



**TÜRKİYE'DE SPOR ENDÜSTRİSİ  
VE SPORA KATILIM PROFİLİNİN  
BELİRLENMESİ**

**Doktora Tezi**

**Mert ERKAN**

**Eskişehir, 2017**

**TÜRKİYE'DE SPOR ENDÜSTRİSİ VE SPORA KATILIM PROFİLİNİN  
BELİRLENMESİ**

**Mert ERKAN**

**DOKTORA TEZİ**

**Beden Eğitimi ve Spor Anabilim Dalı**

**Danışman: Doç. Dr. Nilgün ÇAĞLARIRMAK USLU**

**Eskişehir**

**Anadolu Üniversitesi**

**Sağlık Bilimleri Enstitüsü**

**Mayıs, 2017**

## JÜRİ VE ENSTİTÜ ONAYI

Mert ERKAN'ın "Türkiye'de Spor Endüstrisi ve Spora Katılım Profiline Belirlenmesi" başlıklı tezi 05/05/2017 tarihinde aşağıdaki jüri tarafından değerlendirilerek "Anadolu Üniversitesi Lisansüstü Eğitim-Öğretim ve Sınav Yönetmeliği"nin ilgili maddeleri uyarınca, Beden Eğitimi ve Spor Anabilim dalında Doktora tezi olarak kabul edilmiştir.

### Ünvanı-Adı Soyadı

Üye (Tez Danışmanı): Doç. Dr. Nilgün ÇAĞLARIRMAK USLU

Üye : Prof. Dr. İlker YILMAZ

Üye : Prof. Dr. Serdar SAYAN

Üye : Doç. Dr. Yılmaz KILIÇASLAN

Üye : Doç. Dr. Ridvan EKMEKÇİ

İmza

*[Handwritten signature]*

*[Handwritten signature]*

*[Handwritten signature]*

*[Handwritten signature]*

Prof. Dr. Dilek AK

Enstitü Müdürü



## ÖZET

### TÜRKİYE’DE SPOR ENDÜSTRİSİ VE SPORA KATILIM PROFİLİNİN BELİRLENMESİ

Mert ERKAN

Beden Eğitimi ve Spor Anabilim Dalı

Anadolu Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Mayıs, 2017

Danışman: Doç. Dr. Nilgün ÇAĞLARIRMAK USLU

Spor endüstrisinin son yıllarda yaratmış olduğu üretim boyutu ve istihdam oldukça dikkat çekmektedir. Endüstri içinde spor talebi aktif ve pasif spor talebi olarak sınıflandırılabilir. Spora aktif ve pasif katılımın büyüklüğü ve yarattığı ekonomik değer spor endüstrisinin spor talebi açısından değerlendirilmesi gereken temel parçalarını oluşturur. Bir toplumda spora katılımın araştırılması hem spor endüstrisinin boyutlarını anlamada hem yaratılan ekonomik büyüklüğü değerlendirmede hem de gelecek nesillerin spora katılım konusunda tutumlarının değerlendirilmesi açısından oldukça önemli stratejileri ortaya koyar. Bu araştırmanın amacı, seçilmiş değişkenlere bağlı olarak spora aktif ve pasif katılım profilinin Türkiye’de belirlenen illerde ortaya koymaktır. Araştırma sürecinde seçilmiş değişkenlere bağlı olarak spora aktif ve pasif katılımı nelerin belirlediğini ortaya koymak araştırmanın temel amacıdır. Türkiye’de spora katılım profilini tanımlayan araştırma ve verinin bulunmaması, bu araştırmanın özgün değerini ortaya koymaktadır. Araştırma kapsamında Türkiye İstatistik Bölge Birimleri Sınıflandırması esas alınarak 28 il belirlenmiş ve 3555 kişi ile yüz yüze görüşme yapılmıştır. Elde edilen verilerin analizi SPSS 21.0 paket programında, tanımlayıcı istatistikler, t-testi ve ANOVA tekniklerinden yararlanılmıştır. Bu araştırmanın Türkiye’de özellikle spora katılım profilinin ortaya konması açısından spor literatürüne katkı sağlamanın yanı sıra, uygulama alanında çalışan spor yöneticileri, spor pazarlama uzmanları, iletişim uzmanları gibi bireylere ve kurumlara spor ile ilgili politika geliştirme şansı vereceği düşünülmektedir.

**Anahtar Sözcükler:** Spor, Endüstri, Katılım

## **ABSTRACT**

### **SPORTS INDUSTRY IN TURKEY AND DETERMINATION OF SPORTS PARTICIPATION PROFILE**

Mert ERKAN

Department of Physical Education and Sport

Anadolu University, Graduate School of Health Sciences, May, 2017

Supervisor: Associate Professor Dr. Nilgün ÇAĞLARIRMAK USLU

The size of production and employment that the sports industry has created in recent years attracts considerable attention. Within the industry, sports requests can be classified as active and passive sports requests. The size of the active and passive participation in sports and the economic value it creates constitute the basic parts of the sports industry that must be assessed. Exploring sports involvement in a society reveals very important strategies both in terms of understanding the dimensions of the sports industry, in assessing the economic size created, and the attitudes of future generations to sports participation. The aim of this research is to reveal the active and passive participation profile of sports according to selected variables in the cases determined in Turkey. The main objective of the research is resolving what determines the active and passive participation depending on the variables selected in the research process. The absence of research and data defining the profile of sports participation in Turkey reveals the original value of this research. Within the scope of the research, 28 provinces were determined based on the Turkish Statistics Regional Unit Classification and face to face interviews were made with 3555 people. The data was analyzed by using descriptive statistics, t-test, and ANOVA analysis techniques in SPSS 21.0 package program. This research will give a chance to develop sports-related policies to individuals and institutions such as sports managers, sports marketing specialists, communication specialists who are working in the field of application as well as contributing to sports literature especially in terms of putting the sports participation profile in Turkey.

