

ARAŞTIRMA ÇALIŞMALARI BÖLÜMLERİ FITNESS MERKEZLERİNİN HİZMET KALİTESİ AÇISINDAN İNCELENMESİ

Mehmet Ali ÖZTÜRK

Hizmet kurumlarının temel amacı, hizmette kalitenin sağlanmasıdır. Hizmetin amacı, müşteriye gerçekten ihtiyacı olan hizmet sürecini, ürününü, ortamını ve çalışanını belirlemek ve bunu müşteriye sunmak olmalıdır (Şentürk, 2010). Hizmet, işletmelerde başarının artmasını sağlayan önemli bir değerdir. Müşteriler için hizmet, alınan faydadır ve bu nedenle hizmetin kalitesi firmanın karını maksimum, olumsuzlukları ise minimum düzeye indirmeye yardımcı olmaktadır (Han ve Baek, 2004). Hizmet firmalarının müşterilerinin zihninde olumlu izlenim bırakması, pazar payını artırması ve şiddetli rekabette faaliyetlerini sürdürmesi ancak yüksek hizmet kalitesi seviyesi ile mümkün olabilmektedir. Bu amaçla hizmet kalitesinin ve hizmet performansının sürekli olarak firmalar tarafından ölçülmesi ve değerlendirilmesini gerektirmektedir (Yücel, 2013).

Hizmet kalitesi kavramı, üretim ve işletme kaynaklı kalite alanyazınından gelişmiştir. 1920'lerden itibaren işletmelerin üretim süreçlerinin içsel ölçümlerini yapmaya başlamaları ve üretilen malların fiziksel olarak kontrollerinin yapılmasına odaklanmaları sonucu kaliteye olan ilgi artmaya başlamıştır. İmalat sanayi ve işletmelerde gelişen toplam kalite hareketi, odak noktasını yavaşça yeni bir paradigma olarak ortaya çıkan, müşteri/tedarikçi ilişkisi ve hizmet sektörü üzerine yönlendirmeye başlamıştır. Hizmet kalitesi, şirketler arasında önemli bir ayırt edici özellik olmanın yanında, birçok hizmet örgütünün elinde çok güçlü bir silah olmaya başlamıştır (Kandampully, 1997).

İnsanların ve sistemlerin mükemmelle ulaşma isteği kalite kavramı gerçeğini ortaya çıkarmıştır. Latince nasıl oluştuğu anlamına gelen "Qualis" kelimesinden türemiş ve "Qualitas" kelimesiyle ifade edilmiştir (Gümüšođlu ve ark., 2006). Kalite, genel olarak günlük konuşmalarda üstünlüğü ve iyiliğı, diğer bir ifadeyle kaliteye konu olan ürün ve hizmetin iyi niteliklerinin olduğunu belirtir. Bu bakımdan da kalite, kişisel değerleri içermektedir (Kotler, 1997). Günümüzde slogan haline gelmiş olan ve sözlüklerde "bir şeyin iyi veya kötü olma özelliğı, nitelik" olarak tanımlanan kalite, çok boyutlu olmasından dolayı herkesin üzerinde hem fikir

sis ve soyunma odaları alt boyutlarında daha memnun oldukları görüldü. Yani Safranbolu'da hizmet veren merkezlerin soyunma odaları ve tesis hizmetleri kalitesinin bu çalışma için Karabük ilinde hizmet veren merkezlere oranda daha iyi olduğu yorumunu yapabiliriz.

Sonuç olarak her iki şehir için de fitness merkezlerinin hizmet kalitesinin yetersiz olduğu ve katılımcıların bu merkezlerden hizmet kalitelerinin daha iyi olmasını beledikleri araştırmanın özü olarak değerlendirilmektedir. Bu tür merkezlerin aldıkları ücrete karşılık verdikleri hizmetleri daha kaliteli hale getirebilmeleri için gerekli çalışmaları yaparak müşteri memnuniyetini sağlamaları önem arz etmektedir. Araştırmacının bu merkezlere önerisi; özellikle soyunma odaları ve tesislerin bakımlarının iyi yapılarak gereli durumda personellerine hizmet içi eğitimler tarzında eğitimler de vererek hizmet kalitelerini yükseltmeyi amaçlamaları ve müşteri memnuniyetini sağlayarak müşteri sadakatini kazanmalarınıdır.

