı düzeyde farklılık göstermemektedir.

Analiz sonuçları; Katılımcıların spor merkezi kullanım amacına göre spor fitness merkezlerinin algılanan hizmet kalitesi algıları ve sporcuların yeni tip korona virüse (covid-19) yakalanma kaygısı alt boyutlarının arasındaki farklılık Kruskal-Wallis testi ile incelenmiştir. Herhangi bir farklılığa rastlanmamıştır.

Bu sonuca göre ‘ Spor merkezini kullanan bireylerin korona virüse yakalanma kaygısı spor merkezinin kullanım amacına göre anlamlı düzeyde farklılıklar göstermemektedir’ temel hipotezi reddedilememiştir.

6.8. H₀. Spor merkezlerini kullanan bireylerin, korona virüse (covid-19) yakalanma kaygısının spor merkezinde geçirilen süreye göre anlamlı düzeyde farklılıklar göstermemektedir.

Analiz sonucu; Katılımcıların spor merkezinde geçirdiği süreye göre covid-19’a yakalanma kaygısı alt boyutlarının aralarındaki farklılıklar Kruskal-Wallis testi ile incelenmiştir. Katılımcıların spor merkezinde geçirilen süre sırasıyla 31-60 dakika (%12,1), 61-90 dakika (%47,2) ve 91 dakikadan fazla (%40,8) oranıyla oluşturmaktadır. 91 dakikadan fazla tesiste kalan katılımcıların sosyalleşme kaygısı diğerlerine göre daha yüksektir. Katılımcıların sosyalleşme kaygısı alt boyutunda anlamlı düzeyde farklılıklar görülmektedir.

Bu sonuca göre ‘Spor merkezlerini kullanan bireylerin, korona virüse yakalanma kaygısının spor merkezinde geçirilen süreye göre anlamlı düzeyde farklılıklar göstermemektedir’ temel hipotezi reddedilmiştir.

SONUÇ

Bu araştırmada; ülkemizi ve tüm dünyayı etkisi altına alan Covid-19 salgını sürecinde spor fitness merkezlerinin algılanan hizmet kalitesinin, yeni tip korona virüse (covid-19) hastalığına yakalanma kaygısı arasında ilişkiler ve farklılıklar incelemiştir. Elde edilen bulgular ulusal ve uluslararası araştırmalarla karşılaştırılarak tartışılmıştır.

Bu araştırmada spor fitness merkezi katılımcılarının %57,5 'unu erkeklerin ve %47,5 'unu kadınların oluşturduğu tespit edilmiştir. Algılanan hizmet kalitesi ve sporcuların yeni tip korona virüse (covid-19) yakalanma kaygısı arasında cinsiyet değişkenine göre anlamlı farklılıklar bulunmuştur.

Spor merkezlerinin fiziksel evre, ortam koşulları ve hizmet kalitesi alt boyutlarında farklılıklar görülmektedir. Spor merkezlerinin fiziksel evre alt boyutuna göre ortamı, tasarımı ve malzemeleri ile ilgili konularda erkeklerin algılanan hizmet kalitesi algısı kadınlara göre daha yüksek bulunmuştur. Spor merkezlerinin ortam koşulları alt boyutuna göre müşterilerinin ihtiyaçlarıyla ilgili konularda erkek katılımcıların algılanan hizmet kalitesi algısı kadınlara göre daha yüksek görülmüştür. Spor merkezlerini kullanan erkek katılımcıların genellikle hedefleri fiziksel uygunluk ve vücut geliştirme olduğundan spor merkezinin sunduğu hizmetlerin erkek katılımcılar üzerinde etkisi büyüktür. Spor merkezinin sunduğu hizmet, ortam koşulları, ekipman yeterliliği gibi konularda yeterli olması halinde erkek katılımcıların algılanan hizmet kalitesi koşullarının yerine geleceği görülmüştür.

Bu araştırmada sporcuların yeni tip korona virüse (covid-19) yakalanma kaygısı alt boyutlarından ise sosyalleşme kaygısı cinsiyete göre anlamlı farklılaşmaktadır.

Spor merkezi katılımcılarının cinsiyet değişkenine göre sporcuların yeni tip korona virüse (covid-19) yakalanma kaygısı alt boyutlarından sosyalleşme kaygısı kadın katılımcılarda daha yüksek görülmüştür.

Bu bulguya benzer olarak Fiorilli (20221) yapmış olduğu çalışmada, kadınlar hem sporcu hem de antrenör gruplarında erkeklere göre strese karşı önemli ölçüde daha

savunmasız görünmektedir. Karantina sırasında kadın sporcular, erkek sporcular için öncelikli olan tesisler veya sağlık kontrolleri gibi kaynaklara erişimde zorluk yaşamışlar ve istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar bulunmuştur.

Bu araştırmada spor fitness merkezlerinin medeni durum değişkenine göre %41,1'ini evli ve %58,9'unu bekâr katılımcıların oluşturduğu tespit edilmiştir. Medeni durum değişkenine göre algılanan hizmet kalitesi alt boyutlarına göre herhangi gibi bir farklılığa rastlanmamıştır.

Analiz sonuçlarımızın aksine, Tüfekçi (2010) araştırmasına baktığımızda, evlilerin tüm boyutlarda bekârlara göre yüksek beklenti düzeylerine sahip oldukları görülmektedir. Evlilerin en yüksek beklentileri 'soyunma odası boyutunda' iken, en düşük beklentileri 'antrenman tesisi' boyutundadır.

Sporcuların yeni tip korona virüse (covid-19) yakalanma kaygısı alt boyutlarından ise sosyalleşme kaygısı ile medeni duruma göre anlamlı farklılaşmaktadır. Evli katılımcıların sosyalleşme kaygısı bekârlara göre daha yüksektir.

Spor merkezlerini kullanan evli katılımcıların beklentilerinin daha fazla olduğu ve sorumlulukları bakımından kaygı düzeylerinin daha yüksek çıkması beklenen bir sonuçtur. Evli katılımcıların aile olgusu bakımından gelecek beklentisinin bekârlara göre daha fazla olduğu toplumumuz tarafından bilinmektedir. Covid-19 salgını sürecinde ölüm oranlarının fazla olması ve aynı evi paylaşan bireylerin çalıştıkları ortamlardan bulaş riski olması nedeniyle birlikte evli bireylerde sosyalleşme kaygısı daha fazla olduğu bilinmektedir.

Araştırmada çıkan bulguların aksine, Çiftçi (2020) çalışmasında, COVID-19 pandemisinde Medeni durum değişkeni açısından kaygı ve iyi oluş puanları arasında herhangi gibi bir anlamlı farklılık bulunamamıştır.

Bu araştırmada spor fitness merkezi katılımcılarının, spor merkezi kullanım amacına göre %27,7'sini aerobik, %51,8'ini fiziksel uygunluk, %20,6'sını ise performans oluşturmuştur. Katılımcıların spor merkezi kullanım amacına göre algılanan hizmet kalitesi ve sporcuların yeni tip korona virüse (covid-19) yakalanma kaygısı arasında anlamlı bir farklılığa rastlanmamıştır.