**Keywords:** Sports, Industry, Participation

## TEŞEKKÜR

Bu çalışmanın gerçekleşmesinde, aşağıda adı geçen ve bana destek olan herkese katkılarından dolayı sonsuz teşekkür ve saygılarımı sunuyorum.

Araştırmanın yürütülmesinde danışmanım Doç. Dr. Nilgün ÇAĞLARIRMAK USLU'ya tez izleme jürilerinde bana yol gösteren Doç. Dr. Yılmaz KILIÇARSLAN'a, Prof. Dr. Serdar SAYAN'a, Doç. Dr. Rıdvan EKMEKÇİ'ye katkılarından dolayı teşekkür ederim.

Çalışmanın ortaya çıkmasında görüş ve önerileri ile yol gösteren tüm yardımlarından dolayı iş ve yol arkadaşlarım Yard. Doç. Dr. Hakan KATIRCI'ya, özellikle tezin araştırma bölümünde bana destek olan ve yol gösteren Doç Dr. Kerem Yıldırım ŞİMŞEK'e, tezin her aşamasında bana destek olan Öğr. Görv. Nalan AKSAKAL'a ve Yard. Doç. Dr. Serdar KOCAEKŞİ'ye sonsuz sevgi ve teşekkürlerimi sunarım.

Doktora sürecine başlamamda beni yönlendiren, yol gösteren, her zaman destekleyen, sabırla dinleyen, bu zorlu süreci tamamlamamı sağlayan saygıdeğer hocam Prof. Dr. İlker YILMAZ'a sonsuz saygı ve teşekkürlerimi sunarım.

Hayatım boyunca her zaman her şekilde yanımda olan her konuda beni destekleyerek bana sabır, anlayış gösteren ve yalnız bırakmayan canım ailem, Annem Asuman ERKAN'a, Babam Güner ERKAN'a, Kardeşim Onur ERKAN ve Hülya ERKAN'a sonsuz sevgi, saygı ve teşekkürlerimi sunuyorum, onları çok seviyorum.

Akademik yaşantım için kendi işinden, yaşadığı şehirden ayrıлып ömrümün her aşamasında bana her türlü desteğini veren ve bana hayattaki en güzel babalık duygusunu küçük prensesim Lavin ile yaşatan hayat arkadaşım, eşim Mine ERKAN'a sevgilerimle.

## ETİK İLKE VE KURALLARA UYGUNLUK BEYANNAMESİ

Bu tezin bana ait, özgün bir çalışma olduğunu; çalışmamın hazırlık, veri toplama, analiz ve bilgilerin sunumu olmak üzere tüm aşamalardan bilimsel etik ilke ve kurallara uygun davrandığımı; bu çalışma kapsamında elde edilen tüm veri ve bilgiler için kaynak gösterdiğimi ve bu kaynaklara kaynakçada yer verdiğimi; bu çalışmanın Anadolu Üniversitesi tarafından kullanılan “bilimsel intihal tespit programı”yla tarandığını ve hiçbir şekilde “intihal içermediğini” beyan ederim. Herhangi bir zamanda, çalışmamla ilgili yaptığım bu beyana aykırı bir durumun saptanması durumunda, ortaya çıkacak tüm ahlaki ve hukuki sonuçlara razı olduğumu bildiririm.



Öğr. Görv. Mert ERKAN

# İÇİNDEKİLER

## Sayfa

BAŞLIK SAYFASI .....	i
JÜRİ VE ENSTİTÜ ONAYI .....	ii
ÖZET .....	iii
ABSTRACT .....	iv
TEŞEKKÜR .....	v
ETİK İLKE VE KURALLARA UYGUNLUK BEYANNAMESİ .....	vi
İÇİNDEKİLER .....	vii
TABLolar DİZİNİ .....	x
ŞEKİLLER DİZİNİ .....	xiii
SİMGE VE KISALTMALAR DİZİNİ .....	xiv
1. GİRİŞ .....	1
1.1. Sorun .....	1
1.2. Amaç .....	2
1.3. Önem .....	2
1.4. Varsayımlar .....	2
1.5. Sınırlıklar .....	3
1.6. Tanımlar .....	3
2. SPOR VE ENDÜSTRİ İLİŞKİSİ .....	3
2.1. Endüstri Kavramı .....	4
2.2. Spor Endüstrisi Kavramı .....	6
2.3. Sporun Diğer Endüstrilerle Olan İlişkisi .....	7
2.3.1. Spor endüstrisi ve eğlence endüstrisi ilişkisi .....	11
2.3.2. Spor endüstrisi ve medya endüstrisi ilişkisi .....	12
2.3.3. Spor endüstrisi ve sağlık endüstrisi ilişkisi .....	13
2.3.4. Spor endüstrisi ve turizm endüstrisi ilişkisi .....	14
2.4. Spor ve Serbest Zaman Endüstrisi .....	15
2.4.1. Spor ve serbest zaman endüstrisinin gelişmesini etkileyen faktörler .....	17
2.5. Spor Talebinin Teorik Alt Yapısı .....	22



