DÜZCE ÜNİVERSİTESİ | LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ

BELEDİYE SPOR MERKEZLERİNİ KULLANAN KATILIMCILARIN MEMNUNİYETLERİNİN İNCELENMESİ

RUŞEN BALABAN

YÜKSEK LİSANS TEZİ
SPOR YÖNETİCİLİĞİ ANABİLİM DALI

DANIŞMAN
DR. ÖĞR. ÜYESİ ÖMER SİVRİKAYA

DÜZCE, 2024

T.C.
DÜZCE ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ

BELEDİYE SPOR MERKEZLERİNİ KULLANAN KATILIMCILARIN MEMNUNİYETLERİNİN İNCELENMESİ

Ruşen Balaban tarafından hazırlanan tez çalışması aşağıdaki jüri tarafından Düzce Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Spor Yöneticiliği Anabilim Dalı'nda **YÜKSEK LİSANS TEZİ** olarak kabul edilmiştir.

Tez Danışmanı

Dr. Öğr. Üyesi Ömer SİVRİKAYA

Düzce Üniversitesi

Jüri Üyeleri

Dr. Öğr. Üyesi Ömer SİVRİKAYA
Düzce Üniversitesi _____

Prof. Dr. Hamdi PEPE
Düzce Üniversitesi _____

Prof. Dr. Selami ÖZSOY
Abant İzzet Baysal Üniversitesi _____

Tez Savunma Tarihi: 18/04/2024

BEYAN

Bu tez çalışmasının kendi çalışmam olduğunu, tezin planlanmasından yazımına kadar bütün aşamalarda etik dışı davranışımın olmadığını, bu tezdeki bütün bilgileri akademik ve etik kurallar içinde elde ettiğimi, bu tez çalışmasıyla elde edilmeyen bütün bilgi ve yorumlara kaynak gösterdiğimi ve bu kaynakları da kaynaklar listesine aldığımı, yine bu tezin çalışılması ve yazımı sırasında patent ve telif haklarını ihlal edici bir davranışımın olmadığını beyan ederim.

18 Nisan 2024

Ruşen Balaban

TEŞEKKÜR

Yüksek lisans öğrenimimde ve bu tezin hazırlanmasında gösterdiği her türlü destek ve yardımdan dolayı çok değerli hocam Dr. Öğr. Üyesi Ömer SİVRİKAYA'ya en içten dileklerimle teşekkür ederim.

Bu çalışma boyunca yardımlarını ve desteklerini esirgemeyen sevgili aileme ve arkadaşlarıma sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

18 Nisan 2024

Ruşen BALABAN

İÇİNDEKİLER

Sayfa No

ÇİZELGE LİSTESİ ..... Hata! Yer işareti tanımlanmamış.

HARİTA LİSTESİ vii

ÖZET ix

ABSTRACT x

1. GİRİŞ 1

1.1. ARAŞTIRMANIN AMACI 6
1.2. ARAŞTIRMANIN ÖNEMİ 6
1.3. ARAŞTIRMANIN SAYILTILARI 7
1.4. ARAŞTIRMANIN SINIRLILIKLARI 7

2. MATERYAL VE YÖNTEM 8

2.1. ARAŞTIRMANIN MODELİ 8
2.2. ARAŞTIRMANIN KATILIMCILARI 9
2.3. VERİLERİN TOPLANMASI 11
2.4. VERİLERİN ANALİZİ 12

3. GENEL BİLGİLER 13

3.1. MÜŞTERİ MEMNUNİYETİ 13
3.1.1. Spor Tesislerinde Müşteri Memnuniyeti 14
3.1.2. Toplam Kalite Yönetimi 16
3.1.3. Beklenti Doğrulama Paradigması 18
3.1.4. Hizmet Kalitesi Paradigması 18
3.1.5. Hizmet Değeri Paradigması 19
3.1.6. Kamuda Müşteri Kavramı 21
3.2. YEREL YÖNETİMLER VE BELEDİYELER 22
3.2.1. Farklı Ülkeler ile Değerlendirme 24
3.2.2. Spor Tesislerinin Etkileri 25
3.3. BELEDİYE SPOR HİZMETLERİ 28
3.3.1. Belediye Spor ve Fitness Merkezleri 31
3.3.1.1. Sancaktepe Belediyesi Spor Hizmetleri *34*

4. BULGULAR VE TARTIŞMA 41

4.1. SEÇİLEN ARAŞTIRMA GRUBU ÜZERİNDEN ANLIK VE KÜMÜLATİF MEMNUNİYET TATIŞMASI 60

5. SONUÇ 64

6. KAYNAKLAR 67

7. EKLER 77

MÜLAKAT FORMU 80

ÖZGEÇMİŞ 81

ÇİZELGE LİSTESİ

Sayfa No

Çizelge 2.1. Araştırmaya Katılan Sanfit Üyelerinin Demografik Bilgileri 9
Çizelge 3.1. Sanfit Alan ve Branşları 36
Çizelge 3.2. Sancaktepe Mahalleleri, Sanfit Bulunan Mahalleler ve Nüfus Yoğunluğu 38
Çizelge 4.1. Sanfit Katılımcılarının Cevapları Üzerinden Temalar ve Kodlar..... 41
Çizelge 4.2. Sanfit Katılımcılarının "Bu Spor Merkezini Tercih Etme Sebepleriniz Nedir?" Sorusuna Gelen Cevaplara İlişkin Tema, Kod ve Cevap Sayısı (Cs). 48
Çizelge 4.3. Sanfit Katılımcılarının "Yaptığınız Spor Etkinliklerinden Beklentiniz Nedir? Niçin Spor Yapıyorsunuz?" Sorusuna Gelen Cevaplara İlişkin Tema, Kod ve Cevap Sayısı (Cs). 50
Çizelge 4.4. Sanfit Katılımcılarının "Ne Olursa Bu Spor Merkezine Bir Daha Gelmemeyi Düşünürsünüz ya da Başka Bir Salona Gidersiniz?" Sorusuna Gelen Cevaplara İlişkin Tema, Kod ve Cevap Sayısı (Cs). 52
Çizelge 4.5. Sanfit Katılımcılarının "Bu Spor Merkezinin En Güçlü ve En Zayıf Yanı Sizce Nedir? " Sorusuna Gelen Cevaplara İlişkin Tema, Kod ve Cevap Sayısı (Cs). 53
Çizelge 4.6. Sanfit Katılımcılarının "Belediye Spor Hizmetlerde Söz Sahibi Biri Olsaydınız Neleri Değiştirmek ya da Eklemek İsterdiniz?" Sorusuna Gelen Cevaplara İlişkin Tema, Kod ve Cevap Sayısı (Cs). 55
Çizelge 4.7. Sanfit Katılımcılarının "Belediyeden Spor Hizmetleri Olarak Beklentileriniz Nelerdir? " Sorusuna Gelen Cevaplara İlişkin Tema, Kod ve Cevap Sayısı (Cs). 58

HARİTA LİSTESİ

Sayfa No

Harita 3.1. Sancaktepe Spor Merkezlerinin Bulunduğu Konumlar 35

KISALTMALAR

BDP	Beklenti doğrulama paradigması
DSÖ	Dünya sağlık örgütü
Sanfit	Sancaktepe fitness
STK	Sivil toplum kuruluşu
TKY	Toplam kalite yönetimi
VKİ	Vücut kitle indeksi

ÖZET

BELEDİYE SPOR MERKEZLERİNİ KULLANAN KATILIMCILARIN MEMNUNİYETLERİNİN İNCELENMESİ

Ruşen BALABAN

Düzce Üniversitesi
Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Spor Yöneticiliği Anabilim Dalı
Yüksek Lisans Tezi
Danışman: Dr. Öğr. Üyesi Ömer Sivrikaya

Nisan 2024, 80 sayfa

Belediyeler, vatandaşlarına spor hizmeti sunabilmek için gerekli fiziki koşulları ve sunulan hizmetlerden memnuniyeti sağlayacak bir kurumsal organizasyon oluşturmalıdır. Bu araştırmanın amacı belediyeye ait spor merkezlerinden hizmet alan vatandaşların memnuniyet düzeylerinin incelenmesidir. Araştırmada fenomenolojik nitel araştırma modeli kullanılmıştır. İstanbul Sancaktepe İlçe Belediyesi spor merkezlerinden, amaçlı örnekleme tekniği kullanılarak iki erkek ve iki kadın olmak üzere, yedi Sanfit merkezinden toplam 28 kişiden oluşan bir araştırma grubu belirlenmiştir. 12 sorudan oluşan yarı yapılandırılmış görüşme formu oluşturulmuştur. Tamamen gönüllü olarak görüşmeyi kabul eden katılımcılardan yazılı ve sözlü onamları alınmıştır. Veriler içerik analizi ve betimsel analiz yöntemleri ile değerlendirilmiştir. Yüz yüze yapılan görüşmelerin ses kayıtları deşifre edilerek yazıya aktarılmıştır. Elde edilen veriler üç alan uzmanı tarafından incelenerek kodlar belirlenmiştir. Veriler yeniden değerlendirilip kodlar gruplandırılarak temalar oluşturulmuştur. Elde edilen verilere göre spor merkezlerinin fiziki alan ve donanım açısından yetersiz olduğu belirlenmiştir. Katılımcı ifadeleriyle yorumlar desteklenmiştir. Katılımcıların belediyeden erişilebilir ve sürdürülebilir spor hizmeti bekledikleri, spor merkezlerinin nicelik ve nitelik açısından eksikliklerinin giderilmesi gerektiği sonucuna varılmıştır.

Anahtar Sözcükler: Belediye, Müşteri Memnuniyeti, Spor ve Fitness Merkezleri

ABSTRACT

INVESTIGATION OF THE SATISFACTION OF PARTICIPANTS USING MUNICIPAL SPORTS CENTERS

Ruşen BALABAN

Duzce University
Graduate School, Department of Sports Management
Master Thesis
Supervisor: Dr. Ömer Sivrikaya

April 2024, 80 pages

Municipalities should create an institutional organization that will provide the necessary physical conditions and satisfaction with the services provided to provide sports services to their citizens. This research aims to examine the satisfaction levels of citizens receiving services from municipal sports centers. The phenomenological qualitative research model was used in the research. A research group consisting of 28 people, two men, and two women, from seven Sanfit centers was determined by using a purposeful sampling technique from the sports centers of Istanbul Sancaktepe District Municipality. A semi-structured interview form consisting of 12 questions was created. Written and verbal consent were obtained from the participants who agreed to be interviewed completely voluntarily. The data were evaluated using content analysis and descriptive analysis methods. The audio recordings of the face-to-face interviews were transcribed and transcribed. Three field experts examined the obtained data and codes were determined. The data were re-evaluated and the codes were grouped and themes were created. According to the data obtained, it was determined that sports centers were inadequate in terms of physical space and equipment. Participant expressions supported comments. It was concluded that the participants expect accessible and sustainable sports services from the municipality and that the deficiencies of sports centers in terms of quantity and quality should be eliminated.

Keywords: Customer Satisfaction, Municipality, Sports and Fitness Centers

1. GİRİŞ

Avcı-toplayıcılıktan toprağın işlenmesi, tarım hayatının ve köylerin kurularak yerleşik hayata geçilmesi (Tarım Devrimi M.Ö. 10.000-M.Ö. 5000) insan hareketlerinin ilk kısıtlanmaya başladığı dönem olarak kabul edilebilir. Her ne kadar toprağı işlemek ve hayvan yetiştirmek önemli düzeyde bir iş yükü ve işçilik gerektirse dahi, bu görevlerin tekrarlayıcı nitelikte olması, insanın çeşitli karmaşık hareketler yapma ihtiyacını (koşma, dengeleme, atlama, tırmanma) büyük ölçüde azaltmıştır. Bir çiftlik ortamında bu tür hareketler çok daha basit şekillerde ve/veya nadiren yapılıyordu. (Örneğin bir merdivene tırmanmak, ağaçlara tırmanmaktan daha güvenli, kısıtlayıcı ve öngörülebilir bir faaliyet olarak değerlendirilebilir) [1].

Fiziksel aktivite birçok farklı şekilde gerçekleştirilebilir: yürüyüş, bisiklete binme, spor ve aktif rekreasyon biçimleri (örneğin, dans, yoga, tai chi). Fiziksel aktivite iş yerinde ve evin çevresinde de yapılabilir. Düzenli olarak, yeterli süre ve yoğunlukta yapıldığında tüm fiziksel aktivite türleri sağlık yararları sağlayabilir. Düzenli fiziksel aktivitenin kalp hastalığı, inme, diyabet, meme ve kolon kanseri gibi bulaşıcı olmayan hastalıkları (BOH) önlemeye ve tedavi etmeye yardımcı olduğu kanıtlanmıştır. Aynı zamanda hipertansiyon, fazla kilo ve obeziteyi önlemeye yardımcı olur ve zihinsel sağlığı, yaşam kalitesini, esenliği iyileştirebilir [2].

Dünya Sağlık Örgütü, 2018-2030 Fiziksel Aktivite Küresel Eylem Planında fiziksel aktivitenin faydalarını yazmıştır. Ayrıca ülkelerin, vatandaşlarını neden fiziksel aktivite yapmaya teşvik etmesi gerektiğini açıklamıştır. Yukarıda sayılan faydalarından ötürü vatandaşlarının spor yapıyor olması her belediyenin isteyeceği bir şeydir.

Spora ve fiziksel aktiviteye katılımın arttırılması gelişmiş ülkelerde önemli bir sağlık hedefidir [3]. Hükümetler, insanlara fiziksel aktivite ve dolayısıyla sporla meşgul olmaları için fırsatlar sağlamaya yatırım yapma ihtiyacını kabul etmişlerdir. Hastalık riskini azaltmak için önleyici bir stratejinin yanı sıra ilaç olarak spor ve egzersiz kavramı, artık birçok küresel halk sağlığı girişiminin temelini oluşturmaktadır [4].

Stenner ve arkadaşları yaptıkları çalışmada yaşlı insanlara spor yapma nedenlerini sormuşlardır. Spora katılım nedeni olarak sağlıkla ilgili faktörler, spor yapmaya devam

etmenin katılımcılara sağlıklarını ve esenliklerini koruma fırsatı sağladığı için belirgin bir şekilde ön planda olduğu görülmüştür [4]. Turola ve arkadaşları ise konuya ilişkin şunu yazmışlardır: Spor, yavaş yavaş sosyal bir ortamda rol kazanmayı ve hastalığın dışarıda kaldığı bir yaşam alanı bulmayı sağlamaktadır [5].

Dünya Sağlık Örgütü'nün raporuna göre ülkeler ekonomik olarak geliştikçe hareketsizlik seviyeleri artıyor. Bazı ülkelerde, değişen ulaşım kalıpları, artan teknoloji kullanımı ve kentleşme nedeniyle hareketsizlik seviyeleri %70'e kadar çıkabiliyor. Fiziksel aktivite seviyeleri de kültürel değerlerden etkileniyor. Çoğu ülkede, kız çocukları, kadınlar, yaşlı yetişkinler, dezavantajlı gruplar ve engelliler ile kronik hastalıkları olan kişilerin hepsinin fiziksel olarak aktif olacakları güvenli, uygun fiyatlı ve uygun programlara ve yerlere erişim fırsatları daha azdır [2].

1980'lerden itibaren vücut geliştirme, egzersiz teknikleri, aerobik ve fitness konusuna ilgi yükselişe geçmiştir. Bu ilgi uzmanlaşmış, rekabetçi sporların yanı sıra, iyi oganize edilmiş ve gelişen bir "sağlık&fitness" pazarının ve sektörünün ortaya çıkışını ve yükselişini hızlandırmıştır [6].

Spor merkezlerinin sayısı yüksek olmasına rağmen günümüz ekonomik şartlarında çok sayıda insan bu merkezlere üye olacak maddi imkanlara sahip değildir. Bu noktada devlet; spordan sorumlu kurumları ve belediyeler aracılığıyla vatandaşlarına fiziksel aktivite imkanı sunmak mecburiyetindedir. Gelişmiş ülkelerde salonlar, parklar, havuzlar, spor ve fitness merkezleri gibi alanlarda kişiler ya ücretsiz ya da cüzi miktarlar ödeyerek spor yapabilmektedir.

Yücel ve arkadaşları, sporun en önemli paydaşlarından birinin yerel yönetimler olduğunu belirtir. Aynı araştırmacılar şunları da söylemektedir: İnsan, istek ve ihtiyaçları ile varlığını anlamlandırmaya çalışan ve bunlara alabildiği cevaplar ile toplumsal yaşama entegrasyonunu gerçekleştiren bir varlıktır. Dolayısıyla istek ve ihtiyaçlarının karşılanması noktasındaki birincil derecede sorumlu kurumların yerel yönetimler olduğunu söylemektedirler [7].

Yerel yönetimlerin sağlıklı toplum hedefine ulaşabilmesinin önemli bir yolu; spor yapılabilecek, kolay ulaşılabilir tesisler sağlamaktır. Burada değinilen "tesisler" terimi geleneksel olarak belirli spor türlerine yönelik kapalı veya açık kamu tesislerini ifade etmektedir [8].

Yerel yönetimler, halka yönelik boş zaman etkinliklerinin planlanması ve uygulanmasına

hız vermek ve insanların yaşam kalitesini yükseltmek için çalışmalara başlamıştır. Özellikle büyük şehirlerde yerel yönetimler rekreasyon kavramını öğretmekte, insanlara boş zamanlarını verimli zamana dönüştürme fırsatı vermekte, insanları iş, yaşam ve geçim sorunlarından uzaklaştırmakta ve yaşam kalitelerini yükseltmeye çalışmaktadır. Bu hedefler doğrultusunda, yerel yönetimler; sportif faaliyetler, eğlenceli oyunlar, çeşitli eğitici ve bilgilendirici oyun ve aktivite seçenekleri ve bu aktivitelerin en verimli şekilde gerçekleştirilebileceği rekreasyon alanları sunmaya devam etmektedirler [9].

Spor çeşitli faydalar sağlamaktadır ancak spor tesislerinin açılması ve işletilmesi yerel yönetim politikalarıyla şekillendiğinden dolayı bölgeye göre değişiklik gösterebilmektedir. Bu da insanların fiziksel aktivite yapmak için eşit şartlarda imkanlara sahip olamamasına neden olmaktadır [10].

Gerçekten halkın gereksinimini giderirken belediye kaynaklarını da israf etmeyen bir anlayış elzemdir. Bunun önündeki en büyük engel ise yetki karmaşası ve siyasi baskılardır. Türkiye'de, diğer hizmetler de olduğu gibi spor hizmetlerinde de merkeziyetçi anlayış hakimdir. Bu yüzden halkın spordan faydalanması azalmış ve sporun gelişimi yavaşlamıştır. Belediyeler halkın sosyo-ekonomik, kültürel ve coğrafi farklılıklarına spor sayesinde ulaşabilecektir. Halka söz sahibi verildiğinde, aldığı hizmete karşılık düşünceleri dikkate alındığında eksiklikler giderilerek hizmet daha da çeşitlendirilebilecek ve optimum fayda alınacaktır [11].

Belediyelerin rolü: Gelecekte nüfusun çoğunun nitelikli spor yapmasını sağlayan koşulların arzındaki artışı teşvik etmelidirler. Yerel otorite; kamu ve özel, kar amacı güden ya da gütmeyen spor paydaşları arasında bir denge kurmalıdır. "Herhangi bir belediyenin siyasi hedefleri; sporun uygulanması için daha fazla ve daha iyi koşullar yaratmak, istekleri karşılamak, çeşitli vatandaşların arzuları, motivasyonları ve ihtiyaçları dolayısıyla spor uygulayıcılarının sayısını artırmak; dernekçilik uygulamasını, yani sporu teşvik eden kulüpleri, toplulukları ve diğer kuruluşları teşvik etmek ve desteklemek, nüfusa yönelik hizmetlerin kalitesini ve büyümesini artırmak amacıyla koşullar ve araçlar sağlamak; ve son olarak da çocuklar, gençler, yaşlılar, engelliler, kadınlar ve erkekler olmak üzere tüm vatandaşlar için spor, kültür ve eğlence faaliyetlerine uygun, kaliteli donanım ve mekânların belediyeye sağlanması olmalıdır." [12]. Yerel yönetimlerin, "herkes için spor" ve "yaşam boyu spor" ilkeleriyle aileleri, okulları, öğrencileri, işsiz ya da çalışan, engelli v.b. herkesin iştirakini spora çekmesi gerekmektedir [13].

Belediyeler, maddi imkansızlıktan dolayı spor yapamayan vatandaşları için bu hizmeti ücretsiz bir şekilde sunmalıdır. Dar gelirli vatandaşlar için spor lüks olarak görülebilmektedir. Onlar için spora verilecek olan paranın genellikle daha önemli bir yeri olmaktadır. Bu sebeple belediye, halkına spor yapma fırsatını ücretsiz bir şekilde sunmak zorundadır. Bunu yaparken halkını ayrıştırmamaya ve ötekileştirmemeye dikkat etmelidir. Belediyelerin ücretsiz spor merkezleri özel spor merkezlerinde sunulan hizmetten aşağı kalmamalıdır. Toplumsal eşitsizliğin arttığı günümüz toplumunda, tüm insanların bütünleşmesine ve herkesin eşit olduğu ve aynı koşullara eriştiği bir yerin varlığına izin veren spor programlarının veya tekliflerinin olması önemlidir. Belediye politikalarının amaçlarından biri her zaman bu olmuştur [14]. Ayrıca popülasyonların yaşam kalitesi ve refahı sporu geliştirme politikalarının son tahlilde en temel amacıdır [15].

Belediyenin spora dair amaçlarına bir başka bakış açıları da vardır [11], belediyelerin amacı profesyonel sporcular yetiştirmek değil halka hizmet etmek olmalıdır. Halk sporu; sağlık, eğitim veya sosyal amaçlar için profesyonel olmayan düzeyde düzenli olarak uygulanan, organize edilmiş veya edilmemiş fiziksel boş zaman aktivitesidir [16].

Avrupa Birliği bize; şehirlerde sporun gelişimini planlamanın temel amacının, yerel toplumun tüm gruplarının spora katılımını artırmak için fiziksel aktiviteyi teşvik etmek olması gerektiğini söyledi. Kamu fonları yalnızca profesyonel sporlara yönelik spor kompleksleri için değil, öncelikle yaygın olarak mevcut olan spor altyapısına (mekanlarına) dahil edilmelidir [17]. Belediyeler halkın yararına olacak, onları hem fiziksel olarak hem de daha iyi bir toplum olmak adına sosyal olarak geliştirecek tesisler ve organizasyonlar oluşturmalıdır.

Portekiz'in banliyölerinde, sosyoekonomik olarak dezavantajlı olan bölgede sporun yayılması ile beraber suç oranları azalmıştır [18]. Çocuklar ve gençler; spor yoluyla sağlıklı olup ve enerjilerini doğru kullanırken, suç ve kötü alışkanlıklardan da korunabilmektedirler. Spor, göçmenlerin veya engelli ya da sosyal açıdan dezavantajlı kişilerin sosyal entegrasyonunu olumlu yönde etkileyebilir. Ayrıca gönüllülüğü, sivil katılımı, aktif vatandaşlığı ve dayanışmayı teşvik edebilir. Son olarak, sporun 'insanların suçtan uzaklaşmasına yardımcı olmada yararlı bir etkiye sahip olabileceği' varsayılmaktadır [11].

Sporun bir kişinin karakterini olumlu bir şekilde oluşturabileceği varsayılmaktadır.

kişisel düzeydeki faydaların yanı sıra, spor faaliyetleri yoluyla önemli makro-sosyal ilerlemelerin sağlanabilecektir. Spor, göçmenlerin veya engelli ya da sosyal açıdan dezavantajlı kişilerin sosyal entegrasyonunu olumlu yönde etkileyebilir. Ayrıca gönüllülüğü, sivil katılımı, aktif vatandaşlığı ve dayanışmayı teşvik edebilir. Son olarak, sporun 'insanların suçtan uzaklaşmasına yardımcı olmada yararlı bir etkiye sahip olabileceği' varsayılmaktadır [19].

Bireylerin spor yapmasının arkasında çeşitli sebepler olduğu gibi belediyelerin vatandaşlarına spor yapma imkanı sunmasının arkasında da pek çok sebep vardır. [16]' daki çalışma incelendiğinde belediyenin bu imkanı sunma sebeplerinden bazılarına rastlayabiliyoruz: Halk sporunu sunmak; kültürler arası anlayışa, halklar arası ilişkiler kurmaya ve dezavantajlı sosyal grupları güçlendirmeye yardımcı olur.

Belediyelerin doğal olarak politik gayeleri olmakla birlikte iktidarda kalmayı sürdürmek istemektedirler. Belediyelerin spor merkezi açması kazan kazan ilişkisini sağlamaktadır. Şöyle ki belediyelerin spor merkezinden yararlanan vatandaş, ücretsiz bir şekilde sporunu yapmış olmaktadır ve mutludur. Belediyeler ise spor merkezini güvenle ve ücretsiz şekilde sunarak halka karşı görevini layıkıyla yerine getirmiş ve sonraki seçim dönemi için elinden geleni yapmış olacaktır.

Birey, ister para verip özel spor merkezine gitsin ister belediyenin ücretsiz spor merkezinden yararlanıyor olsun bir beklenti içindedir ve sonunda memnun ya da memnuniyetsiz olacaktır. Ayrıca belediye sunduğu imkanlarda, kalitesini üst seviyede tutmalıdır. Eğer bunu yapamazsa özel sektörde hizmet alan daha refah halk ile belediyenin hizmetinden yararlanan dar gelirli halk arasında bir ayrımcılık; business ve ekonomik sınıf gibi bir farklılık hissedilecektir. Bu, özellikle belediye hizmetinden yararlanan kişiler için psikolojik bir sorun oluşturabilir. Belediyenin amacı gerekirse özel sektörden daha iyi olmak olmalıdır. Bu sayede kişiler belediyenin spor merkezini maddi yetersizlikten dolayı mecburen seçmiş değil daha iyi ve memnun olduğu için tercih etmiş olabilecektir.

Bu çalışmadaki amacımız, belediyelerin spor merkezlerini kullanan katılımcıların memnuniyetlerini incelemektir. Bu çalışma, Sancaktepe Belediyesinin 2022 yılında yedi farklı mahallede açtığı yedi spor merkezi örneklem alarak sürdürülmüştür. Yarı yapılandırılmış mülakat ile katılımcıların aldıkları hizmete dair düşünceleri öğrenilmiştir. Alanyazın taranarak mülakattan elde edilen bulgular desteklenmeye çalışılmıştır.

Çalışmanın; ilgili belediyenin mevcut spor merkezleri için reaksiyon göstermesi ve sonraki projeleri için referans noktası olabilecek bir çalışma olacağına inanılmaktadır.

1.1. ARAŞTIRMANIN AMACI

Sancaktepe Belediyesi'nin spor merkezlerinden yararlanan vatandaşların ne amaçla spor yaptıkları, gittikleri spor merkezini tercih etme sebepleri spor merkezinden alınan hizmete dair memnuniyet dereceleri ve nasıl bir spor merkezinde egzersiz yapmak istedikleri tespit edilmeye çalışılmıştır. Literatür incelendiğinde özel sektörde hizmet sunan spor merkezleri örneklem alınarak yapılmış çalışmalara sık rastlanılmaktadır. Ancak kar amacı gütmeyen kamu spor merkezlerinde daha az çalışma yapılmıştır. Bu çalışmada kar amacı gütmeyen bir spor merkezinin kullanıcılarının hikayeleri dinlenerek spor merkezlerindeki yaşantıları hakkında samimi ve dürüst bilgiler almak amaçlanmıştır. Elde edilen veriler ışığında hem ilgili belediyenin hem de benzer belediyelerin, spor merkezlerinden yararlanan vatandaşların memnuniyetini arttıracak hususların belirlenmesi amaçlanmıştır. Sancaktepe Belediyesi özelinde ve diğer belediyeler için spor merkezlerinin etkili ve verimi hizmet verebilmesi için sahip olması gereken özelliklerin belirlenmesi amaçlanmıştır.

