



T.C.

BARTIN ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ
BEDEN EĞİTİMİ VE SPOR ANABİLİM DALI

YÜKSEK LİSANS TEZİ

FİTNESS KATILIMCILARININ REKREASYONEL ETKİNLİKLERE YÖNELİK
SERBEST ZAMAN İLGİLENİMİ VE ALGILANAN HİZMET KALİTESİ DÜZEYLERİNİN
BELİRLENMESİ

HAZIRLAYAN
RAHİM CENGİZ

DANIŞMAN
DOÇ. DR. FATİH YAŞARTÜRK

BARTIN-2022



T.C.

BARTIN ÜNİVERSİTESİ

LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ

BEDEN EĞİTİMİ VE SPOR ANABİLİM DALI

**FİTNESS KATILIMCILARININ REKREASYONEL ETKİNLİKLERE YÖNELİK
SERBEST ZAMAN İLGİLENİMİ VE ALGILANAN HİZMET KALİTESİ
DÜZEYLERİNİN BELİRLENMESİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Rahmi CENGİZ

BARTIN-2022

BEYANNAME

Bartın Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü tez yazım kılavuzuna Doç. Dr. Fatih YAŞARTÜRK’ ün danışmanlığında hazırlamış olduğum “Fitness Katılımcılarının Rekreatif Etkinliklere Yönelik Serbest Zaman İlgilenimi ve Algılanan Hizmet Kalitesi Düzeylerinin Belirlenmesi” adlı yüksek lisans tezimin bilimsel etik değerlere ve kurallara uygun, özgün bir çalışma olduğunu, aksinin tespit edilmesi halinde her türlü yasal yaptırımını kabul edeceğimi beyan ederim.

11/02/2022

Rahmi CENGİZ

ÖNSÖZ

Lisans ve lisansüstü eğitim sürecimde her adımda yanımda olan, bu süreç içerisinde sabırlı ve samimi tavrı ile bilgi, deneyim ve tecrübelerini hiçbir zaman esirgmeden paylaşan değerli danışman hocam Doç. Dr. Fatih YAŞARTÜRK' e sonsuz teşekkürlerimi sunarım. Değerli katkılarıyla destekte bulunan Doç. Dr. Mehmet Ali ÖZTÜRK ve Dr. Öğr. Üyesi İsmail AYDIN' a çıkmış olduğum bu yolda adeta bir pusula oldukları için teşekkürler. Kadim dostluğunu her zaman hissettiren ve her konuda yanımda olan Arş. Gör. Buğra AKAY' a, hayatımın her anını güzel kılan çok kıymetli dedem Rami CENGİZ' e, babam Suat ve annem Şerife CENGİZ' e, yaşamın güzelliklerini ve kıymetini daha yakından görmemi sağlayan, eğitim hayatıma büyük dokunuşlar yapan sevgili halam Tülay ALTINUÇ' a, her zaman en yakın arkadaşım olan kardeşim Ali CENGİZ' e tüm samimiyetim ve içtenliğimle kalpten teşekkür ederim. Bilimin ışığında yürümeye çalışmak alacakaranlıkta yapılan ip cambazlığına benzer. Büyük çaba ister ve oldukça zordur. Karşıdan bakan seyirciler bazen kolay olarak yorumlarlar, bazen de anlamlandıramaz ve imkânsız olduğuna kanaat ederler. Bu genellikle bilim insanının ortaya koymuş olduğu kavramı sunum biçimiyle alakalıdır. Gönlümüz her zaman kavramları tüm çıplaklığıyla aktarabilmekten yanadır. Yaşam uçsuz bucaksız bir okyanus ve bilim bizim yegâne gemimizdir. Saygılarımla, teşekkürler.

Rahmi CENGİZ

Bartın, 2022

ÖZET

Yüksek Lisans Tezi

Fitness Katılımcılarının Rekreatif Etkinliklere Yönelik Serbest Zaman İlgilenimi ve Algılanan Hizmet Kalitesi Düzeylerinin Belirlenmesi

Rahmi CENGİZ

Bartın Üniversitesi

Lisansüstü Eğitim Enstitüsü

Beden Eğitimi ve Spor Anabilim Dalı

Tez Danışmanı: Doç.Dr. Fatih YAŞARTÜRK

Bartın-2022, Sayfa: XIV + 105

Bu araştırmanın amacı, fitness merkezlerine üye olan katılımcıların rekreatif etkinliklere yönelik ilgilenim ve algılanan hizmet kalitesi düzeylerini tespit etmek ve değişkenler arasındaki ilişkiyi incelemektir. Araştırmanın örneklem grubu basit seçkisiz örneklem yöntemiyle belirlenmiş olup, 388 kadın ve 649 erkek katılımcıdan oluşmaktadır. Araştırmada verilerin toplanması için kullanılanlar; “Kişisel bilgi formu”, Kyle ve diğerleri (2007) tarafından geliştirilen ve Türkçe uyarlaması Gürbüz, Çimen ve Aydın (2015) tarafından yapılan “Serbest Zaman İlgilenim Ölçeği-SZİÖ” kullanılmıştır. Ek olarak Uçan (2007) geliştirdiği “Spor-Fitness Merkezlerinin Algılanan Hizmet Kalitesi Ölçeği (SFM-HKÖ)” kullanılmıştır. Verilerin analizinde; katılımcıların demografik özelliklerine göre, serbest zaman ilgilenimleri ve algılanan hizmet kalitesini karşılaştırmak için, t-Testi ve ANOVA testleri uygulanmıştır. Anlamlı farklılığın yönünü belirlemek için TUKEY testi yapılmıştır. Değişkenler arasındaki ilişkiyi belirlemek için de Pearson Korelasyon Testi uygulanmıştır. Araştırmanın t Testi sonuçlarına göre SFM-HKÖ ve SZİÖ puan ortalamalarında “Cinsiyet”, “Medeni durum” ve “Aktif spor branşı (fitness dışında)” değişkenlerinde anlamlı farklılık gözlemlenmiştir ($p<0,05$). Araştırmanın Anova Testi sonuçlarına göre ise SFM-HKÖ ve SZİÖ puan ortalamalarında “Vücut yapısı”, “Spor merkezi haftalık kullanım süresi”, “Spor yapma süresi” ve “Katılım amacı” değişkenlerinde

anlamalı farklılık gözlemlenirken ($p<0,05$), “Yaş”, “Eğitim durumu” ve “Meslek” değişkenlerinde anlamalı farklılık gözlemlenmemiştir. Araştırmanın Pearson Korelasyon Testi sonuçlarına göre “ortalama hane geliri” değişkeninde SFM-HKÖ ve SZİÖ puan ortalamalarında anlamalı ilişki gözlemlenmemiştir. Katılımcıların serbest zaman ilgilenim düzeyleri ve spor-fitness merkezlerinin algılanan hizmet kalitesi arasındaki ilişki incelendiğinde ise istatistiksel olarak düşük düzeyde pozitif bir ilişki bulunmuştur. Sonuç olarak katılımcıların serbest zaman ilgilenim düzeylerinde bir artış olması durumunda algılanan hizmet kalitesi düzeylerinde de bir artış gözlemlenebileceği söylenebilir.

Anahtar Kelimeler: Algılanan hizmet kalitesi, fitness, serbest zaman ilgilenim.



ABSTRACT

M.Sc. Thesis

The Determination of Fitness Participants' Leisure Involvement in Recreational Activities and Perceived Service Quality Levels

Rahmi CENGİZ

Bartın University

Graduate School

Department of Physical Education and Sports

Thesis Advisor: Assoc. Prof. Dr. Fatih YAŞARTÜRK

Bartın-2022, Pp: XIV + 105

The aim of this study is to determine the level of interest and perceived service quality of the participants who are members of fitness centers towards recreational activities and to examine the relationship between the variables. The sample group of the study was determined by a simple random sampling method and consisted of 388 female and 649 male participants. The ones used to collect data in the research; "Personal Information Form", "Leisure Involvement Scale-LIS" developed by Kyle et al. (2007) and adapted into Turkish by Gürbüz et al. (2015) were used. As another scale, the "Perceived Service Quality of Sports-Fitness Centers Scale (SFC-PSQS)" developed by Uçan (2007) was used. In the analysis of data; t-Test and ANOVA tests were applied to compare the leisure time involvement and perceived service quality according to the demographic characteristics of the participants. TUKEY test was used to determine the direction of significant difference. Pearson Correlation Test was applied to determine the relationship between the variables. According to the t-Test results of the study, a significant difference was observed in the "Gender", "Marital status" and "Active sports branch (except fitness)" variables in the mean scores of SFC-PSQS and LIS ($p<0.05$). According to the results of the Anova Test of the study, there was a significant difference in the variables of "Body structure", "Weekly use of the sports center", "Time to do sports" and "Purpose of participation" in the mean scores of SFC-PSQS and LIS ($p<0.05$), while "Age No significant difference was observed in the

variables of", "Educational status" and "Occupation". According to the Pearson Correlation Test results of the study, no significant relationship was observed in the "mean household income" variable in the mean scores of SFC-PSQS and LIS. When the relationship between the leisure time involvement of the participants and the perceived service quality of the sports-fitness centers was examined, a statistically low-level positive relationship was found. As a result, it can be mentioned that if there is an increase in the leisure time involvement of the participants, an increase in the perceived service quality levels can also be observed.

Keywords: Perceived service quality, fitness, leisure involvement.

İÇİNDEKİLER

BEYANNAME	ii
ÖNSÖZ	iii
ÖZET.....	iv
ABSTRACT	vi
İÇİNDEKİLER	viii
TABLolar DİZİNİ	xi
EKLER DİZİNİ	xiii
SİMGELER VE KISALTMALAR DİZİNİ.....	xiv
1. GİRİŞ.....	1
1.1 Problem Cümlesi.....	4
1.2 Alt Problemler.....	4
1.3 Araştırmanın Amacı	5
1.4 Araştırmanın Önemi.....	6
1.5 Sayıtlar	6
1.6 Sınırlılıklar	6
1.7 Tanımlar.....	6
2. LİTERATÜR İLE İLGİLİ ARAŞTIRMALAR.....	9
2.1 Zaman Kavramı.....	9
2.2 Serbest Zaman Kavramı.....	10
2.2.1 Serbest Zamanın Özellikleri.....	12
2.2.2 Serbest Zaman Etkinlikleri	13
2.3 Rekreasyon Kavramı	14
2.3.1 Rekreasyonun Tarihsel Gelişimi	15
2.3.2 Rekreasyonun Özellikleri	16
2.3.3 Fonksiyonuna Göre Rekreasyon Çeşitleri	18
2.3.4 Rekreasyonun Amacı ve Önemi	18
2.4 İlgilenim kavramı.....	19
2.4.1 İlgilenim Türleri.....	20
2.4.2 Serbest Zaman İlgilenim.....	21
2.5 Hizmet Kavramı.....	22
2.6 Kalite Kavramı.....	23

2.7 Hizmet Kalitesi.....	25
2.7.1 Hizmet Kalitesini Belirleyen Faktörler	27
2.7.2 Hizmet Kalitesinin Önemi	29
2.8 Fitness Kavramı	30
2.8.1 Fitness'ın Sağlık Açısından Önemi.....	31
2.8.2 Fitness'ın Estetik Açısından Önemi.....	32
2.8.3 Fitness Sporunun Faydaları	33
2.8.4 Fitness Merkezleri.....	34
2.9 Serbest Zaman İlgilenim Üzerine Yapılan Çalışmalar	35
2.10 Hizmet Kalitesi Üzerine Yapılan Çalışmalar	37
2.11 Serbest Zaman Teorileri	37
3. YÖNTEM	41
3.1 Araştırmanın Modeli	41
3.2 Evren ve Örneklem	41
3.3 Veri Toplama Araçları.....	41
3.3.1 Kişisel Bilgi Formu	41
3.3.2 Serbest Zaman İlgilenim Ölçeği	42
3.3.3 Spor-Fitness Merkezlerinin Algılanan Hizmet Kalitesi Ölçeği	42
3.4 Verilerin Analizi.....	43
4. BULGULAR.....	44
4.1 Demografik Özelliklere Yönelik Bulgular	44
4.2 Algılanan Hizmet Kalitesi Ölçeğine Yönelik Bulgular	46
4.3 Serbest Zaman İlgilenim Ölçeğine Yönelik Bulgular	56
4.4 Serbest Zaman İlgilenim ve Algılanan Hizmet Kalitesi Arasındaki İlişkiye Yönelik Bulgu	66
5. TARTIŞMA, SONUÇ ve ÖNERİLER	67
5.1 Tartışma	67
5.1.1 Algılanan Hizmet Kalitesine İlişkin Bulguların Değerlendirilmesi.....	67
5.1.2 Serbest Zaman İlgilenime Yönelik Bulguların Değerlendirilmesi	73
5.1.3 Serbest Zaman İlgilenim ve Algılanan Hizmet Kalitesi Arasındaki İlişkiye Yönelik Bulgunun Değerlendirilmesi.....	79
5.2 Sonuç	79
5.3 Öneriler	81
KAYNAKÇA.....	83

EKLER.....	98
EK 1. Kişisel Bilgi Formu	98
Ek 2. Spor-Fitness Merkezleri Algılanan Hizmet Kalitesi Ölçeği.....	99
Ek 3. Spor-Fitness Merkezleri Algılanan Hizmet Kalitesi Ölçeği Kullanım İzni ...	101
Ek 4. Serbest Zaman İlgilenim Ölçeği.....	102
Ek 5. Serbest Zaman İlgilenim Ölçeği Kullanım İzni.....	103
Ek 6. Etik Kurul Onayı.....	104



TABLÖLAR DİZİNİ

Tablo No	Sayfa No
4.1.1. Katılımcıların demografik bilgilerine yönelik tanımlayıcı istatistikler tablosu	444
4.1.2 Ölçek alt boyutlarının puan dağılımı.....	46
4.2.1 SFM-HKÖ puanlarının cinsiyet değişkenine göre t-testi sonuçları.....	46
4.2.2 SFM-HKÖ puanlarının medeni durum değişkenine göre t-testi sonuçları.....	47
4.2.3 SFM-HKÖ puanlarının aktif spor branşı durum değişkenine göre t-testi sonuçları....	48
4.2.4 SFM-HKÖ puanlarının yaş değişkenine göre ANOVA testi sonuçları.....	48
4.2.5 SFM-HKÖ puanlarının eğitim durumu değişkenine göre ANOVA testi sonuçları....	49
4.2.6 SFM-HKÖ puanlarının meslek değişkenine göre ANOVA testi sonuçları.....	50
4.2.7 SFM-HKÖ puanlarının vücut yapısı değişkenine göre ANOVA testi sonuçları.....	51
4.2.8 SFM-HKÖ puanlarının spor merkezi kullanım sıklığı değişkenine ANOVA testi sonuçları.....	52
4.2.9 SFM-HKÖ puanlarının spor yapma süresi değişkenine göre ANOVA testi sonuçları.....	53
4.2.10 SFM-HKÖ puanlarının fitness merkezine katılım amacı değişkenine göre ANOVA testi sonuçları.....	54
4.2.11 Gelir ve SFM-HKÖ arasındaki korelasyon testi sonuçları.....	55
4.3.1 SZİÖ puanlarının cinsiyet değişkenine göre t-testi sonuçları.....	56
4.3.2 SZİÖ puanlarının medeni durum değişkenine göre t-testi sonuçları.....	56
4.3.3 SZİÖ puanlarının aktif spor branşı durum değişkenine göre t-testi sonuçları.....	57
4.3.4 SZİÖ puanlarının yaş değişkenine ANOVA testi sonuçları.....	57
4.3.5 SZİÖ puanlarının eğitim durumu değişkenine göre ANOVA testi sonuçları.....	58
4.3.6 SZİÖ puanlarının meslek değişkenine göre ANOVA testi sonuçları.....	59
4.3.7 SZİÖ puanlarının vücut yapısı değişkenine göre ANOVA testi sonuçları.....	60
4.3.8 SZİÖ puanlarının spor merkezi kullanım sıklığı değişkenine göre ANOVA testi sonuçları.....	61
4.3.9 SZİÖ puanlarının spor yapma süresi değişkenine göre ANOVA testi sonuçları.....	62
4.3.10 SZİÖ puanlarının fitness merkezine katılım amacı değişkenine göre ANOVA testi sonuçları.....	63

4.3.11	Gelir ve SZİÖ arasındaki korelasyon testi sonuçları.....	65
4.4.1	SZİÖ ve SFM-HKÖ arasındaki korelasyon testi sonucu.....	66



EKLER DİZİNİ

EK No	Sayfa No
EK 1. Kişisel bilgi formu.....	98
EK 2. Spor-Fitness Merkezleri Algılanan Hizmet Kalitesi Ölçeği.....	99
EK 3. Spor-Fitness Merkezleri Algılanan Hizmet Kalitesi Ölçeği Kullanım İzni.....	101
EK 4. Serbest Zaman İlgilenim Ölçeği.....	102
EK 5. Serbest Zaman İlgilenim Ölçeği Kullanım İzni.....	103
EK 6. Etik kurul onayı.....	104



SİMGELER VE KISALTMALAR DİZİNİ

%	: Yüzdelik değer
<	: Küçüktür
>	: Büyüktür
F	: Frekans
n	: Birey sayısı
P	: Anlamlı Farklılık Değeri
r	: Anlamlı İlişki Değeri
Sd	: Serbestlik Derecesi
SS	: Standart sapma
$\bar{x}$	: Ortalama

KISALTMALAR

Akt	: Aktaran
ANOVA	: Tek Yönlü Varyans Analizi
Vd	: Ve Diğerleri
Vb	: Ve Benzeri
SPSS	: Statistical Package for Social Sciences
SZİÖ	: Serbest Zaman İlgilenim Ölçeği
SFM-HKÖ	: Spor-Fitness Merkezlerinin Algılanan Hizmet Kalitesi Ölçeği
TDK	: Türk Dil Kurumu

1. GİRİŞ

Günümüzde birçok alanda teknolojinin gelişmesiyle birlikte yeni ve ekonomik kavramlar insan hayatında yerini almıştır. Zaman insan hayatındaki en önemli kavramlardan biridir ve bu kavram teknolojiye gelişmelerle birlikte önemini daha net vurgulamaktadır. İnsanların zamanı ekonomik değerlendirebildikleri ölçüde yaşam kalitelerini arttırdıkları söylenebilir. Dolayısıyla teknolojiye ayak uydurmuş yeni ve ekonomik ürün ve eylemleri tercih eden bireylerin yaşamlarında serbest zaman kavramından daha çok bahsedilebilir.

İnsanların serbest zamanlarının çoğalması diğer alanlardaki değişikliklere adapte olunması, yaşamlarını kolaylaştırmada, ömürlerini uzatmada ve kendilerine daha fazla zaman yaratarak hayattan büyük oranda zevk almalarını sağlamada büyük ölçüde katkı sağlamaktadır (Koçak, 2017). Serbest zaman sayesinde edinilen sembolik anlamın katmış olduğu değer, çeşitli aktivitelere yönelik ilgi önemi açığa çıkaran serbest zaman ilgilenimi (Havitz ve Dimanche, 1999) bireylerin aktiviteye duydukları ilgilerinin artmasını sağlayan çeşitli yolları, serbest zamana atfedilmiş olan büyük önemi ve ilgilenimin tabiatını anlamlandırabilme gibi birçok fayda da sağlamaktadır (Wiley vd., 2000).

Bireylerin bahsi geçen zamanı daha verimli kullanmaları için mevcut kilolarının kontrol altına alınması, yaşamlarındaki yüksek stres seviyesinin dizginlenmesi, zamanı etkin ve verimli bir biçimde kullanma, farklı bireylerle tanışıp sosyal ağlarını genişletme, belli bir düzene uygun olarak yaşamı sürdürüp sağlıklı bir şekilde yaşlanma ve buna benzer olumlu yönde daha pek çok hedef çerçevesinde türlü aktivitelere dahil olduklarını göstermektedir. Bu nedenle önem arz eden bu durumun farkında olan toplumlar ve o toplumlara mensup bireylerin serbest zamanı olumlu yönde aktif bir biçimde değerlendirebilmek amacıyla farklı birçok arayışa girmişlerdir. İnsanoğlunun geleceği için atmış olduğu bu adımlar “serbest zaman ilgilenimi” kavramının değerinin hızla yükselmesine sebep olmuştur (Kouthouris, 2009).

Rekreasyonun bireylerin ruhsal ve fiziksel olarak tazelenmesindeki etkisinden dolayı insan yaşamında son derece önemli bir yere sahiptir. Dolayısıyla bireylerin, ruhsal ve fiziksel olarak sağlıklı insanlar olabilmeleri için, mevcut rekreasyonel faaliyet ve eğilimlerinin farkına varılması oldukça önemlidir (Müderrisoğlu ve Uzun, 2004). Dolayısıyla bu durumun toplum tarafından fark edilmesi ve o toplumda yaşamlarını sürdüren bireylerin serbest

zamanlarını verimli bir biçimde değerlendirebilmeleri amacıyla çeşitli birçok arayış içine girmiş olmaları oldukça önemlidir. İşte, insanoğlunun bu farklılık arayışları sebebiyle serbest zamanlarında “rekreasyonel etkinliklere yönelik ilgilenim” kavramının öne çıkması sağlanmıştır (Yetim, 2014). Toplumu oluşturan bireylerin tutumlarının tüketime dayanan başlıca yönelimlerine bakıldığında rekreasyonel etkinliklerin de tüketimle iç içe ve tüketimi destekler bir yapıya sahip olduğu (Aktaş, 2011) ve serbest zaman etkinliklerinden söz edildiğinde çeşitli hizmetlerden oluşan bir olgunun (ürün) kullanımından bahsediliyor olduğu söylenebilir (Kapferer ve Laurent, 1985).

Belli bir düzene sahip olarak yapılan egzersiz türlerinin beden ve zihin sağlığına faydalarının bilimsel araştırmalar ile kanıtlanmış olmasının ardından spor her yaş farkı gözetmeksizin her birey için tavsiye edilmeye başlamıştır. ABD ve Kanada'da “Physical Fitness”, Almanya'da “Trim Dich” ve daha birçok ülkede de “Sports for all” ya da “Sports pour tout” gibi adlarla geniş kitlelerin bilgisine sunulan spor uygulamaları büyük bir hızla kendilerini göstermiştir (Erkan, 1994). Günümüzde insanların tercih ettikleri serbest zaman etkinlikleri oldukça büyük bir alana sahiptir. Son yıllarda serbest zamanları değerlendirmeye ilgili olarak insanların yöneldikleri kapalı alan aktiviteleri arasında fitness merkezleri büyük önem kazanmıştır. İnsanların serbest zamanlarında fitness merkezlerini tercih etmelerinin temelinde yatan sebeplerin başında sağlık kazanma, rekabet etme, vücut geliştirme ve dış görünüşlerini şekillendirme, sosyalleşme ve eğlence ile birlikte beceri geliştirme amacı gibi nedenlerin olduğu belirtilmektedir (Sağıroğlu ve Ayar, 2017).

Bu belirtilmiş olan nedenler içerisinde özellikle sağlıklı bir vücut görünümüne sahip olmak insanların fitness merkezlerini tercih etmelerindeki en temel sebepler arasında gösterilmektedir. Bunun kaynağı olarak gösterilebilecek nedenlerin başında özellikle teknolojik gelişmelere paralel olarak düşük seviyede hareketlilik barındıran yaşam biçiminin artması, düşük seviyede hareketlilik barındıran yaşam biçiminin de vücut yapısını bozması gelmektedir. Bu durumda insanlar hareketsiz yaşam tarzı sebebiyle bozulan vücut yapılarını düzeltmek ve şekillendirmek için serbest zamanlarını fitness merkezlerinde değerlendirmeyi tercih etmektedir (Kaya, 2019). Bahsedilen şartlardaki günümüzün yaşam tarzı insanları zihinsel ve fiziksel olarak yıpratmakta durum böyle olunca da insanların yaşam kalitesine olumsuz etki etmektedir. Spor işletmeleriyle beraber fitness merkezleri de son zamanlarda meydana gelen bu durumun analizini başarılı bir biçimde yapabilmiş ve işletme olarak kuruluş amacı şeklinde değerlendirmişlerdir. Fitness merkezleri hem bireylerin fiziksel ve

zihinsel olarak daha iyi bir seviyede olmalarını sağlamış hem de buna ek olarak sosyalleşmek içinde çok uygun yerler haline gelmişlerdir. (Taşdemir, 2015).

Toplumun içerisinde bulunduğu sosyal hayat çerçevesinde dış görünüm kaygısı denilen kavram sosyal kaygının bir başka biçimidir. Bireylerin sahip olduğu sosyal görünüm kaygısı başkalarının dış görünüşleri hakkında yapmış oldukları değerlendirilme ile alakalı duyulan kaygı ve endişe biçimidir (Hart vd., 1989). Dış görünüme atfedilen büyük önem genel olarak kitle iletişim araçlarıyla bütün toplumlara, bu sayede de her bir bireye ulaştırılırken bu tür görüş ve değerlendirmelere meydan hazırlamaktadır. Dış görünüme atfedilen anlam ve dış görünümle alakalı eleştiriler, ait olduğu döneme ve toplumun kültürel yapısına göre farklılık gösterebilmektedir (Demirer, 2010). Toplumda yer alan bireyleri kendimize yakın veya kendimizden farklı olarak görmemizde büyük bir yere sahip olan ölçütlerden biri de dış görünüşlerinin bizde bıraktığı izlenimlerdir. Bireylerin karşılıklı iletişime geçmeden önce karşısındaki bireyin dış görünümünü değerlendirerek bir ön yargı oluşturması ve bu ön yargı sayesinde iletişim kuracağı kişiyle etkileşim seviyesini belirlemesinde dış görünüm büyük ölçüde yardımcı olmaktadır. Bireyler arası etkileşimde dış görünüm oldukça önemli bir yere sahiptir.

Toplumda yer alan bireylerin hareket etmek ve düzenli egzersiz yapmak için fitness yapmak gibi etkinlikleri tercih etmelerinden yalnızca bir tanesi sosyal görünüm kaygısıdır. Bunun dışında daha genel olarak bireylerin sağlıklı olmak ve zinde kalmak amacıyla tercih ettikleri işletmelerden biri de fitness merkezleridir. Fitness merkezleri bireylerin spor ihtiyacını karşılamak amacıyla hizmet veren bir işletmedir ve bu hizmetleri daha iyi bir seviyeye taşımak için büyük çaba göstermektedirler (Bektaş, 2015).

Bir kavram olarak hizmet kalitesinin, ortaya çıktığı yer imalat sanayi ve işletme kaynaklı kalite literatürüdür. Kalite kavramının öneminin anlaşılması, 1920'lerden itibaren geniş bir yelpazeye sahip olan işletmelerin, üretim safhalarının içsel denetimlerini yaparak elde edilen malların fiziksel olarak kontrollerinin yapılmasına odaklanılması ile meydana gelmiştir. Dolayısıyla imalat sanayi ve işletmelerde ortaya çıkmış olan ve gelişimini sürdüren toplam kalite hareketi, belirlediği ana hedefe ulaşmak için yavaşça yeni bir paradigma olarak kendini gösteren, müşteri/tedarikçi ilişkisi ve hizmet alanları üzerine yoğunlaşmaya başlamıştır. Hizmet kalitesi, tedarikçi firmalar arasında oldukça önemli bir ayırt edici

özelliğe sahip olmanın yanı sıra, pek çok hizmet organizasyonunun elinde büyük bir silah haline gelmiştir (Kandampully, 1997).

Günümüzde pek çok spor organizasyonu müşterilerine ulaşabilmek amacı ve müşterilerini “kaliteli hizmet” sağlayıp onları tatmin etmek için birbirleriyle kıyasıya rekabet etmektedir. Bir spor organizasyonunun diğerine göre daha iyi olduğunu belirleyen men önemli faktör müşterilere sunulan hizmetin kalitesine bağlıdır. Tuhaf biçimde, 1980’lerin son dönemlerine kadar hizmet kalitesinden bahsedilince, spor endüstrisi için temel çalışma alanlarından biri olarak tercih edilmemiştir. Sportif aktivitelerde (fitness, serbest zaman, rekreasyon vb.) hizmet kalitesi araştırma ve çalışmaları genellikle hizmet kalitesi boyutlarının ortaya çıkarılması üzerine odaklanmıştır. Bugüne değin bu alt boyutların temel fikri hakkında bir anlaşma sağlanamamıştır. Dolayısıyla sportif aktivitelerde hizmet kalitesi alt boyutlarının ortaya çıkarılması oldukça büyük bir öneme sahiptir. Konuyu bu doğrultuda ele aldığımızda, günümüzde mevcut bulunan hizmet kalitesi araştırmacılarının gözlemleri, hizmet kalitesinin tabiatının çok boyutlu ve hiyerarşik bir yapıya sahip olduğunu gözler önüne sermektedir (Ko ve Pastore, 2005). Bu bakımdan literatürde yapılan incelemelerin ardından serbest zaman ilgilenimi ve algılanan hizmet kalitesi ile alakalı çalışmaların az olduğu görülmektedir. Dolayısıyla “Fitness katılımcılarının rekreasyonel etkinliklere yönelik serbest zaman ilgilenimi ve algılanan hizmet kalitesi düzeylerinin belirlenmesi” adlı bu çalışmanın literatüre katkıda bulunacağından söz edilebilir.

1.1 Problem Cümlesi

Yapılan bu çalışmada problem cümlesi olarak; fitness katılımcılarının rekreasyonel etkinliklere yönelik serbest zaman ilgilenimi ve algılanan hizmet kalitesi düzeylerinin tespit edilmesidir.

1.2 Alt Problemler

Fitness katılımcılarının rekreasyonel etkinliklere yönelik serbest zaman ilgilenimleri ve algıladıkları hizmet kalitesi arasında cinsiyet değişkenine göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık var mıdır?

Fitness katılımcılarının rekreasyonel etkinliklere yönelik serbest zaman ilgilenimleri ve algıladıkları hizmet kalitesi arasında yaş değişkenine göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık var mıdır?

Fitness katılımcılarının rekreasyonel etkinliklere yönelik serbest zaman ilgilenimleri ve algıladıkları hizmet kalitesi arasında medeni durum değişkenine göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık var mıdır?

Fitness katılımcılarının rekreasyonel etkinliklere yönelik serbest zaman ilgilenimleri ve algıladıkları hizmet kalitesi arasında eğitim durumu değişkenine göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık var mıdır?

Fitness katılımcılarının rekreasyonel etkinliklere yönelik serbest zaman ilgilenimleri ve algıladıkları hizmet kalitesi arasında meslek grubu değişkenine göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık var mıdır?

Fitness katılımcılarının rekreasyonel etkinliklere yönelik serbest zaman ilgilenimleri ve algıladıkları hizmet kalitesi arasında ortalama hane geliri değişkenine göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık var mıdır?

Fitness katılımcılarının rekreasyonel etkinliklere yönelik serbest zaman ilgilenimleri ve algıladıkları hizmet kalitesi arasında vücut yapısı değişkenine göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık var mıdır?

Fitness katılımcılarının rekreasyonel etkinliklere yönelik serbest zaman ilgilenimleri ve algıladıkları hizmet kalitesi arasında aktif yapılmakta olan spor branşı (fitness dışında) değişkenine göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık var mıdır?

Fitness katılımcılarının rekreasyonel etkinliklere yönelik serbest zaman ilgilenimleri ve algıladıkları hizmet kalitesi arasında spor merkezini haftalık kullanım sıklığı değişkenine göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık var mıdır?

Fitness katılımcılarının rekreasyonel etkinliklere yönelik serbest zaman ilgilenimleri ve algıladıkları hizmet kalitesi arasında Fitness merkezinde ne kadar süredir egzersiz yapıyorsunuz değişkenine göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık var mıdır?

Fitness katılımcılarının rekreasyonel etkinliklere yönelik serbest zaman ilgilenimleri ve algıladıkları hizmet kalitesi arasında Fitness merkezine katılma amacı değişkenine göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık var mıdır?

1.3 Araştırmanın Amacı

Yapılan bu araştırmada amaç, fitness merkezlerine üye olan katılımcıların rekreasyonel etkinliklere yönelik ilgilenim ve algılanan hizmet kalitesi düzeylerini tespit etmek ve değişkenler arasındaki ilişkiyi incelemektir.

1.4 Araştırmanın Önemi

Teknolojinin gelişmesi neticesinde hareketsiz yaşama olan eğilimde bir artış olduğu söylenebilir. İnsanları hareketli yaşamın olumlu etkilerine karşı bilinçlendirmek ve önemini vurgulamak büyük önem arz etmektedir. İnsanların yaşam koşulları gereği güvenli ve konforlu alanlarda yapılan etkinliklere özellikle büyük şehirlerde daha çok katılım sağlamaya meyilli olduklarından bahsedilebilir. Bu araştırmada spor ve fitness merkezlerinin hareketli yaşam ve etkinlik türü olarak tercih edilmesinin olumlu yönlerinin (güvenilir, ekonomik, konforlu, tatmin ediciliğin) ön plana çıkmasıyla hareketli ve aktif yaşama teşvik etmesi düşünülmektedir. Ayrıca yurt içi ve yurt dışı literatüre bakıldığında serbest zaman ilgilenimi ile ilişkili çalışmalar ve hizmet kalitesiyle ayrı ayrı yapılan çalışmalar olsa da serbest zaman ilgilenimi ve algılanan hizmet kalitesini inceleyen çalışma sayısının oldukça az olduğu gözlemlenmektedir.

1.5 Sayıtlar

- Araştırmaya dahil olan gönüllü katılımcıların veri toplama araçlarında yer alan soruları anlayarak ve samimiyetle cevapladığı,
- Araştırmanın örneklem grubunu oluşturan katılımcı sayısının evreni temsil edecek niteliğe sahip olduğu,
- Araştırmada çerçevesinde kullanılmış olan ölçeklerden elde edilen sonuçların gerçek durumu yansıttığı kabul edilmektedir.

1.6 Sınırlılıklar

- Araştırma 2020-2021 yılları arasında Manisa ilindeki spor ve fitness merkezlerinde bulunan katılımcılarla sınırlı kalmıştır.
- Araştırmanın sonuçları serbest zaman ilgilenim, spor-fitness merkezlerinde algılanan hizmet kalitesi ölçeği ve araştırmacının hazırlamış olduğu 11 maddelik demografik bilgi formu ile sınırlı kalmıştır.
- Araştırmaya katılım gösteren örneklem grubu ile sınırlı kalmıştır.

1.7 Tanımlar

Zaman: Canlı, cansız evrendeki bütün varlıkların yaşamının bir ölçütü olan, biriktirilemeyen, tekrar iade edilmek kaidesiyle dahi borç olarak alınamayan, herhangi bir ücret karşılığında edinilemeyen ve sürekli harcanan, kaybedilen ve tekrarlanma imkânından

yoksun olan, cisimlerin uzaydaki gerçekleştirdiği devinimler sayesinde değerinin kısmen saptanabildiği ve farklı parçalara ayrılabilen somut olmayan bir olgudur (Eren, 1993).

Serbest Zaman: Bireyin kendisi veya diğerleri için yapılan bütün zorlama ya da bağlantılardan kurtulduğu ve gönüllü bir şekilde seçeceği faaliyetlerle uğraşacağı; bireyin yönlendirmelerden uzak ve özgür olduğu, iş hayatının dışında kalan zaman olarak tanımlamıştır (Tezcan, 1982).

Rekreasyon: İngilizce, yaratmak-oluşturmak manasında kullanılan “create” fiilinin başına; yeniden, yinelemek manasına gelen “re” ön ekinin koyulmasıyla oluşan, çalışma ve başka pek çok etmen doğrultusunda yıpranan, yorgun düşen bireyin tekrardan enerji toplaması ve kendisine gelmesi anlamına gelmektedir (Axelsen, 2009).

İlgilenim: Bu kavramın net bir tanımı olmamakla birlikte kavram için birçok araştırmacı birbirinden farklı açıklamalar yaparak ilgilenimin bazı sınırlılıklarını belirlemeye çalışmalarına karşın anahtar fikirler aynı kalmıştır (Chang ve Gibson, 2011).

Serbest Zaman İlgilenimi: Çeşitli kabiliyetleri kanalize eden, belirli hal ve dürtüler yoluyla aktive edilmiş, rekreasyonel bir aktiviteye ya da yan ürünler doğrultusunda ilgi ve alakanın fark edilemez durumu olarak tanımı yapılabilir. Dolayısı ile serbest zaman ilgilenimi, genel olarak çok boyutlu yapılarımı gibi algılansa da birçok araştırmada ortaya koyulduğu gibi; ilgilenim süresi, ilgilenim yoğunluğu, ilgilenim sıklığı ve etkinlikle uyumlu bir biçimde ilişkilendirilebilen bir kavram olduğundan bahsedilebilmektedir (Havitz vd., 2013).

Kalite: Mevcut yönetim çevrelerinde şu anki konumu itibariyle bir slogan halini almıştır. Kalite, herhangi bir ürünün veya hizmetin tüketicinin arzularına karşılık verebilme derecesidir (Tosun, 1992).

Hizmet: Satın alma işlemini gerçekleştiren müşterilerin veya işletmelerin talep ve beklentilerini karşılamak için meydana gelen hareketlerdir (Arabacı, 2010).

Hizmet Kalitesi: Müşterinin sahip olduğu beklenti düzeyi ile elde ettiği tatminin gücünü kıyaslaması sonucunda oluşturduğu algıya verilen addır (Bitner, 1992).

Fiziksel Aktivite: İskelet kas grupları sayesinde vücudun hareket edebilmesine ve hareketle birlikte enerji tüketebilmesine verilen genel addır (Zorba ve Saygın, 2009).