2.5.1. Spor katılımcısı .....	22
2.5.2. Aktif katılımcı .....	23
2.5.3. Pasif katılımcı .....	24
<b>3. YÖNTEM .....</b>	<b>26</b>
3.1. Araştırma Modeli .....	26
3.2. Evren ve Örneklem .....	26
3.3. Veri Toplama Tekniği ve Aracı .....	28
3.3.1. Ölçme aracının geçerliği ve güvenilirliği .....	29
3.3.1.1. Yüzeysel geçerlik .....	32
3.3.1.2. İçerik geçerliği .....	33
3.3.1.3. Yapı geçerliği .....	35
3.3.1.4. Doğrulayıcı faktör analizi (DFA) .....	35
3.3.1.5. Ölçeğin güvenilirliği .....	39
3.3.1.5.1. Test-tekrar test güvenilirliği .....	40
3.3.1.5.2. İç tutarlılık .....	40
<b>4. BULGULAR .....</b>	<b>42</b>
4.1. Tanımlayıcı istatistikler .....	42
4.1.1. Spor katılım profilinin demografik özelliklerinin tanımlayıcı istatistik bulguları .....	42
4.1.2. Örneklem grubunun ikamet edilen hane değişkenine göre tanımlayıcı istatistik bulguları .....	47
4.1.3. Örneklem Grubunun ekonomik yapısına ilişkin tanımlayıcı istatistik bulguları .....	49
4.1.4. Örneklem grubunun ikamet edilen illere göre tanımlayıcı istatistik bulguları .....	51
4.1.5. Örneklem grubunun sportif ve sosyal faaliyetlere katılım durumlarına ilişkin tanımlayıcı istatistik bulguları .....	51
4.2. Varyans Analizi (t-testi) .....	57
<b>5. TARTIŞMA, SONUÇ VE ÖNERİLER .....</b>	<b>69</b>
5.1. Tartışma .....	69
5.2. Sonuç .....	81
5.3. Öneriler .....	84
<b>KAYNAKÇA .....</b>	<b>85</b>

**EKLER**  
**ÖZGEÇMİŞ**



## TABLolar DİZİNİ

	<u>Sayfa</u>
<b>Tablo 2.1.</b> Dünya Kupası Yayın Hakları Gelişimi .....	8
<b>Tablo 2.2.</b> Olimpiyat Yayın Hakları Gelişimi .....	9
<b>Tablo 3.1.</b> Örneklem Büyüklükleri .....	27
<b>Tablo 3.2.</b> Araştırmanın Yapıldığı İller .....	27
<b>Tablo 3.3.</b> Spora Katılım Ölçeğini Oluşturan Boyutlar, Alt Boyutlar ve Benzer Araştırmalar .....	28
<b>Tablo 3.4.</b> Spora Katılım Ölçeğinin Boyutları ve Madde Sayıları .....	28
<b>Tablo 3.5.</b> Cinsiyet ve Gelir Grubu Dağılımları .....	32
<b>Tablo 3.6.</b> 15-65 Yaş Grubundakilerin Cinsiyet Dağılımları .....	32
<b>Tablo 3.7.</b> $\alpha =0,05$ Anlamlılık Düzeyinde KGO'lar için Minimum Değerler .....	33
<b>Tablo 3.8.</b> Kapsam Geçerlik Oranı .....	34
<b>Tablo 3.9.</b> DFA'ya ait Regresyon ve T Değerleri .....	38
<b>Tablo 3.10.</b> İkinci Düzey DFA'ya Yönelik $\lambda_x$ , $\delta$ , t ve $R^2$ değerleri .....	39
<b>Tablo 3.11.</b> Test-Tekrar Test Güvenirliği için ICC Değerleri .....	40
<b>Tablo 3.12.</b> Ölçek Boyutları ve Toplam Cronbach Alpha Katsayıları .....	41
<b>Tablo 4.1.</b> Örneklem Grubunun Cinsiyet Değişkenine Göre Frekans Dağılımı .....	43
<b>Tablo 4.2.</b> Örneklem Grubunun Medeni Durum Değişkenine Göre Frekans Dağılımı .....	43
<b>Tablo 4.3.</b> Örneklem Grubunun Yaş, Boy ve Kilo Değişkenine Göre Frekans Dağılımı .....	44
<b>Tablo 4.4.</b> Örneklem Grubunun Eğitim Durumu Değişkenine Göre Frekans Dağılımı .....	45
<b>Tablo 4.5.</b> Örneklem Grubunun Çalışma Durumu Değişkenine Göre İlişkin Frekans Dağılımı .....	46
<b>Tablo 4.6.</b> Örneklem Grubunun Sigara Kullanma Değişkenine Göre Frekans Dağılımı .....	46
<b>Tablo 4.7.</b> Örneklem Grubunun Kronik Hastalık Değişkenine Göre	