1.2. ARAŞTIRMANIN ÖNEMİ

Alanyazında spor merkezlerinde yapılan memnuniyet araştırmalarına sıklıkla rastlanırken belediyeler tarafından işletilen spor merkezlerini kullananların memnuniyetine dair yeterli sayıda çalışma bulunmamaktadır. Bu çalışmanın bu konuda yapılacak çalışmalara öncülük edecek olması açısından önemlidir. Kar amacı güden ve gütmeyen spor merkezlerinde memnuniyet ve spor merkezine devam etme motivasyonu değişkenlik gösterebilir. Bu kıyasın daha güvenilir bir şekilde yapılabilmesi için belediye spor merkezlerinde yapılan memnuniyet araştırmalarının sayısının artması gerekmektedir. Bu çalışma bu kıyaslamanın güvenirliğini artırabilecek bir çalışma olması hasebiyle önem arz etmektedir. Öte yandan katılımcılar, başka spor merkezlerindeki deneyimleri yahut çevresinden duydukları spor merkezleri ile halihazırda spor yaptıkları spor merkezlerini karşılaştırabilmektedir. Bu karşılaştırmaları, istekleri dinlemek ve hayata geçirmek spor merkezini kullanan katılımcıları memnun etmektedir. Katılımcıların istekleri ve şikayetleri dikkate alındığında hem belediye hem de katılımcı memnun olabilmektedir.

Belediye, vatandaşını dinleyip isteklerini yerine getirdiği için görevini hakkıyla yerine getirmiş olma duygusuna erişebilmektedir. Bu çalışmayla birlikte belediyeler; spor merkezlerinde, daha yüksek memnuniyet oranına sahip olabilmek için neler yapılabileceği konusunda fikirler edinebilecektir.

1.3. ARAŞTIRMANIN SAYILTILARI

Katılımcıların araştırma grubu olarak, spor merkezlerinden hizmet alan kitleyi en iyi şekilde temsil edebilecek kişiler olduğu varsayılmıştır. Katılımcılara sorulan soruların memnuniyet durumunu yeterli şekilde ortaya koyacak sorular olduğu varsayılmaktadır. Katlımcıların spor merkezi deneyimlerini ve düşüncelerini doğru bir şekilde aktardığı varsayılmaktadır. Katılımcıların görüşlerini objektif bir şekilde aktardığı varsayılmaktadır. Spor merkezlerinin benzer kamu spor merkezleri içerisinde en çok rağbet gören ve en çeşitli branşları içeren spor merkezlerinden olduğu varsayılmaktadır.

1.4. ARAŞTIRMANIN SINIRLILIKLARI

Araştırma, İstanbul ili Sancaktepe Belediyesi tarafından işletilen yedi spor merkezi ve 28 katılımcı ile sınırlıdır. Bu araştırma yapılırken branş bazlı bir ayrım yapılmamıştır. Katılımcıların arasında farklı branşlara katılan kişiler bulunmaktadır. Bu çalışmada, “belediye spor merkezlerini kullanan katılımcılar” şeklinde genel bir başlıkla memnuniyet araştırılması yapılmıştır. Branş özelinde memnuniyet yapılamaması bu çalışmanın sınırlılığıdır. Sınırlılıklardan bir diğeri ise başka bir belediye ile daha aynı mülakat soruları kullanılarak memnuniyet üzerine bir kıyas yapılamamasıdır.

2. MATERYAL VE YÖNTEM

Bu bölümde Araştırmanın Modeli, Çalışma Grubu, Verilerin Toplanması, Verilerin Analizi ve araştırmanın geçerlilik ve güvenirlik kanıtlarına ilişkin bilgiler yer almaktadır.

2.1. ARAŞTIRMANIN MODELİ

"Belediye Spor Merkezlerini Kullanan Katılımcıların Memnuniyetinin İncelenmesi" olan başlıklı araştırmamızın değerlendirmesi için nitel araştırma yöntemi seçilmiştir. [20]; niteliksel araştırma yöntemleri, istatistiksel olmayan ve sayısal olmayan veri toplama, analiz ve kanıt üretme yöntemlerine dayanan araştırma tekniklerini ifade eder. Niteliksel araştırma teknikleri, insanların deneyimleri, dilleri, tarihleri ve kültürleri gibi ölçülemeyen olgular hakkında bilgi edinmek için bir mercek sağlar.

Bu araştırmada, fenomonolojik nitel araştırma modeli kullanılmıştır. Bu yaklaşım, bireylerin yaşam deneyimlerini (yaşanmış deneyimleri) kullanır ve bu bireylerin yaşadıkları sosyal, kültürel, politik ve tarihsel yapıdaki davranışlarını derinlemesine anlamaya ve kavramaya çalışmaktadır. Nitel bir yaklaşım olarak yorumlayıcı fenomenoloji yaklaşımı, katılımcıların kendilerini ve 'yaşanmış deneyimlerini' herhangi bir çarpıtma ve/veya kovuşturma olmaksızın uygun gördükleri şekilde ifade etmelerini sağlayan 'katılımcı odaklı' bir araştırma modelidir [21], [22].

Spor ve fitness endüstrisindeki mevcut soruna geleneksel yaklaşım, niceliksel araştırma yoluyla gerçekleştirilmiştir. Ancak niceliksel soruların kapalı yapısı niteliksel verilerle zenginleştirilebilir. Niteliksel bir yöntem, spor hizmetlerine bütünsel bir bakış açısıyla odaklanmayı sağlar. Niteliksel bir araştırma süreci aracılığıyla, fitness merkezlerinin gerçekliğinin, doğal durumlardaki halleriyle daha iyi anlaşılması sağlanır [23].

Seçilen model spor yönetimi alanında benzer konularda sıklıkla kullanmıştır. [24] "Büyük Beklentiler: Gönüllü Spor Kulüpleri ve İngiliz Sporuna İlişkin Ulusal Politikanın Belirlenmesindeki Rolleri" başlıklı araştırmada nitel araştırma modelini kullandılar ve tesisleri kullanan 36 kişiyle mülakat gerçekleştirdiler. Çalışmanın modelini işe şu şekilde açıklamışlardır: Bu yaklaşım, bildiğimiz her şeyin bir insan yapısı olduğu ve dolayısıyla konuya dair deneyimi yaşamış kişinin dünyasından, onun bakış açısından incelenmesi

gerektiği vurgulanmaktadır. Bu bakımdan hem soruların hem de bulguların tam objektifliğine ulaşmak zordur. Bu, bulguların geçerli olmadığı anlamına gelmez; tamamen görüşülen kişilerin düşünce ve görüşlerini temsil etmektedir. Bununla birlikte, bu araştırma belirli bir bölgedeki çok spesifik bir nüfus arasında yürütüldüğünden, bulguları daha geniş bir nüfusa genelleme girişiminde bulunulurken dikkatli olunmalıdır. Bu yaklaşımın gücü, araştırılan sistem hakkındaki bilgi ve deneyimlerine göre bilinçli olarak seçilen bir popülasyonun deneyimlerinin derinlemesine araştırılmasına izin vermesidir.

2.2. ARAŞTIRMANIN KATILIMCILARI

İstanbul Sancaktepe İlçe Belediyesi bünyesinde hizmet veren yedi Sanfit merkezinin her birinden, amaçlı örnekleme tekniği kullanılarak iki erkek ve iki kadın olmak üzere toplam 28 kişiden oluşan bir araştırma grubu belirlendi.

Çizelge 2.1. Araştırmaya Katılan Sanfit Üyelerinin Demografik Bilgileri

Katılımcı	**Yaş**	**Cinsiyet**	**Medeni Hal**	**Meslek**	**Eğitim Durumu**	**VKİ**
K1	47	E	Evli	Memur	Lisans	24
K2	35	E	Bekar	Sistem Analisti	Lisans	21
K3	57	K	Bekar	Emekli	Ortaokul	24
K4	54	K	Evli	Ev Hanımı	İlkokul	22
K5	39	E	Bekar	Öğretmen	Lisans	22
K6	34	E	Evli	İmam	Ön Lisans	23
K7	28	K	Bekar	Hemşire	Lisans	20
K8	34	K	Evli	Ev Hanımı	İlkokul	23
K9	36	E	Evli	Sağlıkçı	Lisans	25
K10	22	E	Bekar	Öğrenci	Ön Lisans	25

Çizelge 2.1 (devamı). Araştırmaya Katılan Sanfit Üyelerinin Demografik Bilgileri

K11	52	E	Evli	Emekli	İlkokul	24
K12	33	E	Evli	Güvenlik	Lise	22
K13	33	E	Bekar	İnşaat Teknikeri	Ön Lisans	22
K14	23	K	Bekar	Psikolog	Lisans	14
K15	48	K	Evli	Ev Hanımı	Lisans	19
K16	21	E	Bekar	Öğrenci	Lisans	19
K17	57	K	Bekar	Avukat	Y. Lisans	15
K18	18	K	Bekar	Sporcu	Lisans	15
K19	21	K	Bekar	Öğrenci	Lisans	16
K20	21	K	Bekar	Öğrenci	Lisans	15
K21	20	E	Bekar	İşsiz	Lise	18
K22	24	E	Bekar	Güvenlik	Lisans	25
K23	23	E	Bekar	Öğrenci	Lise	14
K24	34	K	Evli	Ev Hanımı	Lise	21
K25	56	K	Evli	Ev Hanımı	İlkokul	26
K26	37	E	Evli	Öğretmen	Lisans	19
K27	28	K	Evli	Gıda Müh.	Lisans	20
K28	19	K	Bekar	Öğrenci	Lise	16

Araştırmaya gönüllü olarak katılan spor merkezi üyelerinin demografik bilgileri incelenmiştir. Araştırmadaki katılımcılar amaçlı örneklem tekniği ile seçilmiştir. Görüşmelerden en iyi veriyi alabilmek amacıyla belirlenen kriter sanfitteki eski üyeler arasından en sık kullanım sağlayan vatandaşlardır. Eski üyeler ve spor merkezini sık kullanan spor merkezi üyeleri, belediye üye kayıt ve devam sistemi üzerinden kontrol edilerek belirlenmiştir.

Kadın ve erkek vatandaşlar spor merkezine saat ve gün olarak aynı ölçüde katılım

sağlayabilmektedirler. Bu sebeple kadın ve erkek üyeler ile aynı sayıda (14 erkek 14 kadın) görüşme sağlanmıştır. Çok sayıda iş kolundan, farklı eğitim durumlarından katılımcı görüşlerini aktarmıştır. Bu da çalışmanın farklı bakış açıları ile zenginleşmesine katkıda bulunmuştur.

Farklı meslek grubundan kişilerle mülakat yapılmıştır. Bu neticede mesleğe göre belirgin bir memnuniyet/memnuniyetsizlik durumu görülmemiştir. Aynı şekilde kadın ve erkek olarak memnuniyetin anlamlı bir farklılık gösterdiği grup olmamıştır.

Obezite genellikle vücut ağırlığının vücut boyunun (metre cinsinden) karesine bölünmesiyle tanımlanan antropometrik vücut kitle indeksi (VKİ) kullanılarak ölçülür. Araştırmacılar, klinisyenler ve halk arasında kolayca hesaplanan ve yaygın olarak anlaşılan bir ölçü olan VKİ, obezitenin birincil tanısı için yaygın olarak kullanılmaktadır ve VKİ'deki değişiklikler sıklıkla yaşam tarzı müdahalelerinin etkinliğini değerlendirmek için kullanılmaktadır . VKİ sınır değerlerine ilişkin uluslararası standartlar Dünya Sağlık Örgütü'ne (DSÖ) dayanmaktadır. Düşük kilolu: <18,5 kg, normal: 18,5–25 kg, aşırı kilolu: 25–30 kg, obez: ≥30 kg [25]. Çalışmaya katılan spor merkezi üyelerinin VKİ'leri incelendiğinde çoğunlukla normal durumda olduğu görülmüştür.

Çalışmadaki katılımcılar amaçlı örneklem tekniği ile seçilmiştir. Görüşmelerden en iyi veriyi alabilmek amacıyla belirlenen kriter sanfitteki eski üyeler arasından en sık kullanım sağlayan vatandaşlardır.

2.3. VERİLERİN TOPLANMASI

Verilerin toplanması yarı yapılandırılmış görüşmeler sonucunda gerçekleştirilmiştir. 14 kadın 14 erkek toplam 28 kişi ile görüşülmüştür. Sorular oluşturulmadan önce alanyazın taraması yapılmıştır. [26]'ya göre nitel görüşmelerde katılımcıya çok sayıda soru sorulmaması gerekmektedir.

Belirlenen problem ve alanyazın dikkate alınarak 12 adet soru oluşturulmuştur. Katılımcıların deneyimlerini, hikayelerini dinlemek ve sıkıcı bir soru-cevap formundan uzak olmak için soru sayısı en optimal düzeyde tutulmuştur. Pilot görüşmeler ve ilgili alanyazın taramasından sonra, soruların memnuniyet düzeylerini ortaya en iyi şekilde koyacak sorular olduğu kabul edilmiştir.

Her bir görüşme daha sonra yazıya geçirilmek suretiyle ses kaydına alınmıştır.

Katılımcılara görüşmenin ses kaydına alınacağının ve ne amaçla kullanılacağının bilgisi verilmiştir. Her bir mülakatta katılımcının imzalı izni alınmıştır. Araştırma sürecinde izlediğimiz aşamalar şöyledir:

1. Sorunun belirlenmesi
2. Alanyazının incelenmesi
3. Araştırma sahasının belirlenmesi
4. Verilerin toplanması
5. Verilerin analiz edilmesi

2.4. VERİLERİN ANALİZİ

Çalışmada nitel araştırma tekniklerinden olan içerik analizi ve betimsel analiz kullanılmıştır. Mülakatlar sonrasında, alınan ses kaydı yazıya dökülmüştür. Yazıya dökülen ses kayıtları 3 alan uzmanı tarafından deşifre edilmiştir. Katılımcı görüşlerinin kodlamaları teşhis edilmiştir. Kodlar tekrar gözden geçirilerek temalar belirlenmiştir. Kodlar dört tema altında toplatılmıştır; ilişkisel çevre, mekansal çevre, sağlıklı olma ve sunulan hizmet.

3. GENEL BİLGİLER

3.1. MÜŞTERİ MEMNUNİYETİ

Müşteri memnuniyeti, müşteri algıları ile hizmet/ürün beklentilerini karşılaştırmanın bir sonucudur. Birçok çalışmanın doğruladığı gibi, yüksek memnuniyetin faydaları arasında olağanüstü bir itibar, tekrarlanan müşteriler ve ücretsiz tavsiyeler yer alır [27]. Müşteri memnuniyetini anlamak, özellikle ölçmek ve yönetmek, işletmeler adına uzun vadede hayati önem taşımaktadır [28].

Müşteri memnuniyeti, müşterilerin örgütsel yetenekler, ürünler ve hizmetlerle ilgili mutluluğunu tanımlayan bir boyutu ifade eder [29]. Müşteri memnuniyeti, müşterilerin beklentilerini, duygularını ve ihtiyaçlarını ölçer [30].

Müşteri memnuniyeti ister hizmet ister ürün olsun, her müşterinin bir şey elde etmek için ilk beklentisi ya da umudu olarak da adlandırılabilir. Satın alma işlemini gerçekleştirmeden veya hizmet almadan önceki beklentiler ile satın alma işlemini gerçekleştirdikten veya hizmet aldıktan sonraki durum karşılaştırılır. İlk beklentiler ile nihai beklentiler karşılaştırıldıktan sonra, memnun olunduğu ya da olunmadığı sonucuna varılacaktır [31].

Tam da bu sebeple işletmeler müşterilerini hizmet/ürün alımı öncesinde de dinlemek ve amacını, beklentilerini öğrenmelidir. Bu sayede müşterinin beklentileri ve kendi hizmet/ürün kalitesi de bilindiği için sonuçlar kısmen tahmin edilebilmektedir. Ayrıca müşterinin beklentilerinin ne kadarının sağlanacağı öüşteriye aktarılarak müşterinin alışveriş sonunda hayal kırıklığına uğramasının önüne geçilebilmektedir.

Tüketici memnuniyeti, tüketicilerin ihtiyaç ve isteklerinin beklendiği gibi ve iyi bir şekilde karşılandığını fark ettiklerinde gösterdikleri bir durumdur [32]. Kısacası, müşteri memnuniyeti kavramı, tüketicilerin mal ve hizmet gibi arzu ettikleri ihtiyaçlarını karşılamak için istedikleri veya ihtiyaç duydukları şeydir. En yüksek kalitede ürün veya hizmete sahip olmak müşterinin hedefidir. Bu nedenle bugüne kadar; müşteri memnuniyeti şirketin vizyonunun, misyonunun, hedeflerinin, konumlandırma ifadelerinin ve diğer birçok şeyin ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir [31].

Müşteri memnuniyetini sağlayabilmek için müşteriyi iyi tanımak gerekmektedir. Yani

müşterinin ürünü/hizmeti neden almak istediği öğrenilmelidir. Müşteri ihtiyacına uygun ürünü/hizmeti aldıktan sonra memnuniyet durumunu ifade edebilir ancak bu durum son ve kesin bir ifade değildir. Çünkü memnuniyet her an değişebilmektedir.

3.1.1. Spor Tesislerinde Müşteri Memnuniyeti

Hizmet kalitesinin boyutlarını araştırmak ve bunların memnuniyet ve sadakat üzerindeki etkilerini anlamak, tipik olarak yüksek olan ayrılma oranlarının üstesinden gelmek için önemlidir [33]. Aslında, birçok araştırmacı, örneğin [34] müşteri memnuniyeti ve sadakatinin potansiyel bir itici gücü olması nedeniyle hizmet kalitesinin anlaşılmasının önemini vurgulamıştır. Aynı mantık sağlık ve fitness endüstrisi için de geçerlidir. [35]'in vurguladığı gibi bireylerin fitness kulüpleri ve spor salonlarından ayrılma nedenlerinin yanı sıra, diğer ayrılma nedenlerinin neredeyse yarısı hizmet kalitesi algısının düşük olmasından kaynaklanmaktadır.

Memnun müşterilerin bir hizmeti kullanımlarını artırma ve hizmeti başkalarına tavsiye etme olasılıkları daha yüksektir, bu da müşteriyi elde tutmayı "son derece karlı" hale getirir ve yeni müşteriler kazanmada etkili olur. Memnun müşterilerin hizmetleri satın almaya devam etme ve olumlu ağızdan ağıza pazarlama yapma olasılıkları daha yüksektir. Müşteriler için sadakatin, ürün bilgisi aramak ve rakiplerin ürün/hizmetlerini değerlendirmek için harcanan zaman açısından da faydaları vardır [36].

İhtiyaç-tatmin perspektifine göre memnuniyet, beklenen sonuca göre değerlendirilir. Örneğin fitness merkezlerine gelen üyelerin spor yapmak için farklı nedenleri mevcuttur. Fiziksel değişim (hem güzelliği hem de fonksiyonel sağlığı kapsayan), zihinsel değişim (uyum ve rahatlama) ve sosyal etkileşimden elde edilen zevk gibi egzersiz yapmak için farklı türde nedenler mevcuttur. Değerlendirme perspektifi kullanılacak olursa memnuniyet, müşterinin beklediğiyle karşılaştırıldığında aldığıyla ilgili yaptığı değerlendirmenin sonucudur [37].

Müşteriler, spor tesislerinde sıcak ve samimi bir atmosfer yaratılmasına (temizlik ve ekipmanın iyi çalışma koşulları gibi hususlar dahil) değer vermektedir. Üstelik fiziksel unsurlar, müşterilerin beklediği kalitenin deneyiminden önce ön-değerlendirme ve satın alma/seçim davranışlarını yönlendirmek için kullandıkları somut ipuçları sağlar [33].

Spor ve eğlence endüstrisinde hizmet kalitesi, memnuniyet ve sadakat arasındaki bağlantıyı araştırmak özellikle önemlidir. Aslında spor endüstrisi (sağlık kulüpleri, spor salonları, havuzlar ve diğer hizmetler dahil) özellikle yüksek ayrılma oranlarıyla karşı

karşıyadır; yeni kullanıcılar yakalamanın yüksek maliyetleri göz önüne alındığında, bu durum, kuruluşları müşterilerin sadakatini neyin artırdığını anlamaya teşvik etmelidir [37].

Anlık müşteri çekebilecek potansiyele sahip olan spor salonları kendilerine gelen müşterileri elde tutabilmek için beklentilerini öğrenerek kendisine en iyi hizmeti sunmalıdır. Her müşterinin farklı ihtiyacı ve spor yapma nedeni olduğundan her müşteriye biricik davranılmalıdır.

Spor tesisleri çoğunlukla devlet mülkiyetindedir ancak özellikle gençlik sporunda yeterli hizmet sunmak için gerekli yönetim ve insan kaynakları unsurlarından yoksundur [38]. Özel sektörde görülen müşteri odaklı yaklaşımın, kamuda da görülmesi memnunyet ve karşılıklı (kamu-vatandaş) gelişim için gereklidir.

Bir hizmeti ya da ürünü alacak olan kişinin satın alma davranışından önce kafasında olan ile satın alma davranışından sonra gördüğü arasında benzerlik olmalıdır. Aksi takdirde hayal kırıklığı olacaktır ki bu memnuniyetsizlik anlamına gelmektedir. Firmalar tarafından memnuniyete verilen önem giderek artış göstermiştir. Memnuniyet kavramını anlayabilmek ve tarihsel gelişimini incelemek için paralel olarak yönetim kavramının incelenmesi de daha verimli olacaktır. Sanayi devrimi ile birlikte fabrikalarda çalışan insanlardan daha iyi verim alınabilmesi adına bir takım yönetim yaklaşımları söz konusu hale geldi. İlk yaklaşımlarda çoğunlukla ürüne, makineye önem verilirken bu önem yerini giderek “insan”a bırakmıştır.

Yönetim, ancak endüstri belirli bir karmaşıklık düzeyine ulaştığında bir disiplin haline gelmiştir [39]. [40] ise bir işletmenin zorlukların üstesinden gelebilmesi için yenilikçi bir yönetimin benimsenmesi gerektiğini savunmuştur. [41]: “Kalkınmaya çalışan bütün kuruluşlar değişime uyum sağlayabilmek ve küresel çapta saygın bir konumda olabilmek için modern yönetim anlayışlarını ve uygulamalarını takip etmelidirler.”

Karmaşıklığın ortadan kaldırılabilmesi ve daha iyi idare için bir takım yönetim teorileri ortaya çıkmıştır. Bu yönetim teorileri birbirlerine karşı olarak ortaya çıkarak giderek modern ve insanı önemseyen teoriler halini almışlardır.

Yirminci yüzyılın son yıllarında birçok ülkede kamu yönetimleri reformdan geçmiştir [42]. Klasik yönetim yaklaşımlarında esas olan örgütün verimliliğiyken insan, sadece işgören bir makine olarak görülür [43]. Post-modern uygulamalar ise yönetim anlayışına yeni bir bakış açısı getirmiştir. Böylelikle yönetimde insan ön plana alınmış; müşteri

memnuniyeti, müşteriye odaklanma, katılım, hizmet/ürün kalitesi, değişim gibi hususlar ön plana çıkmıştır. Bu hususların sağlaması amacıyla ortaya çıkan uygulamalardan biri de Toplam Kalite Yönetimidir [44].

3.1.2. Toplam Kalite Yönetimi

Kamu sektörü reformları her durumda; verimliliği ve etkinliği artırmaya odaklanmış, mükemmel bir organizasyon arayışındadır. Bu amaca ulaşmak için kamu sektörü kuruluşlarının performansını planlama, kontrol etme ve raporlama ihtiyacı birçok hükümet reformunun ana teması olmuştur [45]. Bu bağlamda, birçok kamu sektörü yazarı, İş Mükemmelliği Modeli, Dengeli Puan Kartı ve diğer Toplam Kalite gibi iş geliştirme metodolojilerinin ve tekniklerinin kullanılmasını önermiştir [46].

Müşteri memnuniyetini temel alan ilk ve en önemli yaklaşım Toplam Kalite Yönetimidir. Bu nedenle müşterileri önemseyen, ayakta kalmak isteyen her kuruluş ya da firma TKY ile süreci ilerletmelidir.

Toplam Kalite Yönetimi, bir kuruluşun iş faaliyetlerine kaliteyi uygulama süreci olarak tanımlanmaktadır Toplam kalite yönetimi, kalitenin bir kuruluşun ticari faaliyetlerine uygulanması süreci olarak tanımlanır. Basitçe, "toplam" kelimesi, her işlevsel ve organizasyonel seviyedeki üyenin mükemmelliği kabul etmesi ve mükemmellik için çabalaması anlamına gelir. “Kalite” kavramı, çalışanlar, sistemler ve üretim süreçleri, müşteri memnuniyeti, hizmet sunumu ve maliyet etkinliği alanları da dahil olmak üzere bir işletme için genel olarak mükemmelliği ifade eder [47].

Toplam Kalite Yönetim sistemleri; sunulan hizmetlerin kalitesini artırır, bu da müşteri memnuniyetini artırır [48]. Toplam Kalite Yönetiminin hizmet kalitesi ve müşteri memnuniyeti üzerinde önemli bir etkisi olduğunu söylemiştir [49].

Toplam Kalite Yönetimi hem ürün ve hizmetlerin hem de yönetimin kalitesini artırmayı amaçlamaktadır. Günümüzde neredeyse her alanda ve örgütte uygulanabilmektedir. Bu nedenle spor hizmetlerinde de kaliteyi artıracağı kabul edilmelidir. Çünkü geleneksel yönetim modelleri ile yönetilen spor kurumları müşterilerin ihtiyaç ve beklentilerini tam anlamıyla anlayamamaktadır. Spor hizmetlerinde amaca dönük sonuçlar alınabilmesi ve müşterilerle daha iyi bir iletişim kurulabilmesi için Toplam Kalite Yönetimi benimsenmelidir [41].

Farklı kişilikleri nedeniyle müşterilerin mal ve hizmetlerin kalitesine ilişkin oldukça

farklı algılara sahip olduğunu belirtmek de önemlidir. Hizmetlerin benzersizliği ve değişkenliği nedeniyle şekillendirilmesi ve değerlendirilmesi daha zor görünmektedir. İşletmeler, hizmetlerinin kalibresini yükseltmek için tasarlanmış eylemlerde bulunmalıdır. Bu alandaki temel görevler arasında kalite için temel kriterlerin belirlenmesi, hizmet sunum sürecinin kurumun itibarını artıracak girişimlerle desteklenmesi, müşterilerin mevcut hizmet çeşitliliği hakkında bilgilendirilmesi, pozitifliğe değer veren bir kurum kültürü yaratılması, müşteriler için her şeyin ötesine geçilmesi ve hizmet mükemmelliğinin izlenmesi ve ölçülmesi yer almaktadır [50].

Bazı kuruluşlarda hizmet kalitesinden ödün verilmiş ve müşteri değeri uzantısından etkilenmiştir. Bu iddiaya göre, tüketici sadakati giderek azalmakta ve bazı kuruluşlar, ikame ürün ve hizmetlerden kaynaklanan rekabet zorluklarıyla karşı karşıyadır. Kuruluşlar hizmet kalitesine çok dikkat etmediklerinde, bu tür kuruluşlar hayatta kalacak ve sonunda çökecektir. Bununla birlikte, kuruluşlar çok dikkat ettiğinde hizmet kalitesine ve müşteri beklentilerini karşılamaya bağlı olarak müşteri memnuniyetinin başarılır ve o kuruluş hayatta kalır. Her tüketici parasının karşılığını bekler. Herkes parasını harcayarak satın aldığı herhangi bir ürün ya da hizmetten kazanç elde etmeyi bekler [47].