Fitness: Fiziksel uygunluk kavramıyla aynı anlamı taşımaktadır. Sedanter bir yaşam sürdürülürken konforlu ve çevik hareket etme kabiliyeti sağlayabilmek, canlı ve enerjik hissetmek, bedenin belirli bir kalıba uygun ve orantılı bir görünüme sahip olması gibi pek çok manada kullanılmaktadır. Ancak genel olarak bakacak olursak fiziksel aktivite içerisindeki bireylere fit olma denilen, kişinin dış görünüm biçiminin estetik olması, yüksek enerji seviyesine sahip olması, vücut şekli ve ağırlığının uygun düzeyde, güçlü, kuvvetli olması ve benzeri niteleyici olgular için de kullanılmaktadır (Uz, 2015).



2. LİTERATÜR İLE İLGİLİ ARAŞTIRMALAR

Bu bölümde çalışmamızın konusu kapsamında bulunan alan bilgisi, “serbest zaman”, “ilgilenim”, “hizmet kalitesi” ve “algılanan hizmet kalitesi” kavramlarının kuramsal çerçevesi hakkında bilgilere yer verilmektedir.

2.1 Zaman Kavramı

Zamanın insanlar için sonsuzluğun bir ölçüm şekli olduğunu ve şimdiye değin zamanla alakalı normal kavrammışçasına algılanmış olan her şeyin, insanın zihinsel sürecinin ürünü ve değişkenlik gösterebilen bir kavram olduğunu savunan Addington; bu düşüncesiyle zaman kavramını daha açık bir hale getirmiştir (Addington, 1996; Karaküçük, 2008).

Felsefe, sosyoloji, fizik gibi alan yazınlarında araştırmacılar tarafından oldukça yaygın bir biçimde kullanılan zaman kavramının anlamı üzerine net bir cevap verilemediği veya ortak bir görüş üzerinde karar kılınmadığı, aksine bir birbirinden çok farklı birçok tanımın varlığı gözlemlenmektedir (Oktav, 2017). Örnek olarak; zaman kavramı modern fizik alanı içerisinde incelendiğinde yalnızca ölçülebilir bir veri olarak bulunmakta ve bir harf ile sembolize edilmektedir. Fizik için zamanın tanımsız olması herhangi bir problem teşkil etmezken, diğer pek çok çalışma alanında kavramın kesin olarak tanımlanamaması konuyu öngörülemez kılmaktadır. Ayrıca felsefe dışındaki alanlar için zaman dolaylı olarak bilinmesi yeterlidir fakat felsefe açısından kavramın ne olduğunun araştırılması cezbedici bir süreç olarak tanımlanmaktadır (Yavuz, 2012). Dolayısıyla bu durumun bazı araştırmacıları zaman kavramı hakkında devamlı düşünmeye ve kavrama ilişkin yeni tanımlarla bilinmeyen için farklı yönler keşfetmeye sevk ettiğinden bahsedilebilir (Oktav, 2017).

Zaman oldukça karmaşık bir yapıya sahiptir. Yapılan araştırmalar incelendiğinde tarih olarak zaman, ölçüm olarak zaman, kültür olarak zaman vb. zamanın pek çok farklı perspektiften ele alındığı gözlemlenmektedir (Burges ve Elias, 2016). Kavram olarak zamanın ne olduğu insanlık tarihi açısından en eski sorulardan biridir. Bu soruya basit bir yanıt bulunması amacıyla pek çok denemede bulunulmuş olsa da sahip olunan tüm yanıtlarda döngüsel sorunlar gözlemlenmektedir. Dolayısıyla bu tanımlarda zamanın ilk oluşumuna değinilmemekte; zaman kavramı olarak sahip olduğu var sayılan nitelikleri

üzerinden açıklanmaya çalışılmaktadır. Zamanı basit bir şekilde ele almak gerekirse; amansız bir şekilde akıp giden ve tüm insanların eşit bir şekilde sahip olduğu, biriktirilemeyen, satın alınamayan bir değer olduğu söylenebilir (Güçlü, 2001).

Bu açıklamalar göz önünde bulundurulduğunda zaman kavramının bir boyuta sahip, yalnızca bir biçimli veya sadece tek bir manaya gelmediği düşünülse de gündelik yaşantımız içerisinde kavramın taşıdığı anlamlar dikkate değer görülmez. Sonuçta zaman kavramı, sanki herkes ondan aynı şeyi algıliyormuş gibi kullanılır. Augustinus'un deyişiyile zaman kavramının aslında ne olduğu sorgulanmadığı sürece her bireyin kavramın manası konusunda uzlaştığı ve herhangi bir problem yaşamadan kullandığı bir kavramdır (Hakman, 2008).

2.2 Serbest Zaman Kavramı

Serbest zaman kavramının kelime olarak İngilizcesi “leisure” olmakla birlikte terimin; imkân tanıma ya da serbestlik anlamını da taşıyan “loisir”, yetki tanımak anlamına gelen “license” ve özgürlük manasına gelen “liberty” ile “licere” kelimelerinin birleşmesi sonucu meydana gelmiştir. Herhangi bir kısıtlamanın olmaması ve serbestçe seçim yapabilme anlamlarına gelen bu kelimelerin hepsi bir çatı altında toplanmaktadır (Torkildsen, 1999). Eski çağlarda Yunan toplumlarında serbest zaman; iyi olan, güzel olan, gerçek ve bilgi gibi yeryüzündeki yüce atfedilen değerler ile mücadele etmek ve bunların üzerine yoğunlaşmak gibi algılanmıştır. Bu görüşe göre, serbest zaman, herhangi bir şeyle uğraşılmayan süreç değil aksine; mühim olan, kapsamlı detay düşünme, estetik zevkler ve beğeni üretme anlamına gelmekteydi (Juniu, 2000).

Günümüzde ise modern toplumların gözdesi haline gelmiş olan serbest zaman kavramı, toplumun her alanında varlığını güçlü bir şekilde hissettirirken, çok çalışma gibi birtakım değerler giderek önemini yitirmeye başlamıştır (Kaya, 2013). Serbest zaman bireylerin yaşamlarını sürdürmekte oldukları toplumun sosyal yapısında var olabilmek ve kendilerini oldukları seviyeden daha iyi bir seviyeye getirebilmek için mecburi yapmış oldukları gaye ve hareketleri dışında zamanı tüketirken özgür hissettikleri süreç olarak tanımlanabilir (Mansuroğlu, 2002).

Bu ifadeyi (Kemp ve Pears, 1997) bir işle uğraşma, uyumak, beslenmek ve daha başka bir takım zorunlu işlerde kullanılması amacıyla zamandan bağımsız bir süreç olarak tanımlarken; bu süreç içerisinde bireyin kendisi için yararlı pek çok aktiviteye katılarak süreci etkin bir biçimde geçirmesinin büyük önem taşıdığını vurgulamaktadır. Serbest zamanı “artık zaman” olarak tanımlayan (Broadhurts, 2001) ise; bireyin herhangi bir işle uğraşması, verimli çalışması, uyuması ve evinde sorumlu olduğu işlerin ardından rahatça değerlendirebileceği zaman dilimi olduğunu ifade etmektedir. Ancak serbest zamanı sadece çalışma sürecinin haricindeki zaman olarak adlandırmak bir takım temel problemlere sebep olabilmektedir. Bu yüzden, bu alanda görevlerini icra eden pek çok araştırmacı serbest zamanı tekrardan zaman faktörüyle birlikte aktarmakta ve yalnızca gelir elde etmek amacıyla sarf edilen zamanı değil başka yapılması gerekli işler için ayrılmış olan zamanı da bu tanım sürecine dahil olarak yorumlamaktadır (Karaküçük ve Gürbüz, 2007).

Serbest zaman kavramına ilişkin birçok farklı sınıflandırma yapılmıştır. Bunlardan en yaygın olarak bilineni Horner ve Swarbrooke’un ortaya koyduğu serbest zaman yaklaşımları aşağıda yer almaktadır (Argan, 2007).

Zaman olarak serbest zaman:

- Serbest zaman, bireylerin herhangi bir ücrete tabi olarak çalışmadığı zaman dilimine verilen addır.
- Serbest zaman, bireylerin yaptıkları başka faaliyetlerin ardından yalnızca kendilerine ayırdıkları zamandır.
- Serbest zaman, insanların ilgi ve seçimleriyle alakalı olarak değerlendirdikleri zaman dilimidir.

Etkinlik olarak serbest zaman:

- Serbest zaman, zaruri ihtiyaçları gerektirmeyen yoğun veya nispeten pasif etkinlik türleri ile meşgul olma fırsatı sağlayan süreçtir.
- Serbest zaman, pasif, duygusal, aktif ve yaratıcı ilgilenimden oluşan dört düzey üzerinde yapılan etkinliklerdir.

Bütünsel yayılımcı kavram olarak serbest zaman:

- Serbest zaman, bütünsel olarak dinlenme, eğlenme ve kişisel gelişimle alakalıdır.
- Serbest zaman, kültürle bağlantılı zihinsel ve ruhsal bir tutum biçimidir.

Harcama olarak serbest zaman:

- Serbest zaman, bir bireyin serbest zamanlarında harcamada bulunması ile alakalı bir olgudur.

Ruh hali olarak serbest zaman:

- Serbest zaman, sakin düşüncelere dalma durumudur.
- Serbest zaman, rahatlatıcı düşünmeyi meydana getiren ruh halidir.
- Serbest zaman, bir bireyin zorunlu gerekliliklerinden sıyrıldığında açığa çıkabilen bir ruh halidir.

Yaşam şekli olarak serbest zaman:

- Serbest zaman, faydalı bir yaşam ve özgürlük fikrine sahip olmakla alakalıdır.

Günümüzde birçok değişime ön ayak olmuş olan küreselleşmenin de etkisiyle dünya, hızlı bir şekilde kentleşme ve teknolojinin gelişmesiyle de bireyleri daha çok rutin yaşama teşvik ettiği gözlemlenmektedir. Çağımızın modern toplumlarında yaşayan bireylerin en çok gereksinim duyduğu kendini yenileme ve geliştirme ihtiyacı serbest zaman dilimlerinde giderilmektedir. Herhangi bir meslek grubuna dahil bir şekilde çalışmakta olan insanlar için işyerlerinde yaşadıkları negatif etkileri arkalarında bırakmak öte yandan günümüz yaşantısının getirdiği stresi azaltmak veya kurtulmak isteyen insanlar ve toplumsal bütünleşmenin sağlanabilmesi için serbest zaman aktivitelerine ihtiyaç duymaktadırlar (Mutlu vd., 2011).

2.2.1 Serbest Zamanın Özellikleri

Serbest zaman faaliyetleri yapılış amaçlarına göre dinlenme, oyalanma ve kişiliğini geliştirme gibi 3 ayrı şekilde bireyden bireye farklılık göstermektedir. Serbest zamanın özellikleri şu şekilde sıralanabilir;

- Serbest zamanın sorumluluk gerektiren bir görev olması,

- İş yaşamından kaynaklanan, bedensel yorgunluğu, zihinsel gerilimi azaltma olanağı veren dinlenme ve boş vakti değerlendirme işlevi olması,
- Tek düzeylikten kurtulmayı sağlayan, eğlenme ve boşalma işlevi olması,
- Fiziksel, zihinsel ve ruhsal kapasitenin gelişimine uygun yeni koşullarda kişilik geliştirme işlevi olmasıdır.

Kişiler bu özellikleri gerçekleştirirken kendi özgür, hür iradeleri ve istekleri doğrultusunda çaba sarf ederler aynı zamanda bu faaliyetlere katılım sağlayanlara herhangi bir şekilde zorlama yapılamaz. Bütün sorumluluk kişinin kendisinde olup yeri ve zamanı kendisi belirler (Hacıoğlu vd., 2003).

2.2.2 Serbest Zaman Etkinlikleri

Serbest zaman etkinlikleri, bireylerin serbest zamanlarında mutlu olmaları, güzel vakit geçirmeleri için istekli ve gönüllü olarak katıldıkları ve para kazanma gibi bir beklentinin olmadığı etkinlik çeşitliliğini kapsar. Faaliyetler içerik, mekân ve uygulanışlarına göre değişiklik gösterebilir. Kişiler yapılarına, kişisel özelliklerine, sahip oldukları olanaklara ve yeteneklerine göre bu etkinliklere katılmayı tercih ederler (Şen ve Sarıkaya, 2015). Serbest zaman etkinlikleri, bireylerin zorunlu görevlerinden arda kalan süre içerisinde özgürce katılacağı amacıyla dinlenme, eğlenme, bilgi ve becerilerini geliştirme gibi faktörlerin rol aldığı faaliyetlere katılım sağlamaya verilen addır.

Serbest zaman katılımında istek ve gönüllülük, uygulamasında zevk alma ve mutlu olma, sonucunda ise doyum elde edilen her türlü etkinliği içinde barındırır. Uluslararası Serbest Zaman Etüt Grubu'na göre ise; kişinin sorumluluğunda olduğu ailevi ve toplumsal zorunluluklarını yerine getirdikten sonra, özgür iradesiyle gönüllü olarak katılım sağladığı eğlenmek, dinlenmek, kişisel bilgi ve becerilerini geliştirmek gibi bir seri uğraşı olarak tanımlamaktadır (Deniz, 2003). Serbest zamanın amaçlarından biride serbest zamanda harcanan vaktin kişisel gelişime ve toplumsal düzeni geliştirmek olarak kullanılmasıdır. Serbest zaman bireylerin planlı ve programlı yaşama hazırlama aynı zamanda kişiliğin geliştirilmesi için önemli fırsatlardan biridir. Bireylerin zamanlarının kısıtlı ve değerli olmasının getirdiği farkındalıkla birlikte zamanlarını dolduracak ve verimli geçirecek etkinliklerin tercihinde oldukça önemli bir etkidir.

2.3 Rekreasyon Kavramı

Rekreasyon kavramı tazelenmek, yenilenmek ve sağlığa tekrar kavuşmak anlamına gelen Latince “recreatio” sözcüğünden türetilmiştir (Munusturlar vd., 2016). Türkçe’ de ise rekreasyon serbest zamanın verimli bir biçimde değerlendirilmesi olarak kullanılmaktadır. Rekreasyon kavramı genellikle boş zaman ile karıştırılmaktadır. Fakat Türkçe’ deki yaygın kullanımından da anlaşılacağı gibi bu kavrama direkt olarak boş zaman anlamının yüklenmesi hatalı olacaktır. Rekreasyon daha çok bireylerin veya toplumsal grupların gönüllülük esasına dayanarak yaptıkları eğlenceye ve dinlenceye yönelik etkinliklerdir (Sevil vd., 2013). Dolayısıyla en basit anlatımla rekreasyon; bireylerin serbest zamanlarında yaptıkları deneyim ve aktivitelere verilen genel addır (Munusturlar vd., 2016).

Rekreasyon kavramı içeriği, anlamı ve kapsamı nedeniyle birçok aktiviteye dayanmaktadır. Bunun neticesi olarak da bu kavram ile ilgili pek çok tanım ve açıklama meydana gelmiştir (Sevil vd., 2013). TDK (2019) rekreasyonu “insanların serbest zamanlarında, eğlence ve spor amacı ile gönüllü olarak katıldıkları etkinlikler” ve “bir bölgeyi insanların eğlenme, dinlenme amacıyla kullanabilecekleri bir duruma getirme” olarak iki farklı şekilde açıklamıştır. Rekreasyon; doğrudan tatmin sağlamak veya rekreasyon vasıtasıyla kişisel ve sosyal birtakım değerleri gerçekleştirebilmek maksadıyla, kişinin gönüllü olarak katılımına dayanan, serbest zamanda meydana getirilen eğlenceli deneyim ve etkinliklerin bir bütün halini almasıyla oluşmaktadır (Kraus, 1966).

Rekreasyon ile ilgili yapılan tanımlara bakıldığında, yaygın bir biçimde görülen yansıması, gönüllülük esasına dayanan, boş ve serbest zamanlarda gerçekleştirilen, kişinin rahatlamasına ve eğlenmesine yönelik etkinlikleri temel alıp kapsayan bir kavram olduğu anlaşılmaktadır (Baylan vd., 2019). İnsanların serbest zamanlarında katıldıkları veya dahil oldukları etkinlikleri ifade eden bir kavram olan rekreasyon; insanın çalışma saatleri dışındaki serbest zamanda aktif olarak katıldığı etkinliklerle ilgilidir. Serbest zaman etkinliklerinden bahsedildiğinde günlük, hafta sonları, yıllık izinler ve daha uzun tatiller ile emeklilik gibi çok çeşitli zamanlarda ve geniş bir yelpazeye sahip olan etkinlikler söz konusudur. Bu etkinliklerin, insanların farklı amaç ve istekleri doğrultusunda anlam kazanması sayesinde rekreasyonun kesin bir tanımının yapılması zorlaşmaktadır. Ancak, geniş bir bakış açısından ve çeşitli yaklaşımlarla bazı tanımlamalar yapılmıştır (Karaküçük, 2008).

Bazı araştırmacılar rekreasyonun bir etkinlik olduğuna odaklanan tanımlara atıfta bulunurken; bazıları da “toplumsal kabul görme” durumu üzerinde durmaktadırlar. Örneğin; toplumbilim sözlüğüne göre, rekreasyon; serbest zaman süresince gerek bireysel gerekse toplumsal olarak yapılan özgür ve keyif dolu, kendisi dışında bir ödüle ihtiyacı olmayan ve kendiliğinden çekici her türlü serbest zaman etkinliğidir. Rekreasyon; kişisel ve toplumsal başarıların geliştiği ve güzelleştiği serbest zamandır (Kılbaş, 2004).

Rekreasyon, insanların yaşamları boyunca yükümlülüklerine olan bağımlılıklarını ortadan kaldıran ve düzenli bir şekilde sorumluluklarına müdahil olan bir kavramdır. Serbest zamanı değerlendirme, insanların stresle başa çıkmaları için gerekli olan enerji, mutluluk ve benzeri gibi unsurların sağlanmasına olanak tanıyarak, bireylerin yaşamlarına olumlu yönde katkıda bulunmaktadır (Kraus, 1998).

2.3.1 Rekreasyonun Tarihsel Gelişimi

Tarihsel araştırmalar yoluyla elde edilen bulgular ışığında eski toplumlardan günümüze rekreatif faaliyetlerin var olduğu kanıtlanmaktadır. Eski toplumlarda da dinlenme ve eğlenceyle ilgili bireysel ya da grup halinde gerçekleştirilen faaliyetlerin olduğu bilinmektedir. Geçmişten günümüze bireylerin ve toplumların gerçekleştirdikleri rekreatif etkinlikler giderek farklılaşmış ve artmıştır (Sevil vd., 2013).

Asur ve Babilliler döneminde at biniciliği, avcılık, dans, müzik, okçuluk, boks gibi rekreatif faaliyetler yapılmakla birlikte, günümüzden farklı olarak insanlar emirleri altında çalıştırdıkları köleler sayesinde bu tür faaliyetlere daha çok vakit ayırabiliyorlardı. Ancak rekreasyonun öncelikli amaçları arasında bireysel yarar sağlarken çevreye ve topluma zarar verilmemesi gerektiği göz önünde bulundurulduğunda, bu durumun serbest zaman etkinliklerine vakit ayrılmasında meydana gelmiş ilk olumsuzluk olduğundan söz edilebilir (Özkan, 2018).

Yunan medeniyetinde ise serbest zaman faaliyetleri daha çok zekâ, beden ve zihinsel gelişime yönelik faaliyetleri içermekteydi. Ayrıca para karşılığı sporcuların rekabete tabi tutulduğu da olmuştur. Romalılar zamanında yapılan amfi tiyatrolar, hamamlar ve stadyumlar, Hristiyanlığın karanlık döneminde yıktırılmış, hatta tiyatroya gidenlerin aforoz

edileceği söylenmiştir. Dolayısıyla serbest ve boş zamanı eğlenceli aktivitelerle geçirme anlayışı yerini iş ve dinsel yaşamı ön plana alan düalist anlayışa bırakmıştır (Özkan, 2018).

Antik Mısır toplumunda ise rekreatif etkinliklere genellikle zenginler ve toplumun üst sınıfındaki kişiler katılıyordu. Rekreatif etkinlikler de bu kişilerin boş zamanlarını nasıl geçirmek istediklerine göre farklılık gösteriyordu. Bu dönemde gerçekleştirilen başlıca rekreatif etkinlikler; savaş oyunları, sportif faaliyetler, dans ve avlanma gibi dönemin temel şartlarına en uygun etkinlerden meydana geliyordu (Sevil vd., 2013). Orta Çağ boyunca rekreatif etkinliklerin sınıfsal farklılıklara göre düzenlenmesi devam etmiştir. Üst sınıf daha çok avcılık gibi savaşa da hazırlık yapılmasını sağlayan aktivitelere ilgi duyarken, halk arasında horoz dövüşürme, ağırlık fırlatma, güreş, top oyunları ve ziyafet düzenleme gibi etkinliklere büyük ilgi gösteriliyordu. Diğer taraftan tavla, dama, satranç gibi zihinsel beceri gerektiren aktivitelerin serbest zamanı değerlendirme aracı olarak kullanılması da bu dönemde görülmeye başlanmıştır (Özkan, 2018).

Sanayi Devrimi ile birlikte insanların mesai süreleri tartışma konusu olmaya başlamış ve yoğun çalışma temposu içerisinde kalmış olan her bireyin kendisi ve sevdikleriyle beraber geçirebileceği, iş hayatından arta kalan boş vakitlerinin olması gerektiği anlaşıncı bu fikir giderek yaygınlaşmaya başlamıştır. Bu süreç içerisinde demokratikleşme süreci ve bilimsel bilginin giderek öneminin artmasına paralel olarak teknolojinin gelişmesi ile insanların yaşam biçimlerinde de önemli değişimler meydana gelmiştir (Karaküçük, 2008).

2.3.2 Rekreasyonun Özellikleri

Rekreasyon kavramının bazı genel özelliklerinden söz etmek mümkündür. Bu özellikler herhangi bir duruma veya etkinliğe rekreasyon veya rekreasyonel olma özelliği kazandırmaktadır. Bu özelliklerden herhangi birinin olmaması durumunda olayın rekreasyon niteliği zarar görmektedir. Bu yüzden bir durum veya aktivitenin rekreasyonel olarak nitelendirilmesi için aşağıda yer alan özellikleri karşılayabilmesi gerekmektedir. Literatürde pek çok kaynaktan bu özelliklere kapsamlı veya dar bir şekilde yer almakla beraber, genel olarak rekreasyonun özellikleri aşağıdaki şekildedir (Torkildsen, 2005; Ekal, 2010; Sevil vd., 2013; Munusturlar vd., 2016; Özkan, 2018).

- Rekreasyon bireylerin serbest ve boş vakitlerini değerlendirdiği çeşitli etkinliklerden meydana gelmektedir. Bu nedenle kâr amacı güdülmez ve bir iş kolu değildir. Bir etkinliğin rekreasyon olarak değerlendirilebilmesi için işten bağımsız olarak boş vakitte yapılması gerekmektedir.
- Rekreatif etkinliklerde irade bireyin kendisine aittir. Bireyin iradesi dışında yönetmelik ve politikalarla bir etkinliğe dâhil edilmeye çalışılması iyi sonuçlanmayacaktır.
- Rekreasyon, yeniliklere oldukça açık olmakla birlikte, mevcut toplumun ahlaki değerlerine aykırı bir yapı teşkil edemez.
- Rekreasyona katılım gösterenler için, etkinlik türünü, zamanını ve yerini hiçbir zorlama olmaya tabi olmadan kendileri seçmelidir. Bireyler kendileri için uygun, yeni ve farklı olanı yapmaktan keyif aldıkları etkinlikleri tercih etmektedir.
- Rekreasyonel etkinlikler, katılımcıların ekonomik ve sosyo-kültürel olanaklarına uygun bir biçimde gerçekleştirilebilmektedir.
- Rekreasyonel etkinliklerin daha çok bir oyun olarak ortaya çıktığından bahsedilebilir. Dolayısıyla oyunların ana unsurlarından biri olarak tercih yapma özelliği bulunmaktadır. Kişi hangi etkinliğe katılacağını veya bir etkinliğe katılıp katılmayacağını seçebilme özgürlüğüne sahiptir.
- Rekreasyon, yaşamın doğal akışı içerisinde değişikliğe ihtiyaç duyan insanı aktif bir etkinlik yapmaya özendirmeyi amaçlamaktadır. Kişiyi paylaşmaya, üretmeye, ilişki kurmaya, hareket etmeye teşvik ederek kişinin yenilenmesine, tazelenmesine, ruhsal, fiziksel ve sosyal dengeye kavuşmasına yardımcı olmayı hedeflemektedir.
- Rekreasyonel etkinlikler bir maliyete sahiptir. Yapılan etkinlik ne olursa olsun kişi, katıldığı etkinliğin maliyetini karşılamalıdır.
- Rekreasyon, kişinin kendini ifade etmesine ve yaratıcılığına katkı sağlamasına yardımcı olmak üzere tasarlanan etkinlikler içermelidir.
- Rekreasyonel faaliyetler birey odaklı oldukları için bir başkası tarafından başkasının yerine yapılamaz.
- Tüm rekreatif tecrübeler birbirinden farklıdır ve kendine has nitelikleri bulunmaktadır. Bundan dolayı rekreasyonel etkinliklerde temel hedef kişinin yüksek tatmin sağlamasıdır.

2.3.3 Fonksiyonuna Göre Rekreasyon Çeşitleri

Geniş bir yelpazeye sahip olan fonksiyonuna göre rekreasyonun birden fazla çeşidi bulunmaktadır. Bunları sırası ile açıklamak gerekirse;

- Ticari rekreasyon; tüketicilerin belirlenen fiyat karşılığında katılım gösterdikleri boş zaman aktivitelerinin tümüne verilen addır.
- Estetik rekreasyon; genellikle yüksek gelire sahip, eğitim seviyesi ve kültürel seviyesi yüksek insanların katılım sağladığı ünlü sanat ya da müzik yapıtlarına ilişkin etkinliklerdir (Argan, 2007).
- Sosyal rekreasyon; rekreatif aktiviteler geleneksel sosyal engelleri aşarak bireylerin daha hızlı arkadaş edinmesine ve dostluk geliştirmesine imkân sağlar. Sınıfsal ayrımlardan muaf olarak insanların birbirlerini tanımalarına bir tür fırsat doğurur. Ayrıca aile birlikteliklerinin daha güçlü, güvenli ve huzurlu olmasına da büyük katkılar sağlar (Akgül, 2011).
- Sağlık rekreasyonu; bireylerin daha sağlıklı olmak için katılım gösterdikleri termal ve sportif aktivitelerin tümüyle alakalıdır.
- Fiziksel rekreasyon; bireylerin açık ve kapalı alanlardaki aktivitelere aktif olarak katılım göstermeleriyle alakalıdır.
- Sanatsal rekreasyon; bireylerin sanatsal bakış açılarını ve becerilerine geliştirme amacıyla katılım sağladıkları aktivitelerdir.
- Kültürel rekreasyon; insanların kültürel açıdan becerilerini ve bilgilerini geliştirme amacı güden aktivitelere katılım gösterilmesiyle ilgilidir (Argan, 2007). Örneğin spora ilgisi olan bir bireyin, spor dergileri okuyarak, televizyonda ilgi duyduğu spor dahıyla alakalı program ve aktiviteleri izleyerek bu konudaki bilgisini artırabilmesidir (Akgül, 2011).
- Turistik rekreasyon; kişilerin serbest zamanlarını turistik faaliyetlere katılım yoluyla değerlendirmeleriyle alakalıdır (Argan, 2007).

2.3.4 Rekreasyonun Amacı ve Önemi

Sabit olarak belli bir iş sirkülasyonu içerisinde çalışmak ya da monoton şekilde hayatı devam ettirmek, bir zaman sonra insanda gerginliğe, bedensel ve ruhsal problemlere yol açabilmektedir. Bundan dolayı insanların hayatın monotonluğu içerisinde dengeyi yakalamaları bu tür sorunlar için mutlak çözüm olacaktır. Bunun yolu da boş vakitlerinde streslerini atabilecekleri, kendilerini dinleyebilecekleri rekreatif faaliyetlerde bulunmalarından geçmektedir (Çelik, 2018). Bu bağlamda insanların serbest zamanlarını değerlendirmek için çeşitli faaliyetlere yönelmelerinin asıl amacı; yaratıcılıklarını, zihinsel, ruhsal ve fiziksel durumlarını iyileştirmek, stres atmak, hayatın monotonluğundan kurtulmak, yerine göre sosyalleşmek ya da bireyselleşmek, kendini daha iyi anlamaktır (Sarıbaş, 2015).

Bu ve benzeri pek çok sebeple rekreasyon, insanların hayatlarında önemli bir yere sahiptir. Nitekim bir toplumun gençliğinin fiziksel, ruhsal ve zihinsel olarak sağlıklı şekilde yetişebilmesi için, rekreasyonel etkinliklere olan eğilimlerinin belirlenmesi önem arz etmektedir. Rekreasyonel aktivitelere asıl ihtiyaç duyulma sebebi de toplumsal ve bireysel anlamda yarar sağlamasından kaynaklanmaktadır (Kalkan, 2012). Bir başka yönüyle bakılacak olursa insanlar eğlenmek, hoşça vakit geçirmek ve rekreatif aktivitelerden keyif aldıkları için de boş zamanlarında rekreatif aktivitelere yönelmektedirler. Bunun dolayısıyla da insanlar hem sağlık hem de eğlence ve doyum sağlamak için rekreatif aktivitelerden yararlanmaktadırlar (Sarıbaş, 2015). Dolayısıyla rekreasyon, bireyin başarılı olma, kendini kanıtlama, kişiliğini ifade etme, takdir edilme, toplumda statü kazanma, yeni deneyimler edinme gibi birbirinden farklı ihtiyaçlarına yönelik bir kavramdır. Amerikan Rekreasyon Amaçları Komisyonu'nda en çok ileri sürülen hedef ise; kişisel ihtiyaçların karşılanması, demokratik insan ilişkileri, boş zaman, ilgi ve yeteneklerinin gelişmesi, sağlık, kreatif düşünce, estetik duygu ve yaşanabilir bir çevrenin geliştirilmesidir (Çelik, 2018)

2.4 İlgilenim kavramı

İlgilenim kavramı literatürde sıklıkla kullanılan bir kavram olmasına karşın, tanımına yönelik oluşmuş kesin bir yargıdan bahsedilemez. Araştırmacılar kendilerine göre birçok farklı şekilde tanımlamalar yapmışlardır. Bir kavram olarak ilgilenim bir uyarana karşı bireylerin göstermiş olduğu psikolojik ve duygusal bağın yoğunluğu halinde ifade edilmektedir (Liang ve Wang, 2008). İlgilenim bireylerin ilgi alanlarına bağlı olarak mal ve hizmete karşı duydukları yakınlık derecesi olarak tanımlanmaktadır (Zaichkowsky, 1985).

İlgilenim kavramı, tüketici davranışlarını anlamlandırma ve açıklamada da yaygın olarak faydalanılan bilgi, etkinlik ve ürün seçimi, istek, heves, heyecan ve ilgi duyma şeklinde de tanımlanmaktadır (Eskiler ve Karataş, 2017). İlgilenimi; yoğunluk, yön ve süreklilik gibi içsel faktörlerin tüketiciyi hareketlendirmesi olarak tanımlayabiliriz. Bir başka tanım ise; kişinin temel gereksinimleri, değer ve meraklarına bağlı olarak ürün/marka, reklam ve satın almaya yönelik algılamalar bütünü olarak açıklanmıştır. Yine ilgilenim, bir uyarana (ürün, ileti, satın alma) karşı tüketicinin göstermiş olduğu ilgi ve algıladığı önem bağlamında değerlendirilebilir (Ustaahmetoğlu, 2015).

2.4.1 İlgilenim Türleri

Televizyon veya sinema gibi yerlerde aynı reklamı izleyen kişilerin reklamla ürün/marka ile ya da satın alıp almama kararı ile ilgilenim düzeyleri birbirlerinden farklıdır. Bazı izleyiciler reklama hiç ilgi göstermezken, bazıları ise reklama yüksek bir ilgi gösterebilir. Kimi zamanda izleyiciler reklamın kendine (görsel unsurlar, sunucu, müzik vb. reklam unsurlarına) yüksek bir ilgi gösterirken reklamı yapılan ürüne çok düşük bir ilgi gösterebilir (Çakır, 2006).

Bilindiği üzere tüketiciler bir ürünü satın alma davranışı gösterirken çeşitli ürünlere ya da markalara yönelik farklı ilgilenim düzeyleri göstermektedir. Burada ilgilenim düzeyi ile kastedilen tüketicinin ürüne ya da markaya dair ne seviyede bir bilgi edinme gereksiniminde olduğudur. Örnek olarak yeni bir fotoğraf makinesi almak isteyen bir fotoğraf tutkunu, alacağı makinenin teknik özelliklerinden kullanım olanaklarına değin pek çok konuda bilgi edinme gereksinimi içinde olabilmekte, satın alma sürecinde yüksek ilginliğe sahip olabilmektedir (Elden, 2009). İlgilenim düzeyleri yüksek ilgilenim ve düşük ilgilenim olarak ikiye ayrılmaktadır.

Yüksek ilgilenim düzeyi; Kişinin bir duruma karşı normalden fazla ilgi duyması, beden ve zihnen o duruma yönelmesi olarak aktarılabilir. Örnek olarak küçüklüğünden beri arabalara yönelik bir merak beslemiş olan bir bireyin daha önce hiç görmediği, markasını dahi bilmediği bir araba gördüğünde hemen ona yönelmesi, arabayı incelemesi ve arabayı araştırması, bu durumdan heyecan duyması ve dikkatinin arabadan başka bir yere vermemesi yüksek ilginlik düzeyinin bir sonucu olarak gösterilebilir. Odabaşı ve Barış' a (2002) göre

yüksek ilgilenimin oluşmasının aşağıdaki koşulların gerçekleşmesi ile mümkün olabileceği söylenmektedir:

- Tüketicinin gereksinimlerini yeterli oranda karşılamaya yönelik seçenekler hakkında bilgisi yok ise,
- Tüketicinin ihtiyacından fazla harcaması gibi bir durum söz konusuysa,
- Ürün sosyal statü bakımından büyük bir önem arz ediyorsa,
- Ürün, yararlı olmak açısından büyük bir önem arz ediyorsa, ilgilenim düzeyi yüksek olma yönündedir (Çakır, 2006).

Düşük ilgilenim düzeyi; İlgilenim düzeyinin düşük olması durumunda hizmet ya da ürünlere yönelik bilgi edinmede daha az çaba harcanır ve tüketici çoğunlukla marka, logo, ambalaj, reklam müziği gibi dikkat çeken unsurlara önem vermektedir (Ulus, 2016).

Tanımdan da anlaşılacağı üzere düşük ilgilenime sahip bireyler araştırmaktan ziyade hazır olanı veya marka olanı tercih etmeye daha meyillidirler. Örnek olarak bir kalem alacakları zaman adını bilmedikleri bir kalem yerine herkes tarafından bilinen marka bir kalemi tercih etmeleri daha olasıdır ya da kıyafet alacakları zaman logosunu bildikleri bir markanın ürününü satın alma eğilimi göstereceklerdir. Düşük ilgilenim düzeyinde, bireyler dolaylı yollardan etkilenirler ve mesajın içeriğinden ziyade ortamın/reklamın çekiciliği mesajı iletenin kişisel çekiciliği, ortamın atmosferi, müzik, renk gibi durumlar tercih edilmesini artırmaktadır (Aydın, 2016).

2.4.2 Serbest Zaman İlgilenim

Serbest zaman Atayman'a (2012) göre, her bireyin kendini daha iyi bir performansla geliştirebileceği işten/çalışmadan kurtarılmış (serbestleştirilmiş) zamandır. Arslan'a (2010) göre, serbest zaman aktiviteleri kişilerin zorunlu olarak yaptıkları faaliyetler haricinde olan ve özgür iradesiyle kullanma şekline sahip olduğu zamanlarda ekonomik kazanç amacı doğrultusunda hareket etmeyen, kişiden kişiye göre farklılık gösterebilen yöntem ve amaçlar dahilinde bireysel seçeneklere göre yapılan çeşitli aktivitelerdir. Serbest zaman ilgilenimi ise; "özellikleri yönlendiren, belirli durum ve dürtüler tarafından uyandırılmış, rekreasyonel bir etkinliğe ya da yan ürüne yönelik ilgi ve alakanın algılanamayan bir hali" olarak tanımlanmaktadır. Bu haliyle serbest zaman ilgilenimi, genellikle çok boyutlu yapılar olarak

algılansa dahi pek çok çalışmada; ilgilenim süresi, ilgilenim yoğunluğu, ilgilenim sıklığı ve etkinlikle olumlu bir şekilde ilişkilendirilmiş bir yapı olduğundan bahsedilmektedir (Havitz vd., 2013, Akt; Aydın, 2016).

İlgilenimin ruhsal ve davranışsal bir yapıda olduğunu, bireylerin serbest zaman etkinliklerine yönelik bilişsel tutumlarının bireysel etkinliklerle ilişkilendirilirken davranışsal boyutunun ise serbest zaman etkinliklerinde kullanılan zaman ve hizmetlerin kullanım süresi gibi konularla ilişkilendirilmesi gerektiğini belirtmiştir (Kyle vd., 2007). Serbest zaman ilgileniminin ana sonucun davranışsal ve tutumsal sadakat olduğunu belirtmiştir. Bir etkinlik aracılığıyla kendilerini ifade etmek için fırsat verildiğini ve hayatları için önemli ve etkileyici bir unsur olarak etkinliği gören bireylerin, sadık birer serbest zaman ilgilenimcisi olabileceğinden bahsedilebilir (Alexandris vd., 2012).