Araştırmada çıkan sonuçlara göre spor merkezlerini kullanan kişilerin genellikle fiziksel uygunluk ve sağlık açısından kullandığı görülmektedir. Spor merkezlerinin

tasarımı ve ekipmanlarının yeterliliği katılımcıların daha iyi bir şekilde spor yapacaklarını göstermektedir. Eğitimcilerin bilgili olması ve program kalitesi konusunda üyelere sundukları hizmetler sonucunda spor merkezini kullanan üyelerin daha uzun süreli üyelikler yapacağı gözlemlenmiştir.

Bu araştırmada spor fitness merkezi katılımcılarının, spor merkezi haftalık kullanım sıklığına göre %28,7'sini 1-2 kez, %58,9'unu 3-4 kez ve %12,4'ünü ise her gün kullanan kişiler oluşturmaktadır. Algılanan hizmet kalitesi ile spor merkezi haftalık kullanım sıklığı değişkeni arasında anlamlı farklılıklar vardır. Sporcuların yeni tip korona virüs (covid-19) yakalanma kaygısı ile spor merkezi haftalık kullanım sıklığı değişkeni arasında herhangi gibi bir farklılığa rastlanmamıştır.

Çıktı hizmet kalitesi alt boyutuna göre spor merkezlerini haftalık kullanımına göre farklılıkların olduğu tespit edilmiştir. Spor merkezlerini haftada 3-4 kez kullanan katılımcıların çıktı puanları diğerlerine göre daha yüksektir. Spor merkezlerini kullanan katılımcılar genel olarak antrenman periyodlarına göre kullanım sağlamaktadırlar. Sedanter bireyler için genellikle profesyoneller tarafından tercih ettirilen antrenman periyodu hafta 3-4 kez kullanım şeklindedir. Çıktı kalitesi alt boyutunun içerdiği bedensel bir değişim genel olarak herkesin isteyeceği bir değişikliktir.

Bu araştırmada spor fitness merkezi katılımcılarının, spor geçmişi değişkenine göre %29,8'ini 1-4 yıl, %40,4'ünü 5-9 yıl ve %29,8'ini ise 10 yıl ve üzeri katılımcılar oluşturmaktadır. Algılanan hizmet kalitesi alt boyutları ile spor geçmişi değişkenine göre anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir. Sporcuların yeni tip korona virüs (covid-19) yakalanma kaygısı ile spor geçmişi değişkeni arasında herhangi gibi bir farklılığa rastlanmamıştır.

Araştırmadaki katılımcıların spor geçmişine göre fiziksel çevre hizmet kalitesinin katılımcıların spor geçmişine göre anlamlı düzeyde farklılaştığı tespit edilmiştir. 10 yıl ve üzeri spor geçmişine sahip katılımcıların çevre puanları diğerlerine göre daha yüksektir. Spor merkezlerini uzun süre kullanan katılımcıların spor merkezlerinin ortam kalitesinden etkilendiği görülmüştür. Spor fitness merkezlerinin gün geçtikçe değişmesi alet ve ekipman konusunda daha yeterli olması ve ortam hizmet kalitesinin her zaman daha iyi olması spor merkezlerini 10 yıl ve üzerinde kullanan katılımcılar için çok önemli olduğu tespit edilmiştir.

Araştırma bulgularını destekleyen, Memiş ve Ekenci'nin (2007)'de yaptıkları araştırmada 1 yıl ve daha fazla zamandır spor merkezlerinden faydalanan katılımcıların algılanan hizmet kalitesi alt boyutlarında anlamlı farklılıklar olduğunu bulmuştur. Spor merkezlerinin üye tutturma çabalarına önem vermeleri gerektiğini ayrıca savunmuştur.

Bu araştırmada spor fitness merkezi katılımcılarının, salon içi kullanım süresi değişkenine göre %12,1 31-60 dakika, 61-90 dakika %47,2 ve %40,8'ini ise 91 dakikadan fazla kullanan kişiler oluşturmaktadır. Algılanan hizmet kalitesi alt boyutları ile salon içi kullanım süresi değişkeni arasında anlamlı bir farklılık vardır.

Hizmet kalitesinin fiziksel çevre, egzersiz ekipmanları ve ortam koşulları spor merkezinde geçirilen süreye göre anlamlı farklılaştığı görülmektedir. 31-60 dakika merkezde kalanların fiziksel çevre ve egzersiz ekipmanları hizmet kalitesi algısı diğerlerinden daha yüksek iken 61-90 dakika kalanların ortam koşulları hizmet kalite algısı en yüksek puanı almıştır.

Spor merkezini kullanan katılımcıların en az yüzdeliğini oluşturan 31-60 dakika (%12,1) merkezde kalan üyelerin hızlı bir şekilde sonuç odaklı olarak çalıştıkları istatistiksel olarak gözlemlenmiştir. Spor merkezi egzersiz ekipmanlarının kaliteli olması ve programlara göre tasarlanmış ve yeterli olması spor merkezi kullanıcılarının bir kısmının hizmet kalitesi boyutlarına göre önemli olduğu görülmüştür. 61-90 dakika merkezde kalan bireylerin ise spor merkezinin üyelere sunduğu hizmetin, üye ihtiyaçlarıyla örtüşmesi gerektiği istatistiksel olarak gözlemlenmiştir.

Sporcuların yeni tip korona virüs (covid-19) yakalanma kaygısı ile salon içi kullanım süresi değişkenine göre sosyalleşme kaygısı alt boyutunda anlamlı farklılıklar vardır. 91 dk 'dan fazla tesiste kalanın sosyalleşme kaygısı diğerlerine göre daha yüksektir.

Spor merkezini kullanan katılımcıların salon içinde daha fazla vakit geçiren katılımcılarında sosyalleşme kaygısının daha fazla olduğu istatistiksel olarak bulunmuştur. Katılımcıların spor merkezinde geçirdiği süreç içerisinde, spor merkezine giriş yapan kişi sayısı daha fazla olacaktır. Bu da bulaş riskini daha fazla arttıracaktır. Her ne kadar spor merkezi hijyen konusunda tüm önlemleri alsın

da spor merkezi kullanım süresi en fazla olan katılımcıların kaygılarının yüksek çıkması olası bir sonuçtur.

Bu araştırmada spor fitness merkezlerinin algılanan hizmet kalitesi ve sporcuların yeni tip korona virüse (covid-19) yakalanma kaygısı arasında yüksek düzeyde anlamlı bir ilişki vardır.

Analiz sonuçlarına göre, Katılımcıların spor fitness merkezlerinin algılanan hizmet kalitesi ve sporcuların yeni tip koronavirüse (covid-19) yakalanma kaygısı arasında fiziksel çevre hizmet kalitesi ile sosyalleşme kaygısı arasında zayıf bir doğrusal ilişki vardır.

Araştırmaya göre katılımcıların spor fitness merkezlerinden beklentileri fiziksel çevre kalitesi yönünden tasarım, ortam, alet ve ekipmanların yeterliliği, soyunma odaları ve banyoların temiz olması ve tüm teçhizatın bakımlı olması halinde katılımcıların, sosyalleşme kaygılarında azalma olacağı ortaya koyulmuştur.

Araştırmamızın aksine, Dindar (2022) çalışmasında bazı dövüş sporlarını yapan bireylerin korona virüs kaygısı ile spor merkezinde geçirilen süre arasında anlamlı düzeyde farklılıklar bulunamamıştır.