Kuruluşlar hizmet kalitesine çok dikkat etmediğinde, bu tür kuruluşlar hayatta kalamaz ve sonunda çöker. Bununla birlikte, kuruluşlar hizmet kalitesine çok dikkat ettiklerinde ve müşteri beklentilerini karşıladıklarında, müşteri memnuniyeti açıkça elde edilir ve o kuruluş hayatta kalır. Her tüketici parasının karşılığını bekler, yani herkes bir ürün ya da hizmet satın almak için parasını harcadığı her şeyden kazanç elde etmeyi bekler.

[51], "Yerel yönetimlerin spor tesislerinde toplam kalite yönetimi uygulamaları (İstanbul Büyükşehir Belediyesi örneği)" isimli yüksek lisans çalışmasında, yerel yönetimlerin işlettiği spor tesislerinde, toplam kalite yönetiminin uygulanabilir olduğunu yazmıştır.

Müşteri memnuniyetinin iki farklı kavramsallaştırması vardır; anlık memnuniyet ve kümülatif memnuniyet. Anlık memnuniyet, belirli bir satın alma olayının seçimi sonrası değerlendirici yargı olarak görülmektedir. Kümülatif müşteri memnuniyeti ise bir mal veya hizmet alımını zaman içinde yaşanan toplam satın alma ve tüketim deneyimine dayandıran genel bir değerlendirmedir. Bir firmanın müşteri memnuniyetine yatırım yapmasını motive eden şey kümülatif müşteri memnuniyetedir [52].

Hizmet firmaları için zorluk; müşteri memnuniyetini belirleyen kritik faktörleri ortaya çıkarmaktır. Konuyla ilgili yaptıkları çalışmayla, meta-analiz kanıtlarına dayalı olarak

hizmet memnuniyetinin öncülleri hakkında önceki çalışmaların bütün bir resmini vermeye çalışmışlardır. Hizmet sektörlerinde, geçtiğimiz yıllarda memnuniyet araştırmalarına ilişkin üç ana paradigma olduğunu ortaya koymuşlardır [53]:

3.1.3. Beklenti Doğrulama Paradigması

[54], tarafından çerçevelenen Beklenti Doğrulama Teorisi (BDP), müşterilerin karar verme prosedürüne odaklanmıştır. Ayrıca onların belirli bir hizmeti veya ürünü yeniden satın alma niyetine odaklanırlar. [55] ise BDP'yi şöyle açıklar: Kullanıcıların yeniden satın alma niyetine odaklanır. Daha sonra BDP, yeniden satın alma niyetinin ötesinde, kullanıcıların devam etme niyetinin nasıl olduğunu temsil eden bir modeldir.

BDP, kulaktan kulağa yayılma ve müşterilerin aldığı hizmetle devam etme niyetidir [56]. Müşterilerin beklentisinin, aldığı ürün ya da hizmetten sonra teyit edilmesi gerekmektedir. Bu konu, müşteri memnunsa devamlılığını sağlayabilmek değilse sebebi tespit etmek açısından önemlidir.

BDP, müşterilerin bir ürün veya hizmeti yeniden satın alma niyetinin, öncelikle ürün veya hizmetin önceki kullanımından duydukları memnuniyetle belirlendiğini ileri sürmektedir. Müşteriler yalnızca hizmet olanağının beklentilerini karşılaması veya aşması durumunda tatmin olmaktadır. Tersine eğer hizmet, hizmet tesisleri açısından müşterilerin beklentilerini karşılayamazsa, hizmetten memnun kalmazlar ve memnuniyetsizlikleri ağızdan ağıza yayılır [54]. Buradan da bir kez daha anlaşılıyor ki müşterinin memnun olabilmesi için beklentilerinin tatmin edici düzeyde karşılanmış olması gerekmektedir.

3.1.4. Hizmet Kalitesi Paradigması

Hizmetler, yalnızca üretilme biçimleri açısından değil, aynı zamanda nasıl tüketildikleri ve değerlendirildikleri açısından da mamul mallardan farklılık göstermektedir. Hizmetlerin, onları ürünlerden farklı kılan, tasarlanma ve satılma şeklini etkileyen dört kendine has özelliği vardır. Hizmetler: soyuttur, heterojendir, eş zamanlı olarak üretilir/tüketilir ve bir sahibi yoktur [57]. Hizmetler soyuttur çünkü tekdüze kaliteyi test etmek amacıyla satış öncesinde sayılabilen, envanteri tutulabilen, ölçülebilen, test edilebilen ve doğrulanabilen hassas üretim özelliklerine sahip nesneler olan malların aksine, hizmetler tek tip kalite özelliklerinin nadiren belirlenebildiği performanslardır. Performansları genellikle farklı üreticiler, müşteriler ve günler arasında değiştiği için heterojendirler ve bu da tek tip kalitenin sağlanmasının zor olmasına neden olur.

Hizmetlerde, üretim ve tüketimin eş zamanlı olduğu kabul edilir. Çünkü hizmet, genellikle müşteri ile çalışan arasındaki etkileşim olarak gerçekleşir. Çabuk bozulurlar çünkü etkileşim sona erdiğinde, müşterinin satın aldıktan sonra genellikle bir süre elinde tutabileceği malların aksine hizmet sona erer [58].

Yüksek hizmet kalitesi, memnun ve sadık müşterileri elde tutmayı sağlar [59] ve müşteriyi elde tutma, fitness sektöründeki işletmeler için çok önemlidir. Hizmet kalitesi, bu elde tutmada önemli bir bileşendir. Günümüz pazarında bir fitness kulübünün başarısı, müşterilerine sağladığı hizmet düzeyiyle güçlü bir şekilde ilişkilidir [60].

Yüksek hizmet kalitesi ve sürekli ilgi ile müşteriyi elde tutmak mümkündür. Bunun sonucunda ise müşteri memnun olur ve hizmeti almaya devam eder. Açıkça bunun Beklenti Doğrulama Paradigması ile bağlantılı olduğu görülmektedir.

Günümüz ekonomisinin hizmet temelli ortamında iki temel bulunmaktadır: Teknik Kalite ve Fonksiyonel Kalite. Teknik kalite, çıktı ve hizmet sağlamayı; aslında müşterilerin aldığı şey budur. Fonksiyonel kalite ise hizmet sunma sürecinin kalitesini içermektedir. Bu bölümde müşterilerin katılımı sağlanmakta, hizmet sağlayıcı ile hizmeti alan arasında ilişki kurulmaktadır. Akıllı bir kuruluş, potansiyel müşterileri tanımanın ve satın alma davranışlarını bilmenin kendisi için rekabet avantajı olduğunu anlamalıdır. Bu rekabet avantajı hem kuruluşa karlılık getirebilir hem de müşterilerinin sadık ve kalıcı olmasını sağlayabilir [61]. Hizmet kalitesi algıları müşteri memnuniyeti ve müşteriyi elde tutma ile ilişkili olduğundan hizmet kalitesi, pazarlama literatüründe önemli bir konudur [62].

Hizmet kalitesi iyi olursa ya da bu bir ürünse, ürünün kalitesi arttıkça müşteri bağlılığı da artacaktır. O zaman müşteri memnuniyeti sağlanırsa müşteri bağlılığı da artacaktır. Müşteri memnuniyeti, hizmet kalitesi ve ürün kalitesi ile desteklendiği takdirde sağlanabilir [31].

O halde hizmet sunan bir firma, kaliteyi çalışanlarıyla ve sunduğu ekipman ile sağlamalıdır ki müşteri sadakati oluşsun. Çünkü [63], bir hizmet sağlayıcının pazarda hayatta kalıp kalmayacağını belirleyen en önemli unsurun, sağlanan hizmet kalitesinin düzeyi olduğunu belirtmişlerdir.

3.1.5. Hizmet Değeri Paradigması

Değer kavramı yönetim terminolojisinin en işlevsel terimlerinden biridir. Değer üretilen değil, müşterinin aldığı şeydir. Pazarlamada değer, ürün/hizmet kalitesinin algılanan

fiyatlarıyla ilişkili olarak algılanan faydalarını içerir. Algılanan fiyatla ilgili kalite, müşterinin farklı ürün/hizmetleri karşılaştırdığı göstergelerden biridir [64]. Dolayısıyla değer, müşterinin zihninde oluşan özel ve ampirik bir kavramdır [65]. Bazı yazarlar, müşteriden beklenen değeri, üreticinin daha sonra yaratılan müşteriye özel gereksinimleri ve ihtiyaçları bulma yeteneği olarak tanımlamaktadır. Üreticiler için değer, üretim sürecinde ve sonrasında hizmet sunumunda yaratılır; ancak müşteriler için değer, onların gerçek ihtiyaçlarını sağlamak için gerçekleştirilen üretici faaliyetlerinin algısı veya memnuniyetidir [66].

Hizmeti verilirken her müşterinin nevi şahsına münhasır olduğu göz önünde bulundurulmalıdır. Müşteriler kendilerini özel hissetmeli ve hizmet aldığı örgüt/firma tarafından neyi istediği biliniyor olmalıdır. Bu sayede müşteri kendisini değerli hissedecek, sonuç olarak ortaya memnun ve sadık bir müşteri çıkacaktır.

Kuruluşun müşterisi için yarattığı değer, üretim ve pazarlama maliyetleri, satış sonrası hizmetler vb. gibi müşteriye ürün/hizmet sağlamak için planlanan tüm düzenlemeleri içerir. Kuruluşlar, müşterilerin gelecekteki ihtiyaçlarının farkına varmadaki çok önemli rolünü dikkate almalıdır. Beklenen değerleri benimsemeli ve bunu stratejik karar alma süreçlerinde uygulamalıdırlar. Müşterilerin ürün/hizmetlerin ödenmiş değerinden daha fazlasını talep etmemesi nedeniyle değer yaratma, rekabetçi pazarda öncü bir rol oynamıştır [67]. Müşterilerini iyi tanımak ve bunu ona hissettirmek kuruluşu da müşteri gözünde değerli yapacaktır.

"Müşteri, merkez" fikriyle pazarlama ortamında, öncelikle spor, fitness ve eğlence endüstrisi pazarının temeli olan müşteri hak ve menfaatlerini kabul etmeliyiz; ikincisi, müşteriler için talep yaratmayı ve karşılamayı anlamalıyız; son olarak, bir dizi sadık müşteriyi elimizde tutmalıyız [68].

Görüldüğü gibi memnuniyete dair bu üç ana model birbirine bağlıdır. Kısaca kuruluşlar/örgütler müşterinin beklentilerini tahmin etmeli, onlara kaliteli bir hizmet sunmalı ve kişiyi özel hissettirmelidir. Bu noktada değinilmesi gereken önemli bir konu ise “müşteri” kavramının kamu sektöründe kullanılıp kullanılamayacağı olabilir. Müşteri kavramının kamu sektöründeki anlamına ilişkin literatür taraması yapılmış ve çalışmada ayrı bir bölüm olarak yer verişmiştir.

3.1.6. Kamuda Müşteri Kavramı

Kamu sektöründen ziyade özel sektörde amaç kar olduğundan kaliteyi de artırıp daha çok müşteri çekmek istenmektedir. Ücretsiz ya da makul ücretlere hizmet verildiğinden dolayı kamu sektöründe talep fazladır ve sürekli artmaktadır. Bu noktada nitelik-nicelik ikilemi ortaya çıkmaktadır: Ya müşterilerin memnuniyetini ve talebini artırmak için kaliteli ancak az sayıda tesis yapılacak ya da daha çok sayıda ama daha düşük bütçeli tesisler yapılacak. Bu ikilem arasında karar verirken kamunun her vatandaşa hizmet sunma gerekliliği unutulmamalıdır [69].

Kamuda, geleneksel kamu yönetim anlayışı yerini kamu işletmecilik modeline bırakmıştır. Üst yöneticilerin yetki ve nüfus alanı artmış öte yandan ise müşteri odaklı yurttaşlık kavramı ortaya çıkmıştır [70].

Kamu işletmeciliği ile devletin vatandaşı, devletin müşterisi haline gelmiştir. Kamu, özel sektördeki firmalarla rekabet içerisine girmiş bir girişimci olmuştur. Kamu, sunduğu ürün/hizmet karşılığında para aldığı için devletin müşterisi durumu ortaya çıkmıştır. Ancak yine de kamu-müşteri ilişkisi ile özel sektördeki bir firmanın müşterisi ile olan ilişkisi tam olarak aynı olmayabilir. Müşteri-vatandaş kavramları birbirlerinin yerlerine kullanılacak [71].

TKY'nin en önemli ilkesi müşterilerin memnuniyet ve tatmin duygusu içerisinde olmasıdır. Müşteri kavramı özel sektörde çok dikkat edilen bir kavramdır. Öte yandan kamuda, müşteri kavramı tartışmalıdır. Kamu hizmetlerinden yararlanan kişilere müşteri denilmesi konusunda belirsizlik vardır [69].

3.2. YEREL YÖNETİMLER VE BELEDİYELER

Merkezi yönetimin dışında örgütlenen temel amaçları mahalli düzeyde vatandaşların temel ihtiyaçlarını karşılamak olan yerel yönetimler, merkezi yönetimden ayrı bir tüzel kişiliğe sahip, kendi kararlarını kendi organları vasıtasıyla alabilen, kendilerine ait, kaynak, personel ve kanunlarla belirlenen görev ve yetkileri olan özerk yönetim birimleridir. [72] ise yerel yönetimleri şöyle açıklar: "Yerel yönetimler; sunduğu hizmetle insan yaşamını direkt etkileyen ve insanların en yakından takip ettikleri ve değerlendirdikleri hizmetlerdir; vatandaşların hayatlarında birçok aşamada görev ve sorumluluk üstlenmişlerdir."

Yerel yönetimler, dünya çapındaki ülkelerde temel kamu hizmetlerinin yönetimi ve sunumundan sorumludur. Çöplerin toplanmasından sokakların temizlenmesine, yaşlılar ve korunmasız kişiler için eğitim ve bakım sağlanmasına kadar bu kuruluşlar, yeni ve acil toplumsal sorunlara yönelik yenilikçi çözümlerin geliştirilmesine ve uygulanmasına her zaman öncülük etmektedir. Yerel yönetimler, vatandaşların güvendiği kamu hizmetlerinin sunulması ve sağlanmasında ön saflarda yer almanın yanı sıra, çoğu zaman devletin en kamusal yüzüdür [73].

Yerel yönetimler, özellikle belediyeler vatandaşa en yakın ve yerel halkın en rahat hizmet alabildiği kamu kuruluşlarıdır. Bu bağlamda vatandaşların sürekli ihtiyaç duyduğu hizmetlerin birçoğunu yerel yönetimler sağlamaktadır. İnsanların hemen hemen 24 saat yerel servislerle iletişim kurduğu söylenebilir. İçtiğimiz su, eğitim, temizlik hizmetleri, ulaşım, spor gibi birçok hizmet bu kurumlar sayesinde verilmektedir. Bu nedenle, bu hizmetler günlük hayatımızı en çok etkileyen hizmetlerdir. Bu açıdan bakıldığında bu hizmetler ne kadar hızlı, ucuz, kaliteli ve erişilebilir hale gelirse, bu hizmetlerden yararlanan vatandaşlar da o kadar mutlu olacaktır [74]. Yerel yönetim uygulamalarında merkezi ve yerel yönetimler arasındaki ilişkinin daha etkin olduğu, merkezi yönetimlerin kontrolünde olmayan yerel yönetimlerin ihtiyaçlarını daha hızlı ve ekonomik olarak karşıladıkları görülmektedir. Yerel yönetimlerin halkla etkileşim kurmanın daha kolay ve daha verimli yollarını bulmalarıyla da bilinirler [75].

Tüm yönetimler gibi yerel yönetimlerin de sınırlı politika gündemleri ve ellerinde sınırlı kaynaklar vardır. Bunun sonucunda politika öncelikleri konusunda seçim yapmak zorundadırlar [76]. Yerelde yaşanan sıkıntılar, eksiklikler, ihtiyaçlar o bölgenin idarecisi

tarafından tanıklık edilmektedir. Seçilen idareciler duruma doğrudan şahitlik etmelerinden dolayı bölge halkı için öncelikleri belirleyip iyileştirmelere başlamalıdır.

Yoksulluk, halk sağlığı ve erken çocukluk eğitimi gibi bazı politika konuları giderek yerelleşmektedir. Bu gibi sorunlar yerel politika sorunlarıdır. Bu tür sorunlar en çok bölge sakinleri ve karar vericiler tarafından görülebilmektedir. Yerel yönetimler ve yöneticiler "sorun çözme konusunda itibar kazanmaya hazırdırlar" koşullara ve zorluklara yakınlıkları nedeniyle, sorunun ciddiyetine dayalı olarak politika konularına yanıt verme olasılığı eyalet ve ulusal hükümetlerden daha yüksek olabilir. Yerel yönetimler genellikle vatandaşların kötüleşen koşullarla ilgili şikayetleriyle başvurdukları yerlerdir; etkili ve hatta proaktif sorun çözücüler olmak için daha fazla motivasyon sağlarlar. Yerel sorunların görünürlüğü göz önüne alındığında, yerel politika konularını politika tepkisi gerektiren sorunlar olarak tanımlamaya yönelik baskın koşulların, diğer politika alanlarına göre daha fazla ihtiyaç ölçeği olması mümkündür. Bu nedenle, sorunun ciddiyeti arttıkça yerel politika konularına verilen yanıtın da daha fazla olması beklenmektedir [77]. Yerel yöneticilerin, görevli oldukları bölgedeki sorun ve ihtiyaçların önemini anlayıp üstlerine aktarabilmesinin çok önemli olduğu anlaşılmaktadır.

Yerel yönetimlerin dünya çapında birçok farklı anlamı vardır. Köyler, belediyeler, özel makamlar, ilçeler, kamu-özel sektör ortaklıkları, ortak idareler, tarihi bölgeler ve daha birçokları vardır. Burada öncelikli odak noktası, tüm sistemlerde “yerel yönetimlerin” temsilcisi olarak belediyelerdir. Ancak yerel yönetim bile tek tip bir kavram veya özellikler dizisi değildir. Hizmetler açısından belediyeler derinlik ve genişlik bakımından önemli ölçüde farklılık göstermektedir. Örneğin, Avustralya'da çok sınırlı sayıda temel olanak belediyeler tarafından organize edilirken Almanya'da temel hizmetlerin yanı sıra sağlık, eğitim ve sosyal refah hizmetlerinin tamamı şehirler veya ilçeler tarafından organize edilmektedir [78].

Yerel yönetimlerimiz; il özel idareleri, belediyeler ve köylerden oluşmaktadır [79]. Yerel yönetimler, kentin resmi karar alma süreçlerine ilişkin yasal düzenlemelerin uygulayıcısı ve yerel siyasetin ana aktörlerinden biridir [80]. O halde bir yerel yönetim biriminde; belediye, il özel idare veya köyde yaşayan bir vatandaşın spor yapabilmesinden sorumlu en önemli tüzel kişilik yaşadığı idari birimdir. Araştırmamıza konulan kamu birimi bir belediye olduğundan konuya belediye ve belediyenin görevleriyle devam etmek daha iyi olacaktır.

[81]'e göre belediye; "belde sakinlerinin mahalli müşterek nitelikteki ihtiyaçlarını karşılamak üzere kurulan ve karar organı seçmenler tarafından seçilerek oluşturulan idari ve mali özerkliğe sahip kamu tüzel kişisini" ifade eder. Öte yandan belediyenin görev ve sorumlulukları mahalli müşterek nitelikte olmak şartıyla aşağıdaki gibidir:

1. İmar, su ve kanalizasyon, ulaşım gibi kentsel alt yapı;

2. Coğrafi ve kent bilgi sistemleri; çevre ve çevre sağlığı, temizlik ve katı atık;

3. Zabıta, itfaiye, acil yardım, kurtarma ve ambulans;

4. Şehir içi trafik; defin ve mezarlıklar; ağaçlandırma, park ve yeşil alanlar, konut;

5. Kültür ve sanat, turizm ve tanıtım, gençlik ve spor;

6. Sosyal hizmet ve yardım, nikah, meslek ve beceri kazandırma;

7. Ekonomi ve ticaretin geliştirilmesi hizmetlerini yapar veya yaptırır.

Belediye bütün bu hizmetleri, kendi sınırları içinde hayatını sürdüren vatandaşlara sağlamalıdır. Bu ihtiyaçlar temel gereksinimlerdir ve bunlarsız hayat sürdürülemez. [82], bütün bunların dışında vatandaşların boş zamanlarında gevşeyebileceği ve zamanını daha verimli geçirebileceği imkanları olmalıdır. Bu amaç doğrultusunda halkın hizmetine tesis açmak ilk işlerden biri olmalıdır.

3.2.1. Farklı Ülkeler ile Değerlendirme

İspanya'nın; Franco devrinde üst sınıfa ayrılan spor hakkı, Franco sonrasında herkes için spora evrilmiştir. Bu dönemde spor hizmetinin sağlanması, belediyeler aracılığıyla tabana yayılmıştır [83].

Hollanda spor yapısındaki en önemli hükümet aktörü belediyelerdir. Hollanda, ulusal çapta sporun gelişimi için yerel yönetimlerin spor faaliyetlerini destekleyerek bu faaliyetleri kolaylaştırmış ve teşvik etmiştir. Özellikle ikinci dünya savaşından sonra yerel yönetimler, yerel spor altyapısına yatırım yaparak tahrip olan spor sahalarının yeniden inşasına ve olumlu bir yaşam ortamı yaratılmasına katkıda bulunmayı hedeflemiştir [84]; [85]; [86].

İsveçte yirminci yüzyılın yerel spor politikaları az gelişmiş/gelişmemiş olarak kabul edilmektedir [87]. 1932 yılında Sosyal Demokrat İşçi Partisi hükümet görevini üstlendikten sonra sporun bir politika kaygısı olarak büyümesiyle birlikte, yerel yönetimin spora desteği de arttı [88]. Spor tesislerinin sayısında ve çeşitliliğinde büyük

bir artış yaşandı [87].

Pakistan, kurulduğu andan itibaren sporu önemseyen bir devlet olsa da ilk spor politikası (USP-Ulusal Spor Politikası) 2001 yılında açıklanmıştır. Bu doğrultuda spor sisteminin değiştirilmesi ve sporu tabana yaymak amaçlanmıştır. 2010 yılında spor, eyaletlere devredilmiştir. Ancak mali sebeplerden ötürü ve merkezle olan zayıf bağlantılar sonucunda sporda bir gelişme olmamıştır. Ancak Pakistan, 2021 Ulusal Spor Politikası ile kadın sporları, özel ve Paralimpik sporlar, kış sporları, E-sporlar ve yerel/geleneksel sporlar (örneğin Kabaddi, Malakhra ve Free-Style Polo) dahil olmak üzere daha önce ihmal edilen alanların desteklenmesi gerektiğini kabul etmiştir. Okul sporları açısından, 2021 USP, tüm eğitim kurumlarının haftada en az iki dönemi, spor faaliyetlerine ayırmasını ve kendi seçtikleri altı oyuna katılmasını zorunlu kılarken, tüm kolejlerin en az altı spor takımına sahip olması gerekmektedir. Eğitim kurumlarının kendi spor tesislerini oluşturması beklenmektedir. Ancak bunun mümkün olmadığı durumlarda mevcut yerel bir spor kompleksi veya tesisine bağlanmaları gerekmektedir [89].

Ülkeler, sporu tabana yayma ve spor yoluyla hem şehri hem de insanları geliştirme işini yerel yönetimler aracılığıyla sağlamalıdır. Bu sayede en uygun arazi tespit edilebilir ve spor tesisi inşa edilebilir, yahut herkese ulaşılarak bölge halkının ihtiyacı ve isteği tespit edilebilir. Spor tesislerinin inşa edilmesi ve halka bu hizmetin sunulması bazen politik çıkarlar amacıyla geliştirilmektedir. Yine de vatandaşın (genç, yaşlı, engelli) sosyalleşmesi, ıslah edilmesi, rehabilete edilmesi sağlanmaktadır. Bazı ülkeler sporu, halk ile buluşturma konusunda iyi bir yönetim sergileyememektedir. Sporu tabana yayamayan ve tesisleşme problemi yaşayan bir ülkede, sporun insana ve şehre katacağı etkilerden mahrum kalınmaktadır.

3.2.2. Spor Tesislerinin Etkileri

Spor tesislerinin yerel yönetimlere sağladığı pek çok etkisi vardır. Yerel yönetimlerin vatandaşlarına sağladığı çoğu spor tesisi ücret talep etmez ya da cüzi bir ücret talep eder. Bu sebeple spor tesislerinin ekonomik olmayan etkileri daha büyük bir öneme sahiptir. Bu etkiler [90]'a göre:

a) Sosyal/Psişik Etkiler: Genellikle spor ve spor tesislerinin bir toplumdaki vatandaşlara sağladığı keyif anlamına gelir. [91]'e göre yerel topluluk üyeleri, spor tesislerinde düzenlenen etkinliklere ve diğer faaliyetlere katılma fırsatı da sunmakta ve bunun sonucunda etkinlik ve tesislere bağlılık duygusunu geliştirmektedir. Vatandaşlar sağlık

durumları iyi olduğunda üretken olma eğilimindedirler ve bu da topluma faydalıdır. Diğer bir argüman ise vatandaşların sağlık durumları iyi olduğunda ve hastanelerden uzak durduklarında çok fazla para tasarrufu sağlanacağıdır.

Vatandaşların sağlık durumlarının iyi olması ve ücretsiz bir şekilde hemen yanı başında bir spor merkezinin varlığı bu hizmetleri almasından dolayı müteşekkir olması anlamına gelmektedir. Böylelikle bu hususta yerelde hizmet veren yöneticiler kendi gayelerine ulaşmış olacaklardır.

b) Topluluk Görünürlüğü ve İmaj Etkileri: Bir şehrin veya bölgenin büyük bir spor tesisi veya takımıyla ilişkili olmanın faydalarını görebileceği konseptini yansıtır. [92], öte yandan, imaj ve tanıtım açısından spor merkezleri dışa görünürlüğü yüksek yerlerdir. [93]; bu da onları ziyaretçiler, bölge sakinleri, işletmeler ve yatırımcılar için çekici bir faktör haline getirmektedir. [94] sonuçta; mahallenin tanınmasını, tanıtımını, komşularda misafirperverlik atmosferini, sektördeki bireyler arasındaki etkileşimi artırma fırsatını ve birlikte ilerlemeyi sağlayacaktır.

Spor tesislerinin inşası ile şehrin değeri artmaktadır ve her kesimden insanın spor yapabilmesi sağlanmaktadır. Spor tesislerinin açılması o bölgeden ev almak isteyen biri için bir avantaj olarak görülebilmektedir. Spor merkezlerinin açılmasıyla bir şehrin imajı tamamen değişebilmektedir.

c) Politik Etkiler – bir spor tesisinden kaynaklanan politik maliyet ve faydaları ifade eder. Chapin aynı çalışmada, spor tesisleri projelerinin harekete geçme sürecinde bazı liderlerin daha yüksek siyasi makamlara yükseldiğini öne sürüyor. Yazar daha da ileri giderek, stadyum veya spor tesisi geliştirme projelerine destek vererek daha yüksek siyasi makamlara yükselen politikacıların örneklerini de veriyor.

Ülkemizde de birçok belediye başkanının üst makamlara yükseldiğine şahitlik yaptığımız olmuştur. Bunun sebepleriyse kendilerine verilen bölgenin imarı ve yerel sakinlerin memnuniyeti ile gerçekleşmektedir. Spor merkezlerinin açılması ise bayındırlık ve imar hizmeti açısından üst sıralarda yer almaktadır.

d) Gelişimsel Etkiler – hemen çevredeki ve yeni bir spor tesisini kapsayan bölgedeki alanın fiziksel olarak yeniden geliştirilmesini ifade eder. [95], kentsel nesil için spor tesislerinin tek başına yeterli olmadığını ileri sürmüştür. Bir spor tesisine yapılan kamu yatırımının geri dönüşünün; spor tesislerinden değil, spor tesislerinin çevresinde ortaya çıkan yeni restoranlarda, tavernalarda, mağazalarda ve otellerde yaratılan işlerden

geldiğini de ekledi.