2.5 Hizmet Kavramı

Bir kavram olarak hizmet ilk kez 1700’lü yıllarda Fransız araştırmacılar tarafından “tarımsal üretim dışında kalan faaliyetler” şeklinde tanımlanmıştır. Adam Smith ise hizmeti somut, elle tutulabilen üretim olmayan tüm faaliyetlerin genel adı şeklinde ifade etmiştir. 1900’lü yıllarda ise Alfred Marsall hizmeti, üretim esnasında ortadan kaybolan ürünler şeklinde tanımlamıştır (Uzun, 2017). Skinner (1990)’a göre ise, insan çabasıyla meydana gelen ve tüketicilere direk fayda sağlayan somut olmayan ürünlerdir. Yapılan tanımlamalarda genellikle soyutluk ve hizmeti alan kişiye bir fayda sağlamasına ve üretildiği an tüketilmesine dikkat çekildiği görülmektedir (Aygün, 2014). Ancak bu duruma genel bir anlamda bakılacak olursa hizmet, yarar sağlayan faaliyetler olarak izah edilebilir. Hizmetin tanımlanması önceleri mallara bağlı olarak yapılırken, sonraları mallardan bağımsız bir biçimde yapılmaya başlanmıştır (Uzun, 2017).

Hizmet; bireylerin bir arada yaşamalarının bir sonucu olarak günlük hayatın her aşamasında farklı türlerde karşımıza çıkmaktadır. Bu açıdan bakıldığında hizmet için günlük yaşamın akışındaki vazgeçilmez bir unsur olduğu söylenebilir (Aygün, 2014). Hizmet; somut bir şekilde üretimi olmayan, fakat ürünlerin faydasını artıran yararlı faaliyetlerdir denilebilir (Uzun, 2017). Hizmetlerden somut olarak bir şey elde edilmesi beklenmemelidir. Zaman, para ve bir çaba karşılığı bir çeşit değer elde edilmesi beklenmektedir. Hizmet iki taraf arasında değer değiş tokuşuna dayanan ekonomik bir faaliyettir (Wirtz ve Lovelock, 2018).

Buradan yola çıkılarak müşteri ile hizmeti sunan arasında bir etkileşimin ön planda olduğu anlaşılmaktadır. Hizmet sunumunda faydalı olan somut öğelerin de bu etkileşim içerisine dâhil edildiği de görülmektedir (Aygün, 2014). Hizmetler, bireylerin gündelik yaşamın akışı içerisinde aldıkları ve vazgeçilmesi mümkün olmayan manevi doyumlardır (Palmer, 2005). Hizmet süreçler, hareketler ve performanslara dayalı bir unsurdur. Görüldüğü üzere hizmet ile ilgili pek çok tanım ve görüş bulunmaktadır. Bunun nedeni ise, hizmeti tanımlayan kişilerin ilgilendikleri bilim dalı çerçevesinde bir tanım ortaya koymaya çalışmalarıdır (Aygün, 2014).

2.6 Kalite Kavramı

Kalite ve ürün hakkındaki tartışmalar Sokrates, Platon, Aristo ve diğer Yunan filozofları tarafından başlatılmıştır. Yunanlılar için “arete” veya “mükemmellik” ideal olarak görülmüştür. Arete’nin tanımı bir yarış atı için; hızlı olması, yük arabası için güçlü olması gibi bir konunun içeriğine göre değişmekte bir erkek için mükemmellik; ahlaklılığı, bilgili olması, fiziksel gücü ve pratik olabilmesini akla getirmiştir. Bu açıdan ele alındığında bir hizmetin kalitesi o hizmetin yapılış amacına uygun olarak tüm beklentileri karşılayabilmesi, yani bir bakıma mükemmel olmasıdır. Ancak birçok değişken faktör nedeniyle (üretimi birçok değişik insanın gerçekleştirmesi, bir insanın her seferinde aynı şeyi aynı şekilde üretememesi, psikolojik faktörler, çevresel faktörler vb.) mal ve hizmet üretiminde bu anlamda bir mükemmelliğe ulaşmak mümkün olmasa da ulaşılmaya çalışılan nihai nokta çerçevesinde “kalite, mükemmelliktir” veya “kalite, ideal anlamdaki mükemmelliğe ulaşma çabalarının bir sonucu” olduğu söylenebilir (Seyran, 2004).

Kalite çok açık ve net olarak tanımlanamayan oldukça karmaşık bir kavramdır. Yönetim ve organizasyon bilimi içerisindeki düşünürler ve uzmanlar kalite kavramını çok farklı şekillerde tanımlamaktadırlar. Juran kaliteyi amaca ve kullanıma uygunluk, Crosby ise isteklere uygunluk olarak tanımlamıştır. Deming ise kaliteyi, bir mal veya hizmetin düşük maliyetle müşteri ihtiyaçlarını giderecek bir biçimde ve güvenilirlikte üretilmesi olarak tanımlamıştır (Yıldız, 2008).

Kalite, bir süredir yönetim çevrelerinde parola haline geldi. Pek çok bilim insanı ve araştırmacı için, tüm ekonomileri canlandırmak ve dünya ekonomisinde daha rekabetçi bir

hale getirmek amacıyla kalitenin vurgulanmasına ihtiyaç duyulmuştur. Bununla birlikte bazı araştırmacılara göre de kaliteye odaklanılması, yönetimde yeni bir yaklaşımın habercisi olmaktadır. Kalite kavramı, günümüzde yönetim düşüncesinin vazgeçilmez bir unsuru haline gelmiştir (Chelladurai ve Chang, 2000).

Kalite kavramı oldukça geniş kapsamlı olup yaşamımızın neredeyse her alanında yer almaktadır. Örneğin bulunulan ortamın kalitesi, kaliteli dostluk, içilen suyun kalitesi gibi hayata dair neredeyse tüm detaylar insan yaşamına büyük etki etmektedir. (Tekin, 2011). Kalite kavramı, anlaşılması zor olan, kolaylıkla birbirinden ayırt edilemeyen boyutları olan, oldukça karmaşık bir kavramdır (Eroğlu, 2006). Bireysel ve toplumsal öncelikler neticesinde hem sübjektif hem de objektif çıkarımlar kalitenin birçok farklı boyuta ayrılmasını zorunlu kılmıştır. Müşteri istekleri neticesindeki özellikler ve standartlara uygunluk, kalitenin de çeşitli özellik ve standartlarla farklı farklı tanımlanabileceğini açıkça ortaya koymaktadır (Yatkin, 2004).

Kalite hem mal hem de hizmet üreten işletmeler için oldukça dikkat edilmesi gereken bir kavramdır. Bunun sebebi olarak, ürün kalitesinin iyileştirilmesi, hatalı üretimin minimuma indirilmesi sonucunda para ve zaman kaybını önlemek gösterilebilir. Aynı zamanda verimliliğin de artmasına olanak sağlamaktadır. Böylece daha düşük maliyetle daha kalifiye ürünlerin üretimi sağlanarak kârlılık oranı artırılır. Bunun yanında kalite düzeyinin yükseltilmesiyle rekabet üstünlüğü yaratılarak firmanın pazar payları artar ve prestijin de artması sağlanmış olur (Gümüšoğlu, 2003). Kalite, bir ürün veya hizmetin müşterilerin değindiği ya da ima ettiği isteklere yanıt verebilen niteliklerin toplamı olarak da adlandırılır. Ancak insanların ihtiyaçlarının ve isteklerinin sınırsızlığı göz önünde bulundurulacak olursa, kalite kavramının belli başlı genel bir tanımını yapmak mümkün değildir denilebilir. Kalite kavramı ile ilgili farklı görüş ve tanımlamaların olması, kalitenin kişiden kişiye farklılık göstermesinden ve kalitenin çok boyutlu olmasından kaynaklanmaktadır (Aygün, 2014).

Tekin (2011)'e göre de kalite; bir malın veya hizmetin müşterilerin beklentilerine cevap verebilmesini sağlayan üretim ve hizmet özelliklerinin toplamına denir. Kalite algısı veya kalitelik müşteri zihninde yer alan bir kavramdır. Bu bakımdan işletmelerin, müşterilerin zihninde güçlü bir kalite algısı oluşturmalarının oldukça önemli olduğu söylenebilir. İşletmeler kendileriyle benzer ürün ve hizmet sunan işletmelere göre farklı olduklarını müşterilerine bir bakımdan göstermeleri gerekmektedir. Benzer sektördeki işletmelerden

farklı olduğunu ortaya koymanın yanı sıra uzmanlaşmayı da gerçekleştiren işletmelerin ortaya koydukları ürün ve hizmetler müşteri zihninde daha kaliteli olarak algılanmaktadır. Örneğin küresel çapta faaliyet gösteren Microsoft'un çalıştığı alanda uzman olduğu ve kaliteli ürün sunduğu pek çok kimse için su götürmez bir gerçektir (Ries ve Ries, 2000).

Diğer taraftan müşterilerin, hizmet sağlayıcıların, üreticilerin, çalışanların ve tedarikçilerin kalite anlayışları birbirlerinden çok farklı olabilir (Hacıfendioğlu ve Koç, 2009). Townsend ve Gebhardt (1998), kaliteyi gerçek ve algılanan kalite olarak iki farklı başlık altında ele alır. Gerçek kalite, bir işletmenin yerine getirmek üzere belirlemiş olduğu hedeflere ulaşmasıdır. Gerçek kalite bir anlamda ürün veya hizmetin gerekli olan tüm şartlara uygunluğudur. Algılanan kalite, müşterinin beklediği kaliteyi bulmasıdır. Fakat gerçek kalite, algılanan kalite olmadan herhangi bir etkiye sahip değildir. Ürün veya hizmet işletmenin belirlediği şartlara ne kadar uyarsa uysun müşterinin kendi bakış açısından yetersiz ise düşük kaliteli bir algılama kaçınılmazdır. Sonuç olarak kalite kavramının, “müşteri isteklerinin tatmini, müşteri beklentilerinin karşılanması, iş süreci performansının iyileştirilmesi, maliyetlerin düşürülmesi ve benzeri amaçlar için kullanılan stratejik bir yönetim aracı” olduğu söylenebilir (Eroğlu, 2006).

2.7 Hizmet Kalitesi

Hizmet işletmelerinde kalitenin kavranması, uygulanması ve denetlenmesi bakımından daha belirsiz ve karmaşık olan bir alandır. Hizmetler nesneden çok bir performans ürünü olduğu için, sürekli olarak aynı kaliteyi sağlayan hizmet standartlarının işletme tarafından oluşturulması oldukça zordur. Hizmet kalitesi bir imalat ortamında oluşturulup, tam anlamıyla eksiksiz bir biçimde müşteriye ulaştırılamaz. Birçok hizmet alanı kaliteli bir hizmet sunulmasını garantilemek için satıştan önce sayılamaz, ölçülemez, stoklanamaz, test edilemez ve doğrulanamaz bir biçimde ele alınmalıdır. Daha da ötesi hizmet performansı (özellikle emek yoğunluğu yüksek olan hizmetlerde) hizmeti veren ve alan kişilere göre ve farklı zaman dilimleri içerisinde değişiklik gösterebilir. Birçok hizmette kalite hizmetin ulaştırılması esnasında, büyük çoğunlukta müşteri ve hizmet personelinin etkileşimi sırasında oluşur. Bu nedenle hizmet kalitesi büyük oranda personelin performansına göre değişiklik gösterebilmektedir. Personelin ise bir fiziksel ürünün girdileri kadar kontrol edilemeyecek bir örgütsel kaynak olduğu söylenebilir (Öztürk, 2007).

Hizmet ve pazarlama literatürlerinde kavramsallaştırılan hizmet kalitesi kavramı, algısal kaliteye dayanır; algısal kalite ise tüketicinin bir varlığın genel mükemmellik ve üstünlüğüne ilişkin yargısı olarak tanımlanmaktadır (Parasuraman vd., 1988). Bir başka deyişle belirtmek gerekirse hizmet kalitesi, alınan hizmetin hizmete ilişkin müşteri beklentisiyle ne kadar iyi uyduğu bir ölçüsü olarak tanımlanmaktadır. Grönroos (1982) hizmetleri, bir dereceye kadar, üretim ve tüketim sürecine müşterinin katılımını gerektiren ürünler olarak açıklamaktadır; bu süreçte tüketiciler hizmete ilişkin beklentilerini gerçekte gördükleri hizmetle karşılaştırırlar. Bu karşılaştırmanın sonucu algılanan hizmet kalitesidir denilebilir (Parasuraman vd., 1985; 1988).

Hizmet yönetimi ve pazarlama faktörü, hizmet kalitesinin alanında önemli bir yere sahiptir ve kalite faktörü yönetim faktörünün değişmeyen bir unsuru olmuştur. Hizmetler, “müşterilerin örgüt faktörüne ve sunduğu hizmetine olan, ana izlenimleri” olarak belirtilmiştir. Yaklaşım ve hizmet kalitesi faktörünü açıklarken, hizmet kalitesinin “müşterilerin beklentilerini baz alarak ve başarı gücünün karşılaştırılması algıları” olduğundan bahsetmiştir (Bitner, 1992).

Hizmet kalitesini değerlendirmek oldukça güçtür. Şöyle ki, ürünler satın alındığında tüketici kalite konusunda karar verebilmek için stil, renk, etiket, ambalaj, sertlik vb. gibi fiziksel özellikleri baz alarak değerlendirmeye tabi tutar. Hizmetler satın alındığında ise kalitesi konusunda karar verebilmek için çok az bazen de hiçbir (hizmetin niteliğine göre) fiziksel özellik bulunamayabilir. Bu durumda, tüketici, hizmet işletmesinin bina, araç-gereç, personel gibi sınırlı sayıdaki gözle görülür imkânlarını dikkate alır ve buna bağlı olarak kalite konusunda karar verme eğiliminde bulunur (Altan vd., 2003). Hizmet kalitesi, verilen hizmetin müşteri beklentilerinin ne kadarını karşılayabildiğinin bir ölçüsüdür. Kaliteli hizmet vermek ise müşteri beklentilerinin karşılanabilmesine karşılık gelmektedir (Parasuraman vd., 1985).

Hizmetin verilmesinde iki ana faktör bulunmaktadır. Bunlardan birincisi, hizmetin verilmesini sağlayan araç ve gereçlerdir. İkincisinin ise hizmeti veren insan olduğu söylenebilir. Bunlardan, hizmetin verilmesini sağlayan araç ve gerecin tanımlanması, ölçülmesi ve karşılaştırılması nispeten daha kolaydır. Fakat insanların verdiği hizmet herkese göre farklılık gösterebileceği için bunu tanımlamak, ölçmek ve karşılaştırma yapmak oldukça zor ve meşakkatli bir iştir. Hizmetin verilmesinde kullanılan araç ve gerecin

kalitesi çok yüksek olsa dahi, hizmeti veren kişiler işlerini bilmiyor ve severek bu hizmeti icra etmiyorlarsa, hizmetin müşteri üzerinde bıraktığı imaj kötüdür ve tatminsizlik yaratabilir (Karahan, 2000).

2.7.1 Hizmet Kalitesini Belirleyen Faktörler

Hizmet işletmelerinin müşterilerine kaliteli hizmet verebilmeleri için birtakım faktörleri sağlayabilmeleri gerekmektedir. Bir işletmenin kaliteli hizmet verebilmesi hizmet kalitesini etkileyen boyutları karşılayabilmesiyle alakalıdır (Zeithaml vd., 1990), hizmet kalitesi hakkında gerçekleştirdikleri araştırmalarında hizmet kalitesinin boyutlarına açıklık getirmişlerdir. Bu doğrultuda hizmet kalitesinin farklı pazarlar için genelleştirilebilecek beş temel boyutu olduğunu saptamışlardır. Bunlar güvenilirlik, karşılık verebilme, güvence, empati ve fiziksel varlıklardır. Bahsedilen beş faktörle beraber, dört farklı hizmet grubunu içeren kapsamlı bir araştırma yapılmıştır. Bunun neticesinde ortaya çıkan dokuz hizmet bileşeni türetilmiştir (Öztürk, 2013). Bunlar sırasıyla aşağıdaki şekilde açıklanabilir:

Güvenilirlik: Uygulanacak olduğu iddia edilen hizmetin doğru ve güvenilir olarak yerine getirilebilmesi biçiminde ifade edilir. Bu kapsamda işletmelerin müşterilerine hizmeti sunmak için önceden verdikleri zamana uymaları, problemi olan müşterilerin problemleriyle ilgilenmeleri, verdikleri hizmeti doğru ve tam bir şekilde sunmaları ve hatasız şekilde kayıt tutulması güvenilirlik boyutu ile alakalı diğer olgulardır (Dalgıç, 2013).

Heveslilik: Belirtilen işi yerine getiren kişilerin hizmet verme hususunda hazır ve istekli davranmalarıdır. İş yerine getirenlerin müşterilerle hizmetin başından sonuna kadar bire bir ilgilenmeleri ve müşterilerin sorunlarıyla yakından ilgilenerek sorularına cevap vermeleri bu boyutun kapsamındadır. Ayrıca heveslilik, müşteri ihtiyaç ve beklentilerine göre hizmetin uyarlanmasını da gerektiren yetenek ve esneklikle de ilgilidir (Dalgıç, 2013).

Yeterlilik: Hizmetin müşteriye verilmesi için gerekli olan bilgi, donanım ve beceriye sahip olmak şeklinde açıklanabilir. İşletmenin müşterilere hizmet verirken, hizmet verdiği alanda bilgili ve yetenekli, işi yerine getiren kişilere görev vermesi gerekmektedir (Şekerkaya, 1997). Dolayısıyla da yeterlilik boyutu müşteriye hizmet veren bu kişilerin bilgili ve kabiliyetli olması, hizmet faaliyetlerine yardımcı bulunan kişilerin bilgili ve kabiliyetli olması, işletmenin araştırma kapasitesi ile alakalı olduğu söylenebilir (Aygün, 2014).

Ulaşılabilirlik: Müşterilerin mevcut hizmete kolaylıkla ulaşabilmeleri, istedikleri hizmeti belirtilen noktada bulabilmeleri, hizmeti almak için çok bekletilmemeleri ve uygun zaman aralıklarında hizmetin verilmesi gibi kavramlar ulaşılabilirlik boyutuyla ilgilidir. Yani ulaşılabilirlik boyutu hizmet faaliyetleri bakımından uygun yer seçilmesi, hizmet alıncaya kadar müşterinin çok bekletilmemesi, telefonla hizmete kolaylıkla ulaşılabilmesi, hizmet faaliyeti için uygun zaman diliminin seçilmesini de kapsamaktadır (Şekerkaya, 1997).

Saygı: Saygı faktörü işletmedeki personelin müşterilere karşı tutum ve hizmet sunumunda son derece düşünceli ve nazik olmalarını, müşterilerin tüm sorularını saygı çerçevesi içerisinde yanıtlamalarını, müşterilere karşı düşünceli ve anlayışlı olmalarını içermektedir (Parasuraman vd., 1985). Yani bu boyut müşteri özelliklerini dikkate almak ile ve müşteriyle irtibatla olan çalışanların özenli ve nazik olmalarıyla ilgilidir.

İletişim: Müşterinin anlayabileceği bir üslupla konuşularak bilgilendirilmesi ve sorunlarının dinlenmesi ve mümkünse çözülmesini içerir. İletişim faktörü ayrıca farklı müşteri profillerine karşı işletmenin dilini farklılaştırabilmesiyle de ilgilidir. Mesela eğitim düzeyi yüksek bir müşteriyle konuşurken daha ileri düzey bir dil kullanılırken, eğitim düzeyi nispeten düşük bir müşteriyle daha basit bir dil kullanılarak irtibat kurulması örnek olarak verilebilir (Öztürk, 2007). Bu kapsamda iletişim boyutu; hizmetin açıklanması, hizmet bedelinin açıklanması, hizmetle bedeli arasındaki ilişkinin açıklanması ve müşterinin sorunu her ne ise o sorunla ilgilenileceği hakkında müşteriye güven verilmesiyle yakından ilişkilidir (Aygün, 2014).

İnanılrlık: Hizmeti sunan işletmenin dürüstlüğü ve inandırıcılığı bu faktör ile alakalıdır. Bunun yanında müşterilerin en önemli ilgilerini gözlemleyip anlamayı da içermektedir. İşletmenin adının, itibarının ve şöhretinin, hizmet veren çalışanların kişisel karakteristik özelliklerinin, müşterilerle olan etkileşimin inanılrlığa katkısı olan etmenler arasında olduğu ifade edilmektedir (Altınel, 2009).

Güvenlik: Şüphe uyandırmamak ve risk oluşturmamak bu faktör ile alakalıdır. Müşteriler hizmet aldıkları yerin hem teçhizat hem de bina gibi etmenlerinin her bakımdan güven vermesini ve aldıkları hizmetin gizli tutularak kendileri için herhangi bir risk oluşturmamasını beklerler. Güvenlik faktörünün içerisinde fiziksel güvenlik, finansal

güvenlik ve gizlilik gibi unsurlar bulunmaktadır. Örneğin müşterinin bir ATM'den ödeme yaparken saldırıya uğraması, işletmeyle paylaştığı kişisel bilgilerinin paylaşılması, müşterinin işletmeyle olan işlerini başkalarının da bilmesi işletmenin güvenlikle ilgili hizmet kalitesini zafiyete ve işletmeye karşı olan güvenilirlik duygusunu zedeler (Altınel, 2009).

Empati: Müşterilerin ihtiyaçlarını öğrenerek, müşteriye hizmet sunulması aşamasında nasıl bir yaklaşımda bulunulması gerektiği ile alakalıdır. Hizmet sunulmadan önce müşteri ve ihtiyaçlarını anlamak için belli bir efor sarf etmek gerekmektedir. Empati hizmet verenlerin kendilerini hizmeti talep edenlerin yerine koyabilmelerini, müşterilere karşı duyarlı olarak her birine ayrı özen gösterilmesini, müşterilerin düşüncelerine saygı duymayı da kapsamaktadır. Örneğin bir havayolu şirketi müşterilerinin bireysel ihtiyaçlarını anlayabilmeli, bir poliklinikte ise hastaya önce insan olarak yaklaşılabilmeli ve sabır gösterilmelidir (Dalgıç, 2013). Dolayısıyla müşterilerle empati kurulabilmesi müşterilere ayrı ayrı özen gösterilmesi, devamlı müşterilerin tanınması ve müşterilerin özel ihtiyaçlarının öğrenilmesi gibi unsurları içermektedir (Parasuraman, vd., 1985).

2.7.2 Hizmet Kalitesinin Önemi

Kalite neredeyse hayatımızın vaz geçilmez bir ögesi olmuştur. Sunulan hizmetlerde kalitenin giderek daha önemli bir hale gelmesiyle birlikte, işletmelerin de önemsemesi gereken bir konu olduğu anlaşılmıştır. Bundan dolayı işletmelerin hizmet kalitesini artırmak ve daha iyi hizmet sunmak için oldukça yoğun bir çaba göstermeleri gerekmektedir. İşletmeler ancak kaliteli hizmet sunarak varlıklarını devam ettirebilirler (Dalgıç, 2013).

Hizmet kalitesinin seviyesini daha üst bir yere taşımış olan işletmelerde müşteri memnuniyeti düzeyinin yükselmesi sağlanmakta, müşteri kaybı minimum seviyede olmakta ve müşterilerden alınan şikâyetleri azaltmak ve çözmek için zamanın çok daha ekonomik kullanılması ve bu konuda yapılan harcamalarda en düşük seviyeye ulaşılmaktadır. Konuya bu açıdan bakıldığında yükselen hizmet kalitesi seviyesi ile beraber müşteri kazanmak amacıyla yapılan büyük indirim ve çeşitli kampanyalar düzenleme gereği ortadan kalkmakta, müşteri gereksinimlerini yerine getirmek ve daha kaliteli bir hizmet sağlayabilmek için daha çok vakit elde edilebilmektedir (Aksu, 2010).

İşletmelerin müşterilerine daha yüksek bir kalitede hizmet verebilmeleri için ilk olarak yeniliklere açık olmaları gerekir. Bu nedenle işletmelerin kalite odaklı gerçekleştirilmiş gelişme ve yenilikleri izlemesi, müşteri davranışlarını göz önünde tutması oldukça önemlidir. Kaliteli hizmet vermeyi ilke edinmiş işletmeler daima sundukları hizmete daha farklı ve daha yenilikçi olarak nasıl katkı sağlayabileceklerini hesap ederler. Bu da müşteri beklentilerinin karşılanması ve müşteri tatminini sağlayarak işletmeye kâr şeklinde dönüşünün olmasını sağlayacaktır (Dalgıç, 2013). Dolayısıyla bir işletmedeki hizmet kalitesi müşteri beklenti ve arzuları doğrultusunda tasarlandığında, bu amaçla çalışanlar yetiştirildiğinde ve hizmet kalitesinin daima artırılması ve yenilenmesi gerekliliği hissedildiğinde hem müşteri beklentileri karşılanmış olacak hem de işletmelerin pazar paylarında artış olacaktır (Şekerkaya, 1997).

2.8 Fitness Kavramı

Bir kavram olarak incelendiğinde fitness kelimesinin karşılığı fiziksel uygunluktur. Sedanter bir yaşam sürdürülürken konforlu ve çevik hareket etme kabiliyeti sağlayabilmek, canlı ve enerjik hissetmek, bedenin belirli bir kalıba uygun ve orantılı bir görünüme sahip olması gibi pek çok manada kullanılmaktadır. Ancak genel olarak bakacak olursak fiziksel aktivite içerisindeki bireylere fit olma denilen, kişinin dış görünüm biçiminin estetik olması, yüksek enerji seviyesine sahip olması, vücut şekli ve ağırlığının uygun düzeyde, güçlü, kuvvetli olması ve benzeri niteleyici olgular için de kullanılmaktadır (Uz, 2015).

Fitness' ta diğer birçok spor branşında oluşan durumların aksine vücuttaki gruplar halinde yer alan adalelere tek tek odaklanılarak geliştirilecek olan kası bir spor makinesi ya da ekipmanı ile ya da onları kullanmadan kendi beden ağırlığı ile gelişiminin sağlanması, fit bir görünüm oluşturmaları ve kuvvetlendirmesi ilke edinilmektedir. Genel olarak spor dallarının temel düzeyde zeminini oluşturmaktadır. Keza bütün diğer spor branşlarında daha çok faal olan kas öbekleri mevcuttur. Var olan bu kas öbeklerinin gelişimine katkı sağlamak adına uygulanan antrenmanların daha fazla amaca hizmet etmesi için fitnessa başvurulmaktadır (Karagöz, 2008).

Fiziksel uygunluk egzersizlerini ilk olarak uygulayan kişilerin büyük bir bölümü, sıhhatini esirgemek ve daha iyi bir duruma gelme durumunu elde etmek, fazla kilolarından kurtulmak, daha fazla kas esnekliği ve hacmine sahip olmak için bu egzersizleri uygulamaktadırlar.

Buna ek olarak çağımız toplumlarında yer alan bireylerin tatbik edecekleri sportif faaliyetlerin bir yaşam tarzı olma anlamını taşıdığını idrak etmiş, spor ile bunun devamlılığını sağlamışlardır. Daha öz bir tabirle belirtmek gerekirse fitness sporu; bireylerin kaslarını sıkılaştırmak, psikolojik ve bedensel yönden gelişimlerini sağlamak gibi faydalı amaçlarla yaptıkları düzenli egzersizler şeklinde tanımlanmaktadır (Uğur ve Baysaling, 2002).

Genel olarak bakıldığında fitness kelime olarak ifade edilince ilk olarak akılda vücut geliştirme kavramı oluşsa da fitness olarak adlandırılan antrenman türlerinin kendine has bir özellikte olduğunu belirtmek gerekmektedir. Sözcüğün asıl anlamı zinde ve formda olmaktır. Bu şekilde düşünüldüğünde daha pek çok antrenman biçimini de fitness sporu şeklinde yorumlamak olasıdır (Oxford, 2021).

Sporun insanlık tarihi ile yakından bir bağlantısı vardır. Tarihte ilk uygarlıklar olarak bildiğimiz eski Mısır ve Babil’de sporun bireylerin birbirlerine karşı hünerlerini sergileyerek mücadelede bulundukları eğlence etkinlikleri olduğu söylenebilir. Eski zamanlarda insanların bir araç yardımı ile ya da araçsız bir şekilde yapmış oldukları sporların kökenine bakıldığında bunların tabiattaki zorlu şartlara karşı verilen bir çeşit mücadeleyi temsil etme ve hayat ta kalma üzerine fiziksel olarak uyguladıkları saldırı ve savunmaya dayalı eylemler olduğu gözlemlenmektedir (Fişek, 2003). Eski çağlardan günümüze kadar varlığını sürdüren bu durum, 1968 senesinde Dr. Ken H. Coopers’in süregelen hastalıkların önüne geçmek planlı ve istikrarlı bir şekilde fitness sporu yapmanın inkâr edilemez derecede önem arz ettiğini belirtmesi ile fitness’ ın tanınırlığı artmış, büyük oranda önem kazanmıştır (Jahangir ve Alamgir, 2012). Fitness sporunun yeri ve önemi bilimsel çalışmalarla birlikte gün geçtikçe değer kazanmaya devam etmektedir.

2.8.1 Fitness’ın Sağlık Açısından Önemi

Bedensel ve Ruhsal zindeliğin bozulmasını engellemek ve bozulması gibi durumlarda sağlığa kavuşturulması için son dönemlerde popüler olan ve önem arz eden konulardan biride ilaçsız bir şekilde sağlıklı olmak için yapılan tekniklerin insan hayatı için faydalı olduğu düşüncesidir. İlaça gerek duyulmadan yapılabilecek aktivite ve tekniklere örnek olarak fiziksel aktivite ve egzersiz verilmektedir. İlaça bağımlı olmayıp ya da ihtiyaç duymadan sağlıklı bir yaşam elde etmek için sporun tercih edilmesinin altında yatan neden olarak, hareketsiz sabit bir yaşam idame eden insanların faaliyetlerini artırmak,

kondisyonlarını geliştirmek gibi faaliyetlerdir. Tasarlanmış olan egzersiz programlarını spor merkezlerinde ya da kapalı olamayan alanda yapma zorunluluğu yoktur, bireyler bulundukları ortamlarda da basit ve kendilerine uyarlayabilecekleri bir şekilde egzersizleri uygulayabilirler. Spor etkinliğini uygulamak için hayatını sürdürdüğü yerden başka bir yere gitme gereksinimi duymayan bireyler, temposu yüksek işlerinden geri kalmadan vakit kaybı gibi olumsuz bir etmenle de karşılaşmadan sıhhatlerini sürdürebileceklerdir. Bu durum da onlara daha uygulanabilir ve basit bir biçimde gelişim imkânı sağlayacaktır (Sevimli, 2007).

Bilim insanları tarafından çeşitli birçok araştırma faaliyetleriyle beraber spor yapmanın sağlık açısından nasıl bir tesiri olduğu incelenmiştir. Yapılan incelemeler neticesinde bireyi hem bedensel hem de psikolojik olarak olumlu bir yönde etkilediği sonucuna ulaşıldığı belirtilmiştir. Bu sonuçlar arasında dopamin ve serotonin hormonlarında değişikliklere yol açma, fiziksel dayanıklılığı artırma vb. reaksiyonlar gözlemlenmiştir. Sporun yer aldığı bir yaşamın yalnızca bedensel bir yarar sağlamadığı aynı zamanda, özgüveni artırdığı da gereksiz tasarlardan uzak tuttuğu, uyku düzeni sağladığı ve gerginlikleri minimum seviyeye indirdiği gibi ruhsal faydalarından da bahsedilmektedir (Canan ve Ataoğlu, 2010).

Daha önce yapılmış olan incelemeler neticesinde elde edilen bulgular ışığında; 4 hafta ile 2 yıllık bir süreç içerisinde yaklaşık olarak uygulanan antrenmanlar sonucunda kas kuvvetinin antrenmana yeni başlayan bireylerde %40, bir ileri düzeyde yer alanlarda %20, sistematik bir şekilde antrenman yapanlarda %16, üst düzeyde %10 ve seğkinler kategorisinde yer alan sporcularda ise %2 seviyesinde geliştiği tespit edilmiştir. Elbette ki kas gelişimi için uygulatmış olduğumuz antrenman stili, gayesi ve tasarımı büyük önem arz etmektedir (Türkay, 2018). Bu antrenmanlar sonucunda bireylerin elde ettikleri değişimler sayesinde yaşamlarında birçok olumlu yansımayla karışlamaları olası bir sonuç olarak görölmektedir.

2.8.2 Fitness'ın Estetik Açıdan Önemi

Yaşadığımız bu dönem içerisinde bütün yaş gruplarından ve farklı kesimlere mensup insanlardan, özelliklede genç nüfus kategorisinde yer alanların özen gösterdiği hususlardan biri fiziki görünümleridir. Başta sosyal platformlar olmak üzere, televizyon programları, toplumsal ortamlar vb. etmenlerden etkilenerek bedensel suretleri, becerilerinden ve akıllarından önce gelebilmektedir. Toplumsal yönden onay görmüş kıymetler incelendiğinde

kadınlarda zarafetin erkeklerde ise adaleli beden şeklinin tercih edildiği gözlemlenmektedir (Cusumano ve Thompson, 1997).

Dış görünüş olarak estetik güzellik olarak kabul edilen bireylerin iletişim kurulurken diğer bireyler tarafından aranan insan profiline sahip olduğu görülmektedir. Bundan dolayı karşı tarafı etkilemek, üzerlerinde olumlu bir intiba bırakmak ve karizmatik görünmek için bireyler oldukça büyük bir çaba sarf etmektedirler (Yousefi vd., 2009). Kişiler üzerinde olumlu bir intiba oluşturamayacaklarını zanneden bireyler ise toplumsal suretleri ile alakalı kaygı duymaktadırlar (Leary vd., 1988).

Bireyler sahip oldukları bedenleri ile alakalı düşüncelerinin yanında diğer insanların da onların bedensel görünüşleri ile ilgili ne düşündüklerini de önemsemektedir. Bundan dolayı insanlar toplumsal çevreleri üzerinde pozitif bir etki uyandırmak ister ve tavırlarını da bu doğrultuda yansıtmaya çaba gösterirler. Fakat bu konuda birtakım kişiler diğerlerine göre oldukça kaygılıdır (Hart vd., 1989).

İnsanlar bu endişelerine esir olmamak, uzak durmak için fiziksel görünümelerini şekillendirmek adına farklı seçenekler denerler. Bu seçeneklerden biride spor ile ilgili fiziksel aktivitelerdir. İnsanlar spor ile ilgili aktiviteler yardımıyla daha önce sahip olmadıkları bir fiziki görüntüye sahip olurken, elde ettikleri görüntülerinin yanı sıra bedenlerinin fiziki sağlık niteliklerine ilişkin pozitif düşüncelere de sahip olurlar (Ballı vd., 2006).

2.8.3 Fitness Sporunun Faydaları

Dünya Sağlık Örgütünün açıklamaları doğrultusunda fiziki etkinliklerin insan üzerinde birden fazla olumlu etkisi vardır. Fiziksel aktivitelerin, sağlıklı ve mutlu bir hayata sahip olunması, vücudu sağlıklı olarak muhafaza etmesi, elde edilmiş olan enerjiyi olumlu bir şekilde değerlendirmesi, fazla kilolu olmayı engellemesi, yaşlılık ile birlikte gelen olumsuz koşulları hafifletmesi, vücut sistemlerine olumlu katkıda bulunması, stresten olabildiğince uzak tutması eklem sağlığı ve etkinliğini koruması, sosyal yönden iletişimi artırması, olası postur sorunlarını engellemesi gibi ruhsal ve bedensel açıdan birden fazla olumlu etkisi vardır (DSÖ, 2000).

Çoğunlukla erginlik ve ihtiyarlık dönemlerinde fiziksel aktivitelerin beden sağlığı için oldukça faydalı olduğu belirtilmektedir. Ancak, fiziksel etkinliklerin yararlarına sahip olmak adına çocukluk veya adölesan (genç erişkinlik) dönelerinde uygulanmış fiziki etkinlikler ve sahip olunan alışılmış durumların korunmasının ehemmiyeti çoktur (Bek, 2008). Çocukluk yıllarında elde edilecek alışkanlıklar ileriki dönemlerde insanların nasıl bir yaşam süreceklerini belirleyebilir. Nitekim olgunluk dönemlerinde karşılaşılan obez olma durumu ve müzmin hastalıkların nedenlerinden biride çocukluk yıllarında bireyin hareketsiz bir hayat tarzını benimsemiş olması olduğu için bu durumun olduğu ileri sürülmüştür (Zorba, 2013).

2.8.4 Fitness Merkezleri

Bireylerin sağlıklı bir yaşam tarzı edinmek ve gün içerisinde enerji seviyelerinin üst düzeyde olması için aktivite yönü, şiddeti ve imkânları yüksek olan işletmelerden biri de fitness merkezleridir. Toplumu oluşturan bireylerin faydalanması amacı ile kurulan bu merkezler, bireylere spor ve aktivite ihtiyaçlarını gidermeleri için hizmet veren ve verilen hizmetleri daha yüksek seviyelere çıkarmayı hedefleyen oluşumlardır. Toplum sağlığını iyi düzeylere çıkarmayı hedefleyen merkezler aynı zamanda bir hizmet sektörü kolu olduğu için istihdam kapısı oluşturmaktadır (Yağan, 2019).

Günümüz teknolojisinin meydana getirmiş olduğu koşullar ve yaşamımızda birçok ihtiyacın kolay ulaşılabilirliğinden kaynaklanan bireylerdeki hareketsizlik ve belli bir rutine bağlı yaşamalarından dolayı meydana gelen sağlık problemleri oluşmaktadır. Standart bir rutine dayalı hayatın verimsizliğinden ve sağlık problemlerinden kurtulmak için bireylerde aktif hareket etme ihtiyacı ortaya çıkmıştır. Bireylerin zamanı daha verimli bir şekilde değerlendirmek, aktif ve enerjik olabilmek hedeflerine ulaşmaları için bir aracı olan bu tür merkezler, oluşan ihtiyaca karşılık verebilmek için işletmelerin sayısında bir artış görülmektedir (Yağan, 2019).