	Frekans Dağılımı .....	47
<b>Tablo 4.8.</b>	Örneklem Grubunun İkamet Edilen Bina Türü Değişkenine Göre Frekans Dağılımı .....	48
<b>Tablo 4.9.</b>	Örneklem Grubunun Hane Halkı Değişkenine Göre Frekans Dağılımı .....	48
<b>Tablo 4.10.</b>	Örneklem Grubunun İkamet Edilen Konutun Mülkiyet Durumu Değişkenine Göre Frekans Dağılımı .....	49
<b>Tablo 4.11.</b>	Örneklem Grubunun Aylık Ortalama Gelir Düzeyinin Frekans Dağılımı .....	50
<b>Tablo 4.12.</b>	Örneklem Grubundaki Ailelerin Ekonomik Yapısına İlişkin Frekans Dağılımı .....	50
<b>Tablo 4.13.</b>	Örneklem Grubunun İllere Göre Dağılımı .....	51
<b>Tablo 4.14.</b>	Örneklem Grubunun Her Ay Düzenli Olarak Spor Yapma Durumu .....	52
<b>Tablo 4.15.</b>	Örneklem Grubunun Spor Merkezi/Spor ve Sportif Kurslara Üye Olma Durumu .....	52
<b>Tablo 4.16.</b>	Örneklem Grubunun Rutin İşler Dışında Gün İçerisinde Kendilerine Ayırdıkları Ortalama Boş Zaman .....	53
<b>Tablo 4.17.</b>	Örneklem Grubunun Sportif ve Sosyal Faaliyetlere Katılım Durumları .....	53
<b>Tablo 4.18.</b>	Örneklem Grubunun Herhangi Bir Sporunu Yaparken/Yapmak İstenildiğinde Yanında Olmaları İstenilen Kişiler .....	54
<b>Tablo 4.19.</b>	Örneklem Grubunun Spor Yapmak için Tercih Ettiği Mekanlar .....	54
<b>Tablo 4.20.</b>	Örneklem Grubunun Lisanslı Spor Ürünlerini Satın Alma Durumu .....	55
<b>Tablo 4.21.</b>	Örneklem Grubunun Spor Aktivitelerine Katılma Sıklıkları .....	55
<b>Tablo 4.22.</b>	Örneklem Grubunun Televizyonda En Sık İzlediği Spor Branşına İlişkin Bulgular .....	56
<b>Tablo 4.23.</b>	Örneklem Grubunun Seyirci Olarak Katılım Sağladığı Spor Branşına İlişkin Bulgular .....	56
<b>Tablo 4.24.</b>	Spor Katılım Ölçeği Boyutlarının Cinsiyet Değişkenine Göre Farklılaşma Durumu .....	57

<b>Tablo 4.25.</b> Spor Katılım Ölçeği Boyutlarının Medeni Durum Değişkenine Göre Farklılaşma Durumu .....	58
<b>Tablo 4.26.</b> Spor Katılım Ölçeği Boyutlarının Yaş Değişkenine Göre Farklılaşma Durumu .....	60
<b>Tablo 4.27.</b> Spor Katılım Ölçeği Boyutlarının Eğitim Durumu Değişkenine Göre Farklılaşma Durumu .....	62
<b>Tablo 4.28.</b> Spor Katılım Ölçeği Boyutlarının alışma Durum Değişkenine Göre Farklılaşma Durumu .....	65



## ŞEKİLLER DİZİNİ

### Sayfa

<b>Şekil 2.1.</b>	Meek Spor Endüstri Modeli .....	8
<b>Şekil 2.2.</b>	Spor Endüstrisinin İki Sektör Modeli .....	9
<b>Şekil 2.3.</b>	Spor Endüstrisinde Bölümlendirme .....	10
<b>Şekil 2.4.</b>	ABD'de Haftalık Çalışma Saatlerinin Değişimi .....	19
<b>Şekil 2.5.</b>	OECD Ülkelerinde Günlük Serbest Zaman Süreleri (Saat) .....	20
<b>Şekil 3.1.</b>	Ölçek Geliştirme Süreci .....	30
<b>Şekil 3.2.</b>	Ölçeğe ait Path Diagramı .....	37

## SİMGE VE KISALTMALAR DİZİNİ

<b>ABD</b>	: Amerika Birleşik Devletleri
<b>ADNKS</b>	: Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi
<b>ANOVA</b>	: Tekrarlı Ölçümlerde Varyans Analizi
<b>DFA</b>	: Doğrulayıcı Faktör Analizi
<b>GSMH</b>	: Gayri Safi Milli Hasıla
<b>ICC</b>	: Intraclass Correlation Coefficient (Sınıf içi güvenilirlik Katsayısı)
<b>KGİ</b>	: Kapsam Geçerlik İndeksi
<b>KGO</b>	: Kapsam Geçerlik Oranı
<b>M.Ö</b>	: Milattan Önce
<b>M.S.</b>	: Milattan Sonra
<b>OECD</b>	: Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü
<b>SPSS</b>	: Statistical Package For Social Sciences
<b>TÜİK</b>	: Türkiye İstatistik Enstitüsü
<b>TÜRSAB</b>	: Türkiye Seyahat Acentaları Birliği
<b>yy</b>	: Yüzyıl
<b>\$</b>	: Dolar
<b>€</b>	: Euro
<b>£</b>	: Paund

## 1. GİRİŞ

Toplum yaşamı içerisinde artan iş-çalışma temposu insanların sınırlı boş zamanlarını daha yaratıcı etkinliklerde değerlendirilmesi zorunluluğunu ortaya çıkarmıştır. Dolayısıyla spor ve sporla ilgili tüm aktiviteler bu zorunluluğun doğal bir parçası haline gelmiştir. Çünkü sağlıklı ve kaliteli yaşam serbest zamanların verimli değerlendirilmesini, özellikle de sportif etkinliklerin serbest zaman aktiviteleri içerisinde yerleşmesini gerekli kılmaktadır.

Günümüzde spor sadece bir etkinlik alanı değil aynı zamanda bir pazar ve bunun doğal sonucu olarak da bir endüstri olarak tanımlanmaktadır. Gelişmekte olan dünya ekonomilerinde spor endüstrisi, oluşan Gayri Safi Yurtiçi Hasıla (GSYH) içinde oldukça önemli paylar almaktadır. Hatta bu paylar zaman zaman temel endüstri olarak kabul edilen eğitim, sağlık ve savunma endüstrilerinin paylarına yaklaşmaktadır.