KAYNAKLAR

- Şentürk, B. (2010). Dama Stratejik Hizmet Yönetim Modeli. (1. Baskı). İstanbul: Beta Yayınevi
- HAN, S.L., and BAEK, S. (2004), "Antecedents and Consequences of Service Quality in Online Banking: An Application of the SERVQUAL Instrument", *Advances in Consumer Research*, 31(1), 208-214.
- Yücel, M. (2013). Toplam Hizmet Kalitesinin SERVQUAL Analizi ile Ölçümü: Bankacılık Sektöründe Bir Araştırma. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*. 12(44), 82-106
- Kandampully, J. (1997) Quality Management in Retailing through Service- Product Design. *Total Quality Management*, 8(1), 41-53.
- Gümüšoğlu, Ş., Pırnar, İ., Akan, P., ve Akbaba, A. (2006). Hizmet Kalitesi, Kavramlar, Yaklaşımlar ve Uygulamalar. (12. Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık
- Kotler, P. (1997). *Marketing Management*. (9th Edition). New Jersey: Prentice Hall International Ltd
- Öztürk, A. (2007). Hizmet Pazarlaması. (7. Basım). Eskişehir: Ekin Basım Yayın Dağıtım
- Topcu N. (2005). Toplam Kalite Yönetimi ve Faaliyete Dayalı Maliyetleme Yöntemi. *Ekev Akademi Dergisi*. 9(24), 281-294
- Erkılıç T. A. (2007). Toplam Kalite Yönetimi İlkelerinin Yönetim Yaklaşımları Bağlamında Tartışılması. *GAU J. Soc. And Appl, Sci*. 2(4), 50-62
- Benjamin, S., and Karen, M. H. (1997). Lessons Learned About Service Quality What It Is, How to Manage It, and How to Become a Service Quality Organization. *Consulting Psychology Journal*, 49(1), 35-50
- Goetsch, D L., and Davis S. B. (2006). *Quality Management*. (5. Baskı). New York: Pearson Prentice Hall
- Karahan, K. (2000). *Hizmet Pazarlaması*. (1. Baskı). İstanbul: Beta Yayın Dağıtım
- Buttle, F. (1996). SERVQUAL: Critique, Research Agenda. *European Journal of Marketing*, 30(1), 8-32
- Grönross C. (2001). The Perceived Service Quality Concept – a Mistake. *Managing Service Quality*, 11(3), 150-152

- Özçakar, N. (2010). Bir Kamu Kuruluşundaki Toplam Kalite Yönetimi Uygulamalarının Değerlendirilmesi. *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 39(1), 106-124
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., and Berry, L.L. (1988). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *Journal of Retailing*, 64,12-40
- Zeithaml, B. A. and Bitner, M.J. (2000). *Services Marketing*. (2. Edition). Boston: Irwin Mcgraw-Hill,
- Ergin, B. M. (2010). *Üniversite Spor Merkezlerindeki Algılanan Hizmet Kalitesinin Yapısal Eşitlik Modeli (YEM) ile İncelenmesi*, Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi Sağlık Bilimler Enstitüsü, Ankara
- Gronroos, C. (1990). *Service Management and Marketing*: Lexington, MA, Lexington Books.
- Howat, G., Absher, J., Crilley, G., and Milne, I. (1996). Measuring Customer Service Quality in Sports and Leisure Centers. *Managing Leisure* 1, 77-89
- Papadimitrou, D. A. and Karteroliotis, K. (2000). The Service Quality Expectations in Private Sport and Fitness Centers: A Reexamination of the Factor Structure. *Sport Marketing Quarterly*, 9(3), 157-164.
- Lam E. T. C. (2000). *Service Quality Assesment Scale (SQAS) : An Instrument For Evaluating Service Quality of Health-Fitness Clubs*. Yayınlanmamış Doktora Tezi Houston Üniversitesi
- Gürbüz, B. (2003). *Reliability and Validity of the Turkish Versiton of the Service Quality Assesment Scale*. Yüksek Lisans Tezi, Ortadoğu Teknik Üniversitesi
- Mullin B. J., Hardy S., and Sutton W. A. (2000). *Sport Marketing*. 2th Edition. United States, Campaign: IL:Human Kinetics.