ÖNERİ

- 1- Spor merkezlerinde çalışan bireylerin eğitim, yetenek, bilgi düzeyi, kapasite ve öğretim becerisine önem vermelidir.
- 2- Spor merkezlerinin üyelerin hizmet kalitesi algısını daha da artırmak için yerleşim yerini merkezi konumlarda bulundurmmalıdır.
- 3- Spor merkezleri vereceği hizmeti, kendi bölgelerindeki nüfus dağılımını dikkate alarak tüm yaş, meslek ve cinsiyet gruplarına hitap etmelidir.
- 4- Spor merkezlerine üye kişilerin beklenti ve taleplerinin önceden tespit edilmesi ve ön çalışma yapılması önerilebilir.
- 5- Spor merkezlerinin, kadın üye sayısının artırılması ile ilgili gerekli tanıtım çalışmaları ve yenilikler programlanmalı, yüksek standartlarda düzenlemeler yapılmalıdır.
- 6- Spor merkezi üyelerinin ihtiyaçları ve görüşleri doğrultusunda, fitness merkezi ile ilgili fiziki düzenlemeler, yeni alet ve ekipman alımı ile program çeşitliliği gibi adımlar atılmalıdır.
- 7- Spor merkezi yeni etkinlikler üreterek spor merkezini kullanan bireylerin spora devamlılığını ve müşteri memnuniyetini arttırmalıdır.
- 8- Spor merkezlerinin yeni tip korona virüs (covid-19) yakalanma kaygısını azaltabilmek için üyelere dikkat amaçlı düzenli anonslar yapılmalıdır.
- 9- Spor merkezinin yeni tip korona virüse (covid-19) yakalanma kaygısını azaltabilmek için çalışanların düzenli dezenfekte çalışmaları yapmalıdır.
- 10- Spor merkezi çalışanlarının yeni tip korona virüse (covid-19) yakalanma kaygısını azaltabilmek için üyelere spor havlusu kullanımı konusunda düzenli uyarılar yapılmalıdır.

KAYNAKÇA

- Acar, E. (2015). *Kamu ve Özel Spor Merkezlerine Devam Eden Üyelerin Hizmet Kalitesine Yönelik Algı ve Beklenti Düzeylerinin Karşılaştırılması*. Yüksek Lisans Tezi. Kütahya: Dumlupınar Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü.
- Ağduman, F. (2021). Sporcuların Pandemi Döneminde Covid-19'a Yakalanma Kaygı Düzeylerinin İncelenmesi. *Germenica Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 2(1), 1-14.
- Akari, Ö. F. (2019). *Değerler Eğitimi Açısından Spor*. Doktora Tezi. İstanbul: Marmara Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü.
- Akdeniz, S. (2014). *Özel Spor Merkezlerinde Hizmet Kavramının Önemi ve Müşteri Memnuniyetine Yönelik Bir Uygulama*. Doktora Tezi. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü.
- Akgül, B. M., Sarol, H., ve Gürbüz, B. (2009). Rekreatyonel Amaçlı Hizmet Veren Spor İşletmelerinin Hizmet Kalitesinin Belirlenmesi. *Gazi Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 14(3), 33-39.
- Akın, F. N. (2021). *Kurumsal Spor Merkezi Eğitimcilerinin Mesleki Canlılık, Lider Etkinliği, 112 Öz Kontrol ve Öz Yönetim Açısından İncelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi. Bartın: Bartın Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
- Akın, K. G. (2013). *Reklamlarda Hizmet Kalitesi Boyutlarının Kullanılması*. Yüksek Lisans Tezi. Afyon: Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Aksoylu, EM. (2019). *Spor Merkezi Üyelerinin Hizmet Kalitesi İle Müşteri Memnuniyetine Yönelik Beklenti ve Algılarının Değerlendirilmesi: Kozawos The Club Spor Merkezi Örneği*. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: İstanbul Gelişim Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü.
- Aktan İbik, Ö. (2006). *Rekabet Ortamında Hizmet Kalitesinin Önemi ve Bir Havayolu İşletmesinde Hizmet Kalitesinin Gerçekleştirilmesine Yönelik Bir Uygulama*. Yüksek Lisans Tezi. Kocaeli: Kocaeli Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.
- Altıntaş B. (2021). *Covid-19 Salgını Sürecinde Pilates İşletmelerinin Organizasyon Yapısı ve Müşterilerinin Algılanan Hizmet Kalitesinin Belirlenmiş Değişkenlere Göre İncelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: İstanbul Gelişim Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü.
- Aras, H., K. Çimen, ve Ö. Ü. F. Bal, (2019). Fiziksel Egzersiz Hizmetlerinde Algılanan Hizmet Kalitesinin Değerlendirilmesi: Ankara Bfit Örneği. *Sciences*, 5(21), 1323-1333.
- Arı, H. (2019). *Müşteri İlişkileri Yönetimi Faaliyetlerinin Müşteri Değeri Müşteri Tatmini ve Müşteri Sadakati Üzerine Etkilerinin İncelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi. Mersin: Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimleri Enstitüsü.
- Arslan, M. (2014). *İşletme Yönetimi II*. Harran Üniversitesi Birecik Meslek Yüksekokulu. Hakkari.

Aslan, M. (2006). “*Determination of The Service Quality Among Sport and Fitness Centers of The Selected Universities.*” submitted to. Ankara: Middle East Technical University The Graduate School Of Social Sciences.

Anyan, F., Hjemdal, O., Ernstsén, L., and Havnen, A. (2020). Change In Physical Activity During The Coronavirus Disease 2019 Lockdown In Norway: *The Buffering Effect Of Resilience On Mental Health. Frontiers in Psychology*, 11, 598481.

Aydın, A. ve S. Tiryaki. (2017). Üniversite Öğrencilerinin Kaygı Düzeylerini Etkileyen Faktörleri Belirlemeye Yönelik Bir Çalışma (KTÜ Örneği). *Kastamonu Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi*, 17(4), 715-716.

Aysan, AF., Balcı, E., Karagöl, ET., Kılıç, E., Gültekin, F., Şahin, F., vd.(2020). *Covid-19 Pandemi Değerlendirme Raporu*. Şeker M, Özer A, Tosun Z, Korkut C, Doğrul M, editörler. Ankara: Türkiye Bilimler Akademisi Yayınları, TÜBA Raporları No:34; 2020.

Bahar, A. T. E. Ş., B. Karabulut ve E. Polat.(2022). Kovid-19 Pandemisinin Neden Olduğu Korku Düzeyi ve Egzersiz Motivasyonu Arasındaki İlişki. *Gaziantep Üniversitesi Spor Bilimleri Dergisi*, 7(4), 429-445.