Küçük yaşlardan itibaren spor etkinliklerine katılım, sağlıklı nesillerin yetişmesinde fiziksel gelişimde etkili olduğu kadar kişinin sosyo-ekonomik ve psikolojik gelişimi açısından da önemlidir. Günümüzde birçok ülkede obezite oldukça önemli bir sağlık sorunudur. Türkiye’de de Sağlık Bakanlığı konunun önemine vurgu yapmaktadır. Bu sorunun önüne geçebilmek aslında spor alanında planlanmış ve doğru koordine edilen uzun vadeli kamu politikaları ile mümkündür. Ancak böylesi politikaların karar alıcılar tarafından oluşturulabilmesi için hali hazırda Türkiye için spora katılım profilinin bilinmesi gerekir.

Bu çalışma; Türkiye’de bireylerin spora katılım motivasyonlarını, biçimlerini ve yöntemlerini ortaya çıkarmayı amaçlamaktadır. Dolayısıyla çalışmanın özü Türkiye’de spora katılım profilinin belirlenmesi olarak ifade edilebilir.

### 1.1. Sorun

Türkiye’de bireyler sportif etkinliklere aktif veya pasif olarak katılım sağlarken; bu katılım fizyolojik özellikler, mekanların durumu, sosyal etkileşim, psikolojik-rahatlama/stres, ekonomik faktörler, deneyim arama, katılım biçimi, heyecan arama ve kültür açısından istatistiksel olarak anlamlı fark göstermekte midir?



## **1.2. Amaç**

Bu araştırmanın amacı, araştırma sürecinde seçilmiş değişkenlere bağlı olarak Türkiye’de spor endüstrisinin yapısını ortaya koymak ve spora katılım profilinin bazı değişkenler (fizyolojik özellikler, mekanların durumu, sosyal etkileşim, psikolojik-rahatlama/stres, ekonomik faktörler, deneyim arama, katılım biçimi, heyecan arama ve kültür) açısından değerlendirmektir.

## **1.3. Önem**

Günümüzde spor toplumsal işbölümü ve uzlaşmanın gelişim düzeyine bağlı olarak çok büyük ve karmaşık bir endüstri haline dönüşmüştür. Teknolojik gelişmeler, bireylerin serbest zamanlarının artması, medyanın sporu ele alış biçimi ve istihdam olanakları gibi birçok faktör sporu milyar dolarlar ile ifade edilen ekonomik bir büyüklüğe ulaştırmıştır. Bu büyüklüğü yaratan temel faktör bireylerin tüketim kalıpları ile ilişkilidir. Dolayısıyla bir ülkede spor endüstrisinin yapısını anlamanın temel yolu spor tüketicisinin tüketim fonksiyonunu incelemekten geçmektedir. Bu araştırma Türkiye’de spora katılım profilinin bazı değişkenlere bağlı olarak incelenmesi açısından önem arz etmektedir.

Bu araştırma Türkiye’de spor literatürüne katkı sağlamanın yanı sıra, uygulama alanında çalışan spor yöneticileri, spor pazarlama uzmanları, iletişim uzmanları gibi bireylere ve kurumlara spor ile ilgili politika geliştirme şansı vereceği düşünülmektedir. Ayrıca bu araştırma sonucunda elde edilen veriler bakanlıklar, spor federasyonları, spor kulüpleri gibi sporun yönetimi ile ilişkili paydaşlara Türkiye’de spora katılım profili ile ilgili katkı sağlayacaktır. Tüm bunların yanında bu araştırma üniversiteler, özel sektör, firmalar ve kamu politikasında karar alıcılar için gerek Türkiye’de spor endüstrisinin kavramsal yapısının anlaşılması gerekse de Türkiye’de spora katılım profiline yönelik bir farkındalık yaratacaktır.

## **1.4. Varsayımlar**

Araştırmanın varsayımları, araştırmanın amacı doğrultusunda geliştirilen varsayımlarla Türkiye’de spora katılım profilinin belirlenmesinde etkili olan unsurlar arasındaki ilişkiler ölçülmektedir. Bu kapsamda 9 adet hipotez geliştirilmiştir. Araştırmada ortaya çıkan hipotezler şu şekildedir:

H1: Spora katılım ile fizyolojik özellikler arasında doğrudan bir ilişki vardır.

H2: Spora katılım ile mekanların durumu arasında doğrudan bir ilişki vardır.

H3: Spora katılım ile sosyal etkileşim arasında doğrudan bir ilişki vardır.

H4: Spora katılım ile psikolojik-rahatlama/stres arasında doğrudan bir ilişki vardır.

H5: Spora katılım ile ekonomik faktörler arasında doğrudan bir ilişki vardır.

H6: Spora katılım ile deneyim arama arasında doğrudan bir ilişki vardır.

H7: Spora katılım ile katılım biçimi arasında doğrudan bir ilişki vardır.

H8: Spora katılım ile heyecan arama arasında doğrudan bir ilişki vardır.

H9: Spora katılım ile kültür arasında doğrudan bir ilişki vardır.

### **1.5. Sınırlıklar**

Araştırmanın sınırlıkları şunlardır:

- Araştırma 01 Eylül 2015 ve 01 Temmuz 2016 tarihleri arasında yapılmıştır.
- Araştırma 28 ilde 1332 hane ziyareti gerçekleştirilerek, 3555 kişi ile yapılan görüşmeler ile sınırlandırılmıştır.
- Araştırma, Adana, Ağrı, Ankara, Antalya, Aydın, Balıkesir, Bursa, Çorum, Erzurum, Eskişehir, Gaziantep, Hatay, İstanbul, İzmir, Kastamonu, Kayseri, Kocaeli, Konya, Malatya, Manisa, Samsun, Siirt, Tekirdağ, Trabzon, Şanlıurfa, Van, Zonguldak, Kırıkkale illeri ile sınırlandırılmıştır.