Spor merkezinin açıldığı bölge, girişimci esnaflar için etrafının değerlendirilebileceği anlamına gelmektedir. Ayrıca belediye kendi hizmetlerini de (kreşler, bilgi evleri, kitap kafeler…) yakın civara kurarak bölgeyi bayındır hale getirebilmektedir.

Öte yandan [96], spor etkinliklerinin üçlü etki değerlendirmesine ilişkin çalışmasında üç ana etki alanını vurgulamıştır; ekonomik, sosyokültürel ve çevresel. Son ikisi spor tesislerinin maddi olmayan veya ekonomik olmayan faydaları kapsamına girmektedir.

Spor, aynı zamanda şehirlerin tanıtımı ve gelişmesi için de önemli bir araçtır ve dolaylı olarak özel girişimcilerin birbirleriyle veya şehrin yerel yönetim yetkilileriyle işbirliğinin gelişmesine bile katkıda bulunabilir [97].

Spor tesisleri, önceki bölümde ele alınan banliyö bölgelerin gelişimi ve o bölgeden yapılan göçlerin engellenmesi için diğer alanlarında açılmasına öncülük edebilecek potansiyeldedir. Bu potansiyel, sporun çevresel yönünü ortaya koymaktadır. Tesislerin sayısını artırarak hem yerel halkın spor yapabilmesi ve memnuniyet duyması sağlanır hem de yöneticiler, daha üstlerde siyasi konuma sahip olabilecek somut adımlar atmış olurlar. Bu durum ise yöneticiler açısından spor tesislerinin politik yönünü ortaya koymaktadır. Spor tesisleri iyi bir mimariyle şehrin havasını değiştirme gücüne sahiptir. Bu durumda ise spor tesislerinin imaj yönü ortaya çıkmaktadır.

Spor ve fiziksel aktivitenin bireyler ve toplum için net olumlu faydalar sağladığını gösteren bir dizi kanıt mevcuttur [98]. En güçlü ve en sağlam kanıt, spor ve fiziksel aktivitenin önleyici (birincil) ve tedavi edici (ikincil) fiziksel ve zihinsel sağlık yararları sağladığı konusunda fikir birliğinin bulunduğu sağlık alanındadır [99].

Spor katılımının potansiyel sosyal faydaları arasında zihinsel ve fiziksel sağlığın iyileştirilmesiyle sağlık hizmetlerinden tasarruf, eğitim standartlarının iyileştirilmesiyle beceri ve üretkenlikteki artış, daha az suç ve anti-sosyal davranış nedeniyle cezai adalet maliyetlerinin azalması ve sosyal katılımın artması yer alıyor [98].

Günümüz toplumunda sporun öneminin altını çizen bazı faktörler arasında, boş zamanlara ilişkin yeni taleplerin ortaya çıkmasını kolaylaştıran nüfus karışımındaki (farklı kültürler, kaygılar vb.) sürekli değişiklikler; kamu sektörü kuruluşları tarafından sporun fiziksel ve zihinsel gelişim için en önemli faaliyetlerden biri olarak teşvik edilmesi; doğrudan veya dolaylı olarak topluma zarar verebilecek diğer boş zaman etkinliklerine alternatif olarak sporun teşvik edilmesi; büyüyen şehirlerde spor

merkezlerine daha büyük alanların ayrılması gerekliliği; mali kaynakların daha etkin kullanımını gerektiren kamu sektörü kuruluşlarındaki finansman kısıtlamaları ve yerel seçmenlerin mükemmelliğe değer vermesi. Yukarıdaki gözlemler toplumdaki sürekli değişim sürecini, günümüzde spor hizmetlerine verilen önemi ve organizasyonun mali kaynaklarını göz önünde bulundurarak sporun kalitesi gibi performans ölçütlerini de içerecek şekilde genişleyen yeni yönetim sistemlerinin tanıtılması ihtiyacını yansıtmaktadır. Ayrıca yeni ihtiyaçların ortaya çıktıkça değerlendirilmesi ve talebi karşılamanın en uygun yollarının tanımlanması için de çok şey yapılması gerekmektedir [42].

Spor merkezlerinin hem kişiye hem de belediyeye çeşitli yönlerden katkıları olmaktadır. Egzersiz yapmak kişinin bedeninde, imajında, psikolojisinde bir takım gelişmeleri beraberinde getirmektedir. İnşa edilen spor merkezinin hem mimari olarak hem de ekipmanlar bakımından gelişimini de orayı kullanan katılımcı geri dönüşüyle sağlamaktadır. Özetle spor merkezi kişiyi, kişi ise spor merkezini geliştirmektedir.

3.3. BELEDİYE SPOR HİZMETLERİ

Devlet veya devlet yapısı içinde yer alan kamu tüzel kişileri, içinde bulunulan çağın koşullarına göre zorunlu hale gelen toplumun temel ihtiyaçlarını karşılamaktadır. Bir toplumun zorunlu ihtiyaçlarının karşılanmaması onu çağın gerisinde bırakabileceği gibi, bunların aksatılması toplumdaki kamusal yaşantının bozulmasına da yol açmaktadır. Belli bir zamanda ve belli bir yerde ortaya çıkan toplumsal ihtiyaçların karşılanmasına yönelik olarak yürütülen bu faaliyetlere kamu hizmeti adı verilmektedir [100].

Esasen kamu hizmetlerinde kamu ihtiyacını karşılamak düşüncesi yanında kamu menfaatini sağlamak amacı da vardır. İdare edenler tarafından halkın müşterek ihtiyaçlarını karşılamak için yapılan bütün işleri kamu hizmeti olarak kabul edilir [101]. Halkın fiziksel, ruhsal ve toplumsal sağlığı bakımından önemli bir ihtiyaç ve sosyo ekonomik kalkınmaya sinerji oluşturma potansiyeli bakımından spor önemli bir kamu hizmet alanıdır.

Kamu sektörü kuruluşlarında stratejik yönetime olan ihtiyaç şiddetlidir. Bu tür hizmetler, kuruluşun uzun vadeli stratejisinde belirlenen hedeflere ulaşmak için entegre, birbiriyle ilişkili bir yönetim sistemi gerektirir. Bir diğer önemli husus, kamuya hizmet sunumunda sinerji olanaklarından yararlanmak için kuruluşun departmanları arasındaki bağlantıdır.

Yerel yönetimlerdeki spor hizmetleri genellikle bu özellikleri taşır. Spor hizmetlerini sunmaktan sorumlu olan kamu kurumu, spor merkezlerini halkın hizmetine sunmakla kalmayıp aynı zamanda bunları yönetir (günlük yönetim, spor altyapılarının sağlanması, spor merkezlerinin bakımı vb.) ve spor merkezlerinin bakımının sağlanması için bir politika tasarlar ve uygular. Spor etkinlikleri düzenleyerek, spor derneklerini teşvik ederek vb. yollarla spor faaliyetlerini teşvik eder [42].

[102] ise belediyenin görevlerine dair şu şekilde düşünürler: rekreasyonel faaliyetler ve sağlıklı dinlenmenin gerekliliği vatandaşların temel ihtiyacı olarak kabul edilmektedir. Bu doğrultuda spor alanlarının geliştirilmesinde ve vatandaş çoğunluğuna yönelik spor tesislerinin inşasında belediyelerin yönetiminin rolü çok önemlidir. [103] bu tesislerin en iyi, etkin ve verimli şekilde çalışabilmesi için yerel yönetim bünyesinde iyi yönetilmeleri gerekir.

Litvanyada gençlerin, spor merkezlerine katılması ve eğitim alması yerel yönetimlerin sorumluluğundadır. Bu sorumluluktan dolayı yerel bütçenin büyük çoğunluğu spora ayrılmaktadır. Belediyeler, taban sporunun geliştirilmesinden elit düzeyde sporcuların hazırlanmasına, spor tesislerinin inşası ve bakımından, fiziksel aktivitenin genel nüfus arasında yaygınlaştırılmasına kadar çeşitli spor programlarının sunulmasına ilişkin geniş kapsamlı sorumluluklarla görevlendirilmiştir. Belediyenin yukarıda belirtilen alanların her düzeyinde yeterince hizmet sunabilecek yeterli kapasiteye sahip olduğunu varsaymak saflık olur. Sınırlı bütçenin yanı sıra, gerekli insan kaynağı ve yönetim uzmanlığından da yoksundur. Sonuç olarak, ortakların getirilmesi yoluyla dış kaynak kullanımı, yeni kamu yönetimi kavramını araştıran modern toplumda temel koşul olarak görülebilir [104].

Belediyeler spor tesislerini açmak rolünü üstlenmelidirler ancak sadece açmak yeterli değildir. Tesisler açılınca süreç sona ermez çünkü beklentiler ve geri bildirimler olacaktır. Beklendiği şekilde gidip gitmediği, işlevselliği ve halkın memnuniyeti kontrol edilmelidir. Tesislerde kullanılan ekipmanlar bakım ve onarımlarla mütemadiyen ilgilenilmedilir. Boş zamanın iyi bir şekilde değerlendirilmesi ve komşuculuğun, ikili ilişkilerin azaldığı bu zamanlarda kaynaşmayı, sosyalleşmeyi sağlayacak unsurlardan belki de en önemlisi spordur. [105], spor etkinlikleri; bir arada yaşadığımız insanlarla kaynaşmayı sağlayan, sosyal ilişkileri düzenleyen, boş zamanları verimli hale getiren, sağlıklı nesillerin yetiştirilmesinde bir araçtır.

Vatandaşların her türlü ihtiyacını karşılamakla mükellef belediyeler, vatandaşının sağlıklı

olması ve boş zamanını değerlendirebilmesi için spor merkezleri açmalıdır. Bu sayede halk boş zamanını değerlendirebilecek ve daha sağlıklı olacaktır. Halkın spor yapabilmesi için, özel sektördeki mevcut spor merkezlerinin varlığı yeterli gelemeyebilir. Ayrıca ulaşım açısından çocuk, yaşlı demeden herkesin yürüme mesafesinde gidebileceği birçok tesisin varlığı da söz konusu değildir. Daha da önemlisi ücretli olduğu için halkın tamamına faydalı olamamaktadır. [81], Hamza Al, "Kamu Yönetimi" kitabında belediyenin özelliklerin bahsederken "yerindelik ve uygunluk" özelliğinden de bahseder. Bu özelliğe göre, belediye hizmetleri, vatandaşlara en yakın yerlerde ve en uygun yöntemlerle sunulur. Hizmet sunumunda özürlü, yaşlı, düşkün ve dar gelirlilerin durumuna uygun yöntemler uygulanır.

5393 sayılı Belediye Kanunu'nun 77. Maddesi Belediye hizmetlerine gönüllü katılımdan bahsetmektedir: "Belediye; sağlık, eğitim, spor, çevre, sosyal hizmet ve yardım, kütüphane, park, trafik ve kültür hizmetleriyle yaşlılara, kadın ve çocuklara, engellilere, yoksul ve düşkünlere yönelik hizmetlerin yapılmasında beldede dayanışma ve katılımı sağlamak, hizmetlerde etkinlik, tasarruf ve verimliliği artırmak amacıyla gönüllü kişilerin katılımına yönelik programlar uygular." [106]. Bu maddeye dayanarak il özel idare ve belediye hizmetlerine gönüllü katılım yönetmeliği çıkarılmıştır. Bu yönetmeliğin 5. Maddesine göre: Tüm yaş gruplarını içine alan her türlü spor hizmetleri yapmak belediyenin görev ve sorumluluklarındandır.

Belediye; her vatandaşına ilgili ve özverili davranmalıdır. Ancak özel durumlarda olan kişilerin özel sektörde kendileri için ayrılan seanslar yüksek ücrette ya da spor merkezleri kendisine uzak bir konumda bulunmaktadır. Ekonomik, ruhsal ve sağlık açısından daha iyi durumda olan vatandaşlar bu duruma özel durumdaki kişilerden daha kolay uyum sağayaiblir ve erişebilir. Bununla birlikte belediyeler; yaşlı, çocuk, engelli, dar gelirli gibi çeşitli durumlarda spor yapma ihtiyacı olan ancak imkan bulamayan herkesi spora teşvik etmelidir. Tesisler açarak ve tesislerde yukarıda sayılan çeşitli durumlardaki vatandaşları için özel saatler ayırarak (medikal pilates, zumba kids…) onlarla ilgilendiğini göstermelidir.

3.3.1. Belediye Spor ve Fitness Merkezleri

Günümüzde spor faaliyetleri hayatın her alanında bulunmaktadır; okullarda beden eğitimi dersi olarak, spor karşılaşmalarında ve çalışan insanın rekreatif etkinliği olarak yıllardır hayatımızın içindedir. Sağlıklı yaşama isteği, stresten uzaklaşma fikri, farklı insanlarla tanışma arzusu, medyada spora teşvik yazıları insanların spor etkinliklerine katılımını artırmaktadır. Bu ise spor hizmetlerinin daha önemli hale gelmesine neden olmaktadır. Spor merkezleri ilk başlarda daha az alanda hizmet verirken günümüzde birçok alanda hizmet vermektedirler. Spor kulübü, spor ve fitness merkezleri gibi alanları da kapsayan spor hizmetlerinde günümüzde karşılaşılan en kritik problem, yönetenlerin yeterli, donanımlı, akademik kimseler olmayışıdır. Bu sebeple kaliteli spor hizmeti sunma ve onca işletme arasında tutunabilmek için nitelikli spor yöneticilerine ihtiyaç duyulmaktadır [107].

Son on yılda üyelik seviyelerinde ve Sağlık ve Fitness (H&F) kulüplerinin sayısında istikrarlı bir artış yaşandı. İnsanların yaşam tarzlarında kalıcı bir değişim haline geldi. Makro düzeyde, insanlar her zamankinden daha fazla gelire sahipler ve boş zaman etkinlikleri için harcamaya istekliler [108]. Bununla birlikte yeterince gelişmiş spor tesisleri ve spor ve dinlenme tesislerine erişim eksikliği, özellikle kırsal alanlarda öne çıkan bir engeldir. Sosyo-ekonomik sınırlamalar ve bazı faaliyet türlerine katılımın yüksek maliyetleri bu duruma sebep olmaktadır. Bazı olanaklar yalnızca nispeten yüksek gelire sahip kişilerin kullanımına açıktır [109]. Bazı sağlık ve fitness kulüplerinin yıllık üyelik kaybı %50'ye varan oranlarda yaşanıyor [108].

Spor alanlarının bulunduğu yerler eşitsizliklerin en aza indirilebilmesi amacıyla özel spor merkezlerine gidebilecek imkana sahip olmayan vatandaşların yoğunlukta olduğu bölgelerde olmalıdır. Bu sayede belediyeler normal şartlar altında spora gidemeyecek kişilerin spor yapabilmesini sağlamış olacaktır. Toplumun her kesimine spor yapabilme imkanını sunmak daha sağlıklı toplumun yetişmesi demektir. Ayrıca bu sayede yoksul olan bölgeden göç verilmemesi için bir neden sağlanmış olacaktır.

Kırsal alanlardaki spor tesislerinin korunmasının gerekliliği konusunda da bir tartışma devam etmektedir; zira bu alanların birçoğunda nüfus azalışı yaşanmakta ve spor tesislerinin kapatılmasının bu tür alanların yaşanabilirliğini tehdit edeceği düşünülmektedir [110].

Farklı ülkelerde yapılan spor tesisleri incelendiğinde fakir bölgelere yapılan tesislerin

sayısının refah seviyesi yüksek bölgelerden daha fazla olduğu görülmektedir. İngiltere'de yoksun bölgelerde daha az spor tesisi mevcuttu. [111].

Bunun spor tesislerinin daha işlevsel olması için halkın talepleri de dikkate alınmalıdır. Böylece halkın istediği branşlar sağlanarak halk memnun edilebilir. Ayrıca hedeflenen bölgede yaşayan sakinlerin sayısı da tesisin büyüklüğü ve branş çeşitliliğini etkileyebilmektedir. [110]; spor alanı teorisine göre, bir bölgenin nüfus yoğunluğu, spor tesislerinin arz çeşitliliğini belirleyen temel bir göstergedir; ve daha yoğun nüfuslu bölgelerde daha çeşitli spor tesisleri beklenebilir.

Artan sağlık sorunları insanları spor merkezlerine yöneltmiş ve spor merkezlerine olan talep artmıştır. Spor merkezlerine gelebilmek için ayrı bir zaman ve para ayırmaktadırlar. Bazı vatandaşlar ise özel sektördeki spor merkezlerine gitmek yerine kamu spor merkezlerini tercih etmektedirler. Maddi imkansızlıktan olduğu gibi daha başka sebeplerden dolayı kamu spor merkezleri çok tercih edilmektedir. [112], kamu spor merkezlerinin en önemli özelliği tesislerinin ücretsiz veya ucuz kullanımıdır.

[105]'te "Gençliğin Boş Zamanlarını Değerlendirmesinde Spor Faaliyetlerinin Yeri ve Önemi" adındaki çalışmada çıkan sonuca göre: Araştırmaya katılan gençlerin %10'unun boş zamanlarında spor yapmak için özel tesislerden yararlandığı, %25'inin boş zamanlarında spor yapmak için Gençlik ve Spor İl Müdürlüğü tesislerinden yararlandığı, %3,2'sininboş zamanlarında spor yapmak için kulüp tesislerinden yararlandığı, %2,7'sinin boş zamanlarında spor yapmak için üniversite tesislerinden yararlandığı ve %25,2'sinin de boş zamanlarında spor yapmak için belediyenin tesislerinden yararlandığı görülmektedir.

Birleşik Krallık'ta hükümetlerin, özel sektör yönetim uygulamalarını kamu hizmeti sunumunun kilit alanlarına dahil etme çabaları, kamu sektörünün pazarlamaya olan ilgisinin yenilenmesinde merkezi bir rol oynadı. Pazarlamanın, bu tür yeni ortamlarda faaliyet gösteren yöneticilerin ve profesyonellerin ihtiyaç duyduğu bazı kritik araçları sağladığı görülmektedir [113]. İngiltere'de yüzme havuzları ve spor salonları, yerel yönetimin toplumsal boş zaman hizmetlerinin sağlanmasının merkezinde yer alır. Ancak kamuya ait bu spor tesisleri mevzuat değişikliklerinin, özel sektörle rekabetin ve artan müşteri beklentilerinin getirdiği sürekli değişen bir ortamda faaliyet göstermektedir [114].

Spor bütçelerinin büyük bir kısmı genellikle spor tesislerinin inşası ve işletilmesine

ayrıldığından maliyetleri azaltmanın yolları belirlenirken spor tesislerine daha fazla önem verilmektedir. Örnek vermek gerekirse, Hollanda'da spora ayrılan toplam hükümet bütçesinin yaklaşık %85'i spor tesislerinin inşası ve işletilmesine harcanmaktadır [84].

Spor ve fitness hizmetleri, fitness salonlarının yanı sıra spor merkezlerinin "pazar teklifinin" sağlığı iyileştirmek, daha iyi hissetmek, rahatlamak, eğlenmek ve diğer müşterilerle kaynaşmak olduğunu ima eder. Sonuç olarak, “fitness endüstrisi” ve aynı zamanda fitness merkezleri olarak bilinen spor merkezleri ortaya çıkmıştır [115]. Sağlıklı yaşam biçimlerine yönelik artan farkındalık ve sağlıklı yaşam sürme arzusu, insanların günlük rutinlerinde fiziksel aktiviteyi artırmıştır. Fitness merkezleri, çok çeşitli müşterilere çeşitli hizmetler sunarak, sağlığı iyileştirmek için düzenli fiziksel egzersizi teşvik ederek ve kolaylaştırarak sağlık hizmetleri için bir model görevi görür [116]. Müşterilerin farklı hedefleri olduğu ve giderek daha fazla talep ettikleri göz önüne alındığında, spor ve fitness hizmetlerini müşterilerin çıkarlarına yaklaştırmak kolay değildir [117].

Kamu ya da özel sektörde spor yapan vatandaşların çoğu için temel amaç sağlıklı bir yaşam sürmektir. Bu vatandaşların yaptıkları spordan para kazanma gibi bir amaçları yoktur. [118]’e göre bir spor merkezindeki aktivitelerin çoğu boş zaman aktivitesidir. Orada spor yapanların çoğu da profesyonel sporcu değildir.

Spor merkezlerinin çoğu fitness, yüzme ve pilates gibi çeşitli alanlarda hizmet vermektedir. Spor merkezleri bu hizmetleri sağlarken müşteri odaklı olmalı ve müşteri memnuniyetine önem göstermelidir. Spor merkezine katılan üyelerin hizmet beklentisi ve algısı birbirinden çok farklı olabilmektedir. Çoğunlukla, hizmet alan müşterilerin beklentisi sağlıklı bir hayat ve zinde kalmaktır. Ancak bazı müşterilerin beklentisi sadece stres ve kaygıdan uzak kalmak için spor merkezini kullanmaktır. Bu sebeple spor merkezi yöneticileri bütün müşteri beklentilerini karşılamalı ve yeni stratejiler ortaya koymalıdır [119].

Spor tesisleri ve işletmeleri bireylerin çeşitli spor dallarında spor yapmalarına olanak sağlayan alanlardır. Vatandaşların spor yapmalarına ve sosyal hayatlarını şekillendirmelerine yardımcı olunmaktadır. Günümüzde birçok spor merkezi devlet tarafından işletilmektedir [120].

3.3.1.1. Sancaktepe Belediyesi Spor Hizmetleri

Sancaktepe İlçesi İstanbulun Anadolu yakasında yer almaktadır. Kuzeyinde Çekmeköy, güneyinde Kartal ve Maltepe, doğusunda Sultanbeyli ve Pendik, batısında ise Ümraniye ve Ataşehir ilçeleri bulunmaktadır. Samandıra, Sarıgazi ve Yenidoğan Beldelerinin birleştirilmesiyle oluşmuştur. 19 mahalleden oluşan Sancaktepe İlçesi, 62,41 km2 alana sahiptir [121]. Sancaktepe Belediyesi 22.03.2008 tarihinde, 5747 sayılı kanun ile kurulmuştur. Sancaktepe Belediyesinin kurulduğu yıldan itibaren demografik bilgisine bulgular kısmında ayrınltılı olarak yer verilmiştir. Sancaktepe Belediyesinin her türlü sportif faaliyetlerini Spor İşleri Müdürlüğü üstlenmektedir. Bu müdürlük 2014'ten beri aktif bir şekilde çalışmaktadır [122].

5747 Sayılı Kanunla Sancaktepe Belediye Meclisinin 09/05/2014 tarih ve 2014/64 sayılı kararı ile yürürlüğe girmiş olan yönetmelik ile Spor İşleri Müdürlüğü faaliyete geçmiştir. Yönetmeliğin 8. maddesine göre Spor İşleri Müdürlüğünün görev, yetki ve sorumluluklarından konumuza ilişkin sporla ilglili onları şunlardır:

1. Spor İlçe Müdürlüğü ve diğer amatör spor kulüpleri ile koordineli olarak amatör sporun gelişmesi yönünde destek sağlamak,

2. Bölgede bulunan spor kulüpleri ile dayanışma içinde halkın spor faaliyetlerine katılımını sağlamak, gençler için sportif etkinlikler, yarışmalar ve turnuvalar düzenlemek,

3. Amatör spor kulüplerine destek ve sportif faaliyetleri teşvik etmek için organizasyonlar düzenlemek,

4. Başarılı sporcu ve kurumları ödüllendirmek, bunlarla müşterek projeler üreterek birlikte çalışma alanları oluşturmak,

5. Belediyemizce kurulan spor tesis ve sahaların işletilmesi, ilçemizde spor yapan sporcuların yetişme ve gelişmelerini sağlamak, gençleri kötü alışkanlıklardan korumak, ruh ve beden sağlıkları itibariyle gerekli tedbirleri alıp, sporun kitlelere yayılmasını teşvik etmek, spor okulları ve kurslar açmak,

6. Belediyemizce kurulan spor tesisi ve sahaları işletmek, tesisleri devamlı olarak bakımlı ve hizmete hazır halde bulundurmak, tesislerde mevcut demirbaşların, spora ait malzeme ve araçların temiz, bakımlı ve her zaman kullanılır şekilde bulundurmak ve tesislerde yapılacak faaliyetlerin takvimini düzenlenmek,

7. Spor okulları alkol, sigara, kumar gibi kötü alışkanlıklardan toplumu korumak

maksadıyla yayınlar yapmak, fikir planında bu felaketleri anlatmak ve huzurlu yaşama yolunu göstermek [123].

Sancaktepenin 2008 yılında 229.093 olan nüfusu 2023 itibariyle 492.804 olmuştur. Sancaktepe, hızla nüfusu artan kalabalık bir ilçe haline gelmiştir.

Sancaktepe ilçesinde bulunan mahaller ve sanfitlerin bulunduğu merkezler aşağıdaki haritada belirtilmiştir. Kırmızı göstergeyle belirtilen alanlar sanfit merkezlerini göstermektedir.



Harita 3.1. Sancaktepe Spor Merkezlerinin Bulunduğu Konumlar

3.3.1.1.1. Sanfit (Sancaktepe Belediyesi Fitness Merkezi)

Sancaktepe Belediyesi 2022 yılında yedi adet spor ve fitness merkezini yedi ayrı mahallesinde açmıştır. Bu spor ve fitness merkezleri “Sanfit” olarak isimlendirilmiştir.

Abdurrahmangazi, Akpınar, Osmangazi, Yenidoğan, Sarıgazi, Kemal Türkler ve Mevlana Mahallesi’nde hizmete açılan sanfit spor ve fitness merkezlerinde 12 farklı branşa binlerce kişi katılım göstermektedir [121].

Sanfitlerin açılışına katılan Gençlik ve Spor Bakanı Dr. Mehmet Muharrem Kasapoğlu konuşmasından şunları söylemiştir: "Tesisleşme yolunda belediyelerin önemli

paydaşlarından biriyiz. Sancaktepe Belediyesi ile yaptığımız iş birliğinin meyvelerini birlikte toplayacağız. Bakanlık olarak genç ve kadın odaklı hizmet siyasetimizle birlikte ülkemizdeki spor çıtasını, halkımızın spora erişimini daha yukarılara taşımanın heyecanını yaşıyoruz" [124].

Sanfitler Gençlik ve Spor Bakanlığı tarafından yaptırılarak işletmesi Sancaktepe Belediyesinin hizmetine sunulmuştur. Her Sanfitin girişinde "Bu Tesis Gençlik ve Spor bakanlığı Tarafından Yaptırılmıştır" yazılı bir tabela yer almaktadır.

2022 ağustos ayında yedi farklı mahallede yedi sanfit açılmıştır. Projede öngörülen ekipman sayısı, yüksek meblağlara çıkılmış olması sebebiyle azaltılmıştır. Koşu bantları her sanfit için ikişer taneye düşürülmüştür. Beşli istasyon ve smith machine makineleri her sanfitten çıkarılmıştır.

Sanfit merkezlerinin her birinde tesis sorumlusu, güvenlik personeli, temizlik personeli ve çeşitli banşlarda antrenör bulunmaktadır. Sanfit merkezlerinde halka sunulan spor hizmetleri değişiklik göstermektedir. Tesis sorumlusu bölgedeki halkın talepleri ve elindeki antrenörün yetkinliği doğrultusunda kurs açtırabilmektedir.