Batu B. ve A.D. Aydın.(2020). Investigation of Anxiety of Swimmers Regarding Contracting New Type of Coronavirus (Covid-19). *Health and Medical Sciences*, 36, 12-31. Doi: 10.17363/SSTB.2020.36.4

Başkan, H. (2022).*Müşteri İlişkileri Yönetiminin Müşteri Sadakatine Etkisi: Otomotiv Yan Sanayinde Bir Araştırma*. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Benjamin S., Karen M., Holcombe KM. (1997).“Lessons Learned About Service Quality What It Is, How to Manage It, and How to Become a Service Quality Organization” Consulting Psychology Journal: *Practice and Research*, Vol.49, No.1, 35–50. 1997. 7

Bektaş, D. (2018). *İşletme Fonksiyonları Açısından Çevreye Duyarlı İşletmecilik Faaliyetlerinin Muhasebe İşlemleri: Bir Üretim İşletmesi Üzerinde Araştırma*. Yüksek Lisans Tezi. Bilecik: Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Boz, C. (2007). *Yerel Yönetimlerin Spor Tesislerinde Toplam Kalite Yönetimi Uygulamaları (İstanbul Büyükşehir Belediyesi örneği)*. Doktora Tezi. İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Bulgan, U. ve Gürdal, G. (2005). ‘*Hizmet Kalitesi Ölçülebilir mi ?*’ ÜNAK'05: Bilgi Hizmetlerinin Organizasyonu ve Pazarlanması, İstanbul, Türkiye.

Bulut, A. (2019). *Algılanan Hizmet Kalitesi, Müşteri Memnuniyeti ve Müşteri Sadakati: Fitness Merkezi Üyeleri Üzerinde Bir Uygulama*. Yüksek Lisans Tezi. Konya: Selçuk Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Üniversitesi.

Canbaz, AE. (2019). *Konya Büyükşehir Belediyesi Komek ve Asem Bünyesinde Rekreatif Hizmet Sunan Spor Salonlarında Algılanan Hizmet Kalitesi*. Yüksek Lisans Tezi. Selçuk Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü. Konya.

Cardoso, J. P. P., Afonso, M. V. R., Mendes, B. F., Vieira, E. R., Pereira, W. D. F., Dias-Peixoto, M. F, ... and Andrade, E. F. (2022). *Fear Of COVID-19 Influences*

Physical Activity Practice: A Study İn A Brazilian Sample. Psychology, Health & Medicine, 1-9.

Cengiz R. (2022). *Fitness Katılımcılarının Rekreatif Etkinliklere Yönelik Serbest Zaman İlgilenimi ve Algılanan Hizmet Kalitesi Düzeylerinin Belirlenmesi*. Yüksek Lisans Tezi. Bartın: Bartın Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Beden Eğitimi Ve Spor Anabilim Dalı.

Cengiz, R, ve F. Yaşartürk. (2020). Fitness Eğitiminin Spor Salonlarındaki Hizmet ve Serbest Zaman Doyumla İlgili Düşüncenin İncelenmesi. *Uluslararası Güncel Eğitim Araştırmaları Dergisi* , 6 (1), 48-62.

Ceyhun, S. (1998). *Kamuya Ait Spor Salonlarının İşletmeciliğindeki Verimlilik*. Yüksek Lisans Tezi. Sakarya: Sakarya Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü.

Ceyhun S. (2006). *Spor İşletmelerinde Hizmet Kalitesi*. Doktora Tezi. Ankara: Gazi Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü.

Çakır, B. (2022). *Fitness Egzersizi Yapan Bireylerin Covid-19'a Yakalanma Kaygıları, Sportif Sorunlarla Başa Çıkma Becerileri ve İlişkili Faktörler*. Yüksek Lisans Tezi. Aydın: Aydın Adnan Menderes Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü.

Çetin A, ve A. Demir. (2021). Rekreatif spor tesisleri üyelerinin algılanan hizmet kalitesi düzeylerinin incelenmesi. *Opus Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi* 17(33),425-446.

Çiftçi, F. ve A. Demir. (2020). The Effect of Home- Based Exercise on Anxiety and Mental Well-Being Levels of Teachers and Pre-Service Teachers in COVID-19 Pandemic *African Educational Reaserch. Journal*, 8,20-28.

Damar, A. (2021). *Spor Tesisleri ve İstihdam: Sosyal Konutlar Bünyesindeki Sportif Alanlar Üzerine Nitel Bir Araştırma*. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: İstanbul Gelişim Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü.

Dal, S, (2014). *Özel Spor İşletmelerinin Ücretlendirme Politikalar*. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü.

Demir, TG., H.İ. Cicioğlu ve E.L. İlhan. (2020). Sporcuların Yeni Tip Koronavirüse (Covid-19) Yakalanma Kaygısı Ölçeği (SYTKYKÖ): Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması. *Journal of Human Sciences*, 17 (2), 458-468.

Dindar, M. (2022). *Covid-19 Salgın Krizi Sırasında Milli Takım Düzeyinde Yarışmakta Olan Sporcuların Spora Katılım Düzeylerinin ve Spora Katılma Nedenlerinin İncelenmesi (Judo, Güreş ve Taekwondo Örneği)*. Yüksek Lisans Tezi. Edirne: Trakya Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü

Doğan, M. M. ve B. Düzel. (2020). Covid-19 Özelinde Korku-Kaygı Düzeyleri. *Turkish Studies*, 15(4), 739-752.

Doğaner, S. ve P. Akman. (2019). Özel Spor Merkezlerine Aktif Olarak Devam Eden Kişilerin Müşteri Memnuniyetinin Belirlenmesi. *Spormetre Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 17(2), 199-210.

Duman, F. K. (2022). Spor Tesislerinde Algılanan Hizmet Kalitesinin Müşteri Memnuniyeti İle İlişkisi. *ROL Spor Bilimleri Dergisi*, 3(3), 1-13.

- Ekenci, G. ve M. Gözen. (1998). Türkiye'de Spor Tesis ve Hizmetlerinin Özelleştirilmesi. *Gazi Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 5(2), 67-78.
- Ekenci, G. ve A.F. İmamoğlu. (2002). *Spor işletmeciliği*. Nobel Yayın Dağıtım.
- Ekmekci, R. ve A. Ekmekçi. (2010). Sport Marketing. *Pamukkale Journal Of Sport Sciences*, 1(1), 23-30.
- Elibol, E. (2021). *İşletmelerin Uluslararası Ticarete Yaşadıkları Lojistik Sorunlar: Gıda Sektöründe Faaliyet Gösteren İşletmelere Yönelik Nitel Bir Çalışma*. Yüksek Lisans Tezi. Karaman: Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Erdem, E. (2008). *Maslow' un İhtiyaçlar Hiyerarşisi Kuramına Göre Konutların Swot Analizi İle Değerlendirilmesi*. Yüksek Lisans Tezi. Ankara: Ankara Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.
- Ergin, B. M., I. A. F, İmamoğlu, T. U. N. Ç. Taner, S. Akpınar, ve Ç. O. N. Musa.(2011). Üniversite Spor Merkezlerindeki Hizmet Kalitesi Boyutlarının Algı ve Önem Düzeylerinin İncelenmesi. *Spor ve Performans Araştırmaları Dergisi*, 2(1), 41-49.
- Erikssen, G. (2001). Fiziksel Uygunluk ve Ölüm Oranındaki Değişiklikler. *Spor Hekimliği* , 31 (8), 571-576.
- Escamilla-Fajardo, P., Núñez-Pomar, J. M., Calabuig-Moreno, F., and Gómez-Tafalla, A. M. (2020). Effects of the COVID-19 Pandemic on Sports Entrepreneurship. *Sustainability*, 12(20), 8493.
- Eskiler, E. (2015). *Spor-Fitness Hizmetlerinde Davranışsal Niyetlerin Belirleyicileri*. Doktora Tezi. Sakarya: T.C. Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Filiz, Z., V. Yılmaz ve C. Yağizer (2010). Belediyelerde Hizmet Kalitesinin Servqual Analizi İle Ölçümü: Eskişehir Belediyelerinde Bir Uygulama. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10,3, 61.
- Fiorilli, G., Grazioli, E. Buonsenso, A. Di Martino, G. Despina, T., Calcagno, G., and Di Cagno, A. (2021). A National COVID-19 Quarantine Survey and its Impact on the Italian Sports Community: *Implications and Recommendations*. *Plos one*, 16(3), e0248345.
- Garcia, G. P. A., Fracarolli, I. F. L. Dos Santos, H. E. C., de Oliveira, S. A., Martins, B. G. Santin Junior, L. J. and Rocha, F. L. R. (2022). Depression, Anxiety and Stress in Health Professionals in the COVID-19 Context. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(7), 4402.
- Glaveli, N., Papadimitriou, D. Karagiorgos, T, and Alexandris, K. (2021). Exploring the Role of Fitness Instructors' Interaction Quality Skills in Building Customer Trust in the Service Provider and Customer Satisfaction. *European Sport Management Quarterly*, 1-22.
- Göğebakan, R., A. Sanioğlu, İ. Şahin, H. Budak, ve K. Baştaş (2021). Amatör Futbolcularda Prososyal ve Antisosyal Davranışların Kaygı Düzeyine Etkisi. *Kilis 7 Aralık Üniversitesi Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 4(2), 48-54.