İçinde bulunduğumuz devirden teknoloji çağı olarak bahsedilmektedir, teknolojiden faydalanmadaki bu artışın bireyler üzerinde oldukça büyük yankılar oluşturmakta, normalde ulaşmak için belirli bir zaman hareket ve değişim gerektiren alanlarda hareket etmeden ulaşma imkânı doğmuştur. Sosyal medya kullanımındaki artış ile birlikte bireylerde bedenlerine farklı bakışlar, bununla beraber kendi özelliklerinin başkalarıyla

kıyaslanmasından kaynaklı olarak hayat kalitelerinde bir düşüş meydana gelmektedir. Ayrıca çalışma hayatının yoğun temposu ve yıpratıcı yaşamın, birbiri içinde rekabet halinde olan bir hayat stiline bireyler üzerinde negatif etkilerinin olduğu gözlemlenmektedir. Bu yoğun hayat mücadelesinden bir süre uzaklaşıp öz benliğini dinlendirmek, sosyal bir etkileşim içerisine girmek, normal hayatına yansıtacak enerji ve yaşam kalitesini artırmak için insanlar spora yönelmektedirler. Bunu sağlama amacıyla spor işletmeleri ve fitness merkezleri her türlü aktiviteye yönelik alanlar oluşturarak gelen bireyleri memnun etmeyi hedeflemektedir. Kurulan bu merkezler bireyleri fiziksel olarak bulundukları seviyeden bir üst seviyeye çıkarmanın yanında zihinsel olarak da belirli bir seviyeye getirmekte ve sosyalleşmek için uygun bir ortam oluşmasını sağlamayı da hedeflemektedir (Taşdemir, 2015).

2.9 Serbest Zaman İlgilenim Üzerine Yapılan Çalışmalar

Serbest zaman literatüründe, ilgilenim kavramının birçok araştırmacı tarafından “tanımlama”, “kavramlaştırma” ve “ölçme-metot geliştirme” (Kyle ve Chink, 2004; Smith vd., 2018; Wiley vd., 2000) başlıkları altında incelenmektedir. Son zamanlarda bu çalışmaların daha çok bireylerin ilgilenim düzeylerini belirlemek amacıyla ölçüm araçlarının geliştirilmesinde kullanıldığı bilinse de (Hickerson vd., 2014), kavramın daha pek çok farklı konuyla olan ilişkisini ve kullanım şekillerini detaylı bir şekilde ortaya çıkartmak amacıyla kavramsal çerçeve içerikli araştırmalarda da kullanıldığı görülmektedir. İlgilenimin psikolojiye dayanan bir tüketici davranışı olmasından dolayı (Kyle vd., 2006) konuyla alakalı kavramsal çalışmaların geneli motivasyon, psikolojik bağlılık ve müşteri sadakati gibi olgulara odaklandığı görülmektedir (Kyle, 2001).

Beklenti-değer modeli ile serbest zaman etkinliklerindeki ilgilenim ve motivasyon kavramları arasındaki ilişkinin gözlemlenebileceği savını öne sürmüştür. Bu modele göre bazı faydalar sağlamak beklentisiyle bireylerin bu tür etkinlikler doğrultusunda belli bir motivasyon düzeyinin meydana gelmesi ve bu beklentinin gerçekleşmesi neticesinde ihtiyaçların en iyi şekilde karşılanması için kişilerin ilgi düzeylerinin de yükseldiği varsayılmıştır (Lawler, 1973). Sonuç olarak meydana gelen bu ilişkinin rekreasyonel etkinliklere sürekli olarak katılım sağlama alışkanlığı olarak ifade edilen ‘serbest zaman davranışının da (Chen vd., 2011) ne tür sebeplerden dolayı ortaya çıktığını anlamlandırmada araştırmacılara önemli bakış açıları sağladığı söylenebilir.

Serbest zaman etkinliklerinde içsel motivasyon bireylerin etkinliğe katılımının memnuniyet amacıyla yapılan davranışlar; dışsal motivasyon ise etkinlikten ödül ya da herhangi bir sonuç beklentisi içeren davranışlar şeklinde tanımlanmaktadır (Deci, 1975). Araştırmacılar (Koestner ve McClelland, 1990; Pelletier vd., 1995; Reeve ve Deci, 1996) bir etkinlikten duyulan öncelikle eğlence hissi ardından birbirinden farklı duyguların içsel motivasyonu; kilo vermek ya da çekici görünmek gibi nedenlerin ise serbest zaman etkinliklerindeki dışsal motivasyonu büyük oranda etkilediğini (Bagoien ve Halvari, 2005) ifade etmektedir. Ancak, etkinliklere yalnızca dışsal motivasyon sebepleri ile ilgilenim gösteren bireylerin içsel motivasyonla katılanlara oranla aktiviteden daha az keyif duyabileceği ve bu durumunda ilgilenim düzeylerini düşürebileceği söylenebilir (Bagoien ve Halvari, 2005).

Yetim (2014) Eskişehir’de yer alan fitness merkezi üyelerine serbest zaman ilgilenimlerinin, serbest zaman tatminleri ve serbest zaman sadakatleri üzerindeki etkisini belirlemek amacıyla yapmış olduğu çalışmada, katılımcıların etkinliklere yönelik edindikleri ilgi düzeyini çeşitli demografik özelliklerinin etkilediğini, ayrıca serbest zaman tatmini ve sadakati üzerinde serbest zaman ilgileniminin olumlu yönde etki oluşturduğunu belirlemiştir. Araştırma sonucunda, fitness merkezi işletmecilerine ve serbest zamanla alakalı çalışmalarında araştırmacılara bireylerin serbest zaman etkinliklerine yönelik ilgilenim profillerini belirlemede yardımcı olacağı düşünülmektedir.

Yurt içi literatürde serbest zaman etkinliklerine katılım gösteren bireylerin ilgilenim düzeylerini belirlemeyi hedefleyen ifadeler bulunan serbest zaman ilgilenim ölçeğinin (Kyle vd., 2007) fitness katılımcılarına yönelik olarak ilk defa Türkçe uyarlamasını (Gürbüz vd., 2015) tarafından test edilmiştir. Çalışmadaki bulgulara göre 3 alt boyut 15 maddeden meydana gelen ilgilenim ölçeği madde ve alt boyut kaybı olmadan Türk dilinde geçerli ve güvenilir bir ölçüm aracı olarak araştırmacılar tarafından kullanılabileceği görülmektedir. Aydın (2016) rekreasyonel aktivite olarak fitness programlarına katılan bireylerin serbest zaman ilgilenimi ile mutluluk düzeyleri arasındaki ilişkisini belirlediği çalışmada, katılımcıların ilgi düzeylerinin eğitim, cinsiyet, yaş, vb. demografik değişkenlere göre farklılık gösterdiğini, ayrıca bireylerin ilgi düzeyleri yükseldikçe mutluluk düzeylerinin de yükseleceğini tespit etmiştir. Araştırma sonuçlarının rekreasyonel aktivitelerin pazarlanması ve sunulmasında işletmelere kapsayıcı bilgiler sunacağı düşünülmektedir.

2.10 Hizmet Kalitesi Üzerine Yapılan Çalışmalar

Rekreasyonel hizmet sağlayıcılarının hizmet kalitesi kavramının önemi hakkında gün geçtikçe daha büyük farkındalıklar yaratmalarına rağmen hizmet kalitesi üzerine yeterli miktarda çalışma ve değerlendirme yapılmadığı görülmektedir (Tsitskari, vd., 2006). Rekreasyon etkinliklerini de kapsayan spor endüstrisi alanında rekreasyonla alakalı çalışmaların bazıları aşağıda açıklanmıştır (Tütüncü ve Aydın, 2014; Chieh-Lu, vd., 2008).

Mackay ve Crompton, ticari amaçlı faaliyette olan rekreasyon merkezlerinin hizmet kalitesini tespit etmek için SERVQUAL ölçeğinden yararlanmışlardır (MacKay ve Crompton, 1988). Daha sonra Crompton, Mackay ve Fesenmaier, halka açık rekreasyon etkinliklerinin hizmet kalitesini ölçmek için yine SERVQUAL ölçeğini kullanmışlar ve bu araştırmalarında SERVQUAL ölçeğinin dört farklı boyutunun (fiziksel görünüm, güvenilirlik, yanıt verebilirlik ve güvence) bu çalışmada uygulanabilirliğini tespit etmişlerdir. Beşinci faktör olan empati anlamlı boyut olarak çalışmalarına dahil edilmemiştir (Crompton, vd., 1991).

Howat ve diğerleri, Avustralya’da halka açık spor ve rekreasyon merkezlerinde hizmet kalitesiyle alakalı bir çok çalışma yapmışlardır. Hizmet kalitesini ilgili tesis, çekirdek program, çekirdek hizmetler ve personel kalitesi olmak üzere dört boyutta belirlemişlerdir (Howat, vd., 1996). Burns, Graefe ve Absher, farklı açık alan rekreasyon etkinlikleri ile ilgili yaptıkları araştırmada tesis, hizmetler, bilgilendirme ve yönetim olmak üzere hizmet kalitesinin dört boyutunu tespit etmişlerdir (Burns, vd., 2003).

2.11 Serbest Zaman Teorileri

Ciddi serbest zaman teorisi; serbest zaman etkinliklerinin memnuniyet, keyif, stresten kaçış, rahatlama ve heyecan gibi bireylere bazı çeşitli faydalar sağlamaktadır (Stebbins, 2007). Bireylerin bu tür etkinlikler vasıtasıyla ulaşılmış oldukları faydaları tespit edebilmek amacıyla sosyologlar genel olarak Stebbins’in (1996) özel bilgi, beceri ve deneyim gerektiren bir etkinlik içerisinde geçirilen zaman dilimi şeklinde tanımlanan ciddi serbest zaman teorisinden faydalanmaktadır (Baldwin ve Norris, 1999; Lee ve Scott, 2006). Stebbins (1979, 1982) yapmış olduğu ilk araştırmalarda katılımcıların serbest zaman etkinliklerinde

ciddiyet, samimiyet, önemli ve dikkatli gibi niteleyici sıfatlarla ilişkili olduğu, özellikle ciddi kelimesinin en yüksek frekansa ulaşan kelime olduğu tespit edilmiştir. Dolayısıyla ciddi serbest zaman teorisi adının da bu şekilde ortaya çıktığı düşünülmektedir (Shupe, 2010).

1973 yılından günümüze kadar devam eden bu süreçte öncelikle ciddi serbest zaman daha sonrasında sırasıyla kayıtsız serbest zaman ve proje tabanlı serbest zaman olmak üzere üç ana hat üzerinde teorinin kavramsal çerçevesinin oluşturulduğu görülmektedir (Veal, 2016). Bu üç farklı hatta incelenen teorinin alt türlerinin farklı zaman aralıklarında pek çok araştırmayla teoriye kazandırılmış olduğu bilinmektedir. Ancak, ciddi serbest zaman teorisi adının birinci türü olan ciddi serbest zaman bölümünden almış olması araştırmacılar (Gallant vd., 2013; Holmes vd., 2010) tarafından bu türün diğer iki türden daha büyük bir önem arz ettiği şeklinde algılanmaya başladığı ve bu durumun kavram üzerinde araştırmacıları birbirinden farklı pek çok çalışma yapmaya sevk ettiği görülmektedir (Veal, 2016). Shupe (2010) entelektüel açıdan ciddi serbest zaman türünün diğer iki türü olan kayıtsız serbest zaman ile proje tabanlı serbest zamanın temelini oluşturabileceğini, fakat hangisinin daha önemli olduğu konusunda ise araştırmacılara halihazırda kalıp bir fikir sunamayacağını savunmaktadır. Sonuç olarak, konuyla alakalı devam eden araştırmaların teoriyi devamlı olarak bir gelişim süreci içerisinde tuttuğu söylenebilir.

Ciddi serbest zaman teorisinin literatürde yer alan çalışmalarda araştırmacılar tarafından özel bilgi, beceri ve deneyime gereksinim duyan bir etkinlikte geçirilen süre olarak tanımlandığı görülmektedir (Demirel vd., 2015; Gibson vd., 2002; Gould, 2005). Bu tür etkinliklerin amatör, hobi veya gönüllü olmak üzere üç farklı amaçla yapıldığı ve bu etkinliklerin katılımcılar tarafından oldukça önemli, ilginç ve tatmin olma duygusu yaratan bir süreç olarak aktarıldığı söylenebilir (Shupe, 2010). Bunun yanı sıra Stebbins (1992) yüksek derecede kendisini bu etkinliğe adanmış bireylerin kendini etkinliklerle gerçekleştirdiği ve sosyal etkileşim içerisinde de doyuma ulaştıklarını ifade etmektedir. Bu doğrultuda bakıldığında ciddi serbest zaman etkinliklerine katılımcıların literatürde amatör, hobi veya gönüllü olmak üzere üç alt türde incelendiği (Veal, 2016) ve kendini ön plana çıkaran birtakım özelliklerinin olduğu da söylenebilir.

Kayıtsız serbest zaman; anlık bir durumda memnuniyet sağlamak amacıyla herhangi bir özel çaba gerektirmeden çeşitli etkinliklere katılarak tüketilen özgür bir zaman dilimi olarak tanımlanmaktadır (Stebbins, 2007, 2008, 2012). Stebbins (1997) ciddi serbest zaman etkinliklerinin dışarısında kalan oyun, rahatlama, aktif/pasif eğlence, sosyal iletişim, duyuşal

dürtüler, kayıtsız gönüllülük ve eğlenceli aerobik etkinlik gibi etkinlik türlerini kayıtsız serbest zaman etkinliği olarak tanımlamaktadır. Ciddi serbest zaman etkinliklerine göre daha basit bir yapıya sahip olan kayıtsız serbest zaman etkinliklerinin sosyalleşmek için arkadaş sohbetleri, manzaralı bir yerde oturmanın keyfini çıkarma ve basit gönüllülük hizmetlerinde bulunma gibi başlıklar altında sıralamak mümkündür (Stebbins, 2007). Bununla beraber tercih ve katılım düzeyleri hakkında kayıtsız serbest zaman etkinliklerine katılım oranının diğer serbest zaman etkinlik türlerine katılıma oranla daha çok olduğu söylenebilir. Stebbins (2007) amatör, hobi ve gönüllü ciddi serbest zaman katılımcılarının aynı zamanda kayıtsız serbest zaman etkinliklerine de katılmaktan keyif aldıklarını belirterek kayıtsız serbest zaman etkinliklerine duyulan ilginin herkes tarafından büyük ölçüde benimsendiğini ortaya koymaktadır.

Proje tabanlı serbest zaman ister tek seferlik ister belli aralıklarla yapılan, kısa süreli ya da orta düzeyde gerçekleştirilen etkinlik biçimidir (Stebbins, 2005). Bu etkinlik türleri disiplin gerektiren bir planlama, gayret, beceri ya da bilgi içermesine karşın ne ciddi serbest zaman ne de kayıtsız serbest zaman benzeri özellikler gösterir (Stebbins, 2008). Proje tabanlı serbest zaman etkinliklerindeki ara sıra sıfatı dini bayramlar, birinin doğum günü ya da ulusal bayramlar gibi düzenli etkinlikler için geniş aralıklı olayları içerirken, ‘Yaratıcı’ sıfatı ise, etkinliğe katılımın yeni veya farklı bir durumla tamamlanmasını ifade etmektedir. Bu tür etkinliklerin bireyler tarafından düzenli bir şekilde takip ediliyor gibi görünse de kimi bireylerin (ör. evinizin arka bahçesindeki hobi amaçlı başlattığınız inşaat...) haftalar, aylar ve hatta yıllar boyunca kesintiye uğramış bir biçimde yarım kaldığını görülebilmektedir. Dolayısıyla bu tür etkinliklerin yapılma amacı ve yapıldığı süre bakımından diğer serbest zaman etkinliklerinden ayrıldığı söylenebilir (Stebbins, 2005). Proje tabanlı serbest zaman etkinliklerinde, ciddi serbest zaman etkinliklerinde yaşanan faydaların pek çoğunu üretebilmektedir (Stebbins, 2005). Ciddi serbest zaman etkinliklerinde olduğu gibi, proje tabanlı serbest zaman etkinliklerinde de faydalar tatmin edici bir faaliyetin devamı için motivasyonun en temel ögesini oluşturmaktadır.

Hiyerarşik serbest zaman engelleri kuramı; Serbest zaman etkinliklerine katılıma etki eden faktörlerle alakalı literatürde yapılan araştırmalar incelendiğinde, bu tür etkinlikleri tercih eden bireylerin genellikle demografik özelliklerine ilişkin değerlendirilmelere yer verildiği görülmektedir (Demirel vd., 2017; Gürbüz ve Henderson, 2014; Ragheb ve Griffith, 1982; Yumuk ve Güngörmüş, 2019). Etkinliklere katılımı etkilediği izlenimi veren demografik

özelliklerin yanında olumsuz bir etki de yapabileceği farz edilen tesisler, sağlık, zaman vb. gibi faktörlerin engeller, bariyerler ve kısıtlamalar gibi bazı terimlerin de (Godbey vd., 2010) özellikle 1970’li yıllardan bugüne kadar seyreden süreçte ilgili literatürde tanımlanmaya başlandığı görülmektedir (Crawford ve Godbey, 1987). Serbest zaman etkinliklerine katılımı etkilediği düşünülen bazı ilgili faktörlerin araştırmacılar vasıtasıyla tartışılmaya başlamasıyla (Arab-Moghaddam vd., 2017; Dong, 2008; Henderson ve Bialeschki, 1993), konuyla alakalı çeşitli modeller ve teorilerin de meydana geldiği (Alexandris, 2013) gözlemlenmektedir. Bunlardan Jackson ve Searle (1985) tarafından ortaya atılmış ve en eskisi olan model de engelleyici faktörlerin etki alanının bir deneyim sonucu eş zamanlı olarak değil ardışık olarak algılanabileceğine yönelik araştırmacılar tarafından ima edilen, açıkça belirtilmeyen ifadeler bulunmaktadır. Buna benzer olarak, Godbey’in (1985) kamu serbest zaman hizmetlerinin kullanımına yönelik engel faktörlerini içeren modelinde de bilgi, tercih, geçmiş deneyim vb. gibi durumların engelleyici faktörlerin algılanmasında büyük önem arz ettiği belirtilmiştir. Konuyla alakalı olarak kapsamlı bir biçimde Crawford ve Godbey (1987) ve Crawford vd., (1991) tarafından sunulan hiyerarşik serbest zaman engelleri teorisi, Jackson (1993) tarafından kapsamının artırılmasıyla serbest zaman etkinliklerinde katılımcıların davranış biçimlerini incelemek isteyen araştırmacıların genellikle tercih ettiği bir teori halini aldığı görülmektedir (Godbey vd., 2010). Crawford ve Godbey (1987) tarafından sunulmuş olan modelde, üç çeşit serbest zaman engeli ifade edilmiştir. Bu modelde işaret edilmiş engelleyici faktörlerin günümüzde de sıklıkla kullanılması sebebiyle diğer serbest zaman engelleyici modellerine oranla daha ayrıntılı bir şekilde açıklanması gerektiği söylenebilir. Crawford ve Godbey (1987) engelleyici faktörlerin işleyişini yalnızca etkinlik tercihi ve etkinlik katılım ilişkisinin kapsamlı bir biçimde incelenmesiyle algılanabileceğini savunmuştur. Ayrıca Crawford ve Godbey engelleyici faktörlerin yalnızca bir etkinlik tercihi ile o etkinliğe katılım (yapısal engeller) arasında değil, aynı zamanda seçimler ve katılım üzerinde etkisi olduğu düşünülen diğer iki engelleyici faktörün (bireysel ve bireyler arası) de araştırmalarda göz önünde bulundurulması gerektiğini belirtmiştir.

3. YÖNTEM

Bu bölümde çalışma boyunca kullanılan yöntem ele alınmıştır. Çalışmada tercih edilen model, çalışma grubu, verileri toplama araçları, verilerin toplanması ve analizindeki süreçler hakkında açıklamalar bulunmaktadır.

3.1 Araştırmanın Modeli

Fitness katılımcılarının rekreasyonel etkinliklere yönelik serbest zaman ilgilenimi ve algılanan hizmet kalitesi arasındaki ilişkinin incelenmesi üzerine yapılan bu çalışma ilişkisel tarama modeline göre yürütülmüştür. İlişkisel tarama çalışmalarında ortaya konan ilişki, iki değişkenden birisinde gözlemlenen değişimin bir kısmının diğer değişkenden de kaynaklanabileceğini göstermektir (Köklü ve Büyüköztürk, 2000).

3.2 Evren ve Örneklem

Araştırmanın evrenini 2020-2021 yılında Manisa ilinde bulunan çeşitli spor ve fitness merkezlerindeki katılımcılar oluşturmaktadır. Örneklem grubu ise basit seçkisiz örneklem yöntemiyle belirlenmiş olup, 388 kadın ve 649 erkek aktif üye toplamda 1037 katılımcıdan oluşmaktadır. Örneklem grubu belirleme sürecinde katılımcıların sedanter bireylerden oluşması araştırmacı tarafından dikkate alınmıştır. Seçkisiz örnekleme tekniği; örneklem tekniğinin belirlenmesinde tercih edilen yöntemlerden biri olup, belirtilmiş bir evrendeki bütün elemanlara, araştırma grubuna dâhil olmak için birbirlerinden bağımsız bir şekilde eşit olarak şans verir (Özen ve Gül, 2007).

3.3 Veri Toplama Araçları

Araştırmada veri toplama aracı olarak kişisel bilgi formu, serbest zaman ilgilenim ölçeği ve spor-fitness merkezlerinin algılanan hizmet kalitesi ölçeği kullanılmıştır.

3.3.1 Kişisel Bilgi Formu

Kişisel bilgi formu 11 sorudan oluşmaktadır. Bu formda katılımcıların araştırmaya dahil olmak amacıyla tamamen gönüllü olarak yanıtladığı sorular yer almaktadır. Bu soruların

içeriği; cinsiyetiniz, yaşıınız, medeni durumunuz, eğitim durumunuz, mesleğiniz, aylık ortalama hane geliriniz, vücut yapınız, aktif olarak uğraştığınız bir spor dalı (Fitness harici), haftada kaç gün spor merkezine geliyorsunuz, ne kadar süredir egzersiz yapıyorsunuz, fitness merkezine katılma amacınız, olmak üzere katılımcıların demografik bilgilerine ulaşmak amacıyla araştırmacı tarafından hazırlanmış sorulardan oluşmaktadır.

3.3.2 Serbest Zaman İlgilenim Ölçeği

Fitness merkezlerine üye olan bireylerin serbest zaman ilgilenimlerini ölçmeye yönelik ifadelerin yer aldığı Kyle ve diğerleri (2007) tarafından geliştirilen ve Türkçe uyarlaması Gürbüz ve diğerleri (2018) tarafından yapılan “Serbest Zaman İlgilenim Ölçeği-SZİÖ” kullanılmıştır. Serbest Zaman İlgilenim Ölçeği eşit dağılımlı (3'er maddelik) 5 alt boyut ve toplam 15 maddeden oluşmaktadır. Ölçeğin alt boyutları (1) Çekicilik, (2) Önem verme, (3) Sosyal İlişki, (4) Özdeşleşme ve (5) Kendini İfade şeklindedir. 5'li Likert tipindeki ölçekte ifadeler; (1) Kesinlikle Katılmıyorum-(5) Kesinlikle Katılıyorum şeklinde yanıtlanmaktadır. Çalışmamızda kullanılan “Serbest zaman ilgilenim ölçeği” Cronbach Alpha iç tutarlık katsayısı alt boyutlarda sırasıyla; Çekicilik ,986; Önem verme ,977; Sosyal ilişki ,944; Özdeşleşme ,955; Kendini ifade ,869 ve Ölçek puan ortalamasında ,941 olarak tespit edilmiştir.

3.3.3 Spor-Fitness Merkezlerinin Algılanan Hizmet Kalitesi Ölçeği

Bireylerin fitness merkezlerindeki algıladığı hizmet kalitesinin neler olduğunu ortaya koymak amacıyla Uçan (2007) geliştirdiği “Spor-Fitness Merkezlerinin Algılanan Hizmet Kalitesi Ölçeği (SFM-HKÖ)” kullanılmıştır. SFM-HKÖ toplam 31 madde ve Fiziksel Çevre Kalitesi, Ortam Koşulları Kalitesi, Egzersiz Alet-Ekipmanları, Program Kalitesi, Etkileşim Kalitesi ve Çıktı Kalitesi alt boyutlarından oluşan ölçek 5'li likert tipinde hazırlanmış ve puanlanmasında “1- Tamamen katılıyorum” ile “5-Hiç katılmıyorum” şeklinde sıralanmıştır. Çalışmamızda kullanılan “Spor-fitness merkezlerinin algılanan hizmet kalitesi ölçeği” Cronbach Alpha iç tutarlık katsayısı alt boyutlarda sırasıyla; Fiziksel çevre kalitesi ,743; Ortam koşulları kalitesi ,760; Egzersiz alet ekipmanları= ,738; Program kalitesi ,703; Etkileşim kalitesi ,722; Çıktı kalitesi ,710 ve Ölçek puan ortalamasında ,810 olarak tespit edilmiştir.

3.4 Verilerin Analizi

Manisa ilindeki çeşitli spor ve fitness merkezlerine aktif üye katılımcılarına serbest zaman ilgilenim ölçeği ve spor-fitness merkezlerinin algılanan hizmet kalitesi ölçeği uygulanmış ve elde edilen yanıtlardan verilere ulaşılmıştır. Verilerin analizinde SPSS (Statistik Package for Social Sciences) paket programının 26.0 versiyonundan yararlanılmıştır. Katılımcıların cinsiyetiniz, yaşıınız, medeni durumunuz, eğitim durumunuz, mesleğiniz, aylık ortalama hane geliriniz, vücut yapınız, aktif olarak uğraştığınız bir spor dalı (Fitness harici), haftada kaç gün spor merkezine geliyorsunuz, ne kadar süredir egzersiz yapıyorsunuz, fitness merkezine katılma amacınız gibi bağımsız değişkenlerine frekans (f), yüzde (%), aritmetik ortalama ($\bar{x}$) ve standart sapma (SS) dağılımlarını tablolastırmak için tanımlayıcı istatistiklerden faydalanılmıştır.

Verilerin normalliğine bakmak için Kolmogorov Smirnov testi yapılmıştır. Verilerin normal dağılım gösterdiği tespit edildikten sonra parametrik testler uygulanmıştır. Cinsiyet, medeni durum ve aktif olarak uğraştığınız bir spor dalı (Fitness harici) değişkenlerine göre serbest zaman ilgilenim düzeyi ve spor-fitness merkezlerinin algılanan hizmet kalitesi düzeylerinde istatistiksel olarak herhangi bir farklılık oluşturup oluşturmadığını belirlemek amacıyla Independent Samples (t Testi) yapılmıştır.

Katılımcıların yaşıınız, eğitim durumunuz, mesleğiniz, vücut yapınız, haftada kaç gün spor merkezine geliyorsunuz, ne kadar süredir egzersiz yapıyorsunuz, fitness merkezine katılma amacınız değişkenlerine yönelik serbest zaman ilgilenim düzeyi ve spor-fitness merkezlerinin algılanan hizmet kalitesi düzeylerinde istatistiksel olarak anlamlı farklılık oluşturup oluşturmadığını belirlemek için Tek Yönlü Varyans Analizi (One Way ANOVA) testi uygulanmıştır. ANOVA testi sonucunda ortaya çıkan farklılığın yönünü belirlemek için çoklu karşılaştırma testlerinden TUKEY testi kullanılmıştır.

Katılımcıların aylık ortalama hane geliriniz değişkenine yönelik serbest zaman ilgilenim düzeyi ve spor-fitness merkezlerinin algılanan hizmet kalitesi düzeyleri arasındaki ilişkiyi belirlemek ve serbest zaman ilgilenim ölçeği ve spor-fitness merkezlerinin algılanan hizmet kalitesi ölçeği arasındaki belirlemek için Pearson Korelasyon testi yapılmıştır. Uygulanan bütün testlerde güven aralığı (%95) kabul edilmiştir.

4. BULGULAR

Bu bölümde çalışmamızda kullanılan yönteme yer verilmiştir. Çalışmamızda kullanmış olduğumuz model, çalışma grubu, verilerin toplanmasında kullanılan araçlar, veri toplama ve analiz etme süreçlerine yer verilmiştir.

4.1 Demografik Özelliklere Yönelik Bulgular

Bu bölümde katılımcıların cinsiyet, yaş, medeni durum, eğitim durumu, meslek, aylık ortalama hane geliriniz, vücut yapınız, aktif olarak uğraştığınız bir spor dalı, haftada kaç gün spor merkezine geliyorsunuz, ne kadar süredir egzersiz yapıyorsunuz, fitness merkezine katılma amacınız gibi kişisel bilgilerin frekans ve yüzde değerleri ile tanımlayıcı istatistik değerleri tablo haline getirilmiştir.

Tablo 4.1.1. Katılımcıların demografik bilgilerine yönelik tanımlayıcı istatistik sonuçları

Değişkenler		N	%	$\bar{X}$	S
Cinsiyet	Kadın	388	37,4		
	Erkek	649	62,6		
Yaş	18-24	422	40,7		
	25-31	342	33,0		
	32-38	136	13,1		
	39-45	81	7,8		
	46+	56	5,4		
Medeni Durum	Bekar	613	59,1		
	Evli	424	40,9		
Eğitim	İlkokul	34	3,3		
	Ortaokul	48	4,6		
	Lise	201	19,4		
	Üniversite (Ön lisans/Lisans)	634	61,1		
	Lisansüstü (Yüksek Lisans/Doktora)	120	11,6		
Mesleğiniz	Serbest Meslek	150	14,5		
	Özel Sektör	250	24,1		
	Kamu personeli (Devlet)	247	23,8		
	Çalışmıyorum	390	37,6		
Aylık Gelir				7176	2227

Vücut Yapısı	Çok zayıf	41	4		
	Zayıf	306	29,5		
	Normal	466	44,9		
	Kilolu	211	20,3		
	Obez	13	1,3		
Fitness Dışında Aktif Spor Branşı	Var	263	25,4		
	Yok	774	74,6		
Spor Merkezi Kullanma Günü	1-2	28	2,7		
	3-4	966	93,2		
	5+	43	4,1		
Spor Yapma Süresi	0-6 ay	923	89,0		
	7-11 ay	97	9,4		
	12 ay ve üzeri	17	1,6		
Spor Merkezine Katılım Amacı	Sağlıklı olmak	133	12,8		
	Zayıflamak	216	20,8		
	Kilo kontrolü	182	17,6		
	Sosyal çevre kazanmak	44	4,2		
	Vücut geliştirmek	410	39,5		
	Serbest zamanı değerlendirmek	52	5,0		

Tablo 4.1.1 incelendiğinde katılımcıların cinsiyet değişkenine göre dağılımının %37,4'ünün kadın, %62,6'sının erkek olduğu görülmektedir. Yaş değişkenine göre ise katılımcıların %40,7'si 18-24, %33'ü 25-31, %13,1'i 32-38, %7,8'i 39-45 ve %5,4'ü 46 yaş ve üzeridir. Bir başka değişken olan medeni halde ise katılımcıların %59,1'i bekarken, %40,9'u evlidir. Eğitim durumu değişkeninde ise katılımcıların %3,3'ü ilkökul, %4,6'sı ortaokul, %19,4'ü lise, %61,1'i üniversite (lisans/önlisans) ve %11,6'sı (yükseklisans/doktora) lisansüstüdür. Katılımcıların meslek değişkenine göre dağılımına bakıldığında %14,5'i serbest meslek, %24,1'i özel sektör, %23,8'i kamu personeli ve %37,6'sının herhangi bir meslek sahibi olmadığı gözlemlenmektedir. Katılımcıların aylık ortalama hane gelirine bakıldığında ise ortalama ($\bar{x}=7176 \pm 2227$). Vücut yapısı değişkenine göre katılımcıların %4'ü çok zayıf, %29,5'i zayıf, %44,9'u normal, %20,3'ü kilolu ve %1,3'ü obezdir. Fitness dışında başka branşlarda aktif spor yapan katılımcılar %25,4 iken, fitness dışında başka bir spor dalıyla ilgilenmeyen katılımcılar %74,6'dır. Haftada kaç gün spor merkezini kullanıyorsunuz sorusuna katılımcıların %2,7'si 1-2 gün, %93,2'si 3-4 gün ve %4,1'i 5 gün ve üzeri yanıtı vermiştir. Spor merkezinde ne kadar süredir egzersiz yapıyorsunuz sorusuna katılımcıların %89'u 0-6 ay, %9,4'ü 7-11 ay ve %1,6'sı 12 ay ve üzeri yanıtı vermiştir. Son değişken olan spor merkezine katılım amacı sorulan katılımcıların %12,8'i sağlıklı olmak, %20,8'i

zayıflamak, %17,6'sı kilo kontrolü, %4,2'si sosyal çevre kazanmak, %39,5'i vücut geliştirmek ve %5' i serbest zamanı değerlendirmek yanıtını vermiştir.

4.1.2 Ölçek alt boyutlarının Puan Dağılımı

Ölçekler	Alt Boyutlar	Madde Sayısı	$\bar{X}$	Standart Sapma	Basıklık	Çarpıklık	α
SFM-HKÖ	Fiziksel Çevre Kalitesi	7	4,33	,35	1,395	-1,034	,743
	Ortam koşulları kalitesi	3	4,31	,48	,042	-,444	,760
	Egzersiz Alet-Ekipmanları	3	4,41	,45	-,205	-,410	,738
	Program Kalitesi	3	4,41	,42	-,187	-,269	,703
	Etkileşim Kalitesi	10	4,45	,35	1,244	-1,197	,722
	Çıktı Kalitesi	5	4,46	,28	-,263	-,018	,710
	SFM-HKÖ (Puan Ort.)	31	4,40	,15	1,315	-1,214	,810
SZİÖ	Çekicilik	3	3,95	,51	,848	-,100	,986
	Önem Verme	3	3,51	,88	-,796	,328	,977
	Sosyal İlişki	3	3,32	,83	-,485	,319	,944
	Özdeşleşme	3	3,96	,58	,168	-,055	,955
	Kendini İfade	3	3,70	,62	-,488	-,085	,869
	SZİÖ (Puan Ort.)	15	3,69	,54	-,206	-,228	,941

Tablo 4.1.2' ye göre katılımcıların SFM-HKÖ alt faktörlerinden almış oldukları en düşük ortalama (M=4,31) “ortam koşulları kalitesi” ve en yüksek ortalamanın ise (M=4,46) “çıktı kalitesi” olduğu görülmektedir. SZİÖ’ de ise en düşük ortalamanın (M= 3,32) “sosyal ilişki” ve en yüksek ortalamanın (M= 3,96) “özdeşleşme” alt faktöründe olduğu görülmektedir.

4.2 Algılanan Hizmet Kalitesi Ölçeğine Yönelik Bulgular

Tablo 4.2.1 SFM-HKÖ puanlarının cinsiyet değişkenine göre t-testi sonuçları

Alt Boyutlar	Cinsiyet	n	$\bar{X}$	S	sd	t	p
Fiziksel Çevre Kalitesi	Kadın	388	4,29	0,34	1035	-2,536	,011*
	Erkek	649	4,35	0,34			
Ortam koşulları kalitesi	Kadın	388	4,28	0,53		-1,813	,070
	Erkek	649	4,33	0,46			
Egzersiz Alet-Ekipmanları	Kadın	388	4,35	0,45		-3,158	,002*
	Erkek	649	4,44	0,44			
Program Kalitesi	Kadın	388	4,39	0,43		-1,385	,166
	Erkek	649	4,43	0,42			

Etkileşim Kalitesi	Kadın	388	4,45	0,17		
	Erkek	649	4,45	0,18	,312	,755
Çıktı Kalitesi	Kadın	388	4,43	0,28		
	Erkek	649	4,48	0,28	-2,711	,007*
SFM-HKÖ (Puan Ort.)	Kadın	388	4,38	0,15		
	Erkek	649	4,42	0,15	-3,850	,000*

*p<0,05

Tablo 4.2.1 incelendiğinde katılımcıların cinsiyet değişkenine göre SFM-HKÖ alt boyutlarından “Fiziksel Çevre Kalitesi”, “Egzersiz Alet- Ekipmanları”, “Çıktı Kalitesi” ve ölçek puan ortalamasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık gözlemlenmiştir (p<0,05). Sıra ortalama puanları incelendiğinde, oluşan bu farklılık erkek katılımcıların lehine olduğu gözlemlenmiştir. “Ortam koşulları kalitesi”, “Program kalitesi” ve “Etkileşim kalitesi” alt boyutlarında istatistiksel olarak anlamlı bir fark gözlenmemiştir.

Tablo 4.2.2 SFM-HKÖ puanlarının medeni durum değişkenine göre t-testi sonuçları

Alt Boyutlar	Medeni Hal	n	$\bar{X}$	S	sd	t	p
Fiziksel Çevre Kalitesi	Bekar	613	4,33	0,34			
	Evli	424	4,32	0,35		,515	,607
Ortam koşulları kalitesi	Bekar	613	4,32	0,49			
	Evli	424	4,30	0,48		,581	,561
Egzersiz Alet-Ekipmanları	Bekar	613	4,39	0,44			
	Evli	424	4,43	0,47		-1,233	,218
Program Kalitesi	Bekar	613	4,41	0,42			
	Evli	424	4,41	0,43	1035	,126	,900
Etkileşim Kalitesi	Bekar	613	4,46	0,18			
	Evli	424	4,45	0,17		,752	,452
Çıktı Kalitesi	Bekar	613	4,47	0,28			
	Evli	424	4,45	0,30		,854	,394
SFM-HKÖ (Puan Ort.)	Bekar	613	4,41	0,15			
	Evli	424	4,40	0,16		,662	,508

*p<0,05

Tablo 4.2.2 incelendiğinde SFM-HKÖ ölçeği alt boyutları ve puan ortalamalarında katılımcıların medeni durum değişkenine göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık gözlemlenmemiştir.