Çizelge 3.1. Sanfit Alan ve Branşları

Sanfit	**Fitness ve Stüdyo Alanı**	**Soyunma Odası ve Diğer Alanlar**	**Aktif Yapılan Branşlar**
	360 m^2	295 m^2	Erkek Fitness
			Kadın Fitness
			Cimnastik
			Pilates
			Zumba
			Anne-Çocuk Zumba
			Zumba Kids
			Taekwondo
			Karate
			Kickboks

Çizelge 3.1. (devamı) Sanfit Alan ve Branşları

Akpınar Mahallesi	256 m^2	144 m^2	Erkek Fitness Kadın Fitness Pilates Zumba Zumba Kids Cimnastik Kickboks Taekwondo Kung Fu
Kemal Türkler Mahallesi	184 m^2	116 m^2	Erkek Fitness Kadın Fitness
Mevlana Mahallesi	256 m^2	159 m^2	Erkek Fitness Kadın Fitness Zumba Pilates Karate Taekwondo Cimnastik KickBoks Kung-fu
Osmangazi Mahallesi	256 m^2	144 m^2	Erkek Fitness Kadın Fitness Pilates Zumba Jimnastik Kickboks Taekwondo
Sarıgazi Mahallesi	346 m^2	201 m^2	Erkek Fitness Kadın Fitness Zumba Pilates Medikal Pilates Kickboks Taekwondo Karate Cimnastik

Çizelge 3.1. (devamı) Sanfit Alan ve Branşları

Yenidoğan Mahallesi	274 m^2	106 m^2	Erkek Fitness Erkek Fitness Pilates Zumba Zumba Kids Karate Taekwondo Kickboks Yoga Capoeira Cimnastik

Sanfitlerde fitness alanı ve stüdyo dersleri eşit metrekareye sahiptir. Fitness haricinde diğer branşların tamamı stüdyo salonunda gerçekleşmektedir. Soyunma odaları, tuvalet ve duş alanları ise spor merkezine göre değişkilik göstermektedir. Örneğin bdurrahman Gazi Sanfit merkezinde hem kadın hem erkek için ayrılan soyunma odası 65'er m^2 dir. Öte yandan Kemal Türkler Sanfit merkezinde bir soyunma odası 20 m^2 iken diğerinde 30 m^2 'dir. Sanfitlerde ayrıca güvenlik alanı, engelli lavabosu, sorumlu odası, antrenör odası ve mutfak bulunmaktadır.

Kemal Türkler Mahallesi Sanfit yalnızca fitness imkanını sunmaktadır. Diğer altı sanfit merkezinde çeşitli branşlar yapılmaktadır. Branşlar, antrenör imkanı ve bölgedeki halkın talepleri doğrultusunda farklılık göstermektedir. Bu branşların saatleri ve günleri sanfitlerdeki sorumluların ayarlamalarıyla gerçekleşmektedir.

Çizelge 3.2. Sancaktepe Mahalleleri, Sanfit Bulunan Mahalleler ve Nüfus Yoğunluğu

Mahalle Adı	**Nüfus Yoğunluğu**	**Sanfitlerin Olduğu Mahalleler**
İnönü Mahallesi	39	
Atatürk Mahallesi	32	
Kemal Türkler Mahallesi	28	X
Safa Mahallesi	27,6	

Çizelge 3.2. (devamı) Sancaktepe Mahalleleri, Sanfit Bulunan Mahalleler ve Nüfus Yoğunluğu

Meclis Mahallesi	27,2	
Yenidoğan Mahallesi	23	X
Yunus Emre Mahallesi	21	
Sarıgazi Mahallesi	19,1	X
Merve Mahallesi	19	
Veysel Karani Mahallesi	18	
Mevlana Mahallesi	14,34	X
Emek Mahallesi	14,33	
Akpınar Mahallesi	14,1	X
Osmangazi Mahallesi	13	X
Fatih Mahallesi	12	
Abdurrahmangazi Mahallesi	10	X
Eyüp Sultan Mahallesi	3	
Hilal Mahallesi	2	
Paşaköy Mahallesi	0,06	

Çizelge 3.2. nüfusun en yoğun olduğu mahalleden en az olduğu mahalleye göre yukarıdan aşağıya sıralanmıştır. Sanfitlerin olduğu mahallelerle karşılaştırabilmek adına aynı çizelgede sanfitlerin bulunduğu mahalleler de işaretlenmiştir. En yoğun nüfuslu yedi mahallede iki sanfit olduğu görülmektedir. Bu çizelgeye göre spor merkezleri yapılırken nüfus yoğunluklarının dikkate alınmadığı söylenebilmektedir.

Nüfus yoğunluğu fazla olan yerleşim merkezlerinde insanların boş zamanlarını sportif faaliyetlerle değerlendirebileceği rekreasyon merkezlerin açılması, insanların buralara yönlendirilmesi ve bilinçli bir şekilde spor yapmalarının sağlanması ile toplumun sağlıklı yaşamasına, ekonomik anlamda daha verimli bireyler olmasına ve aynı zamanda

hastalıktan uzak yaşama nedeni ile devlet sağlık harcamalarında azalmaya sebep olacakları düşünülmektedir [125].

4. BULGULAR VE TARTIŞMA

Mülakat sorularından alınan cevaplar ve ilgili konuya ilişkin yapılan literatür taraması sonucunda bazı bulgulara ulaşılmıştır. Katılımcıların verdiği cevaplar üzerinden tema ve kodları içeren bazı çizelgeler oluşturulmuştur. Bu çizelgeler oluşturulurken bütün sorular değil; konuya doğrudan katkı sağlayacak, katılımcıların memnuniyetine ve beklentilerine yoğunlaşılacak sorular üzerinden oluşturulmuştur.

Çizelge 4.1. Sanfit Katılımcılarının Cevapları Üzerinden Temalar ve Kodlar

Temalar	Kodlar
Mekansal Çevre	Evime Yakın
	Belediye Çalışanıyım
	Her Mahalleye Sanfit/Kompleks
İlişkisel Çevre	Arkadaş
	Tesadüf
	Akraba
	Antrenörüm
	Aile
	Herkese Söylüyorum
	Çevremdekilere Tavsiye
Sağlıklı Olma	Kilo vermek/almak
	Sağlık Problemlerinden Kurtulmak
	İyi Hissetmek
	Kas Yapmak
	Fit/Formda Kalabilmek
	Görünüş

Çizelge 4.1. (devamı) Sanfit Katılımcılarının Cevapları Üzerinden Temalar ve Kodlar

Sunulan Hizmet	Personel
	Aletler
	Alternatif
	Memnuniyet
	İç Mekan (Soyunma Odası, Bekleme Alanın Küçük Olması)
	Hijyen
	Saatler
	Ücret
	Dolap-Kilit Sistemi
	Ücretsiz Yiyecek
	Otomat
	Kız Erkek Karışık

Müşteri memnuniyetinin sağlanabilmesi adına işletmelerin, müşterinin ne aradığını, neyi satın almak istediğini bulması gerekmektedir [126]. Belediye spor merkezleri, spor uygulamalarını teşvik eden ve geliştiren en dinamik kuruluşlardır [127]. Belediye spor merkezleri vatandaşın yerel yönetimle en yakın temas noktası olabileceğinden, halkın taleplerine karşı uyanık olmalı, hızlı, etkili ve verimli çözümler sunmalıdır [128]. Bu çalışmada 28 kişi ile mülakat yapılmış ve sonucunda bir takım istekler, beklentiler, şikayetler ve memnuniyetler ortaya çıkmıştır. Sorulan 12 soruya alınan 336 cevap üzerinden kodlamalar oluşturulmuştur. Bu kodlamalar dört tema altında toplanmıştır; mekansal çevre, ilişkisel çevre, sağlıklı olma ve sunulan hizmet. Her kodla alakalı bir katılımcı görüşüne yer verilmektedir.

Evime yakın kodu ilişkin katılımcı görüşü: *K7: "Ben çok memnunum. Haberdar ediyorum herkese yani bu Sancaktepe içinde oturmayanlara bile söylüyorum onlar bile ya ne kadar güzel biz de yok çok uzak yerlere gitmek zorunda kalıyoruz. Ben bu konuda çok memnunum bu konuda teşekkür ederim. Ya ben artık parasında da değilim yakın olsun ki ben öteleyen bir insanım biraz rahatına düşkün bir insanım."*

Belediye çalışanıyım kodu ile ilişkili katılımcı görüşü: *"K12: Belediye çalışanıyım ilk önce bizim haberimiz olur zaten. Haliyle bizim için büyük avantaj. Evimize de yakın."*

Her mahalleye Sanfit/Kompleks kodu ile işkili katılımcı görüşü: *"K5: Bir kere bu Sanfiti yaygınlaştırırdım. Her mahalleye olabilir. Sonra mesela her mahalleye belediyeye yönelik cüzi miktarlarda gelir getirici halı sahalar açardım. Ben Ortadağ Fatih Mahallesi muhtarına da yazdım bunu. Ben burada öğretmenim. Burada madde bağımlılığı, şiddet eğilimi git gide artıyor. Bunun da temel sebeplerinden bir tanesi gençleri oyalayacak, gençleri bir şeylerden alıkoyacak, gençlere özel vakit geçirtecek çok fazla alan olmaması. Şimdi var Sarıgazide, Samandırada, Yenidoğanda, Sultanbeylide ama bu da ekstra mali bir külfet demek, yol parası demek. Şimdi demin konuştuk ya 100 lirayı bile veremeyen olabilir. Şimdi dolayısıyla çocuklarını gönderemiyor insanlar bu sebepten dolayı. Bir kere kesinlikle her mahalleye bir spor belediyeye yönelik belki az gelir getiricide olabilir. Mesel bir halı saha. Atıyorum normal bir halı saha kişi başına 20 lira alıyorsa belediyeninki 5 lira alır örneğin. Daha makul ücretlerle mesela halı sahalar gibi şeyler yapılabilir böyle spor tesisleri her mahalleye hani spor kompleksi denir hatta buna içinde işte basketbol potası içinde fitness aletleri dambılları bilmem nesi çok yapılamayacak şeyler değil. Yani belediyenin maalesef ekstra o kadar fazla harcamaları var ki buralara da bütçe ayrılabilir ve hatta ayrılmalı. Çok ütopik bir şey değil bu. Ve spor salonları hani bizde bir de yapıyormuş gibi görünmeden ziyade gerçekten işleri yapmak çok önemli. Ve orası hani gerçekten yapacağın spor kompleksinin içinde bunun duşu bunun fizyoterapisti bunun hocaları branşlara göre. Yani çok makul düzenlemeler yapılabilir. Çok güzel şeyler yapılabilir zamanla. Daha donanımlı daha üst düzey makinelerde alınabilir. Duş sayısı çok az ve kullanılabilir gibi de değil çok külfetli. Mesela önemli bir husus daha var. Görme engelliler için nasıl ki otobüslerde trenlerde tramvaylarda sesli anons sistemi varsa gönderilen bu aletlerinde mademki teknolojiyi dibine kadar kullanacağız çağ bunu gerektiriyorsa sesli sinyalizasyonlu aletler olabilri. Mesela hani nasıl ki ekranda ışığı yanıyor başlatıyor, sesli olarak da makine devreye girmiştir ya da bir yerine değdiğinde işte 16 dakikanız dolmuştur işte gösterge 17 dakika 33 saniyeyi göstermektedir gibi sesli sinyalizasyonda olabilir. E şimdi zırt pırt hocaya soruyorum abi baksana kaç dakika olmuş falan diye e adama da yazık. Yani sesli sinyalizasyonlar yerleştirilebilir."*

Arkadaş kodu ile ilişkili katılımcı görüşü: "*K11: Arkadaşlar vasıtasıyla. Birbirlerimizden duyduk yani muhtarlığın yanında açılmış diye."*

Tesadüf kodu ile ilişkili katılımcı görüşü: *"K17: Ben buradan tesadüfen haberdar oldum. Bir hanım söyledi bana ben dedim ya burada nerde spor yapacağım diye öyle söylenirken*

söyledi. Ben de geldim, gördüm, beğendim hemen aynı gün başladım evraklarımı verip."

Mekansal çevre teması, kişilerin spor merkezinden bizzat görerek yahut yakınındaki kişlerden duyum alarak haberdar olduklarını ortaya koymaktadır. Burada eksik olarak gösterilebilecek anektot; belediyenin reklamını afiş, sosyal medya vs. aracığıyla iyi yapmadığıdır. İnsanlar spor merkezinden; spor merkezinin civarından tesadüfen geçerken, evlerine yakın olduğu için, arkadaş/akraba ile sohbet ederken aldıkları duyumla öğrenmektedirler.

Akraba kodu ile ilişkili katılımcı görüşü: *"K14: Burada oturan akrabalarım var onlar söyledi git kaydol diye."*

Antrenör kodu ile ilişkili katılımcı görüşü: *"K18: Kendi antrenörüm sayesinde burada kadrolu antrenör olduğu için kendisi bize söyledi: Sanfit diye bir yer açıldı gidin orada kuvvet yapın, ücretsiz."*

Aile kodu ile ilişkili katılımcı görüşü: *"K18: Gayet iyi 10/8 veririm. 2 puanı da makinelerin az olmasından kırarım. Arkadaşlarımı çağırıyorum zaten hatta gelirken de arkadaşımı çağırdım. Kendi aileme de söyledim böyle böyle bir yer açıldı her yerde var zaten. Babam bir ara gelmek istedi gelmedi işleri yüzünden."*

Herkese söylüyorum kodu ile ilşkili katılımcı görüşü*: "K4: Herkese söylüyorum, herkese tavsiye ediyorum. Komşulara, kardeşime, arkadaşlarıma. Bana çok iyi geldiği için yani onlar da farkında. Zamandan dolayı; torunu okula götüren var, çocuk bakan var ondan dolayı gelemiyorlar yoksa ben herkese tavsiye ediyorum. Görüyorlar diyorlar sen de baya bir değişim var. Ben çok memnunum ben aslında biraz içine kapanık bir insandım. Şu an çok iyiyim bu bana büyük bir şey oldu. 2 aydır geliyorum bi deprem döneminde ara verdim yoksa düzenli geliyorum."*

Çevremdekilere tavsiye kodu ile ilişkili katılımcı görüşü: *"K3: Tabi tabi bütün çevremi haberdar ettim. Hatta şöyle diyebilirim mesela komşumun gelini var rahatsız, başka yerde oturuyor. Buraya yani ikinci kayıt buraya açtırıp buraya spor salonuna gelmesi için teşvik ettim. Spor yapması gerekiyor yani haberdar ettim yani."*

İlişkisel çevre teması, her katılımcının spor merkezinden memnun olduğunu ve yakınındakileri spor merkezinden haberdar ettiklerini ortaya komaktadır. Aksi takdirde alınan hizmet/ürün sonucunda memnuniyetsiz olan bir müşterinin şikayetini sözlü olarak yaydığı bilinmektedir.

Kilo vermek/almak kodu ile ilişkili katılımcı görüşü: *K6: Genetik olarak, aile yapısı olarak kilo almaya çok müsait insanlarız. Ailem; babam, iki kardeşim de kilolu insanlar. Dolayısıyla bende artık yavaş yavaş o potansiyelin içine girdiğimi fark ettiğim için daha sağlıklı yaşayabilmek ilerde önünü alamayacağımız hastalıkların belki şimdi bu spor sayesinde önünü alırız düşüncesiyle başladım.*

Sağlık problemlerinden kurtulmak kodu ile ilişkili katılımcı görüşü: *K9: Skolyozum vardı skolyozumu toparlamak ilk öncelikle. İkinci; biraz daha uykuya meyilliyi oluyor insan ders çalışırken kitap okurken, şeker düzenini dengeleyebilmek için. Üçüncü olarak da giydiğim elbiseler için göbek gitsin, daha iyi hissedebilmek falan filan daha diyebiliriz.*

İyi hissetmek kodu ile ilişkili katılımcı görüşü: *K26: Sağlık için. Vücudumu, zihnimi, bedenimi dinç ve dinamik tutmak için. Onun dışında da biraz daha kafamı dağıtmak için. Biraz daha kendimi dünya meşgalesinden alıkoymak için. Sosyal bir ortam bulmak için. Burada ben kaç arkadaşla, abiyle tanıştım. Hocalarla hakeza. Ayrıca başka bir hayat alanım oldu diyebilirim yani.*

Kas yapmak kodu ile ilişkili katılımcı görüşü: *K19: Genel anlamda aslında kendi kaslarımı güçlendirmek için yapıyorum. Hani şey sıkı hissetmek istiyordum kendimi. Bir de yağlı bir vücut yerine daha sağlıklı bir bedene sahip olmak istiyordum onun için aslında.*

Fit/formda kalmak kodu ile ilişkili katılımcı görüşü: *K16: Şimdi hem besyo okuduğum bir de fitness hocalığıda okuyacağım. Hem öğrenmek için hem de vücudu fit tutmak için. Zaten bölümüm olduğu için, spor bölümünden devam etmek istiyorum*

Görünüş kodu ile ilişkili katılımcı görüşü: *K20: Yani sağlık için hem de dış görünüş olarak da aslında.*

Sağlıklı olma teması, vatandaşların spor yapma nedenlerinden oluşan bir çatıdır. Katılımcıların spor yapma nedenleri çoğunlukla sağlıkla ilişkilidir. Özellikle yaşın ilerlemesiyle ortaya çıkan sağlık problemleri kişileri spor merkezlerine yönlendirmektedir. Gençlerde ise görünüm ve kaslanma, spor yapma nedenleri arasında daha sık arzu edilmektedir.

Personel kodu ile ilişkili katılımcı görüşü: *K3: En iyi yanı hocalarımızın ilgilenmesi yeri geliyor bire bir de ilgileniyorlar. Zayıf yanı biraz daha temiz olmasını, temizliğe dikkat edilmesini isterim.*

Aletler kodu ile ilişkili katılımcı görüşü: *K12: Dediğim gibi fitnesstaki teçhizatı artırırdım. Makineler artarsa çok daha iyi olur.*

Alternatif kodu ile ilişkili katılımcı görüşü: *K15: Dans yapmak isterdim mesela. Halay malay bahsetmiyorum kültür dansları. Vals, tango, çaça, vet rumba, salsa gibi şeyler isterdim de en çok çocuklar için isterdim. Olsun işte 6-12 yaş bir aktivite olmasını isterdim. Çamsanda mesela var ama sırada var orada öyle hemen giremiyordun. Burada olsaydı işte hemen şurası ne güzel.*

Memnuniyet kodu ile ilişkili katılımcı görüşü: *K15: Dans yapmak isterdim mesela. Halay malay bahsetmiyorum kültür dansları. Vals, tango, çaça, vet rumba, salsa gibi şeyler isterdim de en çok çocuklar için isterdim. Olsun işte 6-12 yaş bir aktivite olmasını isterdim. Çamsanda mesela var ama sırada var orada öyle hemen giremiyordun. Burada olsaydı işte hemen şurası ne güzel.*

İç Mekan (Soyunma Odası, Bekleme Alanın Küçük Olması) kodu ile ilişkili katılımcı görüşü: *K1: Buranın yapısını değiştirmek isterdim. Hatta yapılabilirse bir kat daha atılmasını en azından yönetim kısmını bir üst kata taşıyıp bu soyunma odalarını biraz daha genişleştirmek hatta şu yandaki kısmı (stüdyo) bir üst kata taşıyıp altı tamamen fitness salonu yapmak. Hem salon genişlemiş olur. Aletler de peyderpey çoğaltılabilir. Olduğu zaman soyunma alanları, lavabolar onlarda çok iyi olur. Bazen burada geliyoruz işte velilerin bekleme alanları olmuyor. Bu çok sıkıntı, onlar için hoş olmuyor. Erkekler spor yaparken burada mecburen bekleyebiliyorlar. Soyunma odalarıyla da iç içe oluyor sıkıntı oluyor yani. Burayı yani eğer belediyenin şeyiyse bir kat daha hatta iki kat üst katlara yönetim kısmını bir üst katlara da hafif spor, bekleme salonu, soyunma odası.*

Hijyen kodu ile ilişkili katılımcı görüşü: *K1: Yani belediyenin olduğu için daha temiz ve düzenli olduğunu umduğum için geldim. Hakikaten de öyle temiz, titiz. Hocaların yaklaşımı da gayet iyi, işini bilen arkadaşlar. Belediyenin yeri olduğu için. Diğer yerlere gittiğinde herkes keyfekeder çalışıyor. Parayı veriyorsun giriyorsun tamam ondan sonra işin bitiyor ister gel ister gelme. Burada bir de o ivmeyi yakaladık ortamdan dolayı. Biraz kalabalık oluyor bazı aletler yetersiz ama işimizi görüyor.*

Saatler kodu ile ilişkili katılımcı görüşü: *K12: Zaten ayarlanmış bir sistem var her gün için hem bayan hem erkek gelebiliyor. Bu 5'e kadar erkekler 5'ten sonra bayanlar olacak şekilde programlanmış. Programlı zaten. Bence düzen iyi. Hafta da 1 gün kapalı. 3 gün 3 gün bölünmüş, eşit bir dağılım. Herkes düşünülmüş bence.*

Ücret kodu ile ilişkili katılımcı görüşü: *K13: Şöyle söyleyeyim ilk önce açık konuşmak gerekirse ekonomik şartlardan dolayı tercih ettim çünkü maddi olanaklarımdan mesela bundan 2 yıl önce gittiğim spor salonları şu an da çok fahiş fiyatlar istiyor. Sadece gittiğim değil bütün spor salonları öyle. Maddi anlamda burası ücretsiz olduğu için burayı seçtim. İlk önce bir ön yargım vardı. Ücretsiz olduğu için kötü olacağını düşünüyordum açıkçası ama buraya geldikten sonra beni baya bir yanılttı. Hatta şöyle söyleyeyim ücretli spor salonlarından daha temiz burası. Şu an o eski gittiğim yer yıllık 5 bin tl olmuş. Dediğim gibi ilk sebebi maddiyattı. Ön yargılarım vardı ama yine de bir deneyeyim dedim. Geldim baktım hani gayet memnunum.*

Dolap-Kilit Sistemi kodu ile ilişkili katılımcı görüşü: *K13: En iyi yanı hocaların ilgilenmesi, maddi anlamda herhangi bir ücret istememesi, temiz olması. Ama ücretsiz olması daha ağır basar. En zayıf yönü ise dolap kilitleri anahtarlı değil de elektronik olursa daha iyi olur. Hani tuşlu oluyor ya öyle olsa daha iyi olur. Çünkü bir çok dolap kilidi, arkadaşlarımız sporu yapıyor cebine koyuyor anahtarı cebinde unutuyor, evine götürüyor o dolabı mesela gün boyu kullanamıyoruz. Hocaların da yapabileceği bir şey yok. O yüzden dolaplar elektronik olursa daha iyi olur.*

Ücretsiz Yiyecek kodu ile ilişkili katılımcı görüşü: *K13: En iyi yanı hocaların ilgilenmesi, maddi anlamda herhangi bir ücret istememesi, temiz olması. Ama ücretsiz olması daha ağır basar. En zayıf yönü ise dolap kilitleri anahtarlı değil de elektronik olursa daha iyi olur. Hani tuşlu oluyor ya öyle olsa daha iyi olur. Çünkü bir çok dolap kilidi, arkadaşlarımız sporu yapıyor cebine koyuyor anahtarı cebinde unutuyor, evine götürüyor o dolabı mesela gün boyu kullanamıyoruz. Hocaların da yapabileceği bir şey yok. O yüzden dolaplar elektronik olursa daha iyi olur.*

Otomat kodu ile ilişkili katılımcı görüşü: *K13: En iyi yanı hocaların ilgilenmesi, maddi anlamda herhangi bir ücret istememesi, temiz olması. Ama ücretsiz olması daha ağır basar. En zayıf yönü ise dolap kilitleri anahtarlı değil de elektronik olursa daha iyi olur. Hani tuşlu oluyor ya öyle olsa daha iyi olur. Çünkü bir çok dolap kilidi, arkadaşlarımız sporu yapıyor cebine koyuyor anahtarı cebinde unutuyor, evine götürüyor o dolabı mesela gün boyu kullanamıyoruz. Hocaların da yapabileceği bir şey yok. O yüzden dolaplar elektronik olursa daha iyi olur.*

Kız Erkek Karışık kodu ile ilişkili katılımcı görüşü: *K21: Bazı yerlerde kız erkek aynı anda antrenman yapıyor burada da o şekilde olabilir. Hem bu şekilde saatler çok*

kısıtlanmamış olabilir.

Sunulan hizmetle ilişkili kodlar, tesisin imkanları ve katılımcının algısı sonucu ortaya çıkmaktadır.

Çizelge 4.2. Sanfit Katılımcılarının "Bu Spor Merkezini Tercih Etme Sebepleriniz Nedir?" Sorusuna Gelen Cevaplara İlişkin Tema, Kod ve Cevap Sayısı (Cs).

Temalar	Kodlar	CS
Mekansal Çevre	Evime Yakın	21
	Belediyenin Olması	4
Sunulan Hizmet	Ücretsiz	9
	Antrenörler	6

Smith ve Ingham tarafından yürütülen bir çalışma ABD, Cincinnati'de sporun toplumu yeniden canlandırıp canlandıramayacağını araştırdı ve yakın çevrelerindeki topluluk duygusu sorulduğunda insanların entegrasyon veya insanlar arasındaki bağlantılar kavramını oldukça net bir şekilde tartışabildiklerini buldu. Çoğu katılımcının bütünleşme duygusunun odağı, bir bütün olarak şehirden (mekan) ziyade çevredeki mahalleyle (yer) daha yakından bağlantılıydı [129].

Güdül ve Ocak'ın, "Bireylerin Fitness Salonlarına Gitme Nedenleri ve Beklentileri" adlı çalışması incelenmiştir. Bu çalışmada "Neden Bu Spor Salonunu Tercih Ettiniz" sorusuna gelen cevaplara göre 46 yaş üzerinde en çok gelen cevap %44,2 oranla evime/işime yakın olduğu için olmuştur [130].

Tel ve arkadaşlarının 2019 yılında yaptıkları araştırmada; katılımcıların spor merkezlerine yönelme nedenlerinde teşvik etme düzeyine göre %52,1 en yüksek oranla bu merkezlere kolay ulaşım ve yaygınlık olmuştur. Aynı çalışmada, memnuniyete dair soruda ise en yüksek oran %83,1 ile ücretin uygun olmasına bağlı olduğu ortaya çıkmıştır [131].

Memiş ve Ekenci'nin 2007 yılındaki araştırmasındaysa; spor merkezini tercih etme sebebi olarak ulaşımının kolaylığı ve bütçeye uygun olması en üst sırada yer almaktadır [132].

Spor merkezlerinin tercih edilme nedenlerine ilişkin yapılan araştırmalarla gerçekleştirdiğimiz mülakat sonuçları örtüşmektedir. Spor yapmak isteyen insanlar için en önemli unsur spor merkezinin konumudur. Yoğun ve yorucu zamanının bir kısmını spor yapmak için ayıran kimsenin, spor yapmak için yakınında bir spor merkezi tercih etmesi oldukça doğaldır. Konuya ilişkin bazı katılımcı görüşleri şunlardır:

K8: Mustafa öncelde var oraya da gidiyoruz. Oraya alışık olduğumuz için burası da oraya bağlı olduğu için. Biz oraya da gidiyoruz çocukları falan yüzmeye götürüyoruz. Yani buraya asıl sebep yakın olduğu için geliyorum.

K25: Evime yakın bir de burada oturuyoruz biz yürüme 15 dakikada geliyoruz.