- Günel, İ. (2019). *Algılanan Hizmet Kalitesinin Sporcuların Spora Özgü Başarı Motivasyonu Üzerine Etkisi: Türkiye Olimpik Hazırlık Merkezlerinde Eğitim Alan Sporcular Üzerine Bir Uygulama*. Doktora Tezi. Muğla: Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü.
- Gül, H. ve S. Kuşluvan (2012). *İşletmelerdeki Kurumsallaşma Düzeyinin İşletme Performansına Etkisi: Konaklama İşletmelerinde Bir Uygulama*. Yüksek Lisans Tezi. Nevşehir: Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Gümüş, Y.B. (2022). *Sportif Etkinliklere Katılan Bireylerin Yeni Tip Koronavirüse (Covid19) Yakalanma Kaygısı Düzeylerinin Ölçülmesi*. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: Haliç Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü.
- Gümüş, E.A.(2006). Sosyal Kaygının Benlik Saygısına ve İşlevsel Olmayan Tutumlara Göre Yordanması. *Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi*. Cilt: III Sayı:26, 63-64.
- Gürbüz, B. ve Ç. Gücal (2020). Algılanan Hizmet Kalitesi ve Müşteri Bağlılığı Arasındaki İlişki: Sağlık ve Zindelik Kulüpleri Örneği. *Spormetre Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 18(3), 180-191.
- Güzel, D. ve M. F. Taşcı (2022). Spor Merkezlerinde Algılanan Hizmet Kalitesi Düzeyinin Belirlenmesi: Erzurum İli Örneği. *Bucak İşletme Fakültesi Dergisi*, 5(1), 66-88.
- Hayva, S. (2015). *Rekabetçiliğin Hizmet Kalitesine Etkisi: Kahramanmaraş İli Kamu ve Özel Hastanelerinde Bir Araştırma*. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- İmamoğlu, A. F. ve T. O. Mutlu (2012). Spor İşletmelerinde Öğrenen Organizasyon Uygulamalarının Örgütsel Performansa Etkisi. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 2(1), 141-150.
- İslamoğlu, İ., M. Çebi, M. Eliöz, B. Yamak, ve O. İmamoğlu (2019). Özel Spor Merkezlerindeki Hizmet Kalite Algısı. *Journal of International Social Research*, 12(65).
- Kaçaroğlu, M. O. (2015). Hizmet İşletmelerinde İçsel Pazarlama Ve Hizmet Kalitesinin Karşılaştırmalı Değerlendirilmesi: Pamukkale Üniversitesi Spor Merkezi Örneği. *Yüksek Lisans Tezi*. Denizli: Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Kara, A. (2017). *Hizmet Pazarlamasında Müşteri Memnuniyeti ve Bir Spor İşletmesi Örneği*. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: İstanbul Gelişim Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Katırcı, H. (2012). *Spor Tesis İşletmesi ve Saha Malzeme Bilgisi* Anadolu Üniversitesi. Açıköğretim Fakültesi Yayınları, Eskişehir.
- Katırcı, H. ve M. Oyman (2013). Spor Merkezlerinde Tüketici Tatmini ve Sadakat. *Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 5(2), 90-100.
- Kayakıran, D. (2016). *İşletme Birleşmelerinin İşletmelerin Piyasa Değerine Etkisi ve Bir Araştırma*. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

- Kazan, A. (2020). *Otel İşletmelerinde Algılanan Hizmet Kalitesi, Müşteri Memnuniyeti ve Davranış Niyeti Üzerine Palandöken’de Bir Araştırma*. Yüksek Lisans Tezi. Erzincan: Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Korkmaz, E. (2006). *Otel İşletmelerinin Yiyecek–İçecek Hizmetlerinde Dış Kaynak Kullanımı (OUTSOURCING). Hizmet Kalitesine Yönelik Yönetici ve Müşteri Algılamalarının Antalya Örneği İle Değerlendirilmesi*. Yüksek Lisans Tezi. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Kılıç, M. (2022). *Bisiklet Branşındaki Sporcuların Covid-19’a Yakalanma Kaygılarının İncelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi. Elazığ: Fırat Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü.
- Kurt, M. ve K. Demir (2015). İşletmecilik Tarihi Üzerine Bir Bibliyografya Denemesi: *Osmanlı Sanayileşmesi ve Fabrikalar. Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi* , 13 (2), 114-139.
- Lapa, T. Y., T.Y. Lapa, ve E. Baştaç (2012). Evaluating The Service Quality Assessment of Individuals Attending Fitness Centers in Antalya. *Pamukkale Journal of Sport Sciences*, 3(1), 42-52.
- Marangoz, S. (2021). *Bir Vakıf Üniversitesi Spor Merkezi Üyelerinin Memnuniyet Düzeylerinin Bazı Demografik Değişkenlerle İlişkisinin Saptanmasına Yönelik Bir Araştırma*. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: T.C. Acıbadem Mehmet Ali Aydınlar Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü.
- Memiş U.A. ve G. Ekenci. (2007). “Spor Merkezlerinde Müşteri Memnuniyeti (Ankara İli Örneği),” *Gazi Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi* XII.
- Moore, S.A., Faulkner, G., Rhodes, R.E., Brussoni, M., Chulak-Bozzer, T., Ferguson L.J., et al. (2020). Impact Of The COVID-19 Virus Outbreak On Movement and Play Behaviours of Canadian Children and Youth: A National Survey. *International Journal of Behavioral Nutrition and Physical Activity*, 9.
- Nihan, S. U., O. Arslan, ve Ç.A.R. Bekir (2021). Pandemi sürecinde kadın futbolcuların yeni tip koronavirüse yakalanma kaygı düzeylerinin incelenmesi. *Uluslararası Güncel Eğitim Araştırmaları Dergisi*, 7(1), 212-223.
- Osmanoğlu, H., Ü. Z. Ü. M. Hanifi, Ü. KARLI, ve A. Aycan. (2018). Spor Turizmi Hizmet Kalitesi Ölçeği Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması. *Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 14(1), 121-134.
- Özcan, E. (2021). *Türkiye’deki Spor/Fitness Merkezlerinde Egzersiz Yapan Bireylerin Egzersiz Bağımlılığı Ve Koronavirüs Anksiyete Durumlarının İncelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi. Bolu: Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü.
- Öztürk, H. (2010). “Sağlıklı Yaşam ve Spor Merkezi Müşterilerinin Tatmin Düzeylerinin Bazı Demografik Değişkenlerle İlişkisinin Karşılaştırılması”. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Öztürk, M., Ö. Sağlam, ve M. Çalışır. (2016). Özel Spor İşletmeleri İçin Q-Sport-14 Ölçeğinin Uyarlama Çalışması. *International Journal Of Sport Exercise And Training Sciences-Ijsets*, 2(1), 30-38.