Tablo 4.2.3 SFM-HKÖ puanlarının aktif spor branşı durum değişkenine göre t-testi sonuçları

Alt Boyutlar	Fitness Harici Spor Branşı	n	$\bar{X}$	S	sd	t	p
Fiziksel Çevre Kalitesi	Var	263	4,35	0,34	1035	1,062	,288
	Yok	774	4,32	0,35			
Ortam koşulları kalitesi	Var	263	4,32	0,48	1035	,289	,773
	Yok	774	4,31	0,49			
Egzersiz Alet-Ekipmanları	Var	263	4,39	0,48	1035	-,817	,414
	Yok	774	4,41	0,44			
Program Kalitesi	Var	263	4,41	0,39	1035	,522	,602
	Yok	774	4,41	0,43			
Etkileşim Kalitesi	Var	263	4,45	0,17	1035	,145	,885
	Yok	774	4,45	0,17			
Çıktı Kalitesi	Var	263	4,45	0,25	1035	-,873	,383
	Yok	774	4,46	0,30			
SFM-HKÖ (Puan Ort.)	Var	263	4,41	0,15	1035	,328	,743
	Yok	774	4,40	0,15			

*p<0,05

Tablo 4.2.3 incelendiğinde fitness haricinde aktif spor branşı değişkenine göre SFM-HKÖ alt boyutları ve puan ortalamalarında istatistiksel olarak anlamlı farklılık gözlemlenmemiştir.

Tablo 4.2.4 SFM-HKÖ puanlarının yaş değişkenine göre ANOVA testi sonuçları

Alt Boyutlar	Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	sd	Kare Ortalaması	F	p	Anlamlı Farklılık
Fiziksel Çevre Kalitesi	Gruplar arası	,620	4	,155	1,266	,282	-
	Gruplar içi	126,321	1032	,122			
	Toplam	126,941	1036				
Ortam koşulları kalitesi	Gruplar arası	1, 043	4	,261	1,090	,360	-
	Gruplar içi	246,966	1032	,239			
	Toplam	248,009	1036				
Egzersiz Alet-Ekipmanları	Gruplar arası	,493	4	,123	,594	,667	-
	Gruplar içi	214,180	1032	,208			
	Toplam	214,673	1036				
Program Kalitesi	Gruplar arası	,520	4	,130	,724	,575	-
	Gruplar içi	185,291	1032	,180			

	Toplam	185,811	1036				
	Gruplar arası	,030	4	,007			
Etkileşim Kalitesi	Gruplar içi	32,503	1032	,031	,238	,917	-
	Toplam	32,533	1036				
	Gruplar arası	,274	4	,068			
Çıktı Kalitesi	Gruplar içi	86,543	1032	,084	,816	,515	-
	Toplam	86,817	1036				
	Gruplar arası	,097	4	,024			
SFM-HKÖ (Puan Ort.)	Gruplar içi	24,491	1032	,024	1,024	,394	-
	Toplam	24,588	1036				

*p<0,05

Tablo 4.2.4 incelendiğinde katılımcıların yaş değişkenine göre SFM-HKÖ alt boyutları ve puan ortalamalarında istatistiksel olarak anlamlı farklılık gözlemlenmemiştir.

Tablo 4.2.5 SFM-HKÖ puanlarının eğitim durumu değişkenine göre ANOVA testi sonuçları

Alt Boyutlar	Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	sd	Kare Ortalaması	F	p	Anlamlı Farklılık
	Gruplar arası	,674	4	,169			
Fiziksel Çevre Kalitesi	Gruplar içi	126,267	1032	,122	1,378	,240	-
	Toplam	126,941	1036				
	Gruplar arası	1,199	4	,300			
Ortam koşulları kalitesi	Gruplar içi	246,810	1032	,239	1,254	,287	-
	Toplam	248,009	1036				
	Gruplar arası	1,436	4	,359			
Egzersiz Alet-Ekipmanları	Gruplar içi	213,237	1032	,207	1,738	,139	-
	Toplam	214,673	1036				
	Gruplar arası	,550	4	,138			
Program Kalitesi	Gruplar içi	185,261	1032	,180	,767	,547	-
	Toplam	185,811	1036				
	Gruplar arası	,209	4	,052			
Etkileşim Kalitesi	Gruplar içi	32,325	1032	,031	1,665	,156	-
	Toplam	32,533	1036				
	Gruplar arası	,205	4	,051			
Çıktı Kalitesi	Gruplar içi	86,612	1032	,084	,610	,655	-
	Toplam	86,817	1036				
	Gruplar arası	,149	4	,037	1,574	,179	-

SFM-HKÖ (Puan Ort.)	Gruplar içi	24,439	1032	,024
	Toplam	24,588	1036	

*p<0,05

Tablo 4.2.5 incelendiğinde katılımcıların eğitim durumu değişkenine göre SFM-HKÖ alt boyutlarında ve puan ortalamalarında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık gözlemlenmemiştir.

Tablo 4.2.6 SFM-HKÖ puanlarının meslek değişkenine göre ANOVA testi sonuçları

Alt Boyutlar	Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	sd	Kare Ortalaması	F	p	Anlamlı Farklılık
Fiziksel Çevre Kalitesi	Gruplar arası	,237	3	,079			
	Gruplar içi	126,704	1033	,123	,643	,588	-
	Toplam	126,941	1036				
Ortam koşulları kalitesi	Gruplar arası	1,596	3	,532			
	Gruplar içi	246,413	1033	,239	2,230	,083	-
	Toplam	248,009	1036				
Egzersiz Alet-Ekipmanları	Gruplar arası	,334	3	,111			
	Gruplar içi	214,339	1033	,207	,537	,657	-
	Toplam	214,673	1036				
Program Kalitesi	Gruplar arası	,875	3	,292			
	Gruplar içi	184,936	1033	,179	1,630	,181	-
	Toplam	185,811	1036				
Etkileşim Kalitesi	Gruplar arası	,012	3	,004			
	Gruplar içi	32,521	1033	,031	,125	,945	-
	Toplam	32,533	1036				
Çıktı Kalitesi	Gruplar arası	,318	3	,106			
	Gruplar içi	86,499	1033	,084	1,266	,285	-
	Toplam	86,817	1036				
SFM-HKÖ (Puan Ort.)	Gruplar arası	,028	3	,009			
	Gruplar içi	24,559	1033	,024	,396	,756	-
	Toplam	24,588	1036				

*p<0,05

Tablo 4.2.6 incelendiğinde katılımcıların meslek değişkenine göre SFM-HKÖ alt boyutlarında ve puan ortalamalarında istatistiksel olarak anlamlı farklılık gözlemlenmemiştir.

Tablo 4.2.7 SFM-HKÖ puanlarının vücut yapısı değişkenine göre ANOVA testi sonuçları

Alt Boyutlar	Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	sd	Kare Ortalaması	F	p	Anlamlı Farklılık
Fiziksel Çevre Kalitesi	Gruplar arası	5,355	4	1,339			1>5, 2>4
	Gruplar içi	121,586	1032	,118	11,363	,000*	3>4, 2>5
	Toplam	126,941	1036				3>5
Ortam koşulları kalitesi	Gruplar arası	3,105	4	,776			
	Gruplar içi	244,904	1032	,237	3,272	,011*	3>5
	Toplam	248,009	1036				
Egzersiz Alet-Ekipmanları	Gruplar arası	1,435	4	,359			
	Gruplar içi	213,239	1032	,207	1,736	,140	-
	Toplam	214,673	1036				
Program Kalitesi	Gruplar arası	,738	4	,185			
	Gruplar içi	185,073	1032	,179	1,029	,391	-
	Toplam	185,811	1036				
Etkileşim Kalitesi	Gruplar arası	,273	4	,068			
	Gruplar içi	32,260	1032	,031	2,185	,069	-
	Toplam	32,533	1036				
Çıktı Kalitesi	Gruplar arası	,357	4	,089			
	Gruplar içi	86,460	1032	,084	1,065	,373	-
	Toplam	86,817	1036				
SFM-HKÖ (Puan Ort.)	Gruplar arası	1,136	4	,284			1>5, 2>4
	Gruplar içi	23,452	1032	,023	12,496	,000*	3>4, 2>5
	Toplam	24,588	1036				3>5,4>5

*p<0,05 1-Çok zayıf, 2- Zayıf, 3- Normal, 4- Kilolu,5-Obez

Tablo 4.2.7 incelendiğinde vücut yapısı değişkenine göre katılımcıların SFM-HKÖ alt boyutlarından “fiziksel çevre kalitesi”, “ortam koşulları kalitesi” ve SFM-HKÖ puan ortalamalarında istatistiksel olarak anlamlı farklılık gözlemlenmiştir (p<0,05). Bu farklılık “fiziksel çevre kalitesi” alt boyutunda çok zayıf ve obez katılımcılar arasında çok zayıf katılımcılar lehinedir, zayıf ve kilolu katılımcılar arasında zayıf katılımcılar lehinedir, normal ve kilolu katılımcılar arasında normal katılımcılar lehinedir, zayıf ve obez katılımcılar arasında zayıf katılımcılar lehinedir, normal ve obez katılımcılar arasında ise normal katılımcılar lehinedir. “Ortam koşulları kalitesi” alt boyutunda normal ve obez katılımcılar arasında normal katılımcılar lehinedir. SFM-HKÖ puan ortalamalarında ise çok zayıf ve obez katılımcılar arasında çok zayıf katılımcılar lehinedir, zayıf ve kilolu

katılımcılar arasında zayıf katılımcılar lehinedir, normal ve kilolu katılımcılar arasında normal katılımcılar lehinedir, zayıf, normal, kilolu ve obez katılımcılar arasında ise zayıf, normal ve kilolu katılımcılar lehinedir. SFM-HKÖ alt boyutlarından “egzersiz alet-ekipmanları”, “program kalitesi”, “etkileşim kalitesi” ve “çıktı kalitesi” nde istatistiksel olarak anlamlı farklılık gözlemlenmemiştir.

Tablo 4.2.8 SFM-HKÖ puanlarının spor merkezi kullanım sıklığı değişkenine ANOVA testi sonuçları

Alt Boyutlar	Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	sd	Kare Ortalaması	F	p	Anlamlı Farklılık
Fiziksel Çevre Kalitesi	Gruplar arası	,987	2	,493			
	Gruplar içi	125,954	1034	,122	4,049	,018*	2>1, 3>1
	Toplam	126,941	1036				
Ortam koşulları kalitesi	Gruplar arası	,009	2	,005			
	Gruplar içi	248,000	1034	,240	,019	,981	-
	Toplam	248,009	1036				
Egzersiz Alet-Ekipmanları	Gruplar arası	,487	2	,244			
	Gruplar içi	214,186	1034	,207	1,177	,309	-
	Toplam	214,673	1036				
Program Kalitesi	Gruplar arası	,061	2	,031			
	Gruplar içi	185,750	1034	,180	,170	,844	-
	Toplam	185,811	1036				
Etkileşim Kalitesi	Gruplar arası	,061	2	,031			
	Gruplar içi	32,472	1034	,031	,978	,377	-
	Toplam	32,533	1036				
Çıktı Kalitesi	Gruplar arası	,111	2	,056			
	Gruplar içi	86,706	1034	,084	,665	,515	-
	Toplam	86,817	1036				
SFM-HKÖ (Puan Ort.)	Gruplar arası	,074	2	,037			
	Gruplar içi	24,513	1034	,024	1,565	,210	-
	Toplam	24,588	1036				

*p<0,05 1=1-2 gün, 2=3-4 gün, 3= 5 gün ve üzeri.

Tablo 4.2.8 incelendiğinde katılımcıların spor merkezi kullanım sıklığı değişkenine göre SFM-HKÖ alt boyutlarından “fiziksel çevre kalitesi” nde istatistiksel olarak anlamlı farklılık gözlemlenmiştir (p<0,05). Bu farklılık 1-2 gün spor merkezini kullanan ve 3-4 gün kullanan katılımcılar arasında 3-4 gün spor merkezini kullanan katılımcılar lehineyken, 1-2 gün spor

merkezini kullanan katılımcılar ve 5 gün ve üzeri spor merkezini kullanan katılımcılar arasında 5 gün ve üzeri spor merkezini kullanan katılımcılar lehinedir. SFM-HKÖ alt boyutları olan “ortam koşulları kalitesi”, “egzersiz alet- ekipmanları”, “program kalitesi”, “etkileşim kalitesi”, “çıkış kalitesi” ve SFM-HKÖ puan ortalamalarında istatistiksel olarak anlamlı farklılık gözlemlenmemiştir.

Tablo 4.2.9 SFM-HKÖ puanlarının spor yapma süresi değişkenine göre ANOVA testi sonuçları

Alt Boyutlar	Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	sd	Kare Ortalaması	F	p	Anlamlı Farklılık
Fiziksel Çevre Kalitesi	Gruplar arası	2,075	2	1,038			
	Gruplar içi	124,865	1034	,121	8,593	,018*	2>1
	Toplam	126,941	1036				
Ortam koşulları kalitesi	Gruplar arası	1,241	2	,621			
	Gruplar içi	246,768	1034	,239	2,601	,075	-
	Toplam	248,009	1036				
Egzersiz Alet- Ekipmanları	Gruplar arası	,784	2	,392			
	Gruplar içi	213,889	1034	,207	1,896	,151	-
	Toplam	214,673	1036				
Program Kalitesi	Gruplar arası	,327	2	,164			
	Gruplar içi	185,484	1034	,179	,912	,402	-
	Toplam	185,811	1036				
Etkileşim Kalitesi	Gruplar arası	,183	2	,092			
	Gruplar içi	32,350	1034	,031	2,926	,054	-
	Toplam	32,533	1036				
Çıktı Kalitesi	Gruplar arası	,377	2	,188			
	Gruplar içi	86,440	1034	,084	2,254	,106	-
	Toplam	86,817	1036				
SFM-HKÖ (Puan Ort.)	Gruplar arası	,576	2	,288			
	Gruplar içi	24,012	1034	,024	12,394	,000*	2>1, 2>3
	Toplam	24,588	1036				

*p<0,05 1=0-6 ay, 2=7-11 ay, 3= 12 ay ve üzeri.

Tablo 4.2.9 incelendiğinde katılımcıların spor yapma süresi değişkenine göre SFM-HKÖ alt boyutlarından “fiziksel çevre kalitesi” ve SFM-HKÖ puan ortalamalarında istatistiksel olarak anlamlı farklılık gözlemlenmiştir (p<0,05). Bu farklılık “fiziksel çevre kalitesi” alt boyutunda 7-11 ay spor yapan katılımcılarla 0-6 ay spor yapan katılımcılar arasında, 7-11 ay spor yapan katılımcılar lehinedir. SFM-HKÖ puan ortalamalarında ise 0-6 ay spor yapan

katılımcılarla 7-11 ay spor yapan katılımcılar arasında, 7-11 ay spor yapan katılımcılar lehinedir, 7-11 ay spor yapan katılımcılarla 12 ay ve üzeri spor yapan katılımcılar arasında, 7-11 ay spor yapan katılımcılar lehinedir. SFM-HKÖ alt boyutları “ortam koşulları kalitesi”, “egzersiz alet-ekipman”, “program kalitesi”, “etkileşim kalitesi” ve “çıktı kalitesi” nde istatistiksel olarak anlamlı farklılık gözlemlenmemiştir.

Tablo 4.2.10 SFM-HKÖ puanlarının fitness merkezine katılım amacı değişkenine göre ANOVA testi sonuçları

Alt Boyutlar	Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	sd	Kare Ortalaması	F	p	Anlamlı Farklılık
Fiziksel Çevre Kalitesi	Gruplar arası	4,858	5	,972	8,205	,000*	1>2, 3>2
	Gruplar içi	122,083	1031	,118			5>2,6>2,
	Toplam	126,941	1036				
Ortam koşulları kalitesi	Gruplar arası	3,150	5	,630	2,653	,022*	4>2, 6>2
	Gruplar içi	244,859	1031	,237			
	Toplam	248,009	1036				
Egzersiz Alet-Ekipmanları	Gruplar arası	2,557	5	,511	2,486	,030*	5>2
	Gruplar içi	212,116	1031	,206			
	Toplam	214,673	1036				
Program Kalitesi	Gruplar arası	3,244	5	,649	3,664	,003*	5>2
	Gruplar içi	182,567	1031	,177			
	Toplam	185,811	1036				
Etkileşim Kalitesi	Gruplar arası	,772	5	,154	5,015	,000*	6>1, 5>2
	Gruplar içi	31,761	1031	,031			
	Toplam	32,533	1036				
Çıktı Kalitesi	Gruplar arası	2,927	5	,585	7,195	,000*	5>1, 5>2
	Gruplar içi	83,890	1031	,081			
	Toplam	86,817	1036				
SFM-HKÖ (Puan Ort.)	Gruplar arası	1,918	5	,384	17,443	,000*	6>1, 5>1, 6>3
	Gruplar içi	22,670	1031	,024			
	Toplam	24,588	1036				

*p<0,05 1-Sağlıklı olmak, 2- Zayıflamak, 3- Kilo kontrolü, 4- Sosyal çevre kazanmak, 5-Vücut geliştirmek, 6-Serbest zamanı değerlendirmek.

Tablo 4.2.10 incelendiğinde katılımcıların fitness merkezine katılım amacı değişkenine göre SFM-HKÖ tüm alt boyutlarında ve SFM-HKÖ puan ortalamalarında istatistiksel olarak anlamlı farklılık gözlemlenmiştir (p<0,05). Bu farklılık “fiziksel çevre kalitesi” alt boyutunda fitness merkezine sağlıklı olmak, zayıflamak, kilo kontrolü, vücut geliştirmek ve

serbest zamanı değerlendirmek isteyen katılımcılar arasında, fitness merkezine katılım amacı sağlıklı olmak, kilo kontrolü, vücut geliştirmek ve serbest zamanı değerlendirmek isteyen katılımcılar lehinedir. Bir diğer alt boyut olan “ortam koşulları kalitesi” nde ise anlamlı farklılık fitness merkezine zayıflamak, vücut geliştirmek ve serbest zamanı değerlendirmek isteyen katılımcılar arasında, vücut geliştirmek ve serbest zamanı değerlendirmek isteyen katılımcılar lehinedir. Diğer alt boyutlardan “egzersiz alet-ekipman” ve “program kalitesi” nde ise anlamlı farklılık fitness merkezine zayıflamak ve vücut geliştirmek için gelen katılımcılar arasında, vücut geliştirmek için gelen katılımcılar lehinedir. “Etkileşim kalitesi” alt boyutunda ise anlamlı farklılık fitness merkezine sağlıklı olmak, kilo kontrolü ve serbest zamanı değerlendirmek için gelen katılımcılar arasında, serbest zamanı değerlendirmek isteyen katılımcılar lehinedir. Fitness merkezine zayıflamak ve vücut geliştirmek için gelen katılımcılar arasında ise anlamlı farklılık vücut geliştirmek için gelen katılımcılar lehinedir. “Çıktı kalitesi” alt boyutunda anlamlı farklılık fitness merkezine sağlıklı olmak, zayıflamak, kilo kontrolü ve vücut geliştirmek için gelen katılımcılar arasında, vücut geliştirmek için gelen katılımcılar lehinedir. SFM-HKÖ puan ortalamalarına bakıldığında anlamlı farklılık fitness merkezine sağlıklı olmak, zayıflamak, kilo kontrolü ve vücut geliştirmek için gelen katılımcılar arasında, vücut geliştirmek için gelen katılımcılar lehinedir. Fitness merkezine sağlıklı olmak, zayıflamak, kilo kontrolü ve serbest zamanı değerlendirmek için gelen katılımcılar arasında serbest zamanı değerlendirmek için gelen katılımcılar lehinedir. Zayıflamak ve sosyal çevre kazanmak için fitness merkezini tercih eden katılımcılar arasında ise anlamlı farklılık sosyal çevre edinmek için gelen katılımcılar lehinedir.

Tablo 4.2.11 Gelir ve SFM-HKÖ arasındaki korelasyon testi sonuçları

		FÇK	OKK	EAE	PK	EK	ÇK	SFM-HKÖ
Gelir	r	-,006	-,077*	-,005	-,036	,071*	-,002	-,012
	p	,837	,013	,874	,249	,022	,953	,698

*p<0,05 FÇK: Fiziksel Çevre Kalitesi OKK: Ortam Koşulları Kalitesi EAE: Egzersiz Alet-Ekipmanları PK: Program Kalitesi EK: Etkileşim Kalitesi ÇK: Çıktı Kalitesi

Tablo 4.2.11 incelendiğinde katılımcıların gelir düzeyi değişkeni ve SFM-HKÖ arasındaki ilişkiyi belirlemek için Pearson Korelasyon testi yapılmıştır. Testten elde edilen sonuçlara göre “ortam koşulları kalitesi” alt boyutunda negatif yönlü düşük düzey ve “etkileşim kalitesi” alt boyutunda pozitif yönlü düşük düzeyde anlamlı bir ilişki gözlemlenmiştir (p<0,05). SFM-HKÖ alt boyutlarından “fiziksel çevre kalitesi”, egzersiz alet-ekipman”,

“program kalitesi”, “çıktı kalitesi” ve SFM-HKÖ puan ortalamalarında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki tespit edilmemiştir.

4.3 Serbest Zaman İlgilenim Ölçeğine Yönelik Bulgular

Tablo 4.3.1 SZİÖ puanlarının cinsiyet değişkenine göre t-testi sonuçları

Alt Boyutlar	Cinsiyet	n	$\bar{X}$	S	sd	t	p
Çekicilik	Kadın	388	3,84	0,42	1035	-4,971	,000*
	Erkek	649	4,01	0,54			
Önem Verme	Kadın	388	3,18	0,70		-9,738	,000*
	Erkek	649	3,71	0,92			
Sosyal İlişki	Kadın	388	3,48	0,83		4,544	,000*
	Erkek	649	3,23	0,82			
Özdeşleşme	Kadın	388	3,82	0,51		-6,208	,000*
	Erkek	649	4,04	0,60			
Kendini İfade	Kadın	388	3,84	0,60		5,671	,000*
	Erkek	649	3,62	0,62			
SZİÖ (Puan Ort.)	Kadın	388	3,63	0,49		-2,590	,007*
	Erkek	649	3,72	0,57			

*p<0,05

Tablo 4.3.1 incelendiğinde katılımcıların cinsiyet değişkenine göre SZİÖ alt boyutlarına bakıldığında tüm alt boyutlarda ve puan ortalamalarında istatistiksel olarak anlamlı farklılık gözlemlenmiştir (p<0,05). Sıra ortalama puanları incelendiğinde, oluşan bu farklılık “Çekicilik”, “Önem verme”, “Özdeşleşme” ve puan ortalamalarında erkek katılımcıların lehineyken, “Sosyal ilişki” ve “Kendini ifade” alt boyutlarında kadın katılımcıların lehine olduğu gözlemlenmiştir.

Tablo 4.3.2 SZİÖ puanlarının medeni durum değişkenine göre t-testi sonuçları

Alt Boyutlar	Medeni Hal	n	$\bar{X}$	S	sd	t	p
Çekicilik	Bekar	613	3,96	0,51	1035	,881	,379
	Evli	424	3,93	0,50			
Önem Verme	Bekar	613	3,56	0,91		2,024	,043*
	Evli	424	3,44	0,84			
Sosyal İlişki	Bekar	613	3,40	0,84		3,462	,001*
	Evli	424	3,22	0,80			
Özdeşleşme	Bekar	613	3,97	0,60		,713	,476

	Evli	424	3,94	0,55		
	Bekar	613	3,72	0,63		
Kendini İfade	Evli	424	3,67	0,62	1,083	,279
	Bekar	613	3,72	0,56		
SZİÖ (Puan Ort.)	Evli	424	3,64	0,52	2,272	,023*

*p<0,05

Tablo 4.3.2 incelendiğinde medeni durum değişkenine göre SZİÖ’ inde bulunan “önem verme” ve “sosyal ilişki” alt boyutlarında, ayrıca SZİÖ puan ortalamalarında istatistiksel olarak anlamlı farklılık gözlemlenmiştir (p<0,05). Sıra ortalama puanları incelendiğinde, oluşan bu farklılığın bekar katılımcılar lehine olduğu gözlemlenmiştir. SZİÖ diğer alt boyutları olan “çekicilik”, “özdeşleşme” ve “kendini ifade” de medeni durum değişkenine göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık gözlemlenmemiştir.

Tablo 4.3.3 SZİÖ puanlarının aktif spor branşı durum değişkenine göre t-testi sonuçları

Alt Boyutlar	Fitness Harici Spor Branşı	n	$\bar{X}$	S	sd	t	p
Çekicilik	Var	263	4,11	0,42	1035	6,132	,000*
	Yok	774	3,89	0,52			
Önem Verme	Var	263	3,80	0,87		6,188	,000*
	Yok	774	3,41	0,86			
Sosyal İlişki	Var	263	3,51	0,81		4,315	,000*
	Yok	774	3,26	0,83			
Özdeşleşme	Var	263	4,15	0,51		6,198	,000*
	Yok	774	3,89	0,59			
Kendini İfade	Var	263	3,90	0,53		6,219	,000*
	Yok	774	3,63	0,64			
SZİÖ (Puan Ort.)	Var	263	3,90	0,46		7,269	,000*
	Yok	774	3,62	0,55			

*p<0,05

Tablo 4.3.3 incelendiğinde fitness haricinde aktif spor branşı değişkenine göre SZİÖ tüm alt boyutları ve puan ortalamalarında istatistiksel olarak anlamlı farklılık gözlemlenmiştir (p<0,05). Sıra ortalama puanları incelendiğinde, oluşan bu farklılığın fitness dışında diğer bir spor branşını daha sürdüren katılımcılar lehine olduğu gözlemlenmiştir.

Tablo 4.3.4 SZİÖ puanlarının yaş değişkenine ANOVA testi sonuçları

Alt Boyutlar	Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	sd	Kare Ortalaması	F	p	Anlamlı Farklılık
Çekicilik	Gruplar arası	1,014	4	,253			
	Gruplar içi	271,034	1032	,263	,965	,260	-
	Toplam	272,047	1036				
Önem Verme	Gruplar arası	4,880	4	1,220			
	Gruplar içi	808,531	1032	,783	1,557	,840	-
	Toplam	813,410	1036				
Sosyal İlişki	Gruplar arası	6,598	4	1,650			
	Gruplar içi	717,050	1032	,695	2,374	,051	-
	Toplam	723,649	1036				
Özdeşleşme	Gruplar arası	1,139	4	,285			
	Gruplar içi	353,159	1032	,342	,832	,505	-
	Toplam	354,299	1036				
Kendini İfade	Gruplar arası	2,013	4	,503			
	Gruplar içi	405,606	1032	,393	1,281	,276	-
	Toplam	407,619	1036				
SZİÖ (Puan Ort.)	Gruplar arası	1,910	4	,477			
	Gruplar içi	309,467	1032	,300	1,592	,174	-
	Toplam	311,376	1036				

*p<0,05

Tablo 4.3.4 incelendiğinde katılımcıların yaş değişkenine göre SZİÖ alt boyutları ve puan ortalamalarında istatistiksel olarak anlamlı farklılık gözlemlenmemiştir.

Tablo 4.3.5 SZİÖ puanlarının eğitim durumu değişkenine göre ANOVA testi sonuçları

Alt Boyutlar	Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	sd	Kare Ortalaması	F	p	Anlamlı Farklılık
Çekicilik	Gruplar arası	1,929	4	,482			
	Gruplar içi	270,118	1032	,262	1,843	,118	-
	Toplam	272,047	1036				
Önem Verme	Gruplar arası	4,071	4	1,018			
	Gruplar içi	809,339	1032	,784	1,298	,269	-
	Toplam	813,410	1036				
Sosyal İlişki	Gruplar arası	1,263	4	,316			
	Gruplar içi	722,385	1032	,700	,451	,772	-
	Toplam	723,649	1036				
Özdeşleşme	Gruplar arası	1,580	4	,395			
	Gruplar içi	352,719	1032	,342	1,155	,329	-

	Toplam	354,299	1036				
Kendini İfade	Gruplar arası	,886	4	,221			
	Gruplar içi	406,734	1032	,394	,562	,690	-
	Toplam	407,619	1036				
SZİÖ (Puan Ort.)	Gruplar arası	1,386	4	,346			
	Gruplar içi	309,991	1032	,300	1,153	,330	-
	Toplam	311,376	1036				

*p<0,05

Tablo 4.3.5 incelendiğinde katılımcıların eğitim durumu değişkenine göre SZİÖ alt boyutları ve puan ortalamalarında istatistiksel olarak anlamlı farklılık gözlemlenmemiştir.

Tablo 4.3.6 SZİÖ puanlarının Meslek değişkenine göre ANOVA testi sonuçları

Alt Boyutlar	Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	sd	Kare Ortalaması	F	p	Anlamlı Farklılık
Çekicilik	Gruplar arası	,688	3	,229			
	Gruplar içi	271,359	1033	,263	,874	,454	-
	Toplam	272,047	1036				
Önem Verme	Gruplar arası	2,272	3	,757			
	Gruplar içi	811,138	1033	,785	,965	,409	-
	Toplam	813,410	1036				
Sosyal İlişki	Gruplar arası	5,801	3	1,934			
	Gruplar içi	717,848	1033	,694	2,783	,040*	4>1
	Toplam	723,649	1036				
Özdeşleşme	Gruplar arası	,660	3	,220			
	Gruplar içi	353,639	1033	,342	,643	,588	-
	Toplam	354,299	1036				
Kendini İfade	Gruplar arası	6,376	3	2,125			3>1
	Gruplar içi	401,243	1033	,388	5,472	,001	4>1
	Toplam	407,619	1036				
SZİÖ (Puan Ort.)	Gruplar arası	1,487	3	,496			
	Gruplar içi	309,890	1033	,300	1,652	,176	-
	Toplam	311,376	1036				

*p<0,05 1-Serbest meslek, 2-Özel sektör, 3-Kamu Personeli (Devlet), 4- Çalışmıyor.

Tablo 4.3.6 incelendiğinde meslek değişkenine göre katılımcıların SZİÖ alt boyutlarından “sosyal ilişki” ve kendini ifade” de istatistiksel olarak anlamlı farklılık gözlemlenmiştir (p<0,05). Bu farklılık “sosyal ilişki” alt boyutunda çalışmayan katılımcılar ve serbest meslek sahibi katılımcılar arasında, çalışmayan katılımcılar lehinedir. Diğer istatistiksel olarak

anlamli farklılığın bulunduğu alt boyut olan “kendini ifade” de kamu personeli ve çalışmayan katılımcılarla serbest meslek sahibi katılımcılar arasındadır. Bu farklılık kamu personeli ve çalışmayan katılımcıların lehinedir. Diğer yandan “çekicilik”, “önem verme”, “özdeşleşme” alt boyutları ve SZİÖ puan ortalamalarında istatistiksel olarak anlamli farklılık gözlemlenmemiştir.

Tablo 4.3.7 SZİÖ puanlarının vücut yapısı değişkenine göre ANOVA testi sonuçları

Alt Boyutlar	Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	sd	Kare Ortalaması	F	p	Anlamli Farklılık
Çekicilik	Gruplar arası	58,903	4	14,726			1>4, 1>5, 2>4
	Gruplar içi	213,145	1032	,207	71,299	,000*	2>5, 3>4, 3>5,
	Toplam	272,047	1036				4>5
Önem Verme	Gruplar arası	98,125	4	24,531			1>4, 1>5, 2>4
	Gruplar içi	715,285	1032	,693	35,393	,000*	2>5, 3>4, 3>5,
	Toplam	813,410	1036				3>2
Sosyal İlişki	Gruplar arası	86,292	4	21,573			1>2, 1>3, 1>4
	Gruplar içi	637,357	1032	,618	34,931	,000*	1>5,2>4, 2>5
	Toplam	723,649	1036				3>4, 3>5
Özdeşleşme	Gruplar arası	52,371	4	13,093			1>4, 1>5, 3>2
	Gruplar içi	301,927	1032	,293	44,752	,000*	2>4, 2>5, 3>4
	Toplam	354,299	1036				3>5
Kendini İfade	Gruplar arası	66,994	4	16,748			1>2, 1>3, 1>4
	Gruplar içi	340,625	1032	,330	50,743	,000*	1>5,2>4, 2>5
	Toplam	407,619	1036				3>4, 3>5
SZİÖ (Puan Ort.)	Gruplar arası	67,993	4	16,998			1>2, 1>4, 1>5
	Gruplar içi	243,383	1032	,236	72,077	,000*	2>4, 2>5, 3>4
	Toplam	311,376	1036				3>5

*p<0,05 1-Çok zayıf, 2- Zayıf, 3- Normal, 4- Kilolu, 5- Obez

Tablo 4.3.7 incelendiğinde katılımcıların vücut yapısı değişkenine göre SZİÖ alt boyutları ve puan ortalamalarında istatistiksel olarak anlamli farklılık gözlemlenmiştir (p<0,05). Bu farklılık “çekicilik” alt boyutunda vücut yapısı çok zayıf, kilolu ve obez katılımcılar arasında, çok zayıf katılımcılar lehinedir. Vücut yapısı zayıf, kilolu ve obez katılımcılar arasında, zayıf katılımcılar lehinedir. Vücut yapısı normal, kilolu ve obez katılımcılar arasında, vücut yapısı normal olan katılımcılar lehinedir. Kilolu ve obez vücut yapısına sahip olan katılımcılar arasındaki farklılık vücut yapısı kilolu olan katılımcıların lehinedir. Bir

diğer alt boyut olan “önem verme” de vücut yapısı çok zayıf, kilolu ve obez olan katılımcılar arasındaki anlamlı farklılık, vücut yapısı çok zayıf olan katılımcılar lehinedir. Vücut yapısı zayıf, kilolu ve obez olan katılımcılar arasındaki farklılık, zayıf olan katılımcılar lehinedir. Vücut yapısı normal, kilolu ve obez olan katılımcılar arasında farklılık normal olan katılımcılar lehinedir. Vücut yapısı zayıf ve normal olan katılımcıların arasındaki farklılık ise normal olan katılımcıların lehinedir. “Sosyal ilişki” alt boyutunda ise vücut yapısı çok zayıf, zayıf, normal, kilolu ve obez olan katılımcılar arasındaki farklılık, vücut yapısı çok zayıf olan katılımcılar lehinedir. Vücut yapısı zayıf, kilolu ve obez olan katılımcılar arasındaki farklılık, zayıf katılımcılar lehinedir. Vücut yapısı normal, kilolu ve obez olan katılımcılar arasındaki farklılık ise vücut yapısı normal olan katılımcılar lehinedir. “Özdeşleşme” alt boyutunda ise vücut yapısı çok zayıf, kilolu ve obez olan katılımcılar arasındaki farklılık, çok zayıf katılımcılar lehinedir. Vücut yapısı zayıf, kilolu ve obez olan katılımcılar arasındaki farklılık zayıf olan katılımcılar lehinedir. Vücut yapısı zayıf, normal, kilolu ve obez olan katılımcılar arasındaki farklılık ise vücut yapısı normal olan katılımcılar lehinedir. “Kendini ifade” alt boyutunda ise vücut yapısı çok zayıf, zayıf, normal, kilolu ve obez olan katılımcılar arasındaki farklılık, vücut yapısı çok zayıf olan katılımcılar lehinedir. Vücut yapısı zayıf, kilolu ve obez olan katılımcılar arasındaki farklılık, vücut yapısı zayıf olan katılımcılar lehinedir. Vücut yapısı normal, kilolu ve obez olan katılımcılar arasındaki farklılık ise farklılık vücut yapısı normal olan katılımcılar lehinedir.

Tablo 4.3.8 SZİÖ puanlarının spor merkezi kullanım sıklığı değişkenine göre ANOVA testi sonuçları

Alt Boyutlar	Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	sd	Kare Ortalaması	F	p	Anlamlı Farklılık
Çekicilik	Gruplar arası	4,044	2	2,022	7,802	,000*	2>1, 3>1, 3>2
	Gruplar içi	268,003	1034	,259			
	Toplam	272,047	1036				
Önem Verme	Gruplar arası	22,011	2	11,006	14,379	,000*	2>1, 3>1, 3>2
	Gruplar içi	791,399	1034	,765			

	Toplam	813,410	1036				
	Gruplar arası	5,345	2	2,672			
Sosyal İlişki	Gruplar içi	718,304	1034	,695	3,847	,022*	3>2
	Toplam	723,649	1036				
	Gruplar arası	2,631	2	1,315			
Özdeşleşme	Gruplar içi	351,668	1034	,340	3,868	,021*	3>1
	Toplam	354,299	1036				
	Gruplar arası	1,871	2	,935			
Kendini İfade	Gruplar içi	405,748	1034	,392	2,384	,093	-
	Toplam	407,619	1036				
	Gruplar arası	5,431	2	2,715			
SZİÖ (Puan Ort.)	Gruplar içi	305,946	1034	,296	9,177	,000*	3>1, 3>2
	Toplam	311,376	1036				

*p<0,05 1=1-2 gün, 2=3-4 gün, 3= 5 gün ve üzeri.