### **1.6. Tanımlar**

Spor endüstrisi: Profesyonel sporlar, üniversite sporları, spor yönetimi, sağlık-fitness ve spor malzemeleri (spor araç ve gereçleri) gibi çeşitli iş kollarından meydana gelen büyük bir endüstridir.

Spor katılımcısı: Sporu önemli bir pazar haline getiren faktörlerden biri olan tüketici gruplarını iki temel grup altında toplamak mümkündür. Spor katılımcılarının sporu tüketim biçimleri spor pazarının genişlemesinde ve pazar içerisinde yer alan ürünlerin farklılaşmasında önemli bir rol oynamaktadır. Bu gruplar aktif ve pasif spor katılımcıları olarak ele alınabilir.

## **2. SPOR VE ENDÜSTRİ İLİŞKİSİ**

Spor, tüm dünyada toplum yaşamının önemli parçalarından biri haline dönüşmüştür. Günümüzde birçok insan gerek aktif gerekse pasif olarak spor etkinliklerine katılmakta, spor araç-gereçleri satın almakta, medya aracı ile spor olaylarını takip etmektedir. Ayrıca birçok işletmenin direk ya da dolaylı yoldan spor olayları ile ilgilendiğini görmekteyiz (Li vd., 2001, s. 1). Özellikle büyük tüketici gruplarının

oluşmasını ve onların bir araya gelmesini sağlayan spor, aynı zamanda bir pazarlama aracı olarak kullanılmaya başlayarak, hızla büyüyen tüketim toplumunun etkisi ile ticari bir boyut kazanmış ve bir endüstri haline dönüşmüştür. Spor endüstrisi, tüketiciler ya da spor organizasyonları için spor ürünleri üretmek, sağlamak ya da var olan herhangi bir spor organizasyonunu ya da onun bir parçasını oluşturmaktır (Mullin vd., 2000, s. 6-7).

Spor endüstrisi çeşitli iş kollarından meydana gelen büyük bir endüstridir. Endüstri içerisinde profesyonel sporlar, üniversite sporları, spor yönetimi, sağlık-fitness ve spor malzemeleri (spor araç ve gereçleri) gibi çeşitli iş kolları bulunmaktadır (Pedersen ve Thibault, 2014, s. 9). Spor endüstrisinin doğasını anlamanın temel yolu endüstri kavramının tanımlanması ve tüm dünyada endüstrileşme sürecinin gelişimini değerlendirmekten geçmektedir.

## **2.1. Endüstri Kavramı**

İnsanlık tarihi içerisinde tarım, endüstri ve iletişim-bilişim devrimi olmak üzere üç köklü değişiklik meydana gelmiştir. Bu değişimlerden ilki, M.Ö. 8000 yıllarında ortaya çıkan ve insan topluluklarını çiftçi-çoban topluluklarına dönüştüren tarım devrimidir. Endüstri devrimi ise, M.S. 18. yüzyılda başlamış ve insan topluluklarını mal ve hizmet üreticisine dönüştürmüştür. 1900'lü yılların ikinci yarısından itibaren teknoloji ve özellikle iletişim teknolojilerinde meydana gelen gelişmelerin bir sonucu olarak iletişim-bilişim devrimi gerçekleşmiştir (Kocacık, 2003, s. 2; Güran,1990, s. 3). Bu üç devrim insan topluluklarını önce “tarım toplumu”na daha sonra “endüstri toplumu”na ve nihayetinde “bilgi toplumu”na dönüştürmüştür. Endüstri devrimi ile başlayan toplumsal dönüşüm küreselleşmenin etkileri ile çeşitli endüstrilerin ortaya çıkmasına neden olmuştur. Bu süreç endüstrileşme ve endüstri kavramlarını önemli hale getirmiştir (Demsetz, 1997, s. 427).

En basit ifadesi ile endüstrileşme, mal üretiminde makine kullanma ya da milli gelir içinde endüstri kesiminin payının belirli bir orana erişmesidir. Bir başka ifade ile endüstrileşme, “Endüstri Devrimi” ile birlikte oluşan ve ülkelerin ekonomik, sosyal, siyasal vs. alanlarda uğradıkları değişikliklerin toplamıdır (İlkin, 1973, s. 427).

Endüstrileşme kavramını ilk kez kullanan Arnold Toynbee'ye göre; “Endüstri Devrimi”, ilk defa 1750-1850 yılları arasında İngiltere 'de gerçekleşmiştir. İngiltere'de başlayan endüstrileşme süreci zaman içerisinde diğer Batılı ülkelere yayılmış ve tüm

dünyada ekonominin “kalkışa geçtiği” safha olarak değerlendirilmiştir (Güran, 1990, s. 115).

Endüstrileşme süreci içerisinde endüstri kavramı genellikle iki temel ölçüt göz önüne alınarak tanımlanmıştır. Bu ölçütler üründe ve ekonomik aktivitede benzerlik olarak ele alınabilir. Endüstri kavramı ile genellikle sanayi kavramı ile eş anlamlı kullanılmakta ve bazı durumlarda ekonomik faaliyetlerin gruplandırılması olarak ele alınmaktadır. Ekonomik faaliyetlerin benzerliğine göre endüstri dallarının sınıflandırılmasında benzer ekonomik faaliyetlerin yürütülmesi esas alınır. Buna göre; bir endüstri içerisinde üretim benzer teknolojiler kullanılarak oluşturulur ve üretim üniteleri temel bir üretim sürecini paylaşır (Li vd, 2001, s. 1).