İkinci sırada ise ücret konusu gelmektedir. Para kazanmak için fazla zaman ayıran insanlar paralarını harcarken de dikkatlidir. Vakit ve emek vererek kazandığı paranın gerçekten değecek bir yere harcanmasını istemektedir. Konuya ilişkin bazı mülakat katılımcı görüşleri şu şekildedir:

K13: Şöyle söyleyeyim ilk önce açık konuşmak gerekirse ekonomik şartlardan dolayı tercih ettim çünkü maddi olanaklarımdan mesela bundan 2 yıl önce gittiğim spor salonları şu an da çok fahiş fiyatlar istiyor. Sadece gittiğim değil bütün spor salonları öyle. Maddi anlamda burası ücretsiz olduğu için burayı seçtim. İlk önce bir ön yargım vardı. Ücretsiz olduğu için kötü olacağını düşünüyordum açıkçası ama buraya geldikten sonra beni baya bir yanılttı. Hatta şöyle söyleyeyim ücretli spor salonlarından daha temiz burası. Şu an o eski gittiğim yer yıllık 5 bin tl olmuş. Dediğim gibi ilk sebebi maddiyattı. Ön yargılarım vardı ama yine de bir deneyeyim dedim. Geldim baktım hani gayet memnunum.

K24: Ücretsiz olması. Çünkü herkesin gidebileceği spor salonları yaklaşık olarak biliyorsunuz ki çok pahalı. Her ailenin de bunu verebileceği bir bütçe değil. Şahsen ben 3 çocuk annesiyim ama benim yapabileceğim bir şey değil, verebileceğim. Hani kendime verene kadar önce çocuğumu düşünürüm mesela. Derim ki yani ben niye gidiyorum önce çocuğuma vereyim. Çünkü o kadar şeyde değilim yani o kadar bütçeye sahip bir insan değilim açıkçası. Çünkü ücretsiz olduğu için niye gitmeyeyim dedim. Haftada 3 günümü ayırıyorum buraya. Çocuklarımında okul saatlerine denk gelmiş oluyor en azından iyi

oluyor. Kızım ortaokulda olduğu için çıkış saatine denk geliyor. E gidiyorum ben kızımı alıyorum oradan evime gidiyorum yani benim için çok iyi

K25: Ücret olursa gelemeyiz onu düşünürüm. Çünkü çalışmıyoruz, gelirimiz yok, nasıl geliriz. Sağ olsun var olsun belediyeden, açanlardan. Ücretsiz olması bütün bayanlar için iyi, gelenler için iyi. Şu şartlarda nasıl geçiniyorsun da bir de spor salonuna geliyorsun paralı. Alırsın 25-30 bin lira alırsın kendine aylık 1000 lira da spor salonuna ayırırsın. Ama bir miktar verecek olursak 100 lira olur ancak. O bile çok tabi ben veremem, çalışmıyorum kocamın eline bakıyorum şu an. Çalışıyordum, hastalıkla çıktım işten ondan sonra da yaşın var dediler çıktım işten. İş bulamadım, emekli de olamadım. Yaş vurmadı bana başlangıcım geç olduğu için 2005'te.

Çizelge 4.3. Sanfit Katılımcılarının "Yaptığınız Spor Etkinliklerinden Beklentiniz Nedir? Niçin Spor Yapıyorsunuz?" Sorusuna Gelen Cevaplara İlişkin Tema, Kod ve Cevap Sayısı (Cs).

Temalar	Kodlar	CS
Sağlıklı Olma	Sağlıklı	20
	Kilo vermek	5
	Sağlık problemlerinden kurtulmak	3
	İyi hissetmek	2
	Kas yapmak	4
	Fit/formda kalabilmek	4
	Görünüş	3
	Kilo almak	1
İlişkisel Çevre	Sosyalliği	2

Spor fitness merkezleri tüketici odaklı merkezler olup; müşteri beklentilerin karşılanması hem var olan müşterileri için hem de yeni üye olmak isteyen müşteriler açısından önemlidir [133]. Bireylerin fiziksel aktivite ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla bu hizmetleri sunan spor tesisleri açılmaktadır [130]. Spor tesislerine katılım sağlayan bireylere ile pek çok çalışma yapılmıştır. Bu çalışmalarda spor yapma nedenleri öğrenilmiştir. Bu çalışmalardan bazıları şu şekildedir:

Avrupa Birliğindeki vatandaşların çoğunluğu sporun şu faydalarını belirtmiştir: Kişinin sağlığını iyileştirmek (zihinsel veya fiziksel) (%78); fiziksel performansı geliştirmek (%46); rahatlamak (%43); eğlenmek (%39); arkadaşlarla birlikte olmak (%31); benlik saygısını geliştirmek (%24); yeni tanışmalar (%19); hedeflere ulaşmak (%18); yeni beceriler geliştirmek (%16); karakter/kimlik oluşturmak (%15); rekabet ruhunu canlandırmak (%15); dezavantajlı kişilerin topluma entegre olmalarına yardımcı olmak (%10); ve diğer kültürlerden insanlarla tanışmak (%9) [109]. Çalışma sonuçlarına bakıldığında, çoğunlukla çizelge 4.2.'de belirlediğimiz iki tema (Sağlıklı Olma ve İlişkisel Çevre) altına dahil edebileceğimiz kodlardan oluştuğu görülmektedir.

Güdül ve Ocak'ın araştırmasına katılan bireylerin, spor salonuna gelme amaçları 31-45 ve 46 yaş ve üzeri grup için en yüksek oranla sağlıklı olmak için gelmektedirler [130].

Spor merkezine gitme nedenleri; zinde kalmak, sağlıklı olmak, stres atmak, boş zamanları daha verimli geçirmek maddeleri en ön sıralarda bulunmaktadır [132]. Ayrıca, haftanın beş günlük çalışma süresi nedeniyle boş zamanların artması ve yaşlanan toplumların sağlık isteğinin artması gibi faktörler de egzersize katılımı artırmıştır [134].

Sağlığı iyileştirmek için harekete geçme ihtiyacı konusunda daha fazla toplumsal farkındalığa ek olarak, fiziksel aktiviteye başlamanın diğer nedenleri arasında kötü sağlıktan kaynaklanan sorunları azaltma veya bunlardan kaçınma, kilo verme ve sosyal ilişkiler kurma isteği yer almaktadır [135].

Konuya ilişkin bazı katılımcı görüşleri şu şekildedir:

K4: Hem sağlık açısından hem de biraz kilo vermek açısından. Bel fıtığım ve dizimde ağrı vardı buraya başlıyalı spor yapalı hiç ağrı olmuyor. Hocalarımızda sağ olsunlar destek oluyorlar.

K5: Ben şeker hastasıyım şeker başlangıcı var bende. Hem de zinde kalmak kendimi daha iyi hissetmek. Spor sadece kas yapmak için vücut yapmak için yapılmaz. Spor daha ziyade

kendini iyi hissetmek için, sağlam kafa sağlam vücutta bulunur. Hem kafamız sağlam olsun hem vücudumuz sağlam olsun diye.

K17: Sağlığım için yapıyorum. İnsülin direncim yükseldi yaş itibariyle biraz da işte oburluk yaptım. Kötü şeyler yedim sıkıntıdan. Şimdi onun da cezasını yedim tabi. İnsülin direncim yükseldi, kolestorel yükseldi, karaciğerim yağlandı. Korkudan geldim yani, çok korktum.

K24: Sadece kilo almak, vermek değil. Spor sağlıklı olmak açısından. Kendimi ileri ki zamanlarda şu an zaten 30'lu yaşlardayım ileriye yönelik olsun istiyorum. Yani sağlık için başka bir nedeni yok.

Katılımcı görüşlerinden de anlaşılacağı üzere spor merkezinden yararlanan vatandaşların bir çoğu sağlık amacıyla buralara gelmektedir. Özellikle bir yaştan sonra baş gösteren bir takım hastalıklar sebebiyle sağlığına daha da dikkat etmek isteyen vatandaşlar ücretsiz olan bu spor merkezlerini tercih etmektedirler. Doktorların da tavsiyesiyle beraber egzersiz yapma ihtiyacı hisseden vatandaşın hemen yanı başında ücretsiz bir spor merkezi sağlanmış olması bir belediyenin yapabileceği en iyi işlerden biridir. [136]'da Chileshe şu kanıya varmıştır: vatandaşlar sağlık durumları iyi olduğunda üretken olma eğilimindedirler ve bu da topluma faydalıdır. Diğer bir argüman ise vatandaşların sağlık durumları iyi olduğunda ve hastanelerden uzak durduklarında çok fazla para tasarrufu sağlanacağıdır.

Çizelge 4.4. Sanfit Katılımcılarının "Ne Olursa Bu Spor Merkezine Bir Daha Gelmemeyi Düşünürsünüz ya da Başka Bir Salona Gidersiniz?" Sorusuna Gelen Cevaplara İlişkin Tema, Kod ve Cevap Sayısı (Cs).

Temalar	Kodlar	CS
Sunulan Hizmet	Antrenörler	11
	İlgisizlik	7
	Ücretli Olursa	4
	Aletler	5
	Kalabalık	4

Spor merkezleri, her ne kadar ücretsiz ve yakın bir konumda kendisine sunulmuş bir belediye hizmeti de olsa bazı sebeplerden ötürü tercih edilemeyebilir. Bu sebepler tek tema altında toplanmıştır. Sunulan hizmetten memnun olmayan bir vatandaş için tüm artılar bir an da eksiye dönebilmektedir. Katılımcıların verdiği cevaplar arasında en yüksek tekrar eden kodlar ise antrenör ve ilgisizlik olmuştur. Literatür taranmış ve konuya ilişkin benzer konulardan destekler alınmıştır:

Karafil'in doktora tezi çalışmasında [137], ilgisiz personel başlığı altında bazı katılımcı görüşlerine yer vermiştir bunlardan biri şu şekildedir: *"...Bizim spor yaptığımız zamanlarda bilgisayarın başında müzikle uğraşıyorlar ya da kendi kişisel ilgilerine yönelik bilgisayar başındalar bu bir gün olur ya da iki gün olur üç gün oluyor her gün bilgisayar önünde bize karşı ilgi yok öğrenemediğimiz hareketlerin bize gösterilmemesi yüzünden spor salonuna karşı gitmeye isteğimi ortadan kaldırıyor. Herkesle ilgilenme yok. (Atilla)".* İlgisizlik bir spor merkezi için olumsuz bir hizmet kalitesi anlamına gelmektedir. Şu halde; spor merkezinde bulunan herkesin sorularına personelin cevap vermesi, kişilerle bireysel olarak ilgilenilmesi ve takibinin sürdürülmesi gerekmektedir.

Çizelge 4.5. Sanfit Katılımcılarının "Bu Spor Merkezinin En Güçlü ve En Zayıf Yanı Sizce Nedir? " Sorusuna Gelen Cevaplara İlişkin Tema, Kod ve Cevap Sayısı (Cs).

Temalar	Kodlar	CS
En Güçlü Yanlar		
İlişkisel Çevre	Personel	12
Sunulan Hizmet	Ücretsiz	6
Mekansal Çevre	Yakın	8

Çizelge 4.5. (devamı) Sanfit Katılımcılarının "Bu Spor Merkezinin En Güçlü ve En Zayıf Yanı Sizce Nedir? " Sorusuna Gelen Cevaplara İlişkin Tema, Kod ve Cevap Sayısı (Cs).

En Zayıf Yanlar		
Sunulan Hizmet	Alet	15
	Soyunma Odası	4
	Temizlik	3
	Küçük	4

Balcı ve arkadaşlarının 2019 yılındaki, spor merkezlerinin swot analizini ortaya koyduğu çalışma incelenmiştir. Bu çalışmada en güçlü yön olarak %85 oranla ilk sırada kaliteli antrenörler yer almaktadır. Daha sonra sırasıyla; kaliteli ekipman, tesis donanımlarının yeterli olması, hijyenik ortam, kullanılabilir geniş alan, sermaye ve ürün çeşitliliği bulunmaktadır. Çalışmalarında, örnek bir katılımcının görüşü; *"Bizim bu piyasada tutunabilmemizin en önemli sebebi yıllardır kaliteli antrenörler ile çalışmamız ve kullanılan ekipmanların kaliteli olmasıdır."* [138].

Müşteri odaklılık, çalışanların çalışma ortamlarında müşterilerin ihtiyaçlarını karşılama konusundaki yatkınlığını ifade eder [139]. Tüketicilerle iletişim kurma sürecinde, müşteri odaklılığı yüksek çalışanlar, tüketicilerin ihtiyaçlarını anlamaya çalışacak ve onların ihtiyaçlarını karşılamak için ellerinden gelenin en iyisini yapmaya çalışacaklardır [140].

Algılanan kalite ve memnuniyet boyutları arasında güçlü ilişkiler olduğunu vardır. Bu anlamda müşteri katılımı, algılanan değer ve memnuniyetin öncüsü olarak konumlandırılsa da [141] spor hizmetinin somut yönlerinin spor hizmetinin somut yönlerinin; "fiziksel tesis, ekipman, personel" algılanan hizmette en önemli pay sahiplerindendir [142]. Dolayısıyla bu tür fitness salonlarına giden müşteriler, aldıkları hizmetin ödenen ücrete ve sunduğu değere göre yeterli olup olmadığını değerlendirirken genellikle insan kaynakları veya sunulan aktiviteler gibi diğer unsurlardan ziyade tesisin kalitesine daha fazla önem veriyorlar. Özellikle bu tür spor tesislerinde fitness ekipmanlarındaki teknolojinin artması dikkate alındığında [143].

Pek çok araştırmacının ortaya koyduğu sonuca göre müşteri gözünde en önemli olan unsurlar tesis ve ekipmandır. Bir spor merkezi iyi bir görünüme, geniş bir alana ve kaliteli bir ekipmana sahipse bu olumlu yanları olarak gösterilir. Tam aksine kullanışsız ve az sayıda ekipman, dar bir tesis alanı ise spor merkezinin olumsuz yanları olarak müşteriler tarafından dile getirilmektedir.

Personel ve Aletler ile ilgili bazı müşteri yorumları:

K10: "En zayıf yanını söyleyebilirim; alet yetersizliği var daha fazla alet olabilirdi belki. Ondan biraz şikayetçiyim başka bir şikayetim yok. Güzel yanı evime yakın olması. Farklı aletler getirilebilir. Burası için şu an bu alet yeterli aslında. Ama ben biraz daha ileriye dönük düşündüğüm için söylüyorum. Yoksa buradaki yerel halka yeter yani bana da yetiyor ama biraz daha fazla farklı aletler olabilir."

K19: "En güçlü zaten az önce söyledim bence o çok güçlü yani hocanın ilgilenmesi, program ayarlaması, o çok güzel. Zayıf yan, aletler falan biraz daha fazla olabilir mesela fitness için çünkü bazen beklemem gerekiyor, onu hiç sevmiyorum. Çok yoğun olmuyor ama 10 kişi bile olsa içerde bir aleti çok fazla beklememiz gerekiyor. Çünkü 10 dk mesela koşu yapsa ben onu bekliyorum 10 dk."

K20: "En güçlü yanı hocaların ilgileniyor olması, bazen hani hareketleri nasıl yapabileceğimiz ya da aletleri nasıl çalıştırabileceğimizde hani her konuda gelip bir şey alıyorlar ya da bir şey sorduğum da cevap alabiliyorum, ilgileniyor yani. Zayıf olarak da ya aslında ekipmanlar tam ama eksik bir iki bazı aletler olabilir ama genel olarak tam. Bir de burada yüzme olsa iyi olurdu."

Çizelge 4.6. Sanfit Katılımcılarının "Belediye Spor Hizmetlerde Söz Sahibi Biri Olsaydınız Neleri Değiştirmek ya da Eklemek İsterdiniz?" Sorusuna Gelen Cevaplara İlişkin Tema, Kod ve Cevap Sayısı (Cs).

Temalar	Kodlar	CS
Sunulan Hizmet	Aletler	22
	Büyütmek	12
	Yüzme	4
	Dolap-Kilit Sistemi	3
	Soyunma Odası	3

Çizelge 4.6. (devamı) Sanfit Katılımcılarının "Belediye Spor Hizmetlerde Söz Sahibi Biri Olsaydınız Neleri Değiştirmek ya da Eklemek İsterdiniz?" Sorusuna Gelen Cevaplara İlişkin Tema, Kod ve Cevap Sayısı (Cs).

Mekansal Çevre	Daha Fazla Spor Alanı	2
	Her Mahalleye Sanfit	1
	Her Mahalleye Spor Kompleksi	1

Vatandaşların bir süredir gitmiş oldukları spor merkezinde aletlerin yetersiz olduğunu ve alanın küçük olduğunu düşünmektediler. Bu sebeple, kendilerine hak verildiğinde ilk önce bu iki durumu düzeltmek istediklerini dile getirmişlerdir.

Hizmet kalitesiyle ilgili olarak mevcut çalışmalarda genellikle Parasuraman, Zeithaml ve Berry'nin SERVQUAL modeli uygulanmıştır. Hizmet kalitesi teorisine göre hizmet kalitesi, müşterinin beklediği hizmetleri deneyimlediği hizmetlerle karşılaştıran uzun vadeli ve genel bir değerlendirme kavramıdır. Müşteriler tarafından algılanan hizmetlerin beş alt faktörü vardır: somutluk, güvenilirlik, yanıt verebilirlik, güvence ve empati [144].

SERVQUAL modeli spor yönetiminde uygulanmakta olup, mevcut çalışmalar hizmet kalitesinin spor merkezlerinde müşteri memnuniyetini ve çeşitli tüketici davranışlarını etkilediğini bildirmektedir. Somutluk, tüketicinin fiziksel tesislerin, ekipmanın, personelin ve iletişim araçlarının görünümüne ilişkin değerlendirmesini ifade eder. Güvenilirlik, hizmet sağlayıcının söz verdiği hizmetleri tam olarak sağlama yeteneğidir. Planlanan programın zamanında yürütülüp yürütülmediği ve geri ödeme sisteminin açık olup olmadığı konusunda müşterinin değerlendirmesini içerir. Yanıt verebilirlik, bir hizmet sağlayıcının müşterilere yardım etme konusundaki tutumunu veya müşterilerin talep ettiği hizmetlere yanıt olarak hızlı ve proaktif bir şekilde hareket etme yeteneğini ifade eder. Müşterinin isteğine uygun şekilde yanıt verirken, ilerlemeye ilişkin bilgilerin doğru bir şekilde aktarılıp aktarılmadığına ilişkin tüketicinin algısını içerir. Güvence, hizmet sağlayıcının bilgi, görgü, tutum, istikrar ve güvenini müşterilere aktarabilme yeteneğidir. Müşterinin, spor merkezi eğitmenlerinin profesyonelliği veya bilgisi ile personelin nezaket ve görgü kurallarına ilişkin değerlendirmesini içerir. Son olarak empati, hizmet sağlayıcının müşteriye gösterdiği bireysel ilgi veya ilgi ve müşteriyle olan iletişimiyle ilgili bir kavramdır. Müşterinin durumunun dikkate alınıp alınmadığı, spor merkezi işletmecilerinin müşterinin kişisel hususlarıyla ilgilenip ilgilenmediği,

müşterilerin kendi kolaylıkları için saatleri değiştirip değiştiremeyeceği konusunda müşterinin algısıyla ilgilidir [145].

Çizelge 4.6. incelendiğinde göze çarpan iki önemli sorun olduğu fark edilmektedir. Ekipmanla ve alanın küçüklüğüyle ilgili bu sorun Parasuraman ve arkadaşlarının ortaya koyduğu kavramlar içersinde "somutluk"a denk gelmektedir. Somutluk kavramı açısından vatandaşlar tesisin küçük olduğunu ve ekipmanların kalitesiz olduğunu belirtmişlerdir. Konuya ilişkin vatandaş yorumları şu şekildedir:

K4: "Biraz genişletirdim salonları kalabalık iç içe olduğumuz için bazen hani nefes almak bile zorlaşıyor. Aletleri biraz fazlalaştırırdım. Yeri büyütürdüm iç içe olunca çünkü hava şeyi de Pilates ve özellikle zumba çok kalabalık oluyoruz 65 kişi olduğumuzu biliyorum. Zumbaya da gidiyorum ben. Yer işte biraz küçük olduğu için biraz şey oluyor zorluk oluyor. Çok afedersin ter kokusu yani o kendine bakmayan bazıları var o kokulardan bile bunaldığımız olabiliyor.

K6: "Eğer söz sahibi olsaydım bazı aletleri salona eklemek isterdim. Bana göre 3 temel alet buraya gelmiş olsa; leg press, dörtlü kule bir de barfiks duvarı. Bu 3 alet buraya gelmiş olsa temel manada sıkıntıyı buradaki eksikliği çözmüş olur."

K11: "İşte dediğim gibi spor aletlerini biraz daha artırırdım. O çok önemli. Alet eksikliği var. Yoğunluk oluyor mesela beklemek zorunda kalıyoruz. Bir aleti mesela peş peşe üç kişi beklemek zorunda kalıyoruz. Veya başka diğer aletlerden de var onlardan da olması lazım."

K16: "Burası alan olarak çok küçük buranın alanını büyütürdüm ve içerdeki aletlerin de sayısını artırırdım."

Çizelge 4.7. Sanfit Katılımcılarının "Belediyeden Spor Hizmetleri Olarak Beklentileriniz Nelerdir? " Sorusuna Gelen Cevaplara İlişkin Tema, Kod ve Cevap Sayısı (Cs).

Temalar	Kodlar	CS
Mekansal Çevre	Her Mahalleye Sanfit	22
	Her Mahallede Spor Kompleksi	1
	Spor Parkları	1
	Daha Büyük Alan	2
Sunulan Hizmet	Seçeneklerin Çoğalması	24
	Hijyene Dikkat Edilmeli	1
İlişkisel Çevre	Personel Sayısı Artırılmalı	2

Belediye spor merkezlerinden yararlanan vatandaşlara belediyelerden spor anlamında ne istediğini sorduğumuzda aldığımız cevaplar aslında o spor merkezinin sorunlarını da ortaya koymaktadır. Çizelge 4.6.'ya göre en çok çıkan cevaplar sanfitlerin yaygınlaştırılması/ her mahalleye yapılması ve spor merkezlerindeki seçeneklerin çoğaltılması olmuştur. Vatandaşlar her mahalleye spor merkezi açılmasını istemektedir. Bunu isteyen vatandaş eğer uzak bir konumdaysa kendi mahallesinde de olmasını istediği için bunu söylemektedir. Eğer konum olarak yakın olduğu halde bunu istiyorsa spor merkezinin kalabalıktan kurtulması için istediği anlaşılmaktadır. Bu kanılara ilişkin bazı katılımcı görüşleri şu şekildedir:

K1: "Beklentim dediğim gibi bu alanları genişletmek sadece. Hatta bunu yapabiliyorsa her mahallede daha olursa en azından yoğunlukta şey olur. İnsanların da vakit geçirmesi daha iyi olur."

K14: "Şu anki aslında iyi de hani belki bu spor salonu, burası Kemal Türkler mahallesi hani belki Atatürk mahallesi, ben orada oturuyorum hani belki orayada bir tane açılabilir. Çünkü Yenidoğan mahallesinde de sanırım var, oralarda. Hani belki orayada açılabilir. Her mahalleye açılabilir aslında."

K24: "Mesela burada fitness var zumba var. Tabi ki burası küçük bir alan olduğu için e başka bir şey yok. Mesela insanları yüzmeye de şey yapabiliriz. Olsa mesela ben gelirim diyelim ki. Olsa mesela kızımı getirebilirim. Ben ta Yenidoğana gidip de kızımı oraya götüremiyorum. Neden her gün götürüp getirmek mesela yol parası da şu da bu da. Eğer mesela olacaksa buralarda da olabilir Sarıgazinin içinde. Bu Yenidoğanda, Sultanbeylide o taraflarda var ama neden Sarıgazide yok. Her mahallede olması gerekiyor bence. Çünkü yüzmeyle tanışmayan bir sürü çocuğumuz var. Bu fitnessı mesela nasıl konteynırda yapıldığına göre yüzmede nasıl yapılırsa yapılabilir. Mesela kreş de ben ta Abdurrahmangaziye başvurmuştum oğlum için, oğlum o zaman 4 yaşındaydı ama bize çıkmadı mesela. Abdurrahmangazide var, Meclis mahallesinde var ama Atatürk mahallesinde, İnönü mahallesinde hiçbir şey yok. Şu an ben ta oradan buraya geliyorum, Atatürk mahallesinden buraya. Ola ola burası oldu gidip geliyoruz yani spor anlamında daha da farklı şeyler olabilir. Yüzmeyle tanıştırbiliriz çocukları. Yaz geliyor o dönemde çocuklar için etkinlikler olabilir."

K25: Mahallemizde de olsa iyi olur. Hani biraz uzak kalıyor ben Merve Mahallesindeyim. Merve Mahallesinin ortasında olabilir veya merkezde olabilir evime daha yakın hani.

Seçeneklerin çoğalmasına ilişkin cevaplar ise en çok gelen cevaplar arasında ikinci sıradaydı. Roemmich ve arkadaşları yaptıkları çalışmada, eğlence tesisleri olan mahallelerde yaşayan çocukların fiziksel olarak daha aktif oldukları ve tesisin büyüklüğü arttıkça çocukların fiziksel olarak daha aktif oldukları sonucuna varmışlardır [146].

K2: "Aslında kendim belediyenin başına geçtiğimde yapabileceklerimi söylediğimde beklentilerimi de bir nevi açıkladım. Dediğim gibi atletizm, halı saha, basket sahası. Çünkü gerçekten kısıtlı bu bölgede. Seçeneklerin çoğalması yani. Çocuk oyun grupları var evet onların düzelmesi. Çocuklar için onların özellikle biraz daha seçeneklenmesi olabilir. Ama yetişkinler ya da gençler için 20 yaş altı için özellikle halı saha, spor salonu, atletizm sahası, basket sahası çok çok önemli. Gerçekten çok önemli. Gördüğüm ben burada 9 senedir yaşıyorum. Aslen Kadıköylüyüm. Gençlerin bu alanda inanılmaz enerjilerinin olduğu ve onları harcayacağı yerleri yanlış seçmeleri yanlış yönlendirmeleri. Belediyenin en çok burada devreye girmesi gereken yerlerden biri."

K7: "Biraz daha ileri boyutta olabilir. Mahalle arasına aldığı spor merkezlerinde biraz daha diğer Mustafa Öncelde tenis falan var ya burda da böyle bahçemiz geniş ya orada yapılacak bir iki aktivite eklenebilir. Çünkü fitness yapmak istemezsem ben oraya giderim

çünkü fitness birz daha ağır olabilir benim için ya da ev kadınıyımdır zaten yoruluyorum gelip burda başka bir şey yapabiliyorum. Pilates güzeldi. Meditasyon eklenebilir mesela ben burda bahçede yazın yapılmasını çok isterim. Ben sabah 6 da kalkıp evde kendim yapıyorum. Buraya da koyulabilir sabah 6 olmasa da 7.5-8 gibi, 8 başlangıç yapılabilir mesela. Daha erken saatler daha iyi oluyor. Kadınlar da burada çocuklarını okula gönderip çıkıp gelebilir."

K16: "Bence spora daha çok yüklenmeleri lazım her açıdan. Futbol olsun cimnastik olsun voleybol olsun, bana göre destek yok. Gençlere destek yok spor üzerine. Biraz daha destek verilmesi lazım, teşvik edilmesi lazım spor üzerine. Nadiren yerlerde var. Burada yoktu açıldı güzel oldu, herkes de geliyor. Uzak yerlerde var, örneğin Sultanbeylide var millet Sultanbeyliye gidiyor. Bu çevrede, Sancaktepe çevresinde yok açılabilir mesela. Ya da Yenidoğanda var mı bilmiyorum. Yani belli kesimlerde var her yerde olsa daha güzel olur."

K23: "Bence daha fazla olması gerekiyor ya. Benim yaşım kurtarmıyor kickboksa falan. Ben orayada gitmek isterdim bir açılsa falan yetişkinlere özel. Bence süper olur hani mesela burada sporumu yaptıktan sonra orada da sinir stresimi atsam."