Tablo 4.3.8 incelendiğinde katılımcıların spor merkezi kullanım sıklığı değişkenine göre SZİÖ alt boyutları “çekicilik”, “önem verme”, “sosyal ilişki”, “özdeşleme” ve SZİÖ puan ortalamalarında istatistiksel olarak anlamlı farklılık gözlemlenmiştir (p<0,05). Bu farklılık “çekicilik” alt boyutunda spor merkezini 1-2 gün kullanan katılımcılarla 3-4 gün kullanan katılımcılar arasında, spor salonunu 3-4 gün kullanan katılımcılar lehinedir, 5 gün ve üzeri kullanan katılımcılarla 1-2 gün kullanan katılımcılar arasında 5 gün ve üzeri kullanan katılımcılar lehineyken, 5 gün ve üzeri kullanan katılımcılarla 3-4 gün kullanan katılımcılar arasında 5 gün ve üzeri kullanan katılımcılar lehinedir. “Önem verme” alt boyutunda da sonuç “çekicilik” alt boyutuyla aynıdır. “Sosyal ilişki” alt boyutunda anlamlı farklılık 5 gün ve üzeri kullanan katılımcılarla 3-4 gün kullanan katılımcılar arasında, 5 gün ve üzeri kullanan katılımcılar lehinedir. “Özdeşleşme” alt boyutunda anlamlı farklılık 5 gün ve üzeri kullanan katılımcılarla 1-2 gün kullanan katılımcılar arasında, 5 gün ve üzeri kullanan katılımcılar lehinedir. SZİÖ puan ortalamalarında anlamlı farklılık 5 gün ve üzeri kullanan katılımcılar ile 1-2 gün kullanan katılımcılar arasında, 5 gün ve üzeri kullanan katılımcılar lehineyken, 5 gün ve üzeri kullanan katılımcılarla 3-4 gün kullanan katılımcılar arasında 5 gün ve üzeri kullanan katılımcılar lehinedir. SZİÖ “kendini ifade” alt boyutunda istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık gözlemlenmemiştir.

Tablo 4.3.9 SZİÖ puanlarının spor yapma süresi değişkenine göre ANOVA testi sonuçları

Alt Boyutlar	Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	sd	Kare Ortalaması	F	p	Anlamlı Farklılık
Çekicilik	Gruplar arası	9,633	2	4,817			
	Gruplar içi	262,414	1034	,254	18,980	,000*	2>1, 2>3
	Toplam	272,047	1036				
Önem Verme	Gruplar arası	26,909	2	13,454			
	Gruplar içi	786,502	1034	,761	17,688	,000*	2>1, 2>3
	Toplam	813,410	1036				
Sosyal İlişki	Gruplar arası	2,106	2	1,053			
	Gruplar içi	721,542	1034	,698	1,509	,222	-
	Toplam	723,649	1036				
Özdeşleşme	Gruplar arası	12,043	2	6,021			
	Gruplar içi	342,256	1034	,331	18,191	,000*	2>1, 2>3
	Toplam	354,299	1036				
Kendini İfade	Gruplar arası	8,567	2	4,284			
	Gruplar içi	399,052	1034	,386	11,099	,000*	2>1, 2>3
	Toplam	407,619	1036				
SZİÖ (Puan Ort.)	Gruplar arası	9,706	2	4,853			
	Gruplar içi	301,670	1034	,292	16,634	,000*	2>1, 2>3
	Toplam	311,376	1036				

*p<0,05 1=0-6 ay, 2=7-11 ay, 3= 12 ay ve üzeri.

Tablo 4.3.9 incelendiğinde katılımcıların spor yapma süresi değişkenine göre SZİÖ alt boyutlarından “sosyal ilişki” alt boyutu hariç tüm alt boyutlar ve SZİÖ puan ortalamalarında istatistiksel olarak anlamlı farklılık gözlemlenmiştir (p<0,05). Bu farklılık SZİÖ alt boyutları ve puan ortalamalarında 7-11 ay spor yapan katılımcıların lehinedir. SZİÖ alt boyutu olan “sosyal ilişki” de ise istatistiksel olarak anlamlı farklılık gözlemlenmemiştir.

Tablo 4.3.10 SZİÖ puanlarının fitness merkezine katılım amacı değişkenine göre ANOVA testi sonuçları

Alt Boyutlar	Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	sd	Kare Ortalaması	F	p	Anlamlı Farklılık
Çekicilik	Gruplar arası	82,234	5	16,447			1>2, 5>1, 3>2
	Gruplar içi	189,813	1031	,184	89,333	,000*	4>2, 5>2, 5>3
	Toplam	272,047	1036				5>4, 5>6
Önem Verme	Gruplar arası	252,072	5	50,414			1>2, 4>1, 5>1
	Gruplar içi	561,339	1031	,544	92,595	,000*	3>2, 4>6, 5>6

	Toplam	813,410	1036				6>2, 4>3, 5>3,
	Gruplar arası	106,863	5	21,373			1>2, 3>1, 4>1
Sosyal İlişki	Gruplar içi	616,785	1031	,598	35,726	,000*	5>1, 4>3, 4>5
	Toplam	723,649	1036				4>6
	Gruplar arası	90,247	5	18,049			1>2, 4>1, 5>1
Özdeşleşme	Gruplar içi	264,051	1031	,256	70,475	,000*	3>2, 6>2, 4>3
	Toplam	354,299	1036				5>3, 4>6, 5>6
	Gruplar arası	67,621	5	13,524			1>2, 3>1, 4>1
Kendini İfade	Gruplar içi	339,998	1031	,330	41,010	,000*	4>5, 4>6
	Toplam	407,619	1036				
SZİÖ	Gruplar arası	94,064	5	18,813			1>2, 4>1, 5>1
(Puan Ort.)	Gruplar içi	217,313	1031	,211	89,254	,000*	4>3, 5>3, 4>6
	Toplam	311,376	1036				5>6

*p<0,05 1-Sağlıklı olmak, 2- Zayıflamak, 3- Kilo kontrolü, 4- Sosyal çevre kazanmak, 5-Vücut geliştirmek, 6-Serbest zamanı değerlendirmek.

Tablo 4.3.10 incelendiğinde katılımcıların fitness merkezine katılım amacı değişkenine göre SZİÖ tüm alt boyutlarında ve puan ortalamalarında istatistiksel olarak anlamlı farklılık gözlemlenmiştir (p<0,05). Bu farklılık sırasıyla “çekicilik” alt boyutunda fitness merkezine sağlıklı olmak, zayıflamak, kilo kontrolü, sosyal çevre kazanmak, vücut geliştirmek ve serbest zamanı değerlendirmek için gelen katılımcılar arasında, vücut geliştirmek için gelen katılımcılar lehinedir. Fitnes merkezine sağlıklı olmak, zayıflamak, kilo kontrolü ve sosyal çevre kazanmak için gelen katılımcılar arasında, sağlıklı olmak, kilo kontrolü ve sosyal çevre kazanmak için gelen katılımcılar lehinedir. Bir sonraki alt boyut olan “önem verme” de fitness merkezine sağlıklı olmak, zayıflamak, kilo kontrolü ve serbest zamanı değerlendirmek için gelen katılımcılar arasında, anlamlı farklılık sağlıklı olmak, kilo kontrolü ve serbest zamanı değerlendirmek için gelen katılımcıların lehinedir. Fitness merkezine sağlıklı olmak, kilo kontrolü, sosyal çevre kazanmak ve serbest zamanı değerlendirmek için gelen katılımcılar arasında ise anlamlı farklılık sosyal çevre kazanmak için gelen katılımcılar lehinedir. Fitnes merkezine sağlıklı olmak, kilo kontrolü, vücut geliştirmek ve serbest zamanı değerlendirmek için gelen katılımcılar arasında anlamlı farklılık vücut geliştirmek için gelen katılımcılar lehinedir. “Sosyal ilişki” alt boyutunda ise fitness merkezine sağlıklı olmak ve zayıflamak için gelen katılımcılar arasında anlamlı farklılık sağlıklı olmak için gelen katılımcılar lehinedir. Fitness merkezine sağlıklı olmak, kilo kontrolü ve vücut geliştirmek için gelen katılımcılar arasında anlamlı farklılık kilo kontrolü ve vücut geliştirmek için gelen katılımcılar lehinedir. Fitness merkezine sağlıklı

olmak, kilo kontrolü, sosyal çevre kazanmak, vücut geliştirmek ve serbest zamanı değerlendirmek için gelen katılımcılar arasında anlamlı farklılık sosyal çevre kazanmak için gelen katılımcılar lehinedir. “Özdeşleşme” alt boyutunda fitness merkezine sağlıklı olmak, zayıflamak, kilo kontrolü ve serbest zamanı değerlendirmek için gelen katılımcılar arasında anlamlı farklılık sağlıklı olmak, kilo kontrolü ve serbest zamanı değerlendirmek için gelen katılımcılar lehinedir. Fitness merkezine sağlıklı olmak, kilo kontrolü, sosyal çevre kazanmak ve serbest zamanı değerlendirmek için gelen katılımcılar arasında anlamlı farklılık sosyal çevre kazanmak için gelen katılımcılar lehinedir. Fitness merkezine sağlıklı olmak, kilo kontrolü, vücut geliştirmek ve serbest zamanı değerlendirmek için gelen katılımcılar arasında anlamlı farklılık vücut geliştirmek için gelen katılımcılar lehinedir. “Kendini ifade” alt boyutunda fitness merkezine sağlıklı olmak ve zayıflamak için gelen katılımcılar arasında anlamlı farklılık sağlıklı olmak için gelen katılımcılar lehinedir. Fitness merkezine sağlıklı olmak ve kilo kontrolü için gelen katılımcılar arasında anlamlı farklılık kilo kontrolü için gelen katılımcılar lehinedir. Fitness merkezine sağlıklı olmak, sosyal çevre kazanmak, vücut geliştirmek ve serbest zamanı değerlendirmek için gelen katılımcılar arasında anlamlı farklılık sosyal çevre kazanmak için gelen katılımcılar lehinedir. SZİÖ puan ortalamalarında fitness merkezine sağlıklı olmak ve zayıflamak için gelen katılımcılar arasında anlamlı farklılık sağlıklı olmak için gelen katılımcılar lehinedir. Fitness merkezine sağlıklı olmak, kilo kontrolü, sosyal çevre kazanmak ve serbest zamanı değerlendirmek için gelen katılımcılar arasında anlamlı farklılık sosyal çevre kazanmak için gelen katılımcılar lehinedir. Fitness merkezine sağlıklı olmak, kilo kontrolü, vücut geliştirmek ve serbest zamanı değerlendirmek için gelen katılımcılar arasında ise anlamlı farklılık vücut geliştirmek için gelen katılımcılar lehinedir.

Tablo 4.3.11 Gelir ve SZİÖ arasındaki korelasyon testi sonuçları

		Çekicilik	Önem Verme	Sosyal İlişki	Özdeşleşme	Kendini İfade	SZİÖ
Gelir	r	-,020	-,055	,003	,007	,063*	-,005
	p	,511	,075	,919	,833	,042	,876

*p<0,05

Tablo 4.3.11 incelendiğinde katılımcıların gelir düzeyi değişkeni ve SZİÖ arasındaki ilişkiyi belirlemek için Pearson Korelasyon testi yapılmıştır. Testten elde edilen sonuçlara göre “kendini ifade” alt boyutunda pozitif yönlü düşük düzeyde anlamlı bir ilişki gözlemlenmiştir (p<0,05). “Çekicilik”, “önem verme”, “sosyal ilişki”, “özdeşleşme” ve SZİÖ puan ortalamalarında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki tespit edilmemiştir.

4.4 Serbest Zaman İlgilenim ve Algılanan Hizmet Kalitesi Arasındaki İlişkiye Yönelik Bulgu

Tablo 4.4.1 SZİÖ ve SFM-HKÖ arasındaki korelasyon testi sonucu

		FÇK	OKK	EAE	PK	EK	ÇK	SFM-HKÖ
Çekicilik	r	,208**	-,028	,085**	,090**	,081**	,174**	,229**
	p	,000	,370	,006	,004	,009	,000	,000
Önem Verme	r	,163**	,017	,133**	,076*	,080**	,150**	,222**
	p	,000	,576	,000	,014	,010	,000	,000
Sosyal İlişki	r	,074*	-,053	-,003	,066*	,075*	,117**	,102**
	p	,000	,086	,928	,032	,016	,000	,001
Özdeşleşme	r	,224**	,000	,095**	,090**	,107**	,189**	,263**
	p	,000	,990	,002	,004	,001	,000	,000
Kendini İfade	r	,136**	-,028	,052	,105**	,112**	,145**	,190**
	p	,000	,376	,092	,001	,000	,000	,000
SZİÖ	r	,193**	-,022	,090**	,105**	,112**	,190**	,245**
	p	,000	,474	,004	,001	,000	,000	,000

**p<0,01 FÇK: Fiziksel Çevre Kalitesi OKK: Ortam Koşulları Kalitesi EAE: Egzersiz Alet-Ekipmanları PK: Program Kalitesi EK: Etkileşim Kalitesi ÇK: Çıktı Kalitesi

Tablo 4.4.1 incelendiğinde SFM-HKÖ ve SZİÖ arasındaki ilişkiyi tespit etmek için yapılan Pearson Korelasyon testi sonucunda, ölçekler arasında düşük düzeyde pozitif yönlü bir ilişki tespit edilmiştir (p<0,01).

5. TARTIŞMA, SONUÇ ve ÖNERİLER

Bu bölümde araştırmada yer alan demografik bilgi formunda bulunan cinsiyetiniz, yaşıınız, medeni durumunuz, eğitim durumunuz, mesleğiniz, aylık ortalama hane geliriniz, vücut yapınız, aktif olarak uğraştığınız bir spor dalı, haftada kaç gün spor merkezine geliyorsunuz, ne kadar süredir egzersiz yapıyorsunuz ve fitness merkezine katılma amacınız sorularına verilen yanıtlar doğrultusunda katılımcıların serbest zaman ilgilenim ve algılanan hizmet kalitesi düzeylerine yönelik bulgular tartışılmış, sonuç ve önerilere yer verilmiştir.

5.1 Tartışma

Bu bölümde katılımcıların demografik bilgilerinden yararlanılarak SFM-HKÖ ve SZİÖ bulgularına yönelik değerlendirmeler yer alacaktır.

5.1.1 Algılanan Hizmet Kalitesine İlişkin Bulguların Değerlendirilmesi

Bireylerin gözünden bakıldığında cinsiyet kavramı hayata adım atılan ilk yıldan itibaren toplumsal bir kategoriye dönüşerek anlam kazanmaya başlar. Zamanla bireyin dünyasında biyolojik cinsiyeti temel alan bir bakış açısının, görüşün veya yaşam tarzının oluşturulduğu gözlemlenmektedir (Cangöz, 2013). Dolayısıyla cinsiyet faktörünün yaşam süreci içerisinde çeşitli alanlarda farklı görüşlere yol açabileceğinden söz edilebilir. Tablo 4.2.1 incelendiğinde katılımcıların cinsiyet değişkenine göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık gözlemlenmiştir. Sıra ortalama puanları incelendiğinde, oluşan bu farklılık erkek katılımcıların lehine olduğu gözlemlenmiştir. Çalışmamızla paralellik gösteren Lee, Kim, Ko ve Sagas (2011) golf kulübü üyeleri ile Üzümlü, Yeşiladağ, Karlı, Ünlü, Parlar, Çokpartal ve Tekin (2016) kamu ve özel spor merkezlerinde cinsiyet değişkeni açısından erkek katılımcıların kadınlara göre hizmet kalitesi düzeyleri ile anlamlı fark olduğu gözlemlenmiştir. Çalışmamızdan farklı olarak Yerlisu Lapa ve Baştaç (2012) fitness merkezlerine, Özsarı, Fişekçioğlu ve Altın (2017) gençlik merkezi faaliyetlerine katılan tüketicilere yönelik çalışmalarında kadın katılımcıların erkeklere göre anlamlı farklılık gösterdiğini gözlemlenmişlerdir. Yüzgenç ve Özgül Alay (2014), Baş ve diğerleri (2017), Kim ve Kim (1995) ve Gagliano ve Hathcote (1994) hizmet kalitesi ile cinsiyet arasında farklılık olmadığını ifade ederek, bu bulgular doğrultusunda araştırma sonuçları ile benzerlik

göstermemektedir. Çalışmamızdan ve benzer çalışmalardan elde edilen bulgular doğrultusunda erkek katılımcıların algıladıkları hizmet kalitesi düzeylerinin daha yüksek olmasının spor ve fitness merkezlerinden beklentilerinin kadın katılımcılara göre daha kapsamlı olduğu ve dolayısıyla erkek katılımcıların bulundukları ortamla daha çok etkileşim içinde olmaları sebebiyle olduğu söylenebilir. Kadın katılımcıların erkek katılımcılara göre algıladıkları hizmet kalitesinin daha yüksek olduğu çalışmaların doğrultusunda, kadın katılımcıların spor ve fitness merkezlerinin genel düzeni ve etkileşim kalitesinin yüksek olması gibi etmenlerden dolayı olduğu söylenebilir.

Tablo 4.2.2 incelendiğinde katılımcıların medeni durum değişkenine göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık gözlemlenmemiştir. Çalışmadan farklı olarak Doğaner, S. ve Akman, P. (2019) yapmış oldukları çalışmada evli katılımcıların lehine bir sonuç gözlemlemişlerdir. Baş vd., (2017) spor işletmeleri üzerine yapmış oldukları çalışmada bekar katılımcıların lehine bir sonuç gözlemlemişlerdir. Evli ve bekar katılımcılar arasında algılanan hizmet kalitesinde bir farklılık olmaması katılımcıların medeni durumlarından bağımsız olarak bireysel kişiliklerinin ön planda olmasının bir yansımasından kaynaklı olduğu söylenebilir. Evli katılımcıların algıladıkları hizmet kalitesi düzeylerinin bekar katılımcılara göre daha yüksek olması spor ve fitness merkezlerindeki sosyal ortamın olumlu bir sonucu olarak görülebilir. Ancak bekar katılımcıların evli katılımcılara göre algıladıkları hizmet kalitesinin daha yüksek olduğu çalışmaların doğrultusunda, bekar katılımcıların spor ve fitness merkezlerinde bireysel aktivite dışında kolektif bir yapıya sahip aktivite ortamı olmasının olumlu yönde etkilediğinden bahsedilebilir.

Tablo 4.2.3 incelendiğinde fitness haricinde aktif spor branşı değişkenine göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık gözlemlenmemiştir. Fitness branşının olumlu yönlerinden biri olan temel kas gruplarının çalıştırılabilmesi birçok farklı spor branşından sporcuların kendi branşlarının yanı sıra bu branşı tercih etme nedenidir. Farklı bir branşla birlikte spor ve fitness merkezlerini kullanan katılımcıların yalnızca fitness ile ilgilenen katılımcılarla aralarında algılanan hizmet kalitesi açısından bir farklılık olmaması spor ve fitness merkezlerinin müşteri doyumuna yönelik uyguladıkları politikanın olumlu bir sonucu olduğu söylenebilir.

Tablo 4.2.4 incelendiğinde katılımcıların yaş değişkenine göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık gözlemlenmemiştir. Çalışmamıza benzer bir şekilde Türksoy ve Aycan (2020) spor

merkezlerinde sunulan hizmetlere yönelik yapmış oldukları çalışmada fiziksel çevre kalitesi alt boyutu hariç tüm alt boyutlarda yaş değişkenine göre anlamlı farklılık gözlemlenmemiştir. Ancak çalışmamızdan farklı olarak Olcay vd., (2020) spor ve rekreatif amaçlı tesislerde hizmet kalitesinin değerlendirilmesine yönelik yapmış oldukları çalışmada yaşı algılanan hizmet kalitesi düzeylerine etki ettiğini gözlemlemişlerdir. Katılımcıların yaş değişkenine göre algıladıkları hizmet kalitesi düzeylerinin farklılık göstermemesinin spor ve fitness merkezlerini kullanan bireylerin fiziksel aktivite düzeylerini kendi potansiyelleri doğrultusunda dilediklerince icra edebilmelerine yönelik yöneticilerin bireylere rahat bir tutum sergilemeleri ve gerekli durumlarda rehberlik edebilecek antrenör ve yardımcılarının bulunmasına dayalı olduğu söylenebilir. Yaşı algılanan hizmet kalitesinde etkili olduğu çalışmalarda ise katılımcıların beklenti düzeylerinin yaşa göre farklılaşabildiği söylenebilir.

Tablo 4.2.5 incelendiğinde katılımcıların eğitim durumu değişkenine göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık gözlemlenmemiştir. Çalışmamızdan farklı olarak Çiftçi ve Çakmak (2018) fitness merkezleri müşterilerinin hizmet kalitesi ile ilgili beklenti ve algı düzeylerine yönelik yapmış oldukları çalışmada katılımcıların algıladıkları hizmet kalitesi düzeylerinin eğitim durumu değişkenine göre anlamlı farklılık gösterdiğini gözlemlemişlerdir. Bu farklılık ilköğretim ve üniversite mezunu bireyler arasında gözlemlenmiştir. Katılımcıların spor ve fitness merkezlerinde algıladıkları hizmet kalitesinin eğitim duruma göre farklılık göstermemesi bireylerin farklı eğitim düzeylerine sahip olmalarına rağmen içinde bulundukları çevreye uyum sağlayabildikleri ve etkileşimde bulundukları bireylerle düzeyli iletişimi korudukları söylenebilir. Çalışmamızın aksine eğitim durumları birbirinden farklı olan bireylerde algılanan hizmet kalitesi düzeyinin eğitim düzeyi arttıkça olumlu yönde anlamlı farklılaştığı söylenebilir.

Tablo 4.2.6 incelendiğinde katılımcıların meslek değişkenine göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık gözlemlenmemiştir. Literatür incelendiğinde çalışmamızdan farklı olarak Ergün (2018) tarafından yapılmış olan çalışmada katılımcıların hizmet kalitesi düzeyi çeşitli meslek gruplarınca incelenmiş ve anlamlı bir şekilde farklılaştığı tespit edilmiştir. Benzer şekilde Üzümlü vd., (2016) yapmış oldukları çalışmada etkileşim kalitesi, fiziksel çevre kalitesi, program kalitesi ve ortam koşulları kalitesi alt boyutlarında özel kurumlar ile kamu kurumları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık tespit etmişlerdir. Çalışmamızın bulgularına göre katılımcıların farklı mesleklere sahip olmalarının algıladıkları hizmet

kalitesinde bir farklılığa yol açmaması bireylerin sahip oldukları meslek yaşam standartlarının homojen bir biçimde olmasından kaynaklı olduğu söylenebilir.

Tablo 4.2.7 incelendiğinde vücut yapısı değişkenine göre katılımcıların fiziksel çevre kalitesi ve ortam koşulları kalitesi istatistiksel alt boyutlarında anlamlı farklılık gözlemlenmiştir. Bu farklılık “fiziksel çevre kalitesi” alt boyutunda çok zayıf ve obez katılımcılar arasında çok zayıf katılımcılar lehinedir, zayıf ve kilolu katılımcılar arasında zayıf katılımcılar lehinedir, normal ve kilolu katılımcılar arasında normal katılımcılar lehinedir, zayıf ve obez katılımcılar arasında zayıf katılımcılar lehinedir, normal ve obez katılımcılar arasında ise normal katılımcılar lehinedir. “Ortam koşulları kalitesi” alt boyutunda normal ve obez katılımcılar arasında normal katılımcılar lehinedir. Katılımcıların vücut yapıları ile spor geçmişleri arasında bir bağlantı kurulabilir ve dolayısıyla anlamlı farklılığın gözlemlendiği iki alt boyutta spor-fitness merkezinin kullanışlılığıyla alakalı olduğu söylenebilir. Bu doğrultuda bakıldığında vücut yapısı birbirinden farklı katılımcıların spor-fitness merkezinin kullanışlılığına bakış açılarındaki farklılığın değişkenlik gösterebileceği söylenebilir.

Tablo 4.2.8 incelendiğinde katılımcıların spor merkezi kullanım sıklığı değişkenine göre fiziksel çevre kalitesi alt boyutunda istatistiksel olarak anlamlı farklılık gözlemlenmiştir. Bu farklılık 1-2 gün spor merkezini kullanan ve 3-4 gün kullanan katılımcılar arasında 3-4 gün spor merkezini kullanan katılımcılar lehineyken, 1-2 gün spor merkezini kullanan katılımcılar ve 5 gün ve üzeri spor merkezini kullanan katılımcılar arasında 5 gün ve üzeri spor merkezini kullanan katılımcılar lehinedir. Diğer alt boyutlarda anlamlı farklılık tespit edilmemiştir. Bu bakımdan çalışmamıza paralel olarak Gonçaves vd., (2016), Portekiz, Porto şehrinde kamuya ait bir spor salonunun 146 birey üzerinde yaptıkları araştırmaya göre, haftalık spor merkezi kullanım sıklığı katılımcıların algıladıkları hizmet kalitesi üzerinde bir etkisinin olmadığını gözlemlemişlerdir. Çalışmamızdan farklı olarak Utku (2019) yerel yönetimlerinin spor merkezlerinde hizmet kalitesini değerlendirdiği araştırmasında çalışmadaki katılımcıların spor merkezini kullanım sıklığı değişkeni bakımından algıladıkları hizmet kalitesi bakımından anlamlı farklılık tespit etmiştir. Çalışmamızda katılımcıların fiziksel çevre kalitesi alt boyutunda algıladıkları hizmet kalitesindeki anlamlı farklılaşmayı spor-fitness merkezini daha sık kullanan katılımcıların geçirdikleri sürenin uzaması nedeniyle bulunan ortamın detaylı bir şekilde gözlemlenmesi sonucu ortaya çıktığı söylenebilir.

Tablo 4.2.9 incelendiğinde katılımcıların spor yapma süresi değişkenine göre fiziksel çevre kalitesi alt boyutunda istatistiksel olarak anlamlı farklılık gözlemlenmiştir. Bu farklılık “fiziksel çevre kalitesi” alt boyutunda 7-11 ay spor yapan katılımcılarla 0-6 ay spor yapan katılımcılar arasında, 7-11 ay spor yapan katılımcılar lehinedir. Çalışmamıza paralel sonuca ulaşmış Ceyhun (2006) yaptığı araştırmada katılımcıların işletmelerden faydalanma süreleri arttıkça algıladıkları hizmet kalitesinin azaldığını tespit etmiştir. Yine benzer olarak Memiş ve Ekenci (2007) yapmış oldukları çalışmada 1 yıl ve üzeri zaman diliminde spor-fitness merkezinde bulunan katılımcıların algıladıkları hizmet kalitesinin zamanla azaldığını tespit etmişlerdir. Çalışmamızda katılımcıların genel olarak spor yapma sürelerinin algıladıkları hizmet kalitesine bir etkisinin olmadığı ancak fiziksel çevre kalitesinin anlamlı farklılaşmasının nedeniye spor-fitness merkezlerinde daha uzun süre bulunan katılımcıların algıladıkları hizmet kalitesinin ortama ısınma ve adapte olma gibi etmenler nedeniyle arttığı söylenebilir.

Tablo 4.2.10 incelendiğinde katılımcıların fitness merkezine katılım amacı değişkenine göre alt boyutlarında istatistiksel olarak anlamlı farklılık gözlemlenmiştir. Bu farklılık “fiziksel çevre kalitesi” alt boyutunda fitness merkezine sağlıklı olmak, zayıflamak, kilo kontrolü, vücut geliştirmek ve serbest zamanı değerlendirmek isteyen katılımcılar arasında, fitness merkezine katılım amacı sağlıklı olmak, kilo kontrolü, vücut geliştirmek ve serbest zamanı değerlendirmek isteyen katılımcılar lehinedir. Bir diğer alt boyut olan “ortam koşulları kalitesi” nde ise anlamlı farklılık fitness merkezine zayıflamak, vücut geliştirmek ve serbest zamanı değerlendirmek isteyen katılımcılar arasında, vücut geliştirmek ve serbest zamanı değerlendirmek isteyen katılımcılar lehinedir. Diğer alt boyutlardan “egzersiz alet-ekipman” ve “program kalitesi” nde ise anlamlı farklılık fitness merkezine zayıflamak ve vücut geliştirmek için gelen katılımcılar arasında, vücut geliştirmek için gelen katılımcılar lehinedir. “Etkileşim kalitesi” alt boyutunda ise anlamlı farklılık fitness merkezine sağlıklı olmak, kilo kontrolü ve serbest zamanı değerlendirmek için gelen katılımcılar arasında, serbest zamanı değerlendirmek isteyen katılımcılar lehinedir. Fitness merkezine zayıflamak ve vücut geliştirmek için gelen katılımcılar arasında ise anlamlı farklılık vücut geliştirmek için gelen katılımcılar lehinedir. “Çıktı kalitesi” alt boyutunda anlamlı farklılık fitness merkezine sağlıklı olmak, zayıflamak, kilo kontrolü ve vücut geliştirmek için gelen katılımcılar arasında, vücut geliştirmek için gelen katılımcılar lehinedir. Çalışmamıza benzer şekilde Acar (2015) kamu ve özel spor tesislerinde devam eden bireylerin hizmet kalitesine

yönelik algının ve beklentinin seviyelerini karşılaştırmak amacıyla yapmış olduğu çalışmada spor tesislerine katılım amacı değişkenine göre anlamlı farklılık tespit etmemiştir. Literatüre bakıldığında yapılmış olan çalışmalarda da spor-fitness merkezlerine çeşitli katılım amaçları gözlemlenmektedir. Örnek olarak Ergin ve diğerleri (2011) üniversite spor tesislerini kullanan katılımcıların temel amacı olarak “sağlıklı bir yaşam sürdürebilmek” olduğu görülmüştür. Sağlıklı yaşam için spor etkinliklerine katılan bireyler bakımından spor merkezinin hijyenik ve düzenli çalışan personellerin bu faktörlere uyması algılanan hizmet kalitesi bakımından önemlidir. Türksoy (2019) spor merkezlerinde algılanan hizmet kalitesini değerlendirdiği araştırmaya bakıldığında, üyelerin spor-fitness merkezine geliş amaçlarına baktığımızda, fiziksel bir aktiviteyle diğer amaçlarını da gerçekleştirmek istedikleri tespit edilmiştir (sosyalleşmek, psikolojik rahatlama, yeteneklerini geliştirmek veya sadece keyifli vakit geçirdiği için). Boz (2007) çalışmasında katılımcıların büyük bir çoğunluğunun spor yapmalarının amacı olarak, “mutlu olmak”, “eğlence”, “stres atmak”, “sosyal çevre sağlamak”, “sağlıklı yaşam” ve “güzel gözükmek” için olduğu gözlemlenmiştir. Çalışmamızdaki bulgular doğrultusunda spor-fitness merkezi katılımcılarının tesisi farklı amaçlarla kullanmaları sonucu anlamlı farklılık oluşmasını bu amaçların bir bütünü olan motivasyonların birbirlerinden farklı olması dolayısıyla olabileceği söylenebilir.

Tablo 4.2.11 incelendiğinde katılımcıların gelir düzeyi değişkenine göre “ortam koşulları kalitesi” alt boyutunda negatif yönlü düşük düzey ve “etkileşim kalitesi” alt boyutunda pozitif yönlü düşük düzeyde anlamlı bir ilişki gözlemlenmiştir. İlgili çalışmalar incelendiğinde çalışmamızdan büyük oranda farklı olarak Demirel (2013) rekreasyon ve fitness programları sunulan tesislerde algılanan hizmet kalitesini incelediğinde spor-fitness merkezlerinden yararlanan katılımcıların, gelir düzeyleri açısından beklenen ve algılanan hizmet kalitesine yönelik alt boyutlar arasında anlamlı bir fark görülmektedir. Benzer şekilde Ceyhun (2006) yapmış olduğu çalışmada, gelir düzeyinin yüksek olmasıyla program alt boyutunda memnuniyet seviyesinin azaldığı görülmektedir. Yine benzer şekilde Yüzgenç (2010) çalışmasın da algılanan hizmet kalitesi değerlendirme ölçeğinde genel puanlarının yalnız personel alt boyutunda üyelerin gelir seviyelerinin etkilendiğini gösterir. Personele yönelik hizmet kalitesi algı düzeyleri gelir seviyeleri yüksek üyelerde, gelir düzeyi az olan üyelerden yüksektir. Kısacası yüksek gelirli üyeler beklentilerinin karşılanmadığının düşüncesindedirler. Çalışmamıza büyük oranda benzer nitelikte Ardıç ve diğerlerinin (2014) yaptığı çalışmanın sonuçlarına göre üyelerin algıladıkları genel hizmet kalitesi ile gelir

seviyelerinin arasında anlamlı fark görülmemiştir. Katılımcıların gelir düzeyleri arasındaki anlamlı farklılık oluşup oluşmamasının bireylerin yaşamlarını sürdürdükleri yerde mevcut olan sosyo-kültürel yapıdan ve eğitim seviyesinden kaynaklı olabileceği söylenebilir.

5.1.2 Serbest Zaman İlgilenime Yönelik Bulguların Değerlendirilmesi

Tablo 4.3.1 incelendiğinde katılımcıların cinsiyet değişkenine göre SZİÖ alt boyutlarına bakıldığında tüm alt boyutlarda anlamlı farklılık gözlemlenmiştir. Oluşan bu farklılık “Çekicilik”, “Önem verme” ve “Özdeşleşme” alt boyutlarında erkek katılımcıların lehineyken, “Sosyal ilişki” ve “Kendini ifade” alt boyutlarında kadın katılımcıların lehine olduğu gözlemlenmiştir. İlgili literatüre baktığımızda çalışmamıza benzer şekilde Aydın (2016) yapmış olduğu çalışmada cinsiyet değişkenine göre SZİÖ alt boyutları üzerinde tek taraflı bir etkisi olmamasına karşın, “çekicilik”, “önem verme”, “sosyal ilişki” boyutlarında erkeklerin; “özdeşleşme” ve “kendini ifade” boyutlarında ise kadınların yüksek ortalama değerlere sahip olduğunu tespit etmiştir. Benzer şekilde literatürdeki farklı çalışmalarda (Wiley ve diğerleri, 2000; Hardin ve Greer, 2009; Messner ve Sabo, 1990; Moccia, 2000) cinsiyet değişkeninin rekreasyonel etkinliklerde ilgilenimi etkileyen değişkenlerden biri olduğu söylenebilir. Çalışmamızdaki bulgular doğrultusunda erkeklerle kadınların farklı alt boyutlarda birbirlerinden daha yüksek ilgilenim düzeyine sahip olmaları cinsiyet değişkeninin serbest zaman ilgileniminde büyük ölçüde ayırt edici bir özellik gösterdiği söylenebilir. Çalışmada erkeklerin daha yüksek ortalamaya sahip olduğu alt boyutlar bakıldığında, fitness etkinliğinin erkeklerin hedeflediği gibi kaslı bir bedensel yapıya sahip olmalarını (Mülazımoğlu Ballı ve Aşçı, 2004) sağladığı için erkekler tarafından kadınlara oranla daha “önemli” ve daha “çekici” algılanmasının olası bir bulgu olduğu söylenebilir. Bunun yanı sıra erkek egemen toplumlarda olduğu gibi kadınların bütünsel bir biçimde toplumsal yapı içinde yer alamamış olduğu fikrinin kadınlar arasında yaygın bir kanı halini alması (Yüksel, 2014) ülkemizin bulunduğu koşullar düşünüldüğünde, kendini varlığını benimseme ve etrafına da gösterme alt boyutu olan “sosyal ilişki” ve diğer bireylere kendini anlatma boyutu olan “kendini ifade” boyutlarında kadınların yüksek ortalamaya sahip olmasının olası bir sonuç olduğu söylenebilir.

Tablo 4.3.2 incelendiğinde medeni durum değişkenine göre SZİÖ’ inde bulunan “önem verme” ve “sosyal ilişki” alt boyutlarında istatistiksel olarak anlamlı farklılık tespit edilmiştir. Sıra ortalama puanları incelendiğinde, oluşan bu farklılığın bekar katılımcılar

lehine olduğu gözlemlenmiştir. Literatüre bakıldığında çalışmamızdan farklı olarak Pette ve diğerleri (2006) yaptıkları çalışmada, evli olan bireylerin bekârlara göre serbest zamanlarında rekreasyonel etkinliklere katılımlarının daha fazla olduğu tespit edilmiştir. Bu durumun meydana gelmesini ise, yoğun çalışma hayatının getirdiği zaman kısıtlılığından dolayı eşlerin birbirleriyle daha çok vakit geçirmek için serbest zaman etkinliklerini birer fırsat olarak görmesi ve sosyalleşmek istemeleri olduğu söylenebilir. Ancak, Pette ve diğerleri (2006) bu durumun oluşmasında bir diğer neden ise yaş değişkenidir. Evli ve yaşlı olan bireyler, bekar ve yaşlı olanlara göre daha yüksek ilgilenim gösterirken; evli ve genç olan bireylerin, bekar ve genç olanlara göre daha düşük ilgilenim göstermelerinin sebebi medeni durumdan daha çok yaş değişkeni ile alakalıdır denilebilir. Bu çalışmaya paralel olarak, Ardahan (2012) yaptığı çalışmaya göre 24 yaş ve altı olan bekâr katılımcıların aynı yaş gurubunda evli olan katılımcılara göre rekreasyonel etkinliklerde sosyalleşme isteğinin daha yüksek ilgilenim düzeyine sahip olduğu gözlemlenmektedir. Bu değerlendirmelerin diğer çalışmaların bulgularıyla örtüştüğü söylenebilir. Örneğin; Ardahan ve Yerlisu Lapa' ya göre (2011) evli bireylerin ilgilenim gösterdikleri serbest zaman etkinliklerine birlikte katılmak istedikleri kişi tercihi üzerinde durulması gereken önemli noktalardan biridir. Ardahan ve Yerlisu Lapa (2011) bisiklet turlarındaki katılımcılar üzerinde yaptığı çalışmaya göre katılımcıların %44,3'ü evli olmalarına rağmen, eşleriyle beraber etkinliğe katılan çiftlerin oranı %13,2'dir. Bu durum, evli olup da serbest zaman etkinliklerine yalnız veya arkadaşlarıyla ilgilenim gösterenlerin serbest zaman etkinliklerini yeni sosyal çevre ve arkadaşlık kurma alanları olarak görmesi ile açıklanabilir. Ancak unutulmamalıdır ki, evli çiftlerin, bekârlara göre ekonomik giderlerinin daha yüksek oluşu (Hultsman, 1995; Minhat ve diğerleri, 2012), yeni bir aile kurmanın getirmiş olduğu çeşitli sorumluluklar ve bireylerin kendi zamanlarını yönlendirmede artık kişisel düşünmemeleri (Grzwacz ve Marks, 2001) gibi farklı birçok sebepten dolayı serbest zaman ilgilenim düzeyleri negatif bir biçimde etkilenebilmektedir. Çalışmamızda bekar katılımcıların evli katılımcılara göre ilgilenim düzeylerinin önem verme ve sosyal ilişki alt boyutlarında yüksek olmasının nedeni olarak yeni arkadaşlıklar edinmek ve kendini geliştirmek için daha çok zamana sahip olmaktan bahsedilebilir.