Porter (1985, s. 233), dar anlamda endüstriyi “*tüketicilere satın alma amacı ile benzer ya da çok yakın ilişkili ürünleri sunan pazardır*” şeklinde tanımlamıştır. Genellikle bir endüstri; ihtiyaçları, ilgileri, arzuları ve beklentileri çeşitlilik gösteren, demografik ve psikografik farklılıkları bulunan mevcut ya da potansiyel tüketicilere sunulan çeşitli ürün kalemlerinden meydana gelir. Ancak bazı endüstriler tek – ürünlü endüstri olarak tanımlanır ve sadece bir üründen oluşur (Pitts ve Stotlar, 1996, s. 1). Örneğin; futbol topu endüstrisi tek-ürünlü endüstri olarak ele alınabilir. Bu endüstri içerisinde birçok farklı tüketici pazarının talebini karşılamak için büyüklükten renge, ürün kalitesinden kullanılan malzemeye ve fiyata kadar birçok farklı futbol topu çeşidi bulunur. Ayrıca futbol topu endüstrisi çok-ürünlü endüstri olarak spor malları endüstrisinin de bir parçasıdır.

Tüm bu bilgilerin ışığı altında endüstri kavramının aşağıdaki özelliklere sahip olduğu ifade edilebilir (Katırcı, 2013, s. 4):

- Bir endüstri bir ya da birçok üründen meydana gelebilir.
- Endüstriyi meydana getiren ürünler birbirleriyle çok yakın ilişkili ve benzer olabilir.
- Endüstriyi meydana getiren ürünler birbirleriyle çok zayıf ilişkili ve benzeşik olmayan bir yapıda olabilir.
- Bir endüstri içerisinde ürün; mal, hizmet, insan, yer ya da fikrin herhangi birinden ya da birkaçının birleşiminden oluşabilir.

## 2.2. Spor Endüstrisi Kavramı

Spor endüstrisi, spor turizmi, spor malları (üretim ve dağıtım), spor kıyafetleri, amatör spor katılımı, profesyonel spor, rekreasyonel spor, lise ve kolej sporları, açık hava sporları, spor pazarlama şirketleri gibi spor işletmeleri, spor sponsorluk endüstrisi ve idari/hukuksal yapıları kapsayan büyük bir yapılanmadır (Pitts ve Stotlar, 2002, s. 1). Spor endüstrisinin tüm dünyada, özellikle de Amerika Birleşik Devletleri'nde hızla büyüyen bir endüstri olduğunu görmekteyiz. 2012 yılında Amerika Birleşik Devletleri'nde spor endüstrisinin payı 400-435 milyar \$ (dolar) seviyelerinde iken, bu rakam 2014 yılında 485 milyar \$ seviyelerine ulaşmıştır (Plunkett, 2014, s. 28). İki yıl içerisinde meydana gelen 45-50 milyar dolarlık bu artış spor endüstrisinin büyüme kapasitesini gösteren önemli verilerden biri olarak değerlendirilebilir. Günümüzde spor endüstrisi sınırlarının genişlemesi ile beraber eğlence endüstrisini de kapsayan kültürel bir fenomen haline dönüşmüştür (Gillentine, 2012, s. 55). Dolayısıyla spor endüstrisi serbest zaman ve eğlence endüstrisinden bağımsız olarak düşünülemeyecek bir yapıya dönüşmüştür. Türkçeye “eğlencelik” olarak çevrilen “entertainment” ifadesi spor, serbest zaman ve eğlence endüstrisinin temel dinamiğini oluşturmaktadır. Bu bağlamda spor, gelişmiş spor endüstrilerinde “sportainment (spor eğlencesi)” olarak değerlendirilmektedir (Thompson, 2014). Bu bağlamda; spor endüstrisi çeşitli endüstrilerde yer alan çok sayıda paydaşa sahiptir. Dolayısıyla spor endüstrisinin ürettiği ürün tipleri farklı paydaş özellikleri sebebiyle çeşitlilik göstermektedir. Pitts ve Stotlar (2002, s. 4-5), spor endüstrisi içerisinde üretilen mal ve hizmetleri ya da bir başka ifade ile ürünleri aşağıdaki biçimde maddeleştirmiştir:

- Spor branşlarının her biri aktif katılım ile ilgili bir katılım ürünü (a participation product)'dür. Örneğin; Eskişehir kurumlar arası halı saha futbol turnuvasına katılma.
- Spor branşlarının her biri izleme/seyretime ile ilişkili bir pasif katılım ürünüdür. Örneğin; bir spor müsabakasını yerinde (stadyum, kapalı spor salonu, yüzme havuzu, vs.) seyretme ya da bir medya aracı ile (televizyon, radyo, gazete, vs.) izleme.
- Spor ve fitness etkinliklerine katılmak için gerekli olan ya da ihtiyaç duyulan araç-gereç bir spor ürünüdür. Örneğin; basketbol formaları, kaleci eldivenleri,

vücut geliştirme aletleri, koşu bantları ya da bisiklet tekerleği bir spor ürünü olarak değerlendirilir.