- Özmutlu, İ. (2021). *Aktif Spor Yapan Sporcuların Pandemi Sürecinde Covid-19 Salgınına Karşı Yakalanma Kaygı Düzeyi ile Spora Özgü Başarı Motivasyonu Arasındaki İlişkinin İncelenmesi (Tekirdağ İli Örneği)*. Yüksek Lisans Tezi. Tekirdağ: Tekirdağ Namık Kemal Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü.
- Özsarı, A. (2020). *Kamu Spor Örgütlerinde Entelektüel Sermaye, İnovatif Davranış ve Bağlamsal Performans İlişkisi (Gençlik ve Spor İl Müdürlükleri Araştırması)*. Doktora Tezi. Konya: Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Parasuraman, A., V.A. Zeithaml, ve L. Berry. (1988). SERVQUAL: Tüketicilerin Hizmet Kalitesi Algılarını Ölçmek İçin Çok Maddeli Bir Ölçek. 1988 , 64 (1), 12-40.
- Peteet, JR. (2020). COVID-19 Kaygısı. *Din ve Sağlık Dergisi* , 59 (5), 2203-2204.
- Ramazanoğlu, M. O. (2007). *Spor İşletmelerinde Çalışan Personelin Tükenmişlik Durumunun İncelenmesi*. Doktora Tezi. İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Sakaoğlu H.H., D. Orbatu, M.Emiroglu ve Ö. Çakır (2020). Covid-19 Salgını Sırasında Sağlık Çalışanlarında Spielberger Durumluk ve Sürekli Kaygı Düzeyi: Tepecik Hastanesi Örneği. *Tepecik Eğitim ve Araştırma Hastanesi Dergisi*, 2020; 30: 1-9.
- Sarıışık, M., ve F. Dikkaya. (2015). Hizmet Kalitesi Kapsamında Heveslilik Boyutuna İlişkin Beklenti ve Algıların Belirlenmesi. *Kastamonu Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 7(1), 37-51.
- Sayar, K. (2000). Anksiyete: Özgürlüğün Baş Dönmesi. *Defter*. 13(39). 72-83.
- Şahin, M. (2021). *Covid-19 Pandemi Sürecinde Salon Hokey Süper Lig Oyuncularında Depresyon Kaygı ve Stresin İncelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi. Amasya: Amasya Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü.
- Şahin, R. (2018). *Fitness Merkezlerinde Algılanan Hizmet Kalitesi, Algılanan Değer, Müşteri Memnuniyeti ve Davranışsal Niyetler Arasındaki İlişkiler*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İzmir: Ege Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü.
- Şener, H. Y. ve S. Behdioğlu. (2013). Müşteri Sadakati Oluşturmada Müşterinin Algıladığı Değer, Memnuniyet ve Rakip İşletmeye Geçme Maliyeti: Bir Spor Merkezinde İstatiksel Uygulama. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (30), 165-180.
- Serbest, E. (2021). *Amatör Futbolcuların Yeni Tip Koronavirüse Yakalanma Kaygıları İle Psikolojik İyi Olma Düzeylerinin Değerlendirilmesi (İstanbul Örneği)*. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: İstanbul Gelişim Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü.
- Sevimli, S. (2006). *Hizmet Sektöründe Kalite ve Hizmet Kalitesi Ölçümü Üzerine Bir Uygulama*. Doktora Tezi. İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Sheriff, N. M., Sahak, S. Z., Razali, F. N. F. M., Fadzli, N. N. M., and Japri, N. N. (2022). Dimensions of Sports and Recreational Service Quality Influencing Fitness Centre's Member Satisfaction. *Jurnal Intelek*, 17(2), 168-179.

- Singhal, T. (2020). Korona Virüs Hastalığı 2019'un (COVID-19) Gözden Geçirilmesi. *Hint Pediatri Dergisi*, 87 (4).
- Solak, N. (2015). *Spor İşletmelerinde Algılanan Hizmet Kalitesi Üzerine Bir Araştırma*. Yüksek Lisans Tezi. Trabzon: Karadeniz Teknik Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
- Sur, E. (2021). *Maslow'un İhtiyaçlar Hiyerarşisi Bağlamında Lise Öğrencilerinin Çevresel Güvenlik Algılarının Gelecek Beklentileri Üzerine Etkisi*. Yüksek Lisans Tezi. Bolu: Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü.
- Talimciler, A. (2008). Futbol Değil İş: Endüstriyel Futbol. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 26, 89-114.
- Tekke, M. (2019). Maslow'un İhtiyaçlar Hiyerarşisinin En Son Düzeyleri: Kendini Gerçekleştirme ve Kendini Aşmışlık. *Eğitimde Nitel Araştırmalar Dergisi*, 7(4), 1704-1712.
- Todisco, P, and L.M. Donini. (2021). Eating Disorders and Obesity (ED&O) In The COVID-19 Storm. *Eating and Weight Disorders*, 26, 747-750.
- Tumay, E. (2019). *Müşteri Memnuniyetinde Hizmet Kalitesinin Rolü: Konya'Daki Fitness Salonu İşletmelerinin Müşterileri Uzerinde Bir Araştırma*. Doktora Tezi. Konya: Necmettin Erbakan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Tüfekci, Ö. (2010). “*Fitness Merkezleri Müşterilerinin Hizmet Kalitesine Yönelik Beklenti ve Algılarının Değerlendirilmesi*”. Yüksek Lisans Tezi. Balıkesir: Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Türkmen, M. ve A. Özseri (2020). Covid-19 Salgını ve Spor Sektörüne Etkileri. *International Journal of Sport Culture and Science*, 8(2), 2148-1148. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/intjscs/issue/54126/728926>.
- Türksoy, B. ve A. Aycan. (2020). Spor Merkezlerinde Sunulan Hizmetlere Yönelik Kalite Algısının Değerlendirilmesi. *Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 20(2), 489-508.
- Uçan, Y. (2007). *Spor-Fitness Merkezlerinin, Algılanan Hizmet Kalitesi Ölçeğinin Geliştirilmesi*. Doktora Tezi. Bolu: Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Uslu S, ve M. Yıldırım (2021). Spor işletmelerinde müşteri memnuniyetinin bazı değişkenlere göre incelenmesi. *OPUS International Journal of Society Researches*, 18(Yönetim ve Organizasyon Özel Sayısı), 1448-1483.
- Uyar, D. (2020). *Yerel Yönetimlere Ait Spor İşletmelerinden Hizmet Alan Bireylerin Memnuniyetlerine Etki Eden Faktörlerin İncelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi. Konya: Selçuk Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü.
- Yeler, G. (2021). Sağlık ve Spor için Mekanlar: Fitness Merkezleri ve Salonları. *GSI Dergileri Serie A: Turizm Rekreasyon ve Spor Bilimlerindeki Gelişmeler*, 4 (2), 147-162.
- Yetim, G. ve M. Argan (2018). Boş Zaman İlgilenim Faktörleri ile Fitness Merkezine Yönelik Tatmin ve Sadakat Arasındaki İlişki. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 18(1), 49-62.