4.1. SEÇİLEN ARAŞTIRMA GRUBU ÜZERİNDEN ANLIK VE KÜMÜLATİF MEMNUNİYET TATIŞMASI

Çalışmanın araştırma grubu belirlenirken kriter, en eski üyeler arasından düzenli katılım sağlayan kişiler olmuştur. Çalışmamızda, mülakat sonucundaki katılımcı görüşleri ve bu görüşlere ilişkin alanyazın taraması yapılarak değerlendirilme gerçekleştirilmiştir. Mülakata en deneyimli ve düzenli katılım sağlayan vatandaşlar dahil edilmiştir. [147] genel hizmet kalitesi değerlendirmeleri firmada çok az deneyim gerektirir veya hiç deneyim gerektirmez. Bunun aksine memnuniyet değerlendirmelerinde deneyim şarttır. [148], memnuniyet ve sadakat arasındaki ilişkinin deneyimli müşteriler arasında daha güçlü olduğuna dair kanıtlar sunmuştur.

Kamu ve özel spor merkezlerinde yapılan hizmet kalitesi, memnuniyet, sadakat konuları deneyimli ve yeni üyelerin görüşleri dikkate alındığında memnuniyet dışında tutarlı görünmüştür. Memnuniyete ilişkin bir araştırmada tesiste en fazla vakit geçiren üyelerin görüşlerinin daha önemli olduğu aktarılmıştır [147]. Genel memnuniyetin belirli bir hizmetle ilgili bir dizi müşterinin kümülatif deneyimlerinden elde edildiğini

söylemişlerdir. Memnuniyetin sadece bilişsel değil aynı zamanda tüketimden kaynaklanan duygusal yönleri de içerdiğini belirtmiştir. Dagger ve Sweeney, bu duygusal işleyişin zamanla bilişsel işlevlerden daha güçlü olduğu ileri sürülmektedir [148].

Bu duygusal işleyiş için uzun bir süre gerekmektedir ki bu sürede diğer üyelere, tesis personeline, bulunan konuma ilişkin yaşanmışlıklar meydana gelsin. Tüm bu deneyim sonucunda ancak genel bir memnuniyetten söz edilebilir. Duygusal bir bağ kurulabilirse kişinin spor merkezine devam etme motivasyonu değişebilir.

Spor merkezlerinde müşterilerin sadece sporla ilgili değil, sosyal ve psikolojik ihtiyaçları da karşılanmakta; dolayısıyla müşterinin sadakati uzar ve bu da tüm spor hizmetlerinin amacıdır [149]. Fitness merkezi müşterilerinin gelecek niyetlerini en çok etkileyen değişken duygusal değerlerdir [150].

Söz konusu bir koşu bandından ses gelmesi durumunu iki müşteri açısından ele alacak olursak; yeni başlayan kişi durumdan rahatsız olur ve sorumlulara durumu iletir. O anda yapılacak bir ankette memnun olmadığını dile getirme ihtimali çok yüksektir. Sorunun yapılmaması ya da gecikmesi durumunda hizmet kalitesi anlamında müşteri tarafından olumsuz olarak değerlendirilecektir. Bu durumda müşteri, memnuniyetsizlik duyacaktır ve gelmeyi bırakacaktır. Diğer taraftan eski bir üye koşu bandından ses gelmesi durumunu bildirir ancak bu durum onun spor merkezine gelmesini durduracak bir engel değildir. Çünkü tesisten genel memnuniyeti iyi durumdadır. Çalışmamızda bu duruma benzer örneklere rastlanmaktadır. Sanfitlerin ilk açıldığı zamanlardan beri gelen bir üyenin (K26) şikayeti şu şekildeydi: *"Onun dışında banyoda, lavaboda vesaireler eksiklikler var. Mesela az önce özür dileyerek söylüyorum duş aldım. Resmen çeşmenin altına girmek suretiyle duş aldım, tepe duşu yok. Ben buraya başladığımdan beri yok. Bir ara vardı, kırıktı. Aldım kafamın üzerine tuttum bir an fırladı gitti, su tazyikli olunca elbisem melbisem hepsi suyun içinde kaldı. Bugün de baktım artık girmişim elbisemi çıkarmışım, terlemişim spordan çıkmışım e baktım oda yok o da gitmiş. Dedim çare tükenmez sadece batarya var onun altına sığınmak suretiyle duş aldım. Bir tane duş var. Ya ayrıca şu kadar duş olur mu Allah aşkına ya. Şu kadar tuvalet yapmışlar bu kadarcık duş yapmışlar ya siz almayalım diye mi yaptınız Allah vicdan aşkına, nedir bu ya? Dönemiyor insan biraz daha kilolu olsam dönemem herhalde içerde. Zaten musluk buraya kadar gelmiş. E kabı da buraya kadar, minnacık bir şey kalıyor. Çok garibime gidiyor onu kim yapmış hangi akılla yapmış ben merak ediyorum. Tuvaletten al oraya ver kardeşim. Şu kadar tuvalet ya hangi mantıkla yapılmış ben çözemedim. Geldiğimden beri*

onu düşünüyorum. Acaba bunu kim yapmış hangi akılla yapmış. Lütfen bundan sonra bir görün bana hak vereceksiniz. Lütfen bunu düzeltsinler bu nedir ya?" Bu şikayete rağmen spor merkezine gelmeye devam etmektedir ve memuniyeti sorulduğunda eksikleri söyledikten sonra genel memnuniyetinin yüksek olduğunu aktarmaktadır: *"Evime yakın olması ve sıcak bir ortamının olması. Böyle aile gibi bir ortamının olması. Birkaç defa test mahiyetinde geldim gittim. Bir gideyim nedir ne değildir, hocaları kimlerdir, yaklaşımları nedir vs. Geldim ilk etap da tedirgindim. Yani tedirgindim derken acaba devam etme şansım olabilir mi diye kendimden yana tabi ki. Sonra bir iki hafta ara vermeden gelince baktım artık hakikaten bu spor salonun ilk gelenlerinden oldum. Bir ara tadilat vardı onun dışında hep geldim gittim."*

Hsee'nin nitelik değerlendirilebilirlik teorisine göre; acemi müşteriler, sağlanan hizmet özelliklerinin çoğunu değerlendirmek için gerekli bilgiye sahip olmayabilir. Bu çalışmada sadakatin öncüllerini incelemek için genel ölçümlerin daha uygun olduğu düşünülmüştür [151]. Müşterilerin çeşitli hizmet özelliklerini değerlendirmek için gerekli bilgiye sahip olunmadığı hizmet kalitesi araştırmalarda, araştırmacıların halo etkisinin ortaya çıkma olasılığı konusunda dikkatli olmaları gerekmektedir [152].

Genel memnuniyet ve spor merkezinin mevcut şartlarına ilişkin tercih edilme durumunun iyi anlaşılabilmesi için yaptığımız mülakatlardan birisini bu noktada paylaşmamız iyi olacaktır. Araştırmamızın sorularından biri "Bu spor merkezini tercih etme sebepleriniz nelerdir?" sorusuydu. Bu soruya gelen en yüksek oranlı iki cevap; konum ve ücret olmuştur. Ancak bu spor merkezinin genel memnuniyeti ile ilgili bir cevap değil, mevcut şartlarına ortaya koyan bir durumdur. Nitekim devam etme sebepleri öğrenildiğinde cevaplar farklılaşabiliyordu (K28): *"Geldiğimde devam etme nedenim diyeyim daha doğrusu, hocalarından dolayı. Ben şimdi ilk geldiğimde etrafımdaki insanların samimiyetine ister istemez dikkat eden bir insanım. Yani beni güler yüzle karşılamadılarsa ben bir daha yüksek ihtimalle oraya girmem. Yani buraya devam etme nedenim de yeni geldiğimde işte a yeni mi geldin diyip güler yüzle karşılayıp ondan sonra bana yardımcı olmaları ister istemez buraya bağladı."*

Yukarıdaki durumlardan da anlaşılacağı üzere çalışmamızda örneklem olarak dahil ettiğimiz spor ve fitness merkezlerinin memnuniyet değerlendirmesini en eski üyelerle gerçekleştirme nedenlerimiz açıklığa kavuşturuluştur. Ayrıca spor merkezi için kümülatif memnuniyet ve anlık memnuniyet farkı örneklerle açıklanmıştır. Literatür kısmında değindiğimiz gibi kümülatif memnuniyet işletme açısından asıl motive olunan kısımdır.

Sonuç olarak önemli olan memnuniyetin aslında kümülatif memnuniyet olduğu ortaya çıkarılmıştır.

Bu durum konumun yakın olması ve ücretsiz olması önemsizdir anlamına kesinlikle gelmemektedir. Çünkü bu iki konu zaten kümülatif memnuniyetin sağlanabilmesi için giriş kapısıdır. Eğer kişi için konum uygun değilse yahut ücret ödeyebileceği bir miktarda değilse anlık olarak da memnun olamayacaktır. 28 kişi ile yaptığımız mülakatta söz konusu spor ve fitness merkezlerinin en iyi yanları sorulduğunda en baskın olarak görülen cevaplar, konumun kişilere yakın olması ve bir ücret talep edilmemesiydi. Ancak henüz her mahallede spor ve fitness merkezi olmadığı için diğer mahallelerden gelenlerin talepleri kendi mahallelerine de aynı şekilde bir hizmetin sunulması yönünde oluştur.

Üzüm ve arkadaşlarının [153] yaptığı çalışmada çıkan sonuç ile bizim bulgularımız benzerlik gösermiştir: Yaptıkları bu çalışmada Ankaradaki spor merkezinin iki şubesi (Atakent ve Azot), müşteri sadakati üzerinde, en kritik etkiye sahip durumları karşılaştırılmıştır. Sonuçlara göre, Atakent şubesinde müşteriler verdiği fiyatın aldıkları hizmete uygun olduğunu düşünmektedirler ve bundan dolayı memnundurlar. Diğer şube olan Azot şubesinin şehir merkezine olan yakınlığı ve ulaşım imkanlarının kolaylığı spor hizmetinin müşteri memnuniyetini getiren en önemli unsur olmuştur.

5. SONUÇ

Belediyeler yaşlı, engelli, çocuk, dar gelirli gibi her durumlardaki vatandaşlarına hizmet dönemi boyunca faydalı olmaya çalışmaktadır. Belediye bünyesinde spor hizmetleri müdürlüğü, kendine düşen görevi üstlenerek vatandaşların egzersiz yapacağı tesisler açmaktadır.

Bu tesisleri kullanan vatandaşlar için en önemli iki sebep yakın konum ve ücretsiz hizmet olmasıdır. Ücretsiz bir hizmetin sunumu katılımcılar için anlık memnuniyeti sağlamaktadır. Genel memnuniyetin sağlanması için hizmetin deneyimlenmesi gerekir. Anlık memnuniyeti sağlayabilmek daha basit ve maddi bir işken genel memnuniyeti sağlayabilmek süreci iyi sürdürmekle ilgilidir.

Elde edilen verilere göre spor tesislerinin açıldığı mahalleler nüfus yoğunluğuna uygun değildir. En yoğun yedi mahallenin yalnızca ikisinde spor tesisi vardır. En yoğun mahallelere açılacak bir spor tesisi, hem belediyenin yaptığı hizmeti daha fazla kişiye ulaştırmış olmasını hem de daha fazla vatandaşın spor tesisinden faydalanmasını sağlayacaktır. Ayrıca kalabalık, yoğun, makine yetersiz vb. kodlu memnuniyetsizliklerin önüne geçilebilecektir.

Elde edilen veirlere göre spor tesisleri mekansal yakınlık prensibine uygun değildir. Çok sayıda katılımcı, spor tesisine ulaşmak için başka mahallelerden geldiğini aktarmıştır. Ücretsiz olması ve sunduğu hizmetle yine de tercih edilecek olan bu spor tesisleri her mahalleye açılmalıdır. Böylece herkes kendi mahallesindeki spor tesisine rahatlıkla ulaşabilecektir.

Spor merkezinden yararlanan kadın ve erkek vatandaşlar ayrı saatlerde fakat eşit sürede hizmet almaktadırlar. Spor merkezinin mevcut gün ve saat düzeni hakkında, yüksek oranda memnuniyetle bahsedilmiştir. Ev hanımları, hibrit ya da serbest çalışanlar, emekliler ve öğrenciler spor tesislerine gelebilecekleri saatler konusunda daha memnundurlar ve saatleri yeterli bulmaktadırlar. Ancak geç saatte işten çıkan çalışanlar ya da onları düşünen vatandaşlar, spor merkezinin daha geç kapanmasını istemektedirler.

Mülakatlardan elde edilen dört tema mekansal çevre, ilişkisel çevre, sağlıklı olma ve sunulan hizmet olmuştur. Dört tema içerisinde sağlıklı olma temasına doğrudan

katılımcının ne amaçla spor yatığını ortaya koyan kodlardan ulaşılmıştır. İlişkisel çevre ise spor tesisinden haberdar olma durumunu ortaya koymaktadır. Burada iki faktörden birincisi katılımcının başkasını haberdar etmesiyle spor tesisinin duyulmasıdır. İkincisi belediyenin spor tesisinin duyuru ve reklamını yapması yoluyla vatandaşı tesisten haber etmesidir. Spor tesisinin, ücretsiz ve mahallelerde olması vatandaşın birbirini haberdar etmesini sağlamıştır. Ancak yapılan görüşmelerde; genel sonuç, belediyenin spor tesisleri duyurusunu iyi yapamadığı yönünde olmuştur. Mekansal çevre ve sunulan hizmet temaları doğrudan belediyenin elinde olan imkanları vatandaşına sunabilmesiyle ilgili kodlardan oluşmaktadır. Açılan konum ve büyüklüğü, makineler, personel, ücretsiz olma kodları spor tesisleri açısından en önemli kodlardır.

Spor tesisinde yaşanan olumsuz durumlar tesis sorumluları tarafından öğrenilip ortadan kaldırılmalıdır. Soyunma odası, temizlik, makineler, personel, kalabalık en yaygın şikayet konularıdır. Süreçte üyelerin şikayetlerini dinlemek ve onlarla ilgilenmek şikayetlerin ortadan kaldırılmasından daha önemlidir. Yapılan görüşmelerde, şikayetçi oldukları konu uzun süredir çözülmüyor olsa bile genel memnuniyetinin yüksek olduğu kişiler olmuştur.

Spor merkezi katılımcılarının, hizmeti almayı sürdürüyor olması beklentilerinin karşılandığını göstermektedir. Belediye, mevcut tesisleri ve özellikle de daha sonraki projeleri için aktif üyelerinden geri dönütler almalıdır. Bu sayede gelişen bir tesisleşme süreci içerisinde olacaktır. Tesisleri uzun süreli kullanan katılımcıları dinleyerek yapılan çalışmalarda memnuniyet oranı giderek artacaktır. Bir spor merkezinden hizmet alan müşteriler genellikle benzer durumlardan memnun/memnuniyetsiz olmaktadırlar.

Tesis sorumluları, gözlem yoluyla bir katılımcının memnuniyetini/memnuniyetsizliğini, anlayamayabilir. Bunun yerine katılımcılarla doğrudan iletişim kurarak şikayetlerini ve isteklerini dinlemelidir. Katılımcıların beklentilerinin yerine getirilmesi sadece o kişinin yararına değil tüm kullanıcıların ve spor tesisinin yararına olacaktır. Spor merkezinin alanını büyütmek, makinelerin sayısını ve kalitesini artırmak, çocuklar için olan eğitimlerde velilere bekleme alanı yapmak, otomat koymak, makineler için rutin bakımları yaptırmak, spor merkezi kapısının hemen caddeye açılıyor olmasının çocuklar için tehlikeli olması sebebiyle çevre düzenlemesi yapmak, katılımcı isteklerinden bazılarıdır.

Yapılan mülakat neticesinde katılımcıların tamamının memnun olduğu ancak yine tamamının beklentisi ve bazı istekleri olduğu belirlenmiştir. Memnun olma sebebi olarak

en çok söylenen cevap; eve yakınlık ve ücretsiz kullanım olmuştur. En çok söylenen beklentiyse her mahalleye daha büyük ve çok ekipmanlı spor tesisi açılmasıdır.

6. KAYNAKLAR

[1] W. R. Thompson, "Worldwide survey of fitness trends for 2015: what's driving the market." *ACSM's Health & Fitness Journal,* c. 18, sayı 6, ss. 8-17, 2014.

[2] World Health Organization. "Global action plan on physical activity 2018-2030: more active people for a healthier world." *World Health Organization,* 2019.

[3] R. M. Eime, N. Sawyer, J. T. Harvey, M. M. Casey, H. Westerbeek, & W. R. Payne, "Integrating public health and sport management: Sport participation trends 2001–2010." *Sport management review,* c. 18, sayı 2, ss. 207-217, 2015.

[4] B. J. Stenner, J. D. Buckley, & A. D. Mosewich, "Reasons why older adults play sport: A systematic review." *Journal of sport and health science,* c. 9, sayı 6, 530-541, 2020.

[5] M. C. Turola, D. Barbieri, A. Palazzi, V. Pallotta, L. Simani, C. Tosi, & O. Zanardi, Sport: "A Possible Road toward Social Inclusion and Quality of Life. In Schizophrenia Treatment-The New Facets." *IntechOpen.* 2016.

[6] E. Eskiler, & R. Altunışık *Fitness Hizmetleri ve Pazarlaması,* Türkiye: Beta Basım Yayın, 2019.

[7] A. S. Yücel, A. Atalay, & M. Korkmaz, *Türkiye'de yerel yönetimler ve spor hizmetleri.* Türkiye: Nobel Akademik Yayıncılık Eğitim Danışmanlık Tic. Ltd. Şti. 2020.

[8] J. Borgers, K. Breedveld, A. Tiessen-Raaphorst, E. Thibaut, H. Vandermeerschen, S. Vos, & J. Scheerder, "A study on the frequency of participation and time spent on sport in different organisational settings." *European Sport Management Quarterly,* c. 16, sayı 5, ss. 635-654, 2016.

[9] M. Koçyiğit, & M. Yıldız, "Yerel yönetimlerde rekreasyon uygulamaları: Konya örneği." *International Journal of Sport Culture and Science,* c. 2, sayı 2, ss. 211-223, 2014.

[10] A. Nurhayati, I. Aisah, & A. K. Supriatna, "Model Development of a synergistic sustainable marine ecotourism—a case study in Pangandaran region, west java province, Indonesia." *Sustainability*, c. 11, sayı 12, 3418, 2019.

[11] G. Doğu, Ü. Kesim, & Ö. Sivrikaya, "Belediyelerin sporla ilgili işlevleri: Düzce belediyesi örneği." *Çağdaş Yerel Yönetimler.* 2002.

[12] B. Joaquim, "Desporto e autarquias locais: Intervenção política na promoção de desporto e actividade física no concelho de Tondela." *Repositório Aberto da Universidade do Porto,* 2009.

[13] E. Zengin, & C. Öztaş, "Yerel yönetimler ve spor." *In Journal of Social Policy Conferences* (No. 55, pp. 49-78). Istanbul University. 2008.

[14] T. M. N. Figueira, "Políticas públicas de desporto: estudo sobre municípios da área metropolitana de lisboa" Yüksek lisans tezi, Universidade de Évora). Evora, Portekiz, 2019.

[15] M. Teixeira, Gestão do Desporto–Desenvolvimento Desportivo Regional e Municipal. Lisboa: MediaXXI. 2019.

[16] B. Garamvölgyi, M. Bardocz-Bencsik, & T. Dóczi, Mapping the role of grassroots sport in public diplomacy. *Sport in society,* c. 25, sayı 5, ss. 889-907, 2022.

[17] K. Cieślikowski, & A. Brusokas, "Determinants of effective management in the sport with the use of large sport arenas in selected cities." *European Journal of Service Management,* c. 21, ss. 5-10. 2017.

[18] M. R. Teixeira, & T. M. Ribeiro, "Sport policy and sports development: Study of demographic, organizational, financial and political dimensions to the local level in Portugal." *The Open Sports Sciences Journal,* c. 9, sayı 1, 2016.

[19] European Commission. White Paper on Sport, COM, 391 final. 2007c.

[20] S. Bhangu, F. Provost, & C. Caduff, "Introduction to qualitative research methods–Part I." *Perspectives in Clinical Research,* c. 14, sayı 1, ss. 39-42. 2023.

[21] A. Alase, "The interpretative phenomenological analysis (IPA): A guide to a good qualitative research approach." *International journal of education and literacy studies,* c. 5, sayı 2, ss. 9-19. 2017.

[22] V. Sönmez, & F. G. Alacapınar, *Örneklendirilmiş bilimsel araştırma yöntemleri.* Türkiye: Anı Yayıncılık. 2013.

[23] M. B. Miles, & A. M. Huberman, *Qualitative data analysis: An expanded sourcebook.* sage. 1994.

[24] S. Harris, K. Mori, & M. Collins, "Great expectations: Voluntary sports clubs and their role in delivering national policy for English sport." VOLUNTAS: *international journal of voluntary and nonprofit organizations,* c.20, ss. 405-423. 2009.

[25] K. C. B. Tan, "Appropriate body-mass index for Asian populations and its implications for policy and intervention strategies." *The lancet.* 2004.

[26] R. S. Weiss, "Learning from strangers: The art and method of qualitative interview studies." *Simon and Schuster.* 1995.

[27] Y. Guo, S. J. Barnes, & Q. Jia, "Mining meaning from online ratings and reviews: Tourist satisfaction analysis using latent dirichlet allocation." *Tourism management,* c. 59, ss. 467-483. 2017.

[28] T. Yang, J. Wu, & J. Zhang, "Knowing how satisfied/dissatisfied is far from enough: a comprehensive customer satisfaction analysis framework based on hybrid text mining techniques." *International Journal of Contemporary Hospitality Management,* c. 36, sayı 3, ss. 873-892. 2024.

[29] L. C. Hsu, "Investigating effect of service encounter, value, and satisfaction on word of mouth: An outpatient service context." *International journal of environmental research and public health,* c. 15, sayı 1, ss. 132. 2018.

[30] A. Pansari, & V. Kumar, *Customer engagement marketing,* ss. 1-27. 2018.

[31] H. Afrizal, & A. Salim, “Factors that Influence Customer Satisfaction and Loyalty of ULaMM At PT. serang Branch Civil National Capital.” *Journal of Accounting and Finance Management,* c. 4, sayı 3, ss. 266-277. 2023.

[32] V. Tjiptono, “Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Abadi Plastik” (Doctoral dissertation, Universitas Ciputra Surabaya). 2012.

[33] E. Tsitskari, C. H. Antoniadis, & G. Costa, “Investigating the relationship among service quality, customer satisfaction and psychological commitment in Cyprian fitness centres.” *Journal of Physical education and Sport,* c. 14, sayı 4, ss. 514. 2014.

[34] A. Parasuraman, V. A. Zeithaml, & L. L. Berry, “Servqual: A multiple-item scale for measuring consumer perc.” *Journal of retailing,* c. 64, sayı 1, ss. 12. 1988.

[35] C. B. Kim, & T.C. Ling, “The influence of the service quality and outcome quality on the member overall satisfaction.” *Global Business and Management Research,* c. 9, sayı 1, ss. 1-13. 2017.

[36] G. Howat, & G. Crilley, “Customer service quality, satisfaction, and operational performance: A proposed model for Australian public aquatic centres.” *Annals of Leisure Research,* c. 10, sayı 2, ss. 168-195. 2007.

[37] P. Moura e Sá, & P. Cunha, “Drivers of customer satisfaction and loyalty in swimming pools.” *The TQM Journal,* c. 31, sayı 3, ss. 436-450. 2019.

[38] M. Gobikas, & V. Čingienė, “Public-private partnership in youth sport delivery: local government perspective.” *Journal of Physical Education and Sport,* c. 21, ss. 1185-1190. 2021.

[39] T. M. Koontz, D. Gupta, P. Mudliar, & P. Ranjan, “Adaptive institutions in social-ecological systems governance: A synthesis framework.” *Environmental Science & Policy,* c. 53, ss. 139-151. 2015.

[40] A. M. Mosadeghrad, & M. Afshari, “Quality management effects on operating theater's productivity: a participatory action research.” *The TQM Journal, c.* 33, sayı 4, ss. 882-895. 2020.

[41] E. O. Imamoğlu, “Individualism and Collectivism in a Model and Scale of Balanced Differentiation and Integration.” *The Journal of Psychology,* c. 132, sayı 1, ss. 95-105. 1998.

[42] M. P. Rodríguez Bolívar, A. López Hernández, & D. Ortiz Rodríguez, “Implementing the balanced scorecard in public sector agencies: An experience in municipal sport services.” *Academia Revista Latinoamericana de Administracion.* 2010.

[43] H. B. Memduhoğlu, & K. Yılmaz, *“Yönetimde Yeni Yaklaşımlar.”* 3. Baskı, Türkiye, 2024 .

[44] H. Seçtim, & H. Erkul, “Yönetim Yaklaşımları Üzerine Kuramsal Bir Değerlendirme.” *Management and Political Sciences Review,* c. 2, sayı 1, ss. 18-50. 2020.

[45] N. S. Hyndman, & R. Eden, “Core articles: Executive agencies, performance targets and external reporting.” *Public Money and Management,* c.

22, sayı 3, ss. 17-24. 2002.

[46] R. McAdam, & T. Walker, “An inquiry into balanced scorecards within best value implementation in UK local government.” *Public administration,* c. 81, sayı 4, ss. 873-892. 2003.

[47] M. Owusu-Kyei, Y. Kong, M. Owusu Akomeah, & S. Owusu Afriyie, “Assessing the Influence of Total Quality Management on Customer Satisfaction in the Telecom Industry: A TQM–SERVQUAL Perspective.” *Businesses*, c. 3, sayı 2, ss. 251-271. 2023.

[48] M. Rachmawati, R. R. Farenda, E. Tanudjaja, & O. Sinaga, “Efforts To Improve Wom’to Achıeve Consumer Satısfactıon By Improvıng Serqual And Prıce Polıcy In The Hotel.“Janevalla” Bandung.” *Central Asia & the Caucasus* (14046091), c. 23, sayı 1. 2022.

[49] Y. Pambreni, A. Khatibi, S. Azam, & J. J. M. S. L. Tham, “The influence of total quality management toward organization performance.” *Management Science Letters,* c. 9, sayı 9, ss. 1397-1406. 2019.

[50] T. Gajewska, D. Zimon, G. Kaczor, & P. Madzík, “The impact of the level of customer satisfaction on the quality of e-commerce services.” *International Journal of Productivity and Performance Management,* c. 69, sayı 4, ss. 666-684. 2020.

[51] C. Boz, “Yerel yönetimlerin spor tesislerinde toplam kalite yönetimi uygulamaları” (İstanbul Büyükşehir Belediyesi örneği) (Doctoral dissertation, Marmara Universitesi (Turkey)). 2007.

[52] Y. Wang, & P. Zhao, “Return on satisfaction: Is customer satisfaction really profitable?.” *In 2009 6th International Conference on Service Systems and Service Management*, ss. 387-391. IEEE. 2009.

[53] Q. Zheng, T. Yao, L. Mu, & H. Cao, “Paradigm shift of customer satisfaction studies in service research: a Meta-analytical review of the antecedents of service satisfaction.” *In 2012 International Joint Conference on Service Sciences*, ss. 134-137. IEEE. 2012.

[54] R. L. A. Oliver, “Cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions.” *Journal of marketing research,* c. 17, sayı 4, ss. 460-469. 1980.

[55] M. B. Jusuf, N. P. Utami, A. N. Hidayanto, & M. R. Shihab, “Analysis of intrinsic factors of mobile banking application users' continuance intention: An evaluation using an extended Expectation Confirmation Model.” *In 2017 Second International Conference on Informatics and Computing (ICIC),* ss. 1-6. IEEE. 2017.

[56] S. Sarkar, & A. Khare, “Influence of expectation confirmation, network externalities, and flow on use of mobile shopping apps.” *International Journal of Human–Computer Interaction,* c. 35, sayı 16, ss. 1449-1460. 2019.