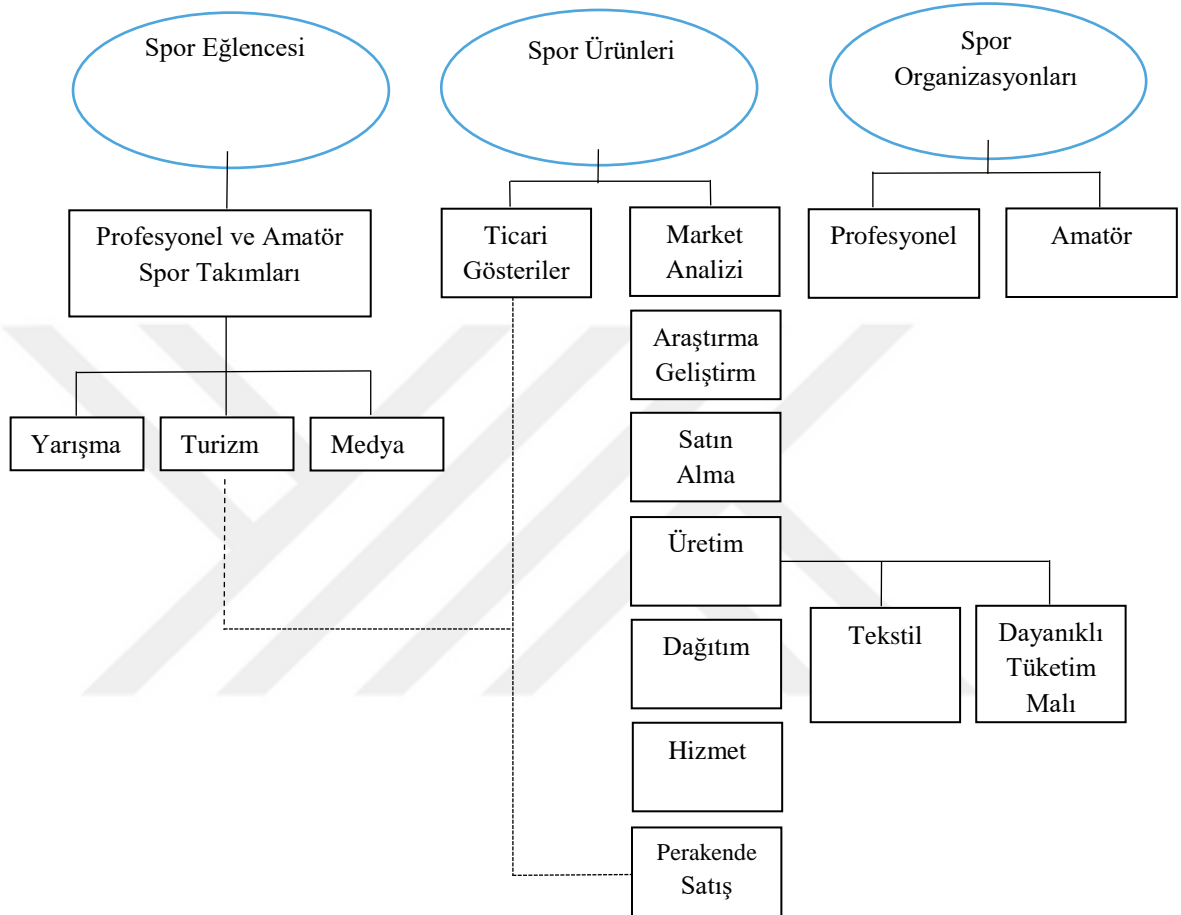
- Bir spor işletmesinin, liginin, etkinliğinin ya da bir fitness aktivitesinin tutundurulmasına yönelik olarak tasarlanan logolu şapkalar ve tişörtler, fitness kulübü tişörtleri ve havluluları ya da spor kulübü logolu anahtarlıklar spor ürünü olarak değerlendirilir.
- Spor tesisleri birer spor ürünüdür. Örneğin; Anadolu Üniversitesi spor salonu, Atatürk yüzme havuzu ya da Eskişehir Atatürk stadyumu birer spor ürünü olarak değerlendirilir.
- Spor pazarlama araştırması, tenis raket tamiri ya da golf sahalarının bakımı gibi hizmetler sunan hizmet işletmeleri spor ürünleri üretir. Dolayısıyla bu işletmeler birer spor ürünü olarak değerlendirilir.
- Spor ile ilişkili rekreasyonel aktiviteler birer spor ürünüdür. Örneğin kumpçılık, at biniciliği, dağcılık ya da yatçılık gibi rekreasyonel aktiviteler birer spor ürünüdür.
- Bir sporcunun pazarlama ve yönetim işlerini yürüten şirketler, spor turizmi ile ilişkili paketler pazarlayan acenteler/turlar ya da maraton organizasyonu yapan şirketler gibi profesyonel pazarlama ve yönetim şirketleri spor ürünü üretmektedirler. Kısacası sporcuların ya da spor etkinliklerinin finansal, hukuki, yönetsel ya da pazarlanmasına ilişkin işlerini yerine getiren işletmelere ilişkin ürünler spor ürünü olarak değerlendirilir.
- Medya kuruluşlarının spor ile ilişkili ürettikleri ürünler spor ürünü olarak değerlendirilir. Spor televizyon kanalları, radyo istasyonları ya da gazeteler ürettikleri ürün bağlamında birer spor ürünüdür.

### **2.3. Sporun Diğer Endüstrilerle Olan İlişkisi**

Spor endüstrisini diğer sektörlerle bir ilişkisi olmadığını düşünmek hatalıdır. Çünkü spor endüstrisi birçok farklı endüstri ile ilişkili çoklu bir yapı sergilemektedir. Spor endüstrisi; her biri ayrı bir endüstri olarak değerlendirebileceğimiz farklı bölümlerden oluşmaktadır. Spor literatürü içerisinde bu bölümlerin farklı biçimlerde ele alındığını görmekteyiz.