- Yıldırım, M. (2017). Spor Tesisleri Müşteri Memnuniyeti Ölçeği Geliştirilmesi: Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması. *21. Yüzyılda Eğitim ve Toplum Eğitim Bilimleri Ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 6(16), 157-176.
- Yıldız, S. M., M. Duyan, ve İ. Günel. (2018). Hizmet Kalitesinin Müşteri Memnuniyeti Üzerine Etkisi: Fitness Merkezlerinde Ampirik Bir Uygulama. *Spor Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 3(1), 1-8.
- Yıldız, S. M. (2009). Katılıma Dayalı Spor Hizmetlerinde Hizmet Kalitesi Modelleri. *Ege Academic Review*, 9(4).
- Yıldız, Y. (2020). Examination Of The Anxiety Situations Of Catching The New Type Of Coronavirus (COVID-19) İn Elite Athletes: Elit Sporcuların Yeni Tip Koronavirüse (COVID-19) Yakalanma Kaygı Durumlarının İncelenmesi. *Journal of Human Sciences*, 17(4), 1276-1277.
- Yonat, Ö. (2019). *Sakarya İlinde Faaliyet Gösteren Spor Merkezi Üyelerinin Hizmet Kalitesi ve Müşteri Memnuniyeti Algılarına Yönelik Bir Araştırma*. Yüksek Lisans Tezi: Sakarya: Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü.
- Yücel, A. S., A. Atalay, ve M. Korkmaz. (2020). *Türkiye’de Yerel Yönetimler ve Spor Hizmetleri*. Nobel Akademik Yayıncılık Eğitim Danışmanlık Tic. Ltd. Şti.
- Yüzgenç A.A. (2010). “*Yerel Yönetimlerin Sunduğu Spor Hizmetlerinde Hizmet Kalitesi. Yerel Yönetimlerin Sunduğu Spor Hizmetlerinde Hizmet Kalitesi.*”. Yüksek Lisans Tezi, Ankara: Gazi Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü.
- Yüzgenç, A. A. ve S. A. Özgül. (2014). Yerel Yönetimlerin Sunduğu Spor Hizmetlerinde Hizmet Kalitesi (Gençlik Merkezleri ve Aile Yaşam Gençlik Merkezleri Örneği). *Spor Bilimleri Dergisi*, 25(2), 79-93.
- Zardo, T. H. (2018). *Türkiye ve Iraktaki Spor İşletmelerinde Hizmet Kalitesi Anlayışının İncelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi. Gaziantep: Gaziantep Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü.
- Zengin, S., Ü. Yetiş, ve Z. Gayretli. (2022). Spor Tesislerini Kullanan Bireylerin Algıladıkları Hizmet Kalite Düzeyleri: *Ankara İli Örneği*. *Akdeniz Spor Bilimleri Dergisi*, 5(Özel Sayı 1), 117-129.
- Zhang, W, and Y. Li.(2014). A Study on Consumer Behavior of Commercial Health and Fitness Club—A Case of Consumers in Liverpool. *American journal of industrial and business management*, 2014.

EKLER

EK-1 KİŞİSEL BİLGİ FORMU

1-Yaşınız: () 15-19 () 20-24 () 25-29 () 30 -45 () 45 ve üzeri
2-Cinsiyetiniz: () Kadın () Erkek
3-Medeni Durumu: () Evli () Bekar
4-Eğitim Düzeyi: () İlk ve Ortaöğretim () Lisans/Önlisans () Yüksek Lisans/Doktora
5-Spor Yılı: () 1-4 () 5-9 () 10 ve üzeri
6-Aylık Gelir Durumu: () 2500-4000 TL () 4001-6500 TL () 6501-8000 TL () 8001 TL ve üzeri
7-Spor Merkezini Kullanım Amacı: () Aerobik () Sağlık () Sağlık + Fitness () Fitness () Yarışmacı ()Ağırlık () Aerobik + Fitness
8-Haftalık Kullanım Sıklığı (Gün): () 1 () 2 () 3 () 4 () 5 () 6 ve üzeri
9-Üyelik Süresi (Yıl): () Bir aydan az () 1-6 ay arası () 7 ay – 1 yıl arası () 1- 2 yıl arası () 2 yıldan fazla
10-Spor Merkezinde Geçirilen Süre: () 30 dk'dan az () 30-60 dk arası () 60-90 dk arası () 90 dk'dan fazla
11-Spor Merkezi Kullanım Saatleri : () 09'dan önce () 9-12 arası () 12-15 arası () 15-18 arası () 18-21 arası () 21'den sonra

EK-2 SPOR-FİTNESS MERKEZLERİ ALGILANAN HİZMET KALİTESİ ÖLÇEĞİ

Spor-fitness Merkezleri Algılanan Hizmet Kalitesi Ölçeği

Sizin Performans Algınız...		Tamamen Katılıyorum	Çok Katılıyorum	Orta Derecede Katılıyorum	Az Katılıyorum	Hiç Katılıyorum
Aşağıda sizin halen devam ettiğiniz spor-fitness merkezi hakkında bazı ifadeler bulunmaktadır. Lütfen bu ifade edilen durumlarla ilgili olarak beklentilerinizin hangi derecede karşılanıp karşılanmadığını, (1) Hiç Katılmıyorum, (2) Az Katılıyorum, (3) Orta Derecede Katılıyorum, (4) Çok Katılıyorum, (5) Tamamen Katılıyorum, seçeneklerinden uygun değeri 1, 2, 3, 4, 5 olarak işaretleyiniz.						
1	Bu merkezdeki bekleme ve dinlenme alanları (yerleri) yeterli ve rahattır.	5	4	3	2	1
2	Bu merkezdeki soyunma odaları ve duşlar her zaman antemizdir.	5	4	3	2	1
3	Bu merkezdeki soyunma odaları ve duşların havalandırması yeterlidir.	5	4	3	2	1
4	Bu merkezdeki soyunma odalarında yeterli alan ve yeterli sayıda duş vardır.	5	4	3	2	1
5	Bu merkezdeki duşlarda her zaman bol sıcak su vardır.	5	4	3	2	1
6	Bu merkezdeki soyunma dolapları yeterli sayıdadır.	5	4	3	2	1
7	Bu merkezde spor yapılan alanlar memnuniyet düzeyinde temizdir.	5	4	3	2	1
8	Bu merkezin havalandırması yeterlidir.	5	4	3	2	1
9	Bu merkezin aydınlatması yeterlidir.	5	4	3	2	1
10	Bu merkezin ısısı hava koşullarına uygun şekilde ayarlanmaktadır.	5	4	3	2	1
11	Bu merkezdeki egzersiz alet ve ekipmanları yeterli sayıdadır.	5	4	3	2	1
12	Bu merkezdeki egzersiz alet ve ekipmanları ihtiyaçlara uygun ve çeşitlidir.	5	4	3	2	1
13	Bu merkezdeki egzersiz alet ve ekipmanları modernidir.	5	4	3	2	1
14	Bu merkezde sunulan programlar/aktiviteler oldukça çeşitlidir.	5	4	3	2	1