Tablo 4.3.3 incelendiğinde fitness haricinde aktif spor branşı değişkenine göre SZİÖ tüm alt boyutları ve puan ortalamalarında istatistiksel olarak anlamlı farklılık gözlemlenmiştir. Sıra ortalama puanları incelendiğinde, oluşan bu farklılığın fitness dışında diğer bir spor branşını daha sürdüren katılımcılar lehine olduğu gözlemlenmiştir. Birçok farklı spor branşında

dayanıklılık ve kuvvet oldukça önemlidir. Fitness sporu direkt kaslara odaklı bir spor olduğu için kasların gelişimini destekler niteliktedir. Çalışmamız doğrultusunda farklı bir spor branşını aktif olarak yapan bir katılımcının mevcut branşını desteklemek amacıyla fitness sporuna diğer aktif branşı olmayan bireylerden daha yüksek bir ilgilenim düzeyine sahip olmasının doğal bir bulgu olduğunu söyleyebiliriz.

Tablo 4.3.4 incelendiğinde katılımcıların yaş değişkenine göre SZİÖ alt boyutlarında istatistiksel olarak anlamlı farklılık gözlemlenmemiştir. Literatür incelendiğinde bulgularımızın aksine çalışmalar da mevcuttur. Bu çalışmalarda yaş değişkeninin serbest zaman ilgilenim üzerinde belirleyici bir etki sahibi olduğu tespit edilmiştir (Howar, 1992) ve (Emir, 2015). (Barber vd., 1999) genç bireylerin rekreasyonel etkinliklere yönelik “eğlence, yeni beceriler öğrenme, heyecan...” gibi beklentilerle diğer yaş gruplarına oranla daha yüksek ilgilenim gösterdiklerini, (Dawson vd., 2011) yine genç bireylerin serbest zaman ilgilenim düzeylerinin daha yüksek olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Benzer şekilde, (Havitz vd., 2013) serbest zaman ilgilenim düzeyinin 35-54 yaş aralığındaki bireylerde diğer gruplara göre daha yüksek olduğunu belirlemiştir. Çalışmamızdan elde ettiğimiz bulgular doğrultusunda yaş değişkeninin katılımcıların serbest zaman ilgilenim düzeylerini etkilememesi yaş aralığının 18-38 olduğu katılımcı sayısının oldukça yüksek olması, yani katılımcıların ağırlıklı olarak genç olması sebebiyle olduğu söylenebilir.

Tablo 4.3.5 incelendiğinde katılımcıların eğitim durumu değişkenine göre SZİÖ alt boyutlarında istatistiksel olarak anlamlı farklılık gözlemlenmemiştir. Literatür incelendiğinde araştırma sonucundan farklı bulgular mevcuttur. (Havitz vd., 2013), (Yetim, 2014) ve (Yüksel, 2015) yaptıkları çalışmalarda, eğitim seviyesinin belirleyiciliği yüksek bir değişken olduğunu tespit etmişler ve eğitim seviyesindeki artışla beraber ilgilenim düzeylerinin de arttığı sonucuna ulaşmışlardır. (Madriral vd., 1992) eğitim düzeyi ile serbest zaman ilgilenimin “çekicilik” alt boyutu arasında anlamlı bir farklılık tespit etmiştir. Taniguchi ve Shupe’e göre (2014) bu durumun nedeni olarak da yüksek eğitim düzeyinin beraberinde iyi bir iş imkânı sağlaması olarak belirtmişlerdir. Eğitim düzeyi daha yüksek olan bireyler mesleklerinde devamlı olarak kariyer, unvan gibi hedeflerden dolayı stresle sürekli olarak karşı karşıya kalmaktadır. Stresle bu şekilde karşı karşıya kalan bireyler serbest zamanlarında rahatlamak amacıyla sportif etkinliklere yönelmektedir. Bu tür sebeplerden dolayı sportif etkinliklere yönelen bireylerin ilgilenim düzeylerinin yüksek olmasının en önemli nedenlerinden biri olarak etkinlikleri “çekici” görmeleridir.

Çalışmamızın bulgularının işaret ettiği gibi katılımcıların ilgilenim düzeylerinde herhangi bir farklılık olmaması eğitim düzeyleri dolayısıyla meslek grupları farklılaşsa da katılımcıların refah düzeylerinin birbirlerine yakın olduğu söylenebilir.

Tablo 4.3.6 incelendiğinde meslek değişkenine göre katılımcıların SZİÖ alt boyutlarından sosyal ilişki ve kendini ifade de istatistiksel olarak anlamlı farklılık gözlemlenmiştir. Bu farklılık “sosyal ilişki” alt boyutunda çalışmayan katılımcılar ve serbest meslek sahibi katılımcılar arasında, çalışmayan katılımcılar lehinedir. Diğer istatistiksel olarak anlamlı farklılığın bulunduğu alt boyut olan “kendini ifade” de kamu personeli ve çalışmayan katılımcılarla serbest meslek sahibi katılımcılar arasındadır. Bu farklılık kamu personeli ve çalışmayan katılımcıların lehinedir. Çalışmamızdan elde edilen bulgular doğrultusunda sosyal ilişki alt boyutunda çalışmayan katılımcıların ilgilenim düzeylerinin yüksek olması zamanlarının serbest meslekle uğraşan katılımcılara göre daha fazla olmasıyla özdeşleştirebiliriz. Diğer bir alt boyut olan kendini ifade de ise kamu personeli ve çalışmayan katılımcıların serbest meslek erbabı katılımcılara oranla ilgilenim düzeylerinin yüksek olmasının sebebi olarak ise eğitim düzeyleri gösterilebilir.

Tablo 4.3.7 incelendiğinde katılımcıların vücut yapısı değişkenine göre SZİÖ alt boyutlarında istatistiksel olarak anlamlı farklılık gözlemlenmiştir. Bu farklılık “çekicilik” alt boyutunda vücut yapısı çok zayıf, kilolu ve obez katılımcılar arasında, çok zayıf katılımcılar lehinedir. Çalışmamızdan elde ettiğimiz bulgular doğrultusunda çok zayıf katılımcıların ilgilenim düzeylerinin kilolu ve obez katılımcılardan yüksek olmasının nedeni olarak çok zayıf katılımcıların spor-fitness merkezine katılım amaçlarıyla alakalı olduğu söylenebilir. Vücut yapısı zayıf, kilolu ve obez katılımcılar arasında, zayıf katılımcılar lehinedir. Yine benzer şekilde katılım amacının baskın olduğu söylenebilir. Vücut yapısı normal, kilolu ve obez katılımcılar arasında, vücut yapısı normal olan katılımcılar lehinedir. Kilolu ve obez vücut yapısına sahip olan katılımcılar arasındaki farklılık vücut yapısı kilolu olan katılımcıların lehinedir. Çalışmamızdan elde edilen bulgular doğrultusunda vücut yapısı daha zayıf olan katılımcıların ilgilenim düzeyleri vücut yapısı daha ağır olan katılımcılara göre daha yüksek seviyede olduğu söylenebilir.

Tablo 4.3.8 incelendiğinde katılımcıların spor merkezi kullanım sıklığı değişkenine göre SZİÖ alt boyutları çekicilik, önem verme, sosyal ilişki ve özdeşlemede istatistiksel olarak anlamlı farklılık gözlemlenmiştir. Bu farklılık “çekicilik” alt boyutunda spor merkezini 1-2

gün kullanan katılımcılarla 3-4 gün kullanan katılımcılar arasında, spor salonunu 3-4 gün kullanan katılımcılar lehinedir, 5 gün ve üzeri kullanan katılımcılarla 1-2 gün kullanan katılımcılar arasında 5 gün ve üzeri kullanan katılımcılar lehineyken, 5 gün ve üzeri kullanan katılımcılarla 3-4 gün kullanan katılımcılar arasında 5 gün ve üzeri kullanan katılımcılar lehinedir. “Önem verme” alt boyutunda da sonuç “çekicilik” alt boyutuyla aynıdır. “Sosyal ilişki” alt boyutunda anlamlı farklılık 5 gün ve üzeri kullanan katılımcılarla 3-4 gün kullanan katılımcılar arasında, 5 gün ve üzeri kullanan katılımcılar lehinedir. “Özdeşleşme” alt boyutunda anlamlı farklılık 5 gün ve üzeri kullanan katılımcılarla 1-2 gün kullanan katılımcılar arasında, 5 gün ve üzeri kullanan katılımcılar lehinedir. Literatür incelendiğinde çalışmamıza benzer şekilde Aydın (2016) yapmış olduğu araştırmada haftalık kullanım sıklığı değişkeninin SZİÖ alt boyutları üzerindeki temel etkisinin anlamlı olduğu, bu etkinin “çekicilik”, “önem verme” ve “sosyal ilişki”, alt boyut puanlarında olduğu ve tüm alt boyutlarda 5 gün ve üstü fitness merkezlerine giden kişilerin ilgilenim düzeylerinin daha yüksek olduğunu tespit etmiştir. Çalışmadan elde ettiğimiz bulgular ve literatürdeki çalışmalar doğrultusunda spor-fitness merkezini daha sık kullanan katılımcıların ilgilenim düzeyinin yükseldiği ve bireylerin bu etkinliklere katılım sıklığının da arttığı gözlemlenmektedir (Wiley vd., 2000; Yetim, 2014).

Tablo 4.3.9 incelendiğinde katılımcıların spor yapma süresi değişkenine göre SZİÖ alt boyutlarından “sosyal ilişki” alt boyutu hariç tüm alt boyutlarda istatistiksel olarak anlamlı farklılık tespit edilmiştir. Bu farklılık SZİÖ alt boyutlarında 0-6 ay, 7-11 ay ve 12 ay ve üzeri spor yapan katılımcılar arasında, 7-11 ay spor yapan katılımcıların lehinedir. Çalışmamızın aksine ilgilenim literatüründe genel kanı serbest zaman etkinliklerine gösterilen ilgilenim süresinin artmasıyla beraber katılımcıların etkinliğe ilişkin deneyimlerinin artacağı, bunun da etkinlikten elde edilen hazzı artıracığı, bu sebeple uzun süreli bir etkinliğe ilgilenim gösteren katılımcıların yeni başlayanlara göre ilgilenim düzeylerinin daha yüksek olacağı yönündedir (Dawson vd., 2011). Çalışmamız doğrultusunda literatürü destekler nitelikte olan yeni başlayan katılımcıların ilgilenim düzeylerinin düşük olmasının yanı sıra 12 ay ve üzeri spor yapan katılımcıların da ilgilenim düzeylerinin düşmesinin nedeni olarak alışma ve monotonlaşma kaynaklı olduğu söylenebilir.

Tablo 4.3.10 incelendiğinde katılımcıların fitness merkezine katılım amacı değişkenine göre SZİÖ tüm alt boyutlarında istatistiksel olarak anlamlı farklılık gözlemlenmiştir. Bu farklılık sırasıyla “çekicilik” alt boyutunda fitness merkezine sağlıklı olmak, zayıflamak, kilo

kontrolü, sosyal çevre kazanmak, vücut geliştirmek ve serbest zamanı değerlendirmek için gelen katılımcılar arasında, vücut geliştirmek için gelen katılımcılar lehinedir. Fitnes merkezine sağlıklı olmak, zayıflamak, kilo kontrolü ve sosyal çevre kazanmak için gelen katılımcılar arasında, sağlıklı olmak, kilo kontrolü ve sosyal çevre kazanmak için gelen katılımcılar lehinedir. Bir sonraki alt boyut olan “önem verme” de fitness merkezine sağlıklı olmak, zayıflamak, kilo kontrolü ve serbest zamanı değerlendirmek için gelen katılımcılar arasında, anlamlı farklılık sağlıklı olmak, kilo kontrolü ve serbest zamanı değerlendirmek için gelen katılımcıların lehinedir. Fitness merkezine sağlıklı olmak, kilo kontrolü, sosyal çevre kazanmak ve serbest zamanı değerlendirmek için gelen katılımcılar arasında ise anlamlı farklılık sosyal çevre kazanmak için gelen katılımcılar lehinedir. Fitnes merkezine sağlıklı olmak, kilo kontrolü, vücut geliştirmek ve serbest zamanı değerlendirmek için gelen katılımcılar arasında anlamlı farklılık vücut geliştirmek için gelen katılımcılar lehinedir. “Sosyal ilişki” alt boyutunda ise fitness merkezine sağlıklı olmak ve zayıflamak için gelen katılımcılar arasında anlamlı farklılık sağlıklı olmak için gelen katılımcılar lehinedir. Fitness merkezine sağlıklı olmak, kilo kontrolü ve vücut geliştirmek için gelen katılımcılar arasında anlamlı farklılık kilo kontrolü ve vücut geliştirmek için gelen katılımcılar lehinedir. Fitness merkezine sağlıklı olmak, kilo kontrolü, sosyal çevre kazanmak, vücut geliştirmek ve serbest zamanı değerlendirmek için gelen katılımcılar arasında anlamlı farklılık sosyal çevre kazanmak için gelen katılımcılar lehinedir. “Özdeşleşme” alt boyutunda fitness merkezine sağlıklı olmak, zayıflamak, kilo kontrolü ve serbest zamanı değerlendirmek için gelen katılımcılar arasında anlamlı farklılık sağlıklı olmak, kilo kontrolü ve serbest zamanı değerlendirmek için gelen katılımcılar lehinedir. Fitness merkezine sağlıklı olmak, kilo kontrolü, sosyal çevre kazanmak ve serbest zamanı değerlendirmek için gelen katılımcılar arasında anlamlı farklılık sosyal çevre kazanmak için gelen katılımcılar lehinedir. Fitness merkezine sağlıklı olmak, kilo kontrolü, vücut geliştirmek ve serbest zamanı değerlendirmek için gelen katılımcılar arasında anlamlı farklılık vücut geliştirmek için gelen katılımcılar lehinedir. “Kendini ifade” alt boyutunda fitness merkezine sağlıklı olmak ve zayıflamak için gelen katılımcılar arasında anlamlı farklılık sağlıklı olmak için gelen katılımcılar lehinedir. Fitness merkezine sağlıklı olmak ve kilo kontrolü için gelen katılımcılar arasında anlamlı farklılık kilo kontrolü için gelen katılımcılar lehinedir. Fitness merkezine sağlıklı olmak, sosyal çevre kazanmak, vücut geliştirmek ve serbest zamanı değerlendirmek için gelen katılımcılar arasında anlamlı farklılık sosyal çevre kazanmak için gelen katılımcılar lehinedir. Çalışmamızdan elde ettiğimiz bulgular doğrultusunda katılımcıların spor-fitness merkezine katılım amaçları bakımından ilgilenim düzeyleri çeşitlilik göstermektedir. Buna

neden olarak katılımcıların temel motivasyonları ve sağlık durumlarının farklılığından kaynaklandığı söylenebilir.

Tablo 4.3.11 incelendiğinde katılımcıların gelir düzeyi değişkenine göre kendini ifade alt boyutunda pozitif yönlü düşük düzeyde anlamlı bir ilişki gözlemlenmiştir. Literatüre bakıldığında çalışmamızın aksine ekonomik gelirin, rekreasyonel etkinliklere yönelik ilgilenimde büyük bir öneme sahip olduğu ve katılımcıların gelir düzeyleri arttıkça serbest zamanlarında rekreatif faaliyetlere ilgilenim gösterme isteklerinin de arttığı söylenebilir (Wen vd., 2007; Pampel ve diğerleri, 2010; Sevil, 2012; Jun vd., 2012; Burton vd., 2003; Alexandris ve Carroll, 1997). Bununla birlikte rekreasyonel etkinliklere ürün olarak bakıldığında (Odabaşı ve Barış, 2002), katılımcıların bu tür ürünleri satın alırken gösterdikleri davranışın ekonomik durumlarına göre değişim gösterdiği (Şimsek, 2013) ve ekonomik geliri yüksek olan katılımcıların kaliteli bir ürünün tercih etmesi sonucu elde ettikleri hazın, ürüne olan ilgilenimin süresini büyük oranda etkilediği söylenebilir (Havitz ve Dimanche, 1997). Çalışmamız doğrultusunda kendini ifade alt boyutunda gelir seviyesindeki artışın ilgilenim düzeyini de arttıracak gözlemlenmektedir, bunun nedeni olarak gelir seviyesi yüksekliğinin katılımcıda yüksek özgüvene neden olabileceği ve dolayısıyla kendini daha iyi ifade edebilen katılımcıların ilgilenim düzeylerinin de artmış olacağı söylenebilir.

5.1.3 Serbest Zaman İlgilenim ve Algılanan Hizmet Kalitesi Arasındaki İlişkiye Yönelik Bulgunun Değerlendirilmesi

Tablo 4.4.1 incelendiğinde SFM-HKÖ ve SZİÖ arasındaki ilişkiyi tespit etmek için yapılan Pearson Korelasyon testi sonucunda, ölçekler arasında düşük düzeyde pozitif yönlü bir ilişki tespit edilmiştir. Çalışmamızdan elde edilen bu bulgu doğrultusunda spor-fitness merkezindeki katılımcıların demografik değişkenleri neticesinde algıladıkları hizmet kalitesindeki artış ilgilenim düzeylerinde de artışa neden olabilir, yine katılımcıların algıladıkları hizmet kalitesindeki düşüş ilgilenim düzeylerinde gözlemlenebilir. Bunun nedeni olarak çalışmaya dahil olan katılımcıların nicelik bakımından demografik değişkenlere göre eşit dağılıp dağılmaması olduğu söylenebilir.

5.2 Sonuç

Bu çalışmada Manisa ilindeki spor ve fitness merkezlerinde aktif üye katılımcıların serbest zaman ilgilenim ve algıladıkları hizmet kalitesi arasındaki ilişkinin belirlenmesi hedeflenmiştir. Katılımcılara demografik bilgi formundaki cinsiyetiniz, yaşı, medeni durumunuz, eğitim durumunuz, mesleğiniz, aylık ortalama hane geliriniz, vücut yapınız, aktif olarak uğraştığınız bir spor dalı, haftada kaç gün spor merkezine geliyorsunuz, ne kadar süredir egzersiz yapıyorsunuz, fitness merkezine katılma amacınız, soruları yöneltilerek serbest zaman ilgilenim ve algılanan hizmet kalitesi düzeylerinin anlamlı olarak farklılaşıp farklılaşmadığı ve aralarında anlamlı bir ilişki olup olmadığı incelenmiştir. Araştırma çerçevesinde yapılan analizler sonucunda katılımcıların cinsiyet değişkenine göre SFM-HKÖ ve SZİÖ puan ortalamalarında istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmaktadır. Bu doğrultuda bakıldığında spor ve fitness merkezlerinde katılımcıların ilgilenim düzeyi ve algıladıkları hizmet kalitesi düzeyi kadın veya erkek olmalarına göre değişkenlik gösterebilmektedir. Katılımcıların medeni durum değişkenine göre SFM-HKÖ puan ortalamalarında anlamlı farklılık bulunmazken, SZİÖ puan ortalamalarında istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmaktadır. Spor ve fitness merkezlerinde katılımcıların evli veya bekar durumda olması algılanan hizmet kalitesini etkilemezken, ilgilenim düzeylerinde farklılık gösterebilmektedir.

Katılımcıların fitness dışında aktif olarak yaptıkları başka bir spor branşı değişkeninde ise SFM-HKÖ puan ortalamalarında anlamlı farklılık bulunmazken, SZİÖ puan ortalamalarında istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmuştur. Yani spor ve fitness merkezlerinde katılımcıların fitness dışında aktif olarak yaptıkları başka bir branşlarının bulunması algıladıkları hizmet kalitesi düzeyini etkilemezken, ilgilenim düzeylerini etkileyebilmektedir. Yaş değişkenine göre katılımcıların SFM-HKÖ ve SZİÖ puan ortalamalarında istatistiksel olarak anlamlı farklılık yoktur. Spor ve fitness merkezindeki katılımcıların yaşlarının ilgilenim düzeylerine ve algılanan hizmet kalitesi düzeylerine herhangi bir etkisinin olmadığı söylenebilir.

Katılımcıların eğitim durumu değişkenine bakıldığında SFM-HKÖ ve puan ortalamalarında istatistiksel olarak anlamlı farklılık yoktur. Spor ve fitness merkezlerindeki katılımcıların eğitim düzeyleri ilgilenim düzeylerinde veya algılanan hizmet kalitesi düzeylerinde bir değişikliğe yol açmadığı söylenebilir. Meslek değişkenine göre katılımcıların SFM-HKÖ ve SZİÖ puan ortalamalarında istatistiksel olarak anlamlı farklılık yoktur. Spor ve fitness

merkezindeki katılımcıların uğraştıkları mesleki branşlara göre ilgilenim düzeylerinin ya da algılanan hizmet kalitesi düzeylerinin etkilemediği söylenebilir.

Katılımcıların vücut yapısı değişkenine göre SFM-HKÖ ve SZİÖ puan ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık vardır. Bu durum spor ve fitness merkezindeki katılımcıların sahip oldukları beden algılarına göre ilgilenim düzeylerinin ve algılanan hizmet kalitesi düzeylerinin değiştiği şeklinde yorumlanabilir. Katılımcıların spor merkezi haftalık kullanım süreleri değişkenine göre SFM-HKÖ puan ortalamasında anlamlı farklılık yokken, SZİÖ puan ortalamasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık vardır. Katılımcıların haftada kaç gün spor ve fitness merkezini kullandıkları algılanan hizmet kalitesini etkilemezken, ilgilenim düzeylerini değiştirmektedir.

Katılımcıların spor ve fitness merkezinde spor yapma süresi değişkenine göre SFM-HKÖ ve SZİÖ puan ortalamalarında istatistiksel olarak anlamlı farklılık vardır. Bu nedenle katılımcıların spor ve fitness merkezinde ne kadar süredir egzersiz yaptıkları ilgilenim düzeyleri ve algılanan hizmet kalitesi düzeylerini değiştirebildiğinden söz edilebilir. Katılımcıların spor ve fitness merkezine katılım amacı değişkenine göre SFM-HKÖ ve SZİÖ puan ortalamalarında istatistiksel olarak anlamlı farklılık vardır. Katılımcıların spor ve fitness merkezine ne amaçla katıldıklarının, ilgilenim düzeyleri ve algılanan hizmet kalitesi düzeyleri üzerinde etkili olduğu söylenebilir.

Katılımcıların aylık ortalama hane geliri değişkenine göre SFM-HKÖ ve SZİÖ puan ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı ilişki bulunmamıştır. Katılımcıların ekonomik düzeylerinin ilgilenim düzeyleri ya da algılanan hizmet kalitesi düzeyleri üzerinde herhangi bir etkisi yoktur denilebilir. Katılımcıların serbest zaman ilgilenim düzeyleri ve spor-fitness merkezlerinin algılanan hizmet kalitesi düzeyleri arasındaki ilişki incelendiğinde istatistiksel olarak düşük düzeyde pozitif ilişki bulunmuştur. Bu bağlamda katılımcıların serbest zaman ilgilenim düzeylerinde bir artış olması durumunda algılanan hizmet kalitesi düzeylerinde de bir artış gözlemlenmesi beklenmektedir ya da katılımcıların serbest zaman ilgilenim düzeylerindeki bir azalma, algıladıkları hizmet kalitesi düzeyinin de düşmesine neden olacağı söylenebilir.

5.3 Öneriler

Manisa ilindeki çeşitli fitness merkezlerinde aktif üye olan katılımcıların, rekreasyonel etkinliklere yönelik serbest zaman ilgilenimleri ve algılanan hizmet kalitesi arasındaki ilişkinin incelenmesi için yapılmış olan bu araştırmanın sonucunda, literatüre katkıda bulunabilmek amacıyla aşağıda bazı önerilere yer verilmiştir;

- Serbest zaman ilgilenim ve algılanan hizmet kalitesi ile alakalı çalışmalar çeşitli yaş gruplarına örgün eğitim veren kamu ya da özel kurumlara uyarlanabilir.
- Algılanan hizmet kalitesi ve performans gelişimi üzerine yapılacak araştırmalarla bireylerin algıladıkları hizmet kalitesinin performans gelişimi üzerindeki etkisi incelenebilir.
- Bedensel engelli bireylerin rekreatif etkinliklerinde serbest zaman ilgilenim ve algılanan hizmet kalitesi düzeylerinin belirlenmesi üzerine çalışmalar yapılabilir.
- Bireylerin kış sporları, yaz sporları ve doğa sporları gibi pek çok rekreatif etkinliğe yönelik serbest zaman ilgilenim düzeylerini belirlemek amacıyla çeşitli uyarlamalar yapılabilir.

KAYNAKÇA

- Acar, E. (2015). Kamu ve Özel Spor Merkezlerine Devam Eden Üyelerin Hizmet Kalitesine Yönelik Algı ve Beklenti Düzeylerinin Karşılaştırılması. *Yüksek lisans tezi, Dumlupınar Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Kütahya*.
- Addington, J.E. (1996). *%100 Düşünce gücü* (çev. B. Çetin Kaya), (1.Baskı). Akaşa Yayınları. İstanbul.
- Akgül, B. M. (2011). Farklı Kültürlerdeki Bireylerin Boş Zaman Aktivitelerine Yönelik Tutumlarının Değerlendirilmesi: Ankara-Londra Örneği. *Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Ankara*.
- Aksu, M. (2010). Hizmet Kalitesinin Bir Unsuru Olarak Atmosferin Müşteri Sadakati Üzerine Etkisi: Bozcaada'daki Otellerde Konaklayan Yerli Turistler Üzerinde Bir Araştırma. *Doktora Tezi, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir*.
- Aktaş, G. G. (2011). Çağdaş alışveriş merkezlerinde rekreasyonel iç mekân organizasyonu önerileri. *Sanat ve Tasarım Dergisi*, 1(1): 1-13.
- Alexandris, K. (2013). Segmenting recreational tennis players according to their involvement level: a psychographic profile based on constraints and motivation. *Managing Leisure*, 18(3): 179-193.
- Alexandris, K., Carroll, B. (1997). Demographic differences in the perception of constraints on recreational sports participation: results from a study in greece. *Leisure Studies*, (16): 107-125.
- Alexandris, K., Douka, S. and Balaska, P. (2012). Involvement with active leisure participation: does service quality have a role? *Managing Leisure*, 17(1): 54-66.
- Altan, Ş., Ediz, A. ve Atan, M. (2003). SERVQUAL analizi ile toplam hizmet kalitesinin ölçümü ve yüksek eğitimde bir uygulama. *12. Ulusal Kalite Kongresi, KalDer-Türkiye Kalite Derneği, 13 – 15 Ekim 2003, İstanbul*.
- Altınel, G. (2009). Hizmet Kalitesi, Hizmet Kalitesinin Ölçümü ve Bankacılık Sektöründe Bir Uygulama. *Yüksek Lisans Tezi. Gebze Yüksek Teknoloji Enstitüsü Sosyal Bilimleri Enstitüsü, Kocaeli*.
- Arabacı, B. (2010). *Müşteri Hizmetleri ve Crm*. Kum Saati Yayınları, İstanbul, s. 25-26.
- Arab-Moghaddam, N. Henderson, K. A. and Sheikholeslami, R. (2017). Women's leisure and constraints to participation: Iranian perspectives. *Journal of Leisure Research*, 39 (1): 109-126.
- Ardahan, F. (2012). Bireyleri rekreatif spor etkinliklerine motive eden faktörlerin remm ölçeğini kullanarak çeşitli demografik değişkenlerine göre incelenmesi: Antalya örneği, *Pamukkale Journal of Sport Sciences*, 4(2): 1-15.

- Ardahan, F., Yerlisu, Lapa, T. (2011). Açık alan rekreasyonu: bisiklet kullanıcıları ve yürüyüşçülerin doğa sporu yapma nedenleri ve elde ettikleri faydalar. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 8(1): 1327-1341.
- Ardıç, K., Yüksel, F. ve Çevik, O. (2014). Belediyelerde Hizmet Kalitesinin Vatandaş Tatmininin Ölçülmesi Tokat Belediyesinde Bir Uygulama, *Çağdaş Yerel Yönetimler Dergisi*, 13(3): 80.
- Argan, M. (2007). *Eğlence Pazarlaması*. Detay Yayıncılık, Ankara.
- Arslan, F. M., Bakır, N. O. (2010). Tüketicilerin İlgilenim Düzeylerine Göre Alışveriş Merkezlerini Tercih Etme Nedenleri ve Sadakate Etkisi. *Marmara Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, 28(1): 227-259.
- Atayman, V. (2012). *Boş/serbest zaman*. 16 Temmuz 2018. <https://www.evrensel.net/haber/44909/bosserbest-zaman>
- Axelsen, M. (2009). The power of leisure: I was an anoexic; I'm now a healthy triathlete. *Lesiure Sciences*, (31): 330–346.
- Aydın, İ. (2016). Fitnes katılımcılarının rekreasyonel etkinliklere yönelik ilgilenim ve mutluluk düzeylerinin belirlenmesi. *Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Ankara*.
- Aygün, M. S. (2014). Hizmet Kalitesinin Öğrenci Memnuniyeti Üzerindeki Etkisi: Bitlis Eren Üniversitesi Örneği. *Yüksek Lisans Tezi, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kahramanmaraş*.
- Bagoien, T. E. and Halvari, H. (2005). Autonomous motivation: involvement in physical activity, and perceived sport competence: structural and mediator models. *Perceptual and Motor Skills*, 100(1): 3–21.
- Baldwin, C. K. and Norris, P.A. (1999). Exploring the dimensions of serious leisure: Love me-love my dog! *Journal of Leisure Research*, 31(1): 1–17.
- Ballı, Ö. M., Kirazcı, S. ve Aşçı, F. H. (2006). Sporcu ve Sporcu Olmayan Bayanların Sosyal Fizik Kaygı ve Beden İmgelerinden Hoşnut Olma Düzeyleri. *Gazi Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, (1): 9–16.
- Barber, H., Sukhi, H. and White, S.A. (1999). The influence of parent-coaches on, participant motivation and competitive anxiety in youth sport participants. *Journal of Sport Behavior*, 22(2): 162-180.
- Baş, M., Çelik, A. ve Solak, N. (2017). Spor işletmelerinde algılanan hizmet kalitesi üzerine bir araştırma. *Gaziantep Üniversitesi Spor Bilimleri Dergisi*, 2(4): 1-11.
- Baylan, E., Dilaver, Z., Demir, A. ve Oktay, E. (2019). Su ve Arazi Tabanlı Rekreasyon Olanaklarının Belirlenmesi: Ankara Güneyi Alt Havzası Örneği. *KSÜ Tarım ve Doğa Dergisi*, 22(1): 106-121.

- Bek, N. (2008). *Fiziksel Aktivite ve Sağlığımız*. Klasmat Matbaacılık, Ankara.
- Bektaş, M. (2015). İstanbul'da Zincir Fitness Merkezlerinde Sunulan Hizmetlerin Üye Memnuniyeti Açısından Değerlendirilmesi. *Yüksek Lisans Tezi, Haliç Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü Beden Eğitimi ve Spor Anabilim Dalı. İstanbul*.
- Bitner, MJ. (1992). "Servicescapes: The Impact of Physical Surroundings on Customer and Employees." *Journal of Marketing*, (56): 57–71.
- Boz, C. (2007). Yerel Yönetimlerin Spor Tesislerinde Toplam Kalite Yönetimi Uygulamaları (İstanbul Büyükşehir Belediyesi Örneği). *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Marmara Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü. İstanbul*.
- Broadhurts, R. (2001). *Managing environments for leisure and recreation*. London: GBR: Routledge.
- Burges, J., Elias, A. J. (2016). *Time: a vocabulary of the present*. New York University Press, New York, 384 p.
- Burns, R. C., Graefe A. R., and Absher J. D. (2003). Alternatemeasurement approaches to recreational customer satisfaction: performance-only and importance-performance gap scores. *Leisure Science*, 25(4): 363-380.
- Burton, N., Turrell, G. and Oldenburg, B. (2003). Participation in recreational physical activity: why do socioeconomic groups differ?. *Health Education Behavior*, 30(2): 225-244.
- Canan, F. ve Ataoğlu, A. (2010). Anksiyete, Depresyon ve Problem Çözme Becerisi Algısı Üzerine Düzenli Sporun Etkisi, *Anadolu Psikiyatri Dergisi*, (11):38-43.
- Cangöz, İ. (2013). İletişim fakültesi öğrencilerinin toplumsal cinsiyet farkındalığı ve cinsiyetçi şiddetle ilgili görüşleri. *Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi*, (19): 41-64.
- Ceyhun, S. (2006). Spor İşletmelerinde Hizmet Kalitesi, *Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi, Ankara*.
- Chang, S. and Gibson, H.J. (2011). Physically active leisure and tourism connection: leisure involvement and choice of tourism activities among paddlers. *Leisure Science*, 33(1): 162-181.
- Chelladurai, P. and Chang, K. (2000). Targets and standards of quality in sport services. *Sport Management Review*, (3): 1–22.
- Chen, Y.C., Li, R.H. and Chen, S.H. (2011). Relationships among adolescents' leisure motivation, leisure involvement, and leisure satisfaction: a structural equation model. *Social Indicators Research*, 110(3): 1187–1199.

- Chieh-Lu L., Absher J. D., Graefe A. R., and Yi-Chung H. (2008). Services for culturally diverse customers in parks and recreation. *Leisure Sciences*, (30): 87-92.
- Crawford, D. W. and Godbey, G. (1987). *Reconceptualizing barriers to family leisure*.
- Crawford, D. W., Jackson, E. L. and Godbey, G. (1991). A hierarchical model of leisure constraints. *Leisure Sciences*, (13): 309-320.
- Crompton J. K., MacKay K. J., and Fesenmaier D. R. (1991). Identifying dimensions of service quality in public recreation. *Journal of Park and Recreation Administration*, 9(3): 15-27.
- Cusumano, DL, & Thompson JK. (1997). Body image and body shape ideals in magazines: Exposure, awareness, and internalization. *Sex Roles*. (37): 701–721.
- Çakır, V. (2006). *Reklam ve marka tutumu*. Tablet Kitapevi, Konya.
- Çelik, E. (2018). Güneydoğu Anadolu Bölgesindeki Güreşçilerin Serbest Zaman Tatmin Düzeylerinin Çeşitli Değişkenler Açısından İncelenmesi. *Yüksek Lisans Tezi, Batman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Batman*.
- Dalgıç, A. (2013). Hizmet Sektöründe Hizmet Kalitesinin Ölçümü ve Hizmet Kalitesini Etkileyen Faktörler. Antalya’da Hizmet Kalitesi Ölçümüne Yönelik Bir Uygulama. *Yüksek Lisans Tezi, Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Aydın*.
- Dawson, J., Havitz, M. ve Scott, D. (2011) Behavioral adaptation of alpine skiers to climate change: examining activity involvement and place loyalty. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 28(4): 388-404.
- Deci, E. L. (1975). *Intrinsic motivation* (First edition). New York: Plenum, 12.
- Demirel, H. (2013). Rekreasyonel Spor/Fitnes Programı Sunan İşletmelerde Hizmet Kalitesi. *Yayımlanmamış Doktora Tezi. Gazi Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü. Ankara*.
- Demirel, M., Demirel, D. H. and Serdar, E. (2017). Constraints and perceived freedom levels in the leisure of university students. *Journal of Human Sciences*, 14(1): 789- 795.
- Demirel, M., Ekinci, N. E., Üstün, Ü. D., Işık, U. ve Gümüşgöl, O. (2015). *Serbest Zaman Fikri-İlk İlkeler-*. Spor Yayınevi ve Kitabevi, Ankara, s. 86.
- Demirer, Y. (2010). Beden Algısı ve Ruh Sağlığı <https://www.acilservis.pro/beden-algisi-ve-ruh-sagligi>. Erişim tarihi: 06 Nisan 2019.
- Deniz, M. E. (2003). Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Beceri Düzeylerinin Bazı Değişkenler Açısından İncelenmesi. *S.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (9): 501-522.
- Dong, E. (2008). *Leisure Lifestyles in Urban China: Leisure Activities, Leisure Constraints and Leisure Satisfaction*, Great Britain: VDM Verlag Dr. Müller, 140.