[57] P. Chelladurai, & K. Chang, “Targets and standards of quality in sport services.” *Sport management review,* c. 3, sayı 1, ss. 1-22. 2000.

[58] A. Parasuraman, V. A. Zeithaml, & L. L. A. Berry, “Conceptual model of service quality and its implications for future research.” *Journal of marketing,* c. 49, sayı 4, ss. 41-50. 1985.

[59] V. Mahalakshmi, & K. Karthikeyan, "An empirical evaluation of customer satisfaction and customer loyalty towards the services rendered by both private and public sector banks in Tamil Nadu." *International Journal of Business Excellence,* c. 16, sayı 2, ss. 233-255. 2018.

[60] K. K. Xu, , K. K. Chen, E. Kim, J. Garcia-Fernandez, J. Nauright, & J. J. Zhang, 1Dimensions of service quality in health-fitness clubs in China." *International Journal of Environmental Research and Public Health,* c. 18, sayı 20, ss. 10567. 2021.

[61] C. A. Grönroos, "Service quality model and its marketing implications." *European Journal of marketing,* c. 18, sayı 4, ss. 36-44. 1984.

[62] V. A. Zeithaml, L. L. Berry, & A. Parasuraman, "The behavioral consequences of service quality." *Journal of marketing,* c. 60, sayı 2, ss. 31-46. 1996.

[63] I. J. Akpan, D. Soopramanien, & D. H. Kwak, "Cutting-edge technologies for small business and innovation in the era of COVID-19 global health pandemic." *Journal of Small Business & Entrepreneurship,* c. 33, sayı 6, ss. 607-617. 2021.

[64] F. Huber, A. Herrmann, & R. E. Morgan, "Gaining competitive advantage through customer value oriented management." *Journal of consumer marketing*, cc. 18, sayı 1, ss. 41-53. 2001.

[65] S. L. Vargo, & R. F. Lusch, "Service-dominant logic: continuing the evolution." *Journal of the Academy of marketing Science,* c. 36, ss. 1-10. 2008.

[66] D. Sirdeshmukh, J. Singh, & B. Sabol, "Consumer trust, value, and loyalty in relational exchanges." *Journal of marketing,* cc. 66, sayı 1, ss. 15-37. 2002.

[67] D. J. Flint, C. P. Blocker, & P. J. Boutin Jr, "Customer value anticipation, customer satisfaction and loyalty: An empirical examination." *Industrial marketing management,* c. 40, sayı 2, ss. 219-230. 2011.

[68] B. Liu, "Customer satisfaction index model building and empirical research of sports fitness and entertainment industry". *In 2011 International Conference on Management and Service Science*, ss. 1-6. IEEE. 2011.

[69] A. Ali, & İ. Sevinç, "Toplam Kalite Yönetiminin Kamu Sektörüne Uygulanmasında Karşılaşılan Sorunlar." *Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi,* c. 13, sayı 25, ss. 1-16. 2013.

[70] A. Taner, "Kamu yönetiminde yeniden yapılanma arayışları ve hesap verme sorumluluğuna etkileri." *Sayıştay Dergisi,* c. 85, ss. 27-50. 2012.

[71] N. T. Arslan, "Klasik-neo klasik dönüşüm süreci: yeni kamu yönetimi." *CÜ iktisadi ve idari Bilimler Dergisi,* c. 11, sayı 2, ss. 21-38. 2010.

[72] S. Çetin, "Yerel Yönetim Birimi Olarak Türkiye'de İl Özel İdareleri." *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi,* c.25. 2009.

[73] J. C. Vinzant, & L. Crothers, "Street-Level Leadership: Discretion and Legitimacy in Front-Line Public Service," ss. 240. 2002.

[74] M. Uçar, "Bir Şey" İken "Her Şey" Olmak: Üniversitelerin Yerel, Bölgesel, Ulusal ve Küresel Arasında "Evrensel" Kalma Çabaları. *Liberal Düşünce Dergisi,* c. 26, sayı 103, ss. 7-36. 2021.

[75] K. Pala, “Community participation in health services and the experience of Turkey.” *Turkish Journal of Public Health,* c. 12, sayı 3. 2014.

[76] E. R. Gerber, & D. J. Hopkins, “When mayors matter: estimating the impact of mayoral partisanship on city policy.” *American Journal of Political Science,* c. 55, sayı 2, ss. 326-339. 2011.

[77] A. V. Ruhil, M. Schneider, P. Teske, & B. M. Ji, “Institutions and reform: Reinventing local government.” *Urban Affairs Review,* c. 34, sayı 3, ss. 433-455. 1999.

[78] G. Sansom, *“Commonwealth of Australia.”* In: N. Steytler, ed. Local government and metropolitan regions in federal systems. Montreal: McGill-Queen’s University Press, ss. 8–36. 2009.

[79] Ş. Kaypak, V. Yılmaz, & M. Bimay, “Dijital çağda yerel yönetimler.” *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi,* c. 22, (Kayfor 15 Özel Sayısı), ss. 1798-1813. 2017.

[80] M. A. Özer, & M. Kartal, “Türkiye'de Yerel Siyasetin Yerelliği: Yerel Yönetimler Üzerinden Bir Değerlendirme.” *Turkish Studies-Economics, Finance, Politics,* c. 18, sayı 1. 2023.

[81] H. Al, *Kamu Yönetimi*, Türkiye: Değişim Yayınları. 2013.

[82] A. Katırcıoğlu, “Yerel Yönetimlerin (Belediyelerin) Rekreatif faaliyetlere Yaklaşım ve Uygulamaları Bakımından Değerlendirilmesi.” OMÜ, Sağlık Bilimleri Enstitüsü Beden Eğitimi ve Spor Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi, Samsun, 93. 1999.

[83] N. Puig, J. Martínez, & B. García, “Sport policy in Spain.” *International Journal of Sport Policy and Politics,* c. 2, sayı 3, ss. 381-390. 2010.

[84] M. Waardenburg, & M. van Bottenburg, “Sport policy in the Netherlands.” *International journal of sport policy and politics,* c. 5, sayı 3, ss. 465-475. 2013.

[85] R. Stokvis, “Strijd over sport: organisatorische en ideologische ontwikkelingen. Deventer: Van Loghum Slaterus.” 1978.

[86] M. J. Langeveld, “Maatschappelijke verwildering der jeugd. Rapport betreffende het onderzoek naar de geestesgesteldheid van de massajeugd.” 1952.

[87] P. Sjöblom, “Den institutionaliserade tävlingsidrotten: kommuner, idrott och politik i Sverige under 1900-talet” (Doctoral dissertation, Acta Universitatis Stockholmiensis). 2006.

[88] E. Wadensjö, “Activation policy in Sweden.” Reshaping welfare states and activation regimes in Europe, c. 54, ss. 127. 2007.

[89] H. Ali, R. Wright, & G. Dickson, “Sport policy in Pakistan.” *International Journal of Sport Policy and Politics,* c. 15, sayı 3, ss. 563-575. 2023.

[90] T. Chapin, “Beyond the entrepreneurial city: Municipal capitalism in San Diego.” *Journal of urban affairs,* c. 24, sayı 5, ss. 565-581. 2002.

[91] Y. A. Lin, “Critical review of social impacts of mega-events.” *The International Journal of Sport and Society,* c.3, sayı 3, ss. 57. 2013.

[92] J. L. Crompton, “Economic impact analysis of sports facilities and events:

Eleven sources of misapplication." *Journal of sport management,* c. 9, sayı 1, ss. 14-35. 1995.

[93] L. Van Den Berg, & E. Braun, "Sports and city marketing in European cities." *Routledge*. 2017.

[94] L. Testa, D. Parra-Camacho, A. M. Gómez-Tafalla, F. Garcia-Pascual, & D. Duclos-Bastías, "Local impact of a sports centre: Effects on future intentions." *Sustainability*, c. 15, sayı 6, ss. 5550. 2023.

[95] T. V. Chema, "When professional sports justify the subsidy, a reply to Robert A. Baade." *Journal of Urban Affairs,* c. 18, sayı 1, ss. 19-22. 1996.

[96] T. D. Andersson, "Triple impact assessments of sport events. In Handbook of Research on Sport and Business" *Edward Elgar Publishing.* ss. 237-256. 2013.

[97] K. Cieślikowski, "Rozwój koopetycji w slprzemyśle spotkań." *Stowarzyszenia Kongresy i Konferencje w Polsce*, 2014.

[98] P. Taylor, L. Davies, P. Wells, J. Gilbertson, & W. A. Tayleur, "Review of the social impacts of culture and sport." *Sport Industry Research Centre,* 2015.

[99] D. E. Warburton, P. T. Katzmarzyk, R. E. Rhodes, & R. J. Shephard, "Evidence-informed physical activity guidelines for Canadian adults." *Applied physiology, nutrition, and metabolism,* c. 32, sayı 2, ss. 16-68. 2007.

[100] A. Yayla, "Terör ve terörizm kavramlarına genel bakış." *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi,* c. 45, sayı 1. 1990.

[101] S. Derbil, "Kamu Hizmeti Nedir?." *Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi,* c. 7, sayı 3. 1950.

[102] M. Imanzadeh, & B. Coban, "Investigation on the people's expectation from municipalities in the area of sport and recreational services in Iran." *Journal of Physical Education and Sport,* c. 13, sayı 3, ss. 458-463. 2013.

[103] G. O. Sere," Management capacity at sport and recreation facilities in the City of Tshwane Metropolitan Municipality." University of Pretoria (South Africa). 2014.

[104] M. Gobikas, & V. Čingienė, "Public-private partnership in youth sport delivery: local government perspective." *Journal of Physical Education and Sport,* c. 21, ss. 1185-1190. 2021.

[105] H. Gökalp, "Gençliğin boş zamanlarını değerlendirmesinde spor faaliyetlerinin yeri ve önemi (Tunceli ili örneği)" (Master's thesis, Sağlık Bilimleri Enstitüsü). 2007.

[106] (2024, 14 Nisan). Belediye Kanunu [Online]. Erişim: https://www.mevzuat.gov.tr

[107] Z. Çimen, & B. Gürbüz, *Spor hizmetlerinde toplam kalite yönetimi.* Ankara: Türkiye: Alp Yayınevi. 2007.

[108] C. M. McNeil, J. M. Ablondi, H. P. Rutgers, & A. O'Kane, "The IHRSA European Market Report: The size and scope of the health club industry." Boston, MA: *International Health, Racquet & Sportsclub Association.* 2005.

[109] S. Eurobarometer, "Sport and physical activity. Brussels:" *TNS Opinion & Social.* 2014.

[110] R. Hoekman, K. Breedveld, & G. A. Kraaykamp, "Landscape of sport facilities in the Netherlands." *International journal of sport policy and politics*, c. 8, sayı 2, ss. 305-320. 2016.

[111] M. Hillsdon, J. Panter, C. Foster, & A. Jones, "Equitable access to exercise facilities." *American journal of preventive medicine,* c. 32, sayı 6, ss. 506-508. 2007.

[112] E. Kruszyńska, & J. Poczta, "Difficulties limiting access to sports and recreational facilities in the city in the perceptions of service users. Sports and recreational infrastructure management policy—poznan case study." *International journal of environmental research and public health,* c. 17, sayı 5, ss. 1768. 2020.

[113] A. Laing, "Marketing in the public sector: Towards a typology of public services." *Marketing theory,* c. 3, sayı 4, ss. 427-445. 2003.

[114] L. Robinson, "Committed to quality: the use of quality schemes in UK public leisure services." *Managing Service Quality: An International Journal,* c. 13, sayı 3, ss. 247-255. 2003.

[115] J. Reverter Masià, & J. R. Barbany Cairó, "Del gimnasio al ocio-salud centros de fitness, fitness center, fitness & wellness, spa, balnearios, centros de talasoterapia, curhotel." *Gestión deportiva, ocio activo y turismo,* ss. 59-68. 2007.

[116] J. León-Quismondo, J. García-Unanue, & P. Burillo, "Service perceptions in fitness centers: IPA approach by gender and age." *International journal of environmental research and public health,* c. 17, sayı 8, ss. 2844. 2020.

[117] D. S. Martin, & M. O'Neill, "Scale development and testing: A new measure of cognitive satisfaction in sports tourism." *Event Management,* c. 14, sayı 1, ss. 1-15. 2010.

[118] H. E. Tinsley, & D. J. A. Tinsley, "Holistic model of leisure counseling." *Journal of Leisure Research,* c. 14, sayı 2, ss. 100-116. 1982.

[119] M. Yıldırım, "Spor Tesisleri Müşteri Memnuniyeti Ölçeği Geliştirilmesi: Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması." *21. Yüzyılda Eğitim ve Toplum,* c. 6, sayı 16, ss. 157-176. 2017.

[120] Y. A. D. Ekmekçi, S. Kaner, & H. Gökçe, "Occupational health and safety in sports: risk analyses and consumer's point of view for a sports center." *Pamukkale Journal of Sport Sciences,* c. 13, sayı 1, ss. 1-21. 2022.

[121] (2024, 14 Nisan). [Online]. Erişim: https://www.sancaktepe.bel.tr/

[122] (2024, 14 Nisan). Sancaktepe Nüfusu. [Online]. Erişim: https://www.nufusu.com/ilce/sancaktepe_istanbul-nufusu

[123] (2024, 14 Nisan). Spor İşleri Müdürlüğü Yönetmelik. [Online]. Erişim: https://www.sancaktepe.bel.tr/site/documents/regulation_27_64476cc33c1b4.pdf

[124] (2024, 14 Nisan). [Online]. Erişim: https://www.gsb.gov.tr/haber-detay.html/914

[125] Y. Çoruh, "Stres ve Sağlık Üzerine Boş Zamanlarda Yapılan Sporun Etkisi." *Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, c. 21, sayı 3, ss. 73-78. 2019.

[126] A. D. Koçbek, "Yiyecek ve içecek sektöründe hizmet kalitesi ve müşteri memnuyeti: etnik restoranlara yönelik bir araştırma" (Master's thesis, Anadolu

University (Turkey)). 2005.

[127] C. Delgado, “Propuesta de prioridades de actuación local en materia de deportes en la actual coyuntura: gestión deportiva municipal.” En: VV. AA. Marco competencial y financiación del deporte en las corporaciones locales, Madrid, Federación Española Municipios y Provincias, ss. 74-114. 2000.

[128] V. Morales Sánchez, & P. Gálvez Ruiz, “User's perception of the quality evaluation of municipal services sports.” *Cuadernos de Psicología del Deporte,* c. 11, sayı 2, ss. 147-154. 2011.

[129] J. M. Smith, & A. G. Ingham, “On the waterfront: Retrospectives on the relationship between sport and communities.” *Sociology of sport journal,* c. 20, sayı 3, ss. 252-274. 2003.

[130] N. Güdül, & O. Yücel, “Bireylerin Fitness Salonlarına Gitme Nedenleri Ve Beklentileri.” *Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi,* c. 24, sayı 1, ss. 23-28. 2022.

[131] M. Tel, A. Aksu, & R. Erdoğan, “Fitness Spor Merkezlerine Devam Eden Bireylerin Spor Merkezlerini Tercih Etme ve Yeterlilik Düzeylerinin Araştırılması.” *Spor Eğitim Dergisi,* c. 3, sayı 2, ss. 98-105. 2019.

[132] U. A. Memiş, & G. Ekenci, “Spor merkezlerinde müşteri memnuniyeti (Ankara ili örneği).” *Gazi Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi,* c. 12, sayı 1, ss. 33-48. 2007.

[133] H. Katırcı, & M. Oyman, “Spor merkezlerinde tüketici tatmini ve sadakat.” *Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi,* c. 5, sayı 2, ss. 90-100. 2011.

[134] K. S. Kim, “The relationship among organizational culture, job satisfaction, and organizational commitment of public sports facilities.” *The Korean Journal of Physical Education,* c. 45, sayı 6, ss. 145-155. 2006.

[135] F. Morgan, A. Battersby, A. L. Weightman, L. Searchfield, R. Turley, H. Morgan, & S. Ellis, “Adherence to exercise referral schemes by participants–what do providers and commissioners need to know? A systematic review of barriers and facilitators.” *BMC public health,* c. 16, ss. 1-11. 2016.

[136] J. M. Chileshe, “Perceived impacts of major sports facilities: A case study of the Olympic Youth Development Center-Lusaka,” Zambia (Master's thesis, Høgskolen i Molde-Vitenskapelig høgskole i logistikk). 2014.

[137] A. Y. Karafil, “Spor tüketicilerinin spor merkezlerine yönelik hizmet kalitesi algıları ile ağızdan ağıza ve viral pazarlama algıları arasındaki ilişkinin incelenmesi” (Doctoral dissertation, Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü). 2019.

[138] V. Balcı, Ö. Erdeveciler, D. B. Alp Gülşen, & B. R. Altunay, “Ankara İlindeki Küçük Ölçekli Spor Merkezlerinin Sürdürülebilirliklerinin Swot Yaklaşımıyla İlişkilendirilmesi.” *Electronic Turkish Studies,* c. 14, sayı 6, 2019.

[139] S. Ganesan, “Determinants of long-term orientation in buyer-seller relationships.” *Journal of marketing,* c. 58, sayı 2, ss. 1-19. 1994.

[140] S. Choi, A. S. Mattila, & L. E. Bolton, “To err is human (-oid): how do consumers react to robot service failure and recovery?” *Journal of Service Research,* c. 24, sayı 3, ss. 354-371. 2021.

[141] R. J. Brodie, L. D. Hollebeek, B. Jurić, & A. Ilić, "Customer engagement: Conceptual domain, fundamental propositions, and implications for research." *Journal of service research,* c. 14, sayı 3, ss. 252-271. 2011.

[142] V. A. Zeithaml, A. Parasuraman, & L. L. Berry, "Calidad total en la gestión de servicios: cómo lograr el equilibrio entre las percepciones y las expectativas de los consumidores." *Ediciones Díaz de Santos.* 1992.

[143] E. Tsitskari, C. H. Antoniadis, & G. Costa, "Investigating the relationship among service quality, customer satisfaction and psychological commitment in Cyprian fitness centres." *Journal of Physical education and Sport,* c. 14, sayı 4, ss. 514. 2014.

[144] A. Parasuraman, V. A. Zeithaml, & L. L. Berry, "Servqual: A multiple-item scale for measuring consumer perc." *Journal of retailing,* c. 64, sayı 1, ss. 12. 1988.

[145] Y. Huang, & D. Kim, "How Does Service Quality Improve Consumer Loyalty in Sports Fitness Centers? The Moderating Role of Sport Involvement." *Sustainability*, c. 15, sayı 17, ss. 12840. 2023.

[146] J. N. Roemmich, L. H. Epstein, S. Raja, L. Yin, J. Robinson, & D. Winiewicz, "Association of access to parks and recreational facilities with the physical activity of young children." *Preventive medicine*, c. 43, sayı 6, ss. 437-441. 2006.

[147] R. L. Oliver, "Satisfaction: A behavioral perspective on the consumer: A behavioral perspective on the consumer." *Routledge.* 2014.

[148] T. S. Dagger, & J. C. Sweeney, "Service quality attribute weights: how do novice and longer-term customers construct service quality perceptions?." *Journal of service research*, c. 10, sayı 1, ss. 22-42. 2007.

[149] F. García-Pascual, V. Prado-Gascó, M. Alguacil, I. Valantine, & F. Calabuig-Moreno, "Future intentions of fitness center customers: Effect of emotions, perceived well-being and management variables." *Frontiers in psychology*, c. 11, 547846. 2020.

[150] N. Molina García, J. Mundina Gómez, F. García Pascual, & E. Alejos, "El efecto de la experiencia de servicio emocional en las intenciones futuras del usuario de centros deportivos." *Revista de psicología del deporte,* c. 25, sayı 3, ss. 97-100. 2016.

[151] C. K. Hsee, "The evaluability hypothesis: An explanation for preference reversals between joint and separate evaluations of alternatives." *Organizational behavior and human decision processes,* c. 67, sayı 3, ss. 247-257. 1996.

[152] J. A. Martínez, & L. Martínez, "Some insights on conceptualizing and measuring service quality." *Journal of Retailing and Consumer Services,* c. 17, sayı 1, ss. 29-42. 2010.

[153] H. Üzüm, B. Yeşildağ, Ü. Karlı, H. Ünlü, F. M. Parlar, C. Çokpartal, & N. Tekin, "Kamu ve özel spor merkezleri müşterilerinin hizmet kalitesi algılarının incelenmesi." *Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi,* c. 16, sayı 3, ss. 167-180. 2016.

7. EKLER

Bilgilendirilmiş Mülakat Onam Formu

Düzce Üniversitesi Spor Bilimleri Fakültesi Spor Yöneticiliği Bölümü öğretim üyesi Dr. Ömer SİVRİKAYA tarafından yürütülen "Belediye Spor Merkezlerini Kullanan Katılımcıların Memnuniyetinin İncelenmesi" başlıklı araştırmaya katılımınız rica olunmaktadır. Bu çalışmada katılımınız tamamen gönüllülük esasına dayanır. Lütfen aşağıdaki bilgileri okuyunuz ve katılmaya karar vermeden önce anlamadığınız her hangi bir şey varsa çekinmeden sorunuz.

ÇALIŞMANIN ADI: Belediye Spor Hizmetlerinden Yararlanan Vatandaşların Memnuniyetinin İncelenmesi

ÇALIŞMANIN AMACI: Sancaktepe Belediyesi spor tesislerinden yararlanan vatandaşların memnuniyetini araştırmak ve bu doğrultuda literatüre katkıda bulunmaktır.

PROSEDÜRLER: Mülakat Formu oluşturulması, Mülakat yapılacak grubun belirlenmesi, Mülakatların yapılması, Elde edilen verilerin analizi.

Bu çalışmaya gönüllü katılmak istemeniz halinde yürütülecek çalışmalar şöyledir: (çalışma hakkında kısa bilgi)

OLASI RİSKLER VE RAHATSIZLIKLAR: -

TOPLUMA VE/VEYA DENEKLERE OLASI FAYDALARI: Bu çalışmaya katılan deneklerin belediye spor hizmetleri ve hizmet kalitesi ile ilgili yapılacak olan çalışmalar için literatüre katkısı olacaktır. Ayrıca bu kavramı öğrenmeleri ve uygulamaları kendileri için ve dolaylı olarak ülke adına faydalarından biridir.

ONAM FORMU TALEP YÖNTEMİ:

□ yazılı belge □ sözlü □ sesli kayıt □ görüntülü kayıt

GİZLİLİK:

Bu çalışmayla bağlantılı olarak elde edilen ve sizinle özdeşleşmiş her bilgi gizli kalacak, üçüncü kişilerle paylaşılmayacak ve yalnızca sizin izniniz ile ifşa edilecektir. Gizlilik, tanımlanmış bir kodlama prosedürüyle sağlanacak ve kod çözümüne erişim yalnızca çalışmanın sorumlusu araştırmacıyla sınırlı kalacaktır. Araştırma sonuçları tüm gizlilik ilkelerine uyularak sadece bilimsel çalışmalarda kullanılacaktır. Tüm veriler sınırlı erişime sahip güvenli ve şifreli bir veritabanında tutulacaktır. (Eklemek istediğiniz var ise lütfen ekleyiniz.)

KATILIM VE AYRILMA:

Bu çalışmanın içinde olmak isteyip istemediğinize tamamen bağımsız ve etki altında kalmadan karar veriniz. Bu çalışmaya gönüllü olarak katılmaya karar vermeniz halinde dahi, sahip olduğunuz herhangi bir hakkı kaybetmeden veya herhangi bir cezaya maruz kalmadan istediğiniz zaman çekilebilirsiniz. (Eklemek istediğiniz var ise lütfen ekleyiniz.)

ARAŞTIRMACILARIN KİMLİĞİ:

Bu araştırma ile ilgili herhangi bir sorunuz veya endişeniz varsa, lütfen iletişime geçiniz:

Ruşen Balaban Düzce Üniversitesi Lisanüstü Eğitim Enstitüsü Spor Yönetimi Yüksek Lisans Öğrencisi

Tel: E-posta:

Yukarıda açıklanan prosedürleri anladım. Sorularım tatmin olacağım şekilde yanıtlandı ve dilediğim zaman ayrılma hakkım saklı kalmak koşulu ile bu çalışmaya katılmayı onaylıyorum. Bu formun bir kopyası tarafıma verildi.

Tarih:

Katılımcının Adı,Soyadı:

[Reşit ve yetkin olmayan katılımcı olduğu çalışmalarda velisinin adı, soyadı, imzası:]

İmzası:

İletişim Bilgileri:

e-posta: Telefon:

İletişim bilgilerimin diğer araştırmacıların benimle iletişime geçebilmesi için “ortak araştırma havuzuna” aktarılmasını

□ kabul ediyorum □ kabul etmiyorum (lütfen uygun seçeneği işaretleyiniz)

Velayet veya Vesayet Altında Bulunanlar İçin;

Veli veya Vasisinin

Adı-Soyadı:

İmzası:

Sorumlu Öğretim Üyesi

Dr. Öğr. Üyesi Ömer SİVRİKAYA

İmza

MÜLAKAT FORMU

Kimlik Bilgileri

Adı Soyadı: Yaşı: Cinsiyeti:
Medeni Hali: Mesleği: Eğitim Durumu:
Boy: Kilo:
Spor Salonu Geçmişi: Daha önce gittiği salonlar, bu salondaki süresi:
Haftalık antrenman gün ve süresi:

Sorular

1. Bu spor merkezine gelmeden önce fiziksel aktivite düzeyiniz neydi? Nerede, ne süreyle ve ne yapıyordunuz? Spor geçmişinizden bahseder misiniz?
2. Bu spor merkezinden nasıl haberdar oldunuz?
3. Bu spor merkezini tercih etme sebepleriniz nedir?
4. Yaptığınız spor etkinliklerinden beklentiniz nedir? Niçin spor yapıyorsunuz?
5. Ne olursa bu spor merkezine bir daha gelmemeyi düşünürsünüz ya da başka bir salona gidersiniz?
6. Bu spor merkezinin en güçlü ve en zayıf yanı sizce nedir?
7. Bu spor merkezinin ücretli olması hakkında ne düşünürsünüz?
8. Bu spor merkezinden faydalanabildiğiniz saat ve günler sizce nasıl ve neye göre ayarlanmalı?
9. Belediyenin bu hizmetinden memnuniyet dereceniz nedir? Başkalarını haberdar ettiniz mi?
10. Belediye spor hizmetlerde söz sahibi biri olsaydınız neleri değiştirmek ya da eklemek isterdiniz?
11. Belediyenin başka hangi spor hizmetlerinden yararlanıyorsunuz?
12. Belediyeden spor hizmetleri olarak beklenileriniz nelerdir?

ÖZGEÇMİŞ

KİŞİSEL BİLGİLER

Adı Soyadı : Ruşen Balaban

Yabancı Dili : İngilizce

ÖĞRENİM DURUMU

Derece	Alan	Okul/Üniversite	Mezuniyet Yılı
Y. Lisans	Spor Yöneticiliği	Düzce Üniversitesi	2024
Lisans	Spor Yöneticiliği	Sakarya Üniversitesi	2020
Lise	-	Sultanbeyli HMÖAL	2015

YAYINLAR

Makaleler

Ö. Sivrikaya, & R. Balaban, "Investigation of e-complaints made to fan stores of sports clubs." *Journal of Education and Recreation Patterns (JERP),* c. 4, sayı 2, ss. 342-359. 2023. DOI: https://doi.org/10.53016/jerp.v4i2.157 .

Bildiriler

Sivrikaya, Ömer, & Balaban, Ruşen. Spor Kulüplerinin Taraftar Mağazalarına Yapılan E-Şikayetlerin İncelenmesi. *Taras Shevchenko 8 Th Internatıonal Conference On Socıal Scıences.* 8 Temmuz. 75-99.