		Tamamen Katılıyorum	Çok Katılıyorum	Orta Derecede Katılıyorum	Az Katılıyorum	Hiç Katılmıyorum
17	Bu merkezdeki spor eğitmenleri/antrenörler yeterli bilgiye sahip işini bilen kişilerdir.	5	4	3	2	1
18	Bu merkezdeki spor eğitmenleri/antrenörler hareketlerin nasıl yapılacağı hakkında bilgi verirler.	5	4	3	2	1
19	Bu merkezdeki spor eğitmenleri/antrenörler bireysel olarak üyelerle ilgilenirler ve yanlış bir hareket yaptığınızda uyarıp düzeltirler.	5	4	3	2	1
20	Bu merkezdeki spor eğitmenleri/antrenörler fiziksel görünümü düzgün, sportif kişilerdir.	5	4	3	2	1
21	Bu merkezdeki spor eğitmenleri/antrenörler özenli ve temiz giyimlidir.	5	4	3	2	1
22	Bu merkezdeki tüm personel kibar ve saygılıdır.	5	4	3	2	1
23	Bu merkezdeki tüm personel güler yüzlü ve samimidir.	5	4	3	2	1
24	Bu merkezdeki tüm personel işleriyle ilgili yeterli bilgiye sahiptir.	5	4	3	2	1
25	Bu merkezdeki tüm personel sorun ve şikâyetler ile anında ilgilenir.	5	4	3	2	1
26	Bu merkezdeki tüm personel işlerini severek yapar.	5	4	3	2	1
27	Bu merkezde spor yaptıktan sonra kendim için bir şeyler yaptığımı hissediyorum.	5	4	3	2	1
28	Bu merkezde spor yaptıktan sonra kendimi daha sağlıklı ve iyi hissediyorum.	5	4	3	2	1
29	Bu merkezde spor yaptıktan sonra katılım amacımı gerçekleştirdiğimi düşünüyorum.	5	4	3	2	1
30	Bu merkezde spor yapmamın yaşantıma olumlu değişiklikler getirdiğini düşünüyorum.	5	4	3	2	1
31	Bu merkezde spor yaparken iyi vakit geçirdiğimi düşünüyorum.	5	4	3	2	1

**EK -3 SPORCULARIN YENİ TİP KORONAVİRÜSE (COVID-19)
YAKALANMA KAYGISI ÖLÇEĞİ (SYTKYKÖ)’’**

SPORCULARIN YENİ TİP KORONAVİRÜSE (COVID-19) YAKALANMA KAYGISI ÖLÇEĞİ (SYTKYKÖ) Aşağıda cümleler, yaptığınız spor branşında <u>yeni tip koronavirüse yakalanma kaygı düzeyinizi belirlemek</u> amacıyla hazırlanmıştır. Lütfen tüm ifadeleri cevaplayınız ve her bir ifadeyi bir kez (X) ile işaretleyiniz.		Hiç Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Tamamen Katılıyorum
1	Yeni tip <u>koronavirüsün</u> performansımı düşürebileceğini düşününce endişelenirim.					
2	Yeni tip <u>koronavirüse</u> yakalanmış biriyle karşılaşsam bile kendimi rahat hissederim.					
3	Sportif ortamlarda bulunursam yeni tip <u>koronavirüs</u> bana bulaşacak diye korkarım.					
4	Yeni tip <u>koronavirüs</u> yaşamımı kısıtlayacağı için gerilirim.					
5	Yeni tip <u>koronavirüsün</u> vücudumda yaratacağı fiziksel tahribattan korkarım.					
6	Yeni tip <u>koronavirüse</u> yakalanmış biriyle karşılaşmaktan endişe ederim.					
7	Yeni tip <u>koronavirüsün</u> bende yaratacağı duygusal tahribattan korkarım					
8	Yeni tip <u>koronavirüse</u> yakalanırsam kendi ihtiyaçlarımı karşılayamam diye endişelenirim.					
9	Yeni tip <u>koronavirüs</u> bana bulaşmış olsa kaygılı hissederdim.					
10	Yeni tip <u>koronavirüs</u> bulaştığında başıma neler geleceğini bilememek beni tedirgin eder.					
11	Yeni tip <u>koronavirüs</u> bulaşursa ne kadar sürede iyileşeceğimi bilememek beni kaygılandırır.					
12	Yeni tip <u>koronavirüs</u> bulaşacak diye dışarı çıkmaktan sakınırım.					
13	Yeni tip <u>koronavirüs</u> bulaşacak diye antrenmanlarımı ertelerim.					
14	Yeni tip <u>koronavirüs</u> bulaşacak diye alışverişimi ertelerim.					
15	Yeni tip <u>koronavirüs</u> bulaşacak diye egzersiz yapmak için dışarı çıkmaktan kaçınırım					
16	Yeni tip <u>koronavirüs</u> bulaşır diye kalabalığa girmekten kaçınırım.					

EK -4: ETİK KURUL KARAR SURETİ

T.C.
NİŞANTAŞI ÜNİVERSİTESİ
ETİK KURULU KARAR SURETİ

Toplantı Tarihi : 26.04.2022

Toplantının Yeri: Nişantaşı Üniversitesi Toplantı Odası

Toplantı Sayısı : 2022/20

Toplantıya Katılanalar:

Prof. Dr. Uğur YOZGAT	Başkan
Doç. Dr. Umut BAŞOĞLU	Başkan Yardımcısı
Prof. Dr. Yılmaz GÖBENEZ	Üye
Prof. Dr. Ömer Cüneyt BİNATLI	Üye
Prof. Dr. Ahmet İrfan YÜKLER	Üye
Prof. Dr. Serkan KESKİN	Üye
Öğr. Gör. Erkul BULUT	Üye
Demet ÖVELEK	Raportör

Karar19. Üniversitemiz Lisansüstü Eğitim Enstitüsü öğrencisi Emre Karaman'ın "Spor-Fitness Merkezlerinin Algılanan Hizmet Kalitesinin Covid-19 Hastalığına Yakalanma Kaygısına Etkinin İncelenmesi" adlı çalışması görüşüldü. Yapılan görüşmede çalışmanın Üniversitemiz Etik Kurul Yönergesi hükümleri gereğince etik ve bilimsel açıdan sakınca bulunmaması nedeniyle **uygunluğuna** oy birliği ile karar verildi.