- DSÖ. (2000). Obesity: preventing and managing the global epidemic. Geneva, Switzerland: World Health Organization. No. 894.
- Ekal, S. K. (2010). Büyük Antakya Parkı'nın Rekreatif Talep Özelliklerinin Saptanması. *Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.*
- Elden, M. (2009). *Reklam ve reklamcılık*. Say Yayınları, İstanbul.
- Emir, E. (2015). Kadınlarda rekreatif etkinliklere katılım: algılanan özgürlük ve mutluluk ilişkisi. *8. Ulusal Spor Bilimleri Öğrenci Kongresi*, Mersin.
- Eren, E. (1993). *Yönetim ve organizasyon*. İstanbul Üniversitesi Yayını, İstanbul, 621 s.
- Ergin, B. M., İmamoğlu A. F., Tunç T., Akpınar S., ve Çon M. (2011). Üniversite Spor Merkezlerindeki Hizmet Kalitesi Boyutlarının Algı ve Önem Düzeylerinin İncelenmesi. *Spor ve Performans Araştırmaları Dergisi*, 2(1): 41-49.
- Ergün, İ. (2018). Hizmet Sektöründe Halkla İlişkiler Faaliyetlerinin Hizmet Kalitesi ve Müşteri Memnuniyetine Etkileri. *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Avrasya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Trabzon.*
- Erkan, N. (1994). "Yaşam Boyu Spor Nedir". Ed: Aköz, Y., *Türkiye ve Olimpiyat Sempozyumu*, ANKARA.
- Eroğlu, E. (2006). *Yükseköğretim Hizmet Kalitesi*. Nobel Yayın Dağıtım, İstanbul.
- Eskiler, E. ve Karakaş, G. (2017). Sakarya Üniversitesi Öğrencilerinin Serbest Zaman İlgilenimleri ile Davranışsal Niyetleri Arasındaki İlişkilerinin İncelenmesi, *İstanbul Üniversitesi Spor Bilimleri Dergisi*, 7(3): 10-12.
- Fişek, K. (2003). *Devlet Politikası ve Toplumsal Yapıyla İlişkileri Açısından Spor Yönetimi*. YGS Yayınevi, İstanbul.
- Gagliano, K. B. and Hathcote, J. (1994). Customer expectations and perceptions of service quality in retail apparel specialty stores. *Journal of Services Marketing*, 8(1): 60-69.
- Gallant, K., Arai, S., and Smale, B. (2013). Serious leisure as an avenue for nurturing community. *Leisure Sciences*, 35(4): 320–336.
- Gibson, H., Willming, C. and Holdnak, A. (2002). We're gators ... not just gator fans: Serious leisure and university of Florida football. *Journal of Leisure Research*, 34(4): 397–425.
- Godbey, G. (1985). Nonuse of public leisure services: A model. *Journal of Park and Recreation Administration*, (3): 1-13.
- Godbey, G., Crawford, D.W. and Shen, X.S. (2010). Assessing hierarchical leisure constraints theory after two decades. *Journal of Leisure Research*, 42(1): 111–134.

- Gonçalves C., ve Meireles P., ve Carvalho M. J. (2016). Consumer Behaviour in Fitness Club: Study of the Weekly Frequency of Use, Expectations, Satisfaction and Retention. *The Open Sports Sciences Journal*, 9(Suppl-1, M8): 62–70.
- Gould, J.M. (2005). *The Development of a Serious Leisure Inventory and Measure*.
- Grzywacz, J.G., Marks, N.F. (2001), Social inequalities and exercise during adulthood: toward an ecological perspective. *Journal of Health and Social Behaviour*, 42(2): 202-220.
- Güçlü, D. (2001). Zaman yönetimi. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*, 25(25): 87-106.
- Gümüőğlu, S. (2003). *Kalite Kültürü-Süreç Yönetimi Eğitim İlişkileri*. D. ES II Kalite Sempozyumu, Bildiriler Kitabı, İzmir.
- Gürbüz, B. and Henderson, K.A. (2014). Leisure activity preferences and constraints: Perspectives from Turkey. *World Leisure Journal*, 56(4): 300-316.
- Gürbüz, B., Çimen, Z. ve Aydın, İ. (2015). Serbest zaman ilgilenim ölçeği: Türkçe formu geçerlik ve güvenirlik alışması. 3. *Ulusal Rekreasyon Kongresi, Özet*, 290.
- Hacıfendioğlu, S. ve Koç, Ü. (2009). Hizmet Kalitesi Algılamalarının Müşteri Bağlılığına Etkisi ve Fast-Food Sektöründe Bir Araştırma. *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2(18): 146-167.
- Hacıoğlu, N., Gökdeniz, A. ve Din, Y. (2003). *Boş Zaman ve Rekreasyon Yönetimi Örnek Animasyon Uygulamaları*. Detay Yayıncılık, Ankara.
- Hakman, C. (2008). Sinemada zaman kavramı ve hiroshima mon amour filminin zaman kavramı açısından analizi, *Yüksek Lisans Tezi, Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kocaeli*.
- Hammit, W.E. (2012). Reassessing the structure of enduring leisure involvement. *Leisure Sciences: An Interdisciplinary Journal*, 34(1): 1-18.
- Hardin, M. and Greer, J. D. (2009). The influence of gender-role socialization, media use and sports participation on perceptions of gender-appropriate sports. *Journal of Sport Behaviour*, 32(2): 207-226.
- Hart, E. A., Leary, M. R. and Rejeski, W. J. (1989). The measurement of social physique anxiety. *Journal of Sport and Exercise Psychology*, (11): 94-104.
- Havitz, M. E. and Dimanche, F. (1997). Leisure involvement revisited: conceptual conundrums and measurement advance. *Journal of Leisure Research*, 29(3): 245-278.
- Havitz, M. E. and Dimanche, F. (1999). Leisure involvement revisited: Drive properties and padoxes. *Journal of Leisure Research*. (31): 122-149.

- Havitz, M. E., Kaczynski, A. T., and Mannell R. C. (2013). Exploring relationships between physical activity, leisure involvement, self-efficacy, and motivation via participant segmentation. *Leisure Sciences: an Interdisciplinary Journal*, 35(1): 45-62.
- Henderson, K.A., and Bialeschki, MD. (1993). Negotiating constraints to women's physical recreation. *Loisir et Société / Society and Leisure*, 16(2): 389-411.
- Hickerson, B., Finke, E.H. and Choi, Y. (2014). Enduring leisure involvement and children with autism spectrum disorder. *Therapeutic Recreation Journal*. 48(1): 31-45.
- Holmes, K., Smith, K.A., Lockstone-Binney, L. and Baum, T. (2010). Developing the dimensions of tourism volunteering. *Leisure Sciences*, 32(3): 255-269.
- Howard, D. R. (1992). Participation rates in selected sport and fitness activities. *Journal of Sport Management*, (6): 191-205.
- Howat, G., Absher, J., Crilley, G., and Milne, I. (1996). Measuring customer service quality in sports and leisure centers. *Managing Leisure*, (1): 77-89.
- Hultsman, W. (1995). Recognizing patterns of leisure constraints: an extension of the exploration of dimensionality. *Journal of Leisure Research*, 27(3): 228-244.
- Jackson, E.L. (1993). Recognizing patterns of leisure constraints: Results from alternative analyses. *Journal of Leisure Research*, 25(2): 129-149.
- Jackson, E.L. and Searle, M.S. (1985). Recreation non-participation and barriers to participation: Concepts and models. *Society and Leisure*, 8(2): 693-707.
- Jahangir, A. and Alamgir, H. (2012). Motivation behind attending fitness clubs in Bangladesh: A survey study on clubs' members in Sylhet. *European Journal of Business and Management*. 4(2): 120-137.
- Jun, J., Kyle, G.T., Vlachopoulos, S.P., Theodorakis, N. D., Absher, J.D. and Hammitt, Juniu, S. (2000). *Downshifting: regaining the essence of leisure*. *Journal of Leisure Research*, 32(1).
- Kalkan, A. (2012). Açık Alan Rekreatyonu, Doğa Sporları Yapan Bireylerin Bu Sporları Yapma Nedenleri: Antalya Örneği. *Yüksek Lisans Tezi, Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya*.
- Kandampully, J. (1997). "Quality Management in Retailing through Service-Product Design". *Total Quality Management*, 8(1): 41-53.
- Kapferer, J. N. and Laurent, G. (1985). Consumers' involvement profile: new empirical results. *In NA -Advances in Consumer Research*, 12(1): 290-295.
- Karagöz, T. (2008). 30/40 Yaş Arası Bayanların Fitness Sporuna Katılım Nedenleri ve Beklentileri. *Yüksek Lisans Tezi, Ankara*.
- Karahan, K. (2000). *Hizmet Pazarlaması*. 1. Baskı, Beta Yayıncılık, İstanbul.

- Karaküçük, S. (2008). *Rekreasyon Boş Zamanları Değerlendirme*. (6.Baskı). Gazi Kitabevi. Ankara.
- Karaküçük, S. ve Gürbüz, B. (2007). *Rekreasyon ve Kent(li)leşme*. (1.Baskı). Gazi Kitapevi. Ankara.
- Kaya, E. (2019). Fitness salonuna giden sedanter bireylerin fitnessa yönelme nedenleri ve fiziksel durumlarının incelenmesi. *Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Gelişim Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, İstanbul*.
- Kaya, İ. (2013). Çekim unsurları ile rekreatif alışveriş, tatmin ve yeniden satın alma niyeti arasındaki ilişki. *Doktora Tezi, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir*.
- Kemp, K., Pearson, S. (1997). *Leisure and Tourism*. Great Britain: Longman Pres.
- Kılbaş, K. Ş. (2004). *Rekrasyon: Boş Zamanı Değerlendirme*. (3. Baskı), Nobel Yayın Dağıtım, Ankara.
- Kim, D. and Kim, S. Y. (1995). Quesc: an instrument for assessing the service quality of sport centers in korea. *Journal of Sport Management*, (9): 208-220.
- Ko, Y.J., Dona, L. Pastore. (2005). “A Hierarchical Model of Service Quality for the Recreational Sport Industry”. *Sport Marketing Quartely*, (14): 84–97.
- Koçak, F. (2017). The relationship between leisure constraints, constraint negotiation strategies and facilitators with recreational sport activity participation of college students. *College Student Journal*, 51(4): 491-497.
- Koestner, R. and McClelland, C. (1990). Perspectives on competence motivation. In L. A. Pervin (Eds.). *Handbook of personality: theory and research*. New York: Guilford. pp. 527-548.
- Kouthouris, C. (2009). An Examination of the relationships between motivation, involvement and intention to continuing participation among recreational skiers. *International Journal of Sport Management Recreation & Tourism*, Vol.4, pp.1-19.
- Köklü, N. ve Büyüköztürk, Ş. (2000). *Sosyal Bilimler için istatistiğe giriş*. Pegem Akademi Yayıncılık, Ankara, s. 125.
- Kraus, R. (1998). *Recreation and leisure in modern society*, 5th. Edition.
- Kraus, R. G. (1966). *Recreation Today: Program Planning and Leadership*, Englewood Cliffs, New Jersey.
- Kyle, G. T., Absher, J., Norman, W., Hammit, W. and Jodice, L. (2007). *Modified involvement scale*. *Leisure Studies*. 26(4): 398-427.

- Kyle, G. T. (2001). *An Examination of Enduring Leisure Involvement*. Doctoral's Thesis, The Pennsylvania State University, 10-25.
- Kyle, G. T. and Chick, G. (2004). Enduring leisure involvement: The importance of personal relationships. *Leisure Studies*, 23(3): 243-266.
- Kyle, G. T., Absher, J. D., Hammitt, W. E. and Cavin, J. (2006). An examination of the motivation-involvement relationship. *Leisure Sciences*, 28(5): 467-485.
- Lawler, E. E. (1973). *Motivation in work organization*. Monterey, CA: Brooks/Cole Publishing Co, 25.
- Leary, M. R., Kowalski, R. M., & Campbell, C.D. (1988). Self-Presentational Concerns and Social Anxiety: The Role of Generalized Impression Expectancy. *Journal of Research in Personality*. (22): 308-321.
- Lee, J. H., Kim, H. D., Ko, Y. J. and Sagas, M. (2011). The influence of service quality on satisfaction and intention: a gender segmentation strategy. *Sport Management Review*, (14): 54-63.
- Lee, J.-H. and Scott, D. (2006). For better or worse? A structural model of the benefits and costs associated with recreational specialization. *Leisure Sciences*, 28(1): 17-38.
- Leitner, M.J. and Leitner, S.F. (2004). *Leisure Enhancement*. (Third edition). London: The Haworth Press, 183-209.
- Liang, C. and Wang, W. (2008). Do Loyal And More Involved Customers Reciprocate Retailer's Relationship Efforts? *Journal Of Services Research*, 8(1): 72-73.
- MacKay, K. L., and Crompton, J. L. (1988). A conceptual model of consumer evaluation of recreation service quality. *Leisure Studies*, (7): 41-49.
- Madrigal, R., Havitz, M.E. and Howard, D.R. (1992). Married Couples' involvement with family vacations. *Leisure Sciences*, (14): 285-299.
- Mansuroğlu, S. (2002). Akdeniz üniversitesi öğrencilerinin serbest zaman özellikleri ve dış mekân rekreasyon eğilimlerinin belirlenmesi. *Akdeniz Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 15(2): 53-62.
- Memiş, A., Ekenci, G. (2007). Spor Merkezlerinde Müşteri Memnuniyeti Ankara İli Örneği, *Gazi BESBD*, 12(1): 33-48.
- Messner, M.A., Sabo, D.F. (1990). *Sport, Men, and the Gender Order: Critical Feminist Perspectives*. Champaign, IL: Human Kinetics Books.
- Minhat, H.S., Mohn Amin, R. and Shamsuddin, K. (2012). Late-life leisure constraints among malaysian elderly: a qualitative approach. *Malasian Journal of Public Health Medicine*, 12(2): 24-30.

- Moccia, F. D. (2000). Planning Time: An Emergent European Praticce. *European Planning Studies*, 8(3): 367-376.
- Munusturlar, S., Şimşek, K.Y., Munusturlar, M.A., Sevil, T., Çelik, V.O., Başarangil, İ. ve Köse, H. (2016). *Rekreasyon Yönetimi*. Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir.
- Mutlu, İ., Yılmaz, B., Güngörmüş, H. A., Sevindi, T., ve Gürbüz, B. (2011). Bireyleri rekreasyonel amaçlı egzersize motive eden faktörlerin çeşitli değişkenlere göre karşılaştırılması. *Selçuk Üniversitesi Beden Eğitimi ve Spor Bilim Dergisi*,13(1).
- Müderrişoğlu, H., ve Uzun, S. (2004). Abant İzzet Baysal Üniversitesi orman fakültesi öğrencilerinin rekreasyonel eğilimleri. *Türkiye Ormancılık Dergisi*, 5(2): 108-121.
- Mülazımoğlu Ballı, Ö. ve Aşçı, F. H. (2004). Düzenli fiziksel aktivite programına katılan ve katılmayan bireylerin bedenlerine yönelik algıları, *The 10th ICHPER.SD Europe Congress and TSSA 8th International Sports Science Congress*, Antalya.
- Odabaşı, Y. ve Barış, G. (2002). *Tüketici Davranışı*. (2.Baskı). MediaCat Akademi, İstanbul.
- Oktav, C. (2017). Felsefe tarihinde zaman düşünceleri. *Kader*, 15(3): 718-742.
- Oxford. <http://en.oxforddictionaries.com/definition/fitness>, Erişim Tarihi: 10.02.2021.29.
- Özen, Y. ve Gül, A. (2007). Sosyal ve eğitim bilimleri araştırmalarında evren-örneklem sorunu. *Atatürk Üniversitesi Kazım Karabekir Eğitim Fakültesi Dergisi*, 0(15): 394-422.
- Özkan, R. T. (2018). Yöneticilerin İşyeri Rekreasyon Farkındalık Algılarının ve Etkinliklere Katılımlarının İncelenmesi. *Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul*.
- Özsarı, A., Fişekçioğlu, İ, B. ve Altın, M. (2017). Gençlik merkezi faaliyetlerine katılan Suriyeli mültecilerin algıladıkları hizmet kalitesi üzerine bir araştırma. *Sosyal Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 2(1): 31-44.
- Öztürk, A. (2007). *Hizmet Pazarlaması*. 7. Basım, Ekin Basım Yayın Dağıtım, Eskişehir.
- Öztürk, A.S. (2013). *Hizmet Pazarlaması: Kuram, Uygulama ve Örnekler*. Ekin Kitabevi, Bursa.
- Palmer, A. (2005). *Principles Of Services Marketing*.England: Mcgraw-Hill.
- Pampel, F.C., Krueger, P. M. and Denney, J.T. (2010). Socioeconomic disparities in health behaviours. *Annual Review of Sociology*, (36): 349-370.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. ve Berry, L.L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1): 12-40.

- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. ve Berry, L.L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of Marketing*, 49(4): 41-50.
- Pelletier, G., Gortier, S., Vallerand, J., Tuson, M. and Blais, M.R. (1995). Toward a new measure of intrinsic motivation, extrinsic motivation, and amotivation in sports: the Sport Motivation Scale (SMS). *Journal of Sport and Exercise Psychology*, (17): 35-53.
- Pettee, K.K, Brach, J.S. and Kriska, A. M. (2006). Influence of marital status on physical activity levels among older adults. *Medicine and Science in Sports and Exercise*, 38(3): 541-546.
- Ragheb, M.G. and Griffith, C.A. (1982). The contribution of leisure participation and leisure satisfaction to life satisfaction of older persons. *Journal of Leisure Research*, 14(4): 295-306.
- Reeve, J. and Deci, E.L. (1996). Elements of the competitive situation that affect intrinsic motivation. *Personality and Social Psychology Bulletin*, (22): 24-33.
- Ries, A. ve Ries, L. (2000). *Marka Yaratmanın 22 Kuralı*. (Çev. Atakan Özdemir), Mediacat Yayınları, Ankara.
- Sağiroğlu, İ., & Ayar, H. (2017). Fitness ve crossfit merkezlerine rekreatif egzersiz amaçlı katılımda etkili olan motivasyon faktörlerinin incelenmesi. *Uluslararası Anadolu Spor Bilimleri Dergisi*, (3): 167-179.
- Sarıbaş, Ö. (2015). Turistlerin Rekreasyon Faaliyetlerine Katılımlarını Etkileyen Unsurlar; Antalya ve İzmir Örneği. *Yüksek Lisans Tezi, İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir*.
- Sevil, T. (2012). *Boş zaman ve rekreasyon yönetimi, S. Koçaeşki. (Editör). Boş zaman ve rekreasyon: kavram ve özellikler. (Birinci Baskı). Anadolu Üniversitesi, Eskişehir*.
- Sevil, T., Şimşek, K.Y., Katırcı, H., Çelik, V.O. ve Çeliksoy, M.A. (2013). *Boş Zaman ve Rekreasyon Yönetimi. Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir*.
- Sevimli, D. (2007). Fibromiyalji Sendromlu Hastalarda Farklı Egzersiz Uygulamalarının Fiziksel ve Psikolojik Parametreler Üzerine Etkisi. *Doktora Tezi, Çukurova Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Adana*.
- Seyran, D. (2004). *Hizmet Kalitesi, Modeller ve Hizmet Kalitesine Yeni Bir Bakış Açısı. KalDer Yayınları No:34, İstanbul*.
- Shupe, F. L. (2010). The Personal and Social Benefits of Airplane Piloting As a Serious Leisure Activity for Women. Master's Thesis, *Virginia Commonwealth University, Louisville*, 6-7.
- Skinner, S. J. (1990). *Marketing*. Boston: Houghton Mifflin Company.
- Smith, M.B., Wallace, J.C., Vandenberg, R.J. and Mondore, S. (2018). Employee

- involvement climate, task and citizenship performance, and instability as a moderator. *The International Journal of Human Resource Management*, 29(4): 615-636.
- Stebbins, R.A. (1979). *Amateurs: On the Margin between Work and Leisure*. Beverly Hills, CA: Sage Publications, 54.
- Stebbins, R. A. (1982). Serious leisure: A conceptual statement. *Pacific Sociological Review*, 25, 251-272.
- Stebbins, R. A. (1992). *Amateurs, Professionals and Serious Leisure*. Montreal, QC: McGill-Queen's University Press, 121.
- Stebbins, R. A. (1996). Volunteering: A serious leisure perspective. *Nonprofit and Voluntary Action Quarterly*, (25): 211-224.
- Stebbins, R. A. (1997). Casual leisure: A conceptual statement. *Leisure Studies*, 16(1): 17-25.
- Stebbins, R. A. (2005). Project-based leisure: theoretical neglect of a common use of free time, *Leisure Studies*, 24(1): 1-11.
- Stebbins, R. A. (2007). *Serious leisure: A perspective for our time*. New Brunswick, NJ: Transaction, 140.
- Stebbins, R. A. (2008). Right leisure: Serious, casual, or project-based? *Neuro-Rehabilitation*, (23): 335-341.
- Stebbins, R. A. (2012). Unpaid work of love: Defining the work-leisure axis of volunteering, *Leisure Studies*, 1-7.
- Şekerkaya, A. K. (1997). *Bankacılık Hizmetlerinde Algılanan Toplam Kalite Ölçümü*. Sermaye Piyasası Kurulu.
- Şen, S. ve Sarıkaya, İ. (2015), Serbest Zaman Etkinlikleri Dersinde Seçilen Etkinliklerin Cinsiyet Değişkenine Göre İncelenmesi. *Bayburt Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, (4): 1307-1076.
- Şimşek, K. Y. (2013). *Alışveriş merkezlerinde ticari rekreasyon ve hizmet kalitesi*.
- Taniguchi, H. and Shupe, F. (2014). Gender and family status differences in leisure-time sports/fitness participation. *International Review for The Sociology of Sport*, 49(1): 65-84.
- Taşdemir, B. (2015). Fitness Merkezlerinde Üye Beklentileri Üzerine Bir Araştırma. *Yüksek Lisans Tezi. Bahçeşehir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Spor Yönetimi, İstanbul*.
- TDK. (2020). *Rekreasyon*. <https://sozluk.gov.tr/>

- Tekin, M. (2011). *Toplam Kalite Yönetimi*. Günay Ofset, Konya.
- Tezcan, M. (1982). *Sosyolojik açıdan boş zamanların değerlendirilmesi*. Ankara Üniversitesi Eğitim Fakültesi Yayınları, Ankara, s. 232.
- Torkildsen, G. (1999). *Leisure and Recreation Management*. London: Spon Press.
- Torkildsen, G. (2005). *Leisure and Recreation Management*. Glasgow: Great Britain by Bell and Bain Ltd.
- Tosun, K. (1992). *İşletme Yönetimi*. 6. baskı. Savaş Yayınları, Ankara.
- Townsend, P. and Gebhardt, J. (1998). *The Policy is Still Quality*. Best's Review, June.
- Tsitskari, E., Tsiotras, D., and Tsiotras, G. (2006). Measuring service quality in sport services. *Total Quality Management*, 17(5): 623-631.
- Türkay, İ. K. (2018). Vücut Geliştirme Sporunda En Çok Uygulanan Antrenman Sistemleri. *Uluslararası Tarım, Çevre ve Sağlık Kongresi*, 26-28.
- Türksoy, B. (2019). Spor tesislerinde hizmet kalitesinin değerlendirilmesi. *Yüksek Lisans Tezi, Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bolu*.
- Tütüncü, Ö. ve Aydın, İ. (2014). Toplum ve açık hava rekreasyon faaliyetleri: ABD örneği. *Turizm Araştırmaları Dergisi*, 25(1): 118-120.
- Uğur, E. ve Baysaling, Ö. (2002). *Herkes İçin Spor: Vücut Geliştirme, Fitness ve Formda Kalma*. İl press Basım ve Yayın, İstanbul.
- Ulus, Y. (2016). İlgilenim. *Marmara Üniversitesi Öneri Dergisi*, 12(45): 569-586.
- Ustaahmetoğlu, E. (2015). Tüketici satın alma karar türleri ve ilgilenim. *Atatürk Üniversitesi Açık öğretim Fakültesi. Erzurum*.
- Utku, M. C. (2019). Yerel Yönetimlerde Spor Tesislerinin Hizmet Kalitesinin Ölçülmesi: Etimesgut Belediyesi Örneği, *Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi, Ankara*.
- Uz, İ. (2015). Fitness Merkezine Düzenli Katılan Bireylerde Egzersiz Bağımlılığının İncelenmesi. *Yüksek Lisans Tezi, On sekiz Mart Üniversitesi. Çanakkale*.
- Uzun, M. (2017). Kamu ve Özel Otopark İşletmelerinde Hizmet Kalitesinin Ölçümü ve Mukayesesi. *Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul*.
- Üzüm, H., Yeşildağ, B., Karlı, Ü., Ünlü, H., Parlar, F.M., Çokpartal, C. ve Tekin, N. (2016). Kamu ve özel spor merkezleri müşterilerinin hizmet kalitesi algılarının incelenmesi. *Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 3(16): 167-180.

- Veal, A.J. (2016). The serious leisure perspective and the experience of leisure. *Leisure Sciences*, 39(3): 205–223.
- Wen, M., Browning, C.R. and Cagney, K.A. (2007). Neighborhood deprivation, social capital and regular exercise during adulthood: a multilevel study in Chicago. *Urban Studies*, 44(13): 2651-2671.
- Wiley, C.G.E., Shaw, S.W., Havitz, M.E. (2000). Men’s and women’s involvement in sports: An examination of the gendered aspect of leisure involvement. *Leisure Sciences*, 22(1): 19-31.
- Wirtz, J. ve Lovelock, C. (2018). Essentials of Services Marketing (Third Edition). *Pearson Education*.
- Yağın, K. (2019). Fitness Merkezine Giden Bireylerin Sosyal Görünüş Kaygısı ve Öz Güven Düzeylerinin İncelenmesi. *Yüksek Lisans Tezi, Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi*.
- Yatkın, A. (2004). *Toplam Kalite Yönetimi*. Nobel Yayın ve Dağıtım, İstanbul.
- Yavuz, Z. (2012). Modern zaman teorileri ve zamanın gerçekliği. *Felsefe Dünyası*, 2(56): 189-201.
- Yerlisu-Lapa, T. ve Baştaç, E. (2012). Antalya’da fitness merkezlerine devam eden bireylerin yaş, cinsiyet ve eğitimlerine göre bu merkezlere yönelik hizmet kalitesi değerlendirilmelerinin incelenmesi. *Pamukkale Journal of Sport Sciences*, 3(1): 42-52.
- Yetim, G. (2014). Boş zaman ilgileniminin boş zaman tatmini ve sadakati üzerine etkisi: eskişehir’deki fitness merkezleri üzerine araştırma, *Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Eskişehir*.
- Yıldız, S.M. (2008). Spor hizmetleri kalitesini değerlendirmede kullanılabilecek hizmet kalitesi modelleri ve ölçüm araçları. *Gazi Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 8(3): 38-48.
- Yousefi, B., Hassani, Z., &Shokri, O. (2009). Reliability and Factor Validity of The 7-İtem Social Physique Anxiety Scale (SPAS-7) Among University Students İn Iran. *World Journal of Sport Sciences*. 2(3): 201-204.
- Yumuk, E. D. ve Güngörmüş, H. A. (2019). Üniversite öğrencilerinin serbest zaman etkinliklerine katılımını engelleyen ve kolaylaştıran faktörler: Yabancı diller yüksekokulu örneği. *II. Dünya Spor Bilimleri Araştırma Kongresi, Tam Metin Bildiri*.
- Yüksel, M. (2014). Cinsiyet ve spor. *Journal of History School*, (19): 663-684.
- Yüksel, M. (2015). Eğitim düzeyi farklılıklarının spora yansımaları. *The Journal of Academic Social Science*, (31): 149-165.

- Yüzgenç, A. (2010). Yerel Yönetimlerin Sunduğu Spor Hizmetlerinde Hizmet Kalitesi (Ankara İli Örneği). *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Gazi Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü. Ankara.*
- Yüzgenç, A. A. ve Alay-Özgül, S. (2014). Yerel yönetimlerin sunduğu spor hizmetlerinde hizmet kalitesi (gençlik merkezleri ve aile yaşam gençlik merkezleri örneği. *Spor Bilimleri Dergisi Hacettepe Journal of Sport Sciences*, 25(2): 79-93.
- Zaichkowsky, JI. (1985). Masuring The İnvolvement Construct. *Journal Of Consumer Research*, 12(3): 341–352.
- Zeithaml, V. A., Parasuraman, A. and Berry, L. L. (1990). *Delivering Quality Service – Balancing Customer Perceptions and Expectations*. New York: The Free Pres.
- Zorba, E. (2013). *Fiziksel Aktivite ve Fiziksel Uygunluk*. Fırat Matbaacılık, Ankara.
- Zorba, E. ve Saygın, Ö. (2009). *Fiziksel Aktivite ve Fiziksel Uygunluk*. İnceler Ofset Matbaacılık, Ankara.

Ekler

Ek 1. Kişisel Bilgi Formu

Değerli katılımcı, Fitness merkezlerinde yapılan rekreasyonel etkinliklere yönelik serbest zaman ilgilenimi ve algılanan hizmet kalitesi arasındaki ilişkiyi incelemeye yönelik akademik bir çalışma yapıyoruz. Ölçekte bulunan sorulara size en uygun gelen yanıtları vermenizi rica ediyoruz. Bizimle paylaşmış olduğunuz yanıtlar bu bilimsel araştırma dışında hiçbir yerde kullanılmayacaktır. Katılımınız ve değerli vaktiniz için teşekkürler.	
Demografik Bilgi Formu	
1. Cinsiyetiniz: ☐ Kadın ☐ Erkek	
2. Yaşınız: ☐ 18-24 ☐ 25-31 ☐ 32-38 ☐ 39-45 ☐ 46 ve üzeri. Lütfen Belirtiniz: (Yaş).	
3. Medeni Durumunuz: ☐ Bekar ☐ Evli	
4. Eğitim durumunuz: ☐ İlkokul ☐ Ortaokul ☐ Lise ☐ Üniversite (önlisans/lisans) ☐ Lisansüstü (yüksek lisans/doktora)	
5. Mesleğiniz: ☐ Serbest meslek ☐ Özel sektör ☐ Kamu personeli (Devlet) ☐ Çalışmıyorum	
6. Aylık ortalama hane geliriniz: ☐ 1000-2000 ☐ 2001-3000 ☐ 3001-4000 ☐ 4001 ve üzeri. Lütfen Belirtiniz: (Türk Lirası).	
7. Vücut yapınız: ☐ Çok zayıf ☐ Zayıf ☐ Normal ☐ Kilolu ☐ Obez	
8. Aktif olarak yaptığınız bir spor branşı (Fitness dışında): ☐ Var ☐ Yok	
9. Spor merkezini haftada kaç gün kullanıyorsunuz: ☐ 1-2 gün ☐ 3-4 gün ☐ 5 gün ve üzeri. Lütfen Belirtiniz: (Gün).	
10. Spor merkezinde günlük harcadığınız ortalama zaman: ☐ 1-2 saat ☐ 3-4 saat ☐ 5 saat ve üzeri. Lütfen Belirtiniz: (Saat).	
11. Fitness merkezinde ne kadar süredir egzersiz yapıyorsunuz: ☐ 0-6 ay ☐ 7-12 ay ☐ 1-2 yıl ☐ 2 yıl ve üzeri. Lütfen Belirtiniz: (Ay) veya (Yıl).	
12. Fitness merkezine katılma amacınız: ☐ Sağlıklı olmak, zinde kalmak. ☐ Zayıflamak. ☐ Kilo kontrolü. ☐ Sosyal çevre kazanmak. ☐ Vücut geliştirmek- Güçlenmek. ☐ Serbest zamanı değerlendirmek.	

Ek 2. Spor-Fitness Merkezleri Algılanan Hizmet Kalitesi Ölçeği

Spor-Fitness Merkezleri Algılanan Hizmet Kalitesi Ölçeği (SFM-HKÖ) Aşağıda sizin halen devam ettiğiniz spor-fitness merkezi hakkında bazı ifadeler bulunmaktadır. Lütfen bu ifade edilen durumlarla ilgili olarak beklentilerinizin hangi derecede karşılanıp karşılanmadığını, 1. Hiç Katılmıyorum, 2. Az Katılıyorum, 3. Orta Derecede Katılıyorum, 4. Çok Katılıyorum, 5. Tamamen Katılıyorum. size en uygun gelen seçeneği işaretleyiniz.		Tamamen Katılıyorum	Çok Katılıyorum	Orta Derecede	Az Katılıyorum	Hiç Katılmıyorum
1	Bu merkezdeki bekleme ve dinlenme alanları (yerleri) yeterli ve rahattır.	5	4	3	2	1
2	Bu merkezdeki soyunma odaları ve duşlar her zamantemizdir.	5	4	3	2	1
3	Bu merkezdeki soyunma odaları ve duşların havalandırması yeterlidir.	5	4	3	2	1
4	Bu merkezdeki soyunma odalarında yeterli alan ve yeterli sayıda duş vardır.	5	4	3	2	1
5	Bu merkezdeki duşlarda her zaman bol sıcak su vardır.	5	4	3	2	1
6	Bu merkezdeki soyunma dolapları yeterlisayıdadır.	5	4	3	2	1
7	Bu merkezde spor yapılan alanlar memnun edici düzeyde temizdir.	5	4	3	2	1
8	Bu merkezin havalandırması yeterlidir.	5	4	3	2	1
9	Bu merkezin aydınlatması yeterlidir.	5	4	3	2	1
10	Bu merkezin ısı/ısı hava koşullarına uygun şekilde ayarlanmaktadır.	5	4	3	2	1
11	Bu merkezdeki egzersiz alet ve ekipmanları yeterli sayıdadır.	5	4	3	2	1
12	Bu merkezdeki egzersiz alet ve ekipmanları ihtiyaçlara uygun ve çeşitlidir.	5	4	3	2	1
13	Bu merkezdeki egzersiz alet ve ekipmanları modernidir.	5	4	3	2	1
14	Bu merkezde sunulan programlar/aktiviteler oldukça çeşitlidir.	5	4	3	2	1
15	Bu merkezdeki programlar/aktiviteler günceldir (popüler ve yenilikleri takip eden).	5	4	3	2	1
16	Bu merkezdeki program ve aktiviteler üyelerin istek/ve ihtiyaçlarına cevap verecek gün ve saatlerde düzenlenmektedir.	5	4	3	2	1

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

Ek 3. Spor-Fitness Merkezleri Algılanan Hizmet Kalitesi Ölçeği Kullanım İzni



Ek 4. Serbest Zaman İlgilenim Ölçeği

	Serbest Zaman İlgilenim Ölçeği (SZİÖ) Lütfen her ifadeyi bir kez işaretleyiniz ve cevaplanmamış hiçbir ifade bırakmayınız. Serbest Zaman; “insanların çalışma ve zorunlu gereksinimlerini karşıladıktan sonra kalan süredir”. İlgilenim; “Herhangi bir etkinliğe yönelik kişisel ilgi ya da katılım gösterme ve bunun sonucunda alınan zevk eğlence ve heyecan”.	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Tamamen Katılıyorum
1	Fitness, yaptığım en eğlenceli şeylerden birisidir.	1	2	3	4	5
2	Fitness, benim için çok önemlidir.	1	2	3	4	5
3	Fitness, yaptığım en tatmin edici şeylerden birisidir.	1	2	3	4	5
4	Yaşamımın büyük bir bölümünün fitness etrafında şekillendiğini düşünüyorum.	1	2	3	4	5
5	Fitness, hayatımda merkezi bir role sahiptir.	1	2	3	4	5
6	Fitness, yerine başka bir serbest zaman etkinliği tercih edecek olursam, bunu çok ciddi bir şekilde yeniden düşünmem gerekir.	1	2	3	4	5
7	Arkadaşlarımla fitness konusunda konuşmaktan hoşlanırım.	1	2	3	4	5
8	Arkadaşlarımla çoğu, fitness ile bir şekilde ilgilidir.	1	2	3	4	5
9	Fitness, yapmak, bana arkadaşlarımla bir arada olma fırsatı sağlar.	1	2	3	4	5
10	Fitness, yaptığım zaman gerçekten kendim gibi olabiliyorum.	1	2	3	4	5
11	Kendimi fitness ile ilgili imgelerle özdeşleştiriyorum.	1	2	3	4	5
12	Fitness, yaptığım zaman nasıl görüldüğüm ve davrandığımı ilgilendiren zorunda kalmıyorum.	1	2	3	4	5
13	Birini fitness yaparken gördüğünüzde o kişi hakkında birçok şey söyleyebilirsiniz.	1	2	3	4	5
14	Fitness yapmak, kim olduğum ile ilgili çok şey söyler.	1	2	3	4	5
15	Fitness yaparken, insanlar onların beni görmesini istediğim şekilde görür.	1	2	3	4	5

Ek 5. Serbest Zaman İlgilenim Ölçeği Kullanım İzni



Ek 6. Etik Kurul Onayı



T.C.
BARTIN ÜNİVERSİTESİ REKTÖRLÜĞÜ
Sosyal ve Beşeri Bilimler Etik Kurulu



Sayı : E-23688910-050.01.04-2100125603
Konu : Sosyal ve Beşeri Bilimler Etik Kurulu
Onay Belgesi

16.12.2021

Protokol No:	2021-SBB-0483
Araştırmanın Başlığı:	Fitness katılımcılarının rekreasyonel etkinliklere yönelik serbest zaman ilgilenimi ve algılanan hizmet kalitesi arasındaki ilişki
Proje Yürütücüsü:	Rahmi Cengiz
Başvuru Formunun Geliş Tarihi:	02.12.2021
Karar Tarihi:	15.12.2021
Toplantı No:	18

Başvuru dosyasında etik sorun oluşturabilecek sorular/maddeler, süreçler ya da unsurlar bulunmadığından 15.12.2021 tarihli ve 18 numaralı toplantıda 2021-SBB-0483 numaralı başvuruya araştırma için ETİK KURUL ONAY belgesinin verilmesine karar verilmiştir.

Doç. Dr. Elif KARAHAHAN
Kurul Başkanı

Doç. Dr. Sedat BALLYEMEZ
Başkan yardımcısı

Dr. Öğr. Üyesi Emine GENÇ
Üye

Dr. Öğr. Üyesi Emel GENÇ
Üye

Dr. Öğr. Üyesi İlknur DOLU
Üye

Dr. Öğr. Üyesi Veysel GENGİL
Üye

Dr. Öğr. Üyesi Hasan Basri
KANSIZOĞLU
Üye

Belge Doğrulama Kodu: 7DCEPHF

Bu belge, güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır.

Belge Takip Adresi: <http://ubys.bartın.edu.tr/ERMS/Record/ConfirmationPage/Index>

Adres: Ağdacı Mahallesi Fakülte Caddesi No:54 Bartın

Telefon No: (0 378) 2235500

e-Posta:

Kep Adresi: bartinuniversitesi@hs01.kep.tr

Faks No: (0 378) 2235042

İnternet Adresi: <http://www.bartın.edu.tr/>

Bilgi için :

Elif Karahan
Kurul Başkanı

Telefon No:

(0 378) 2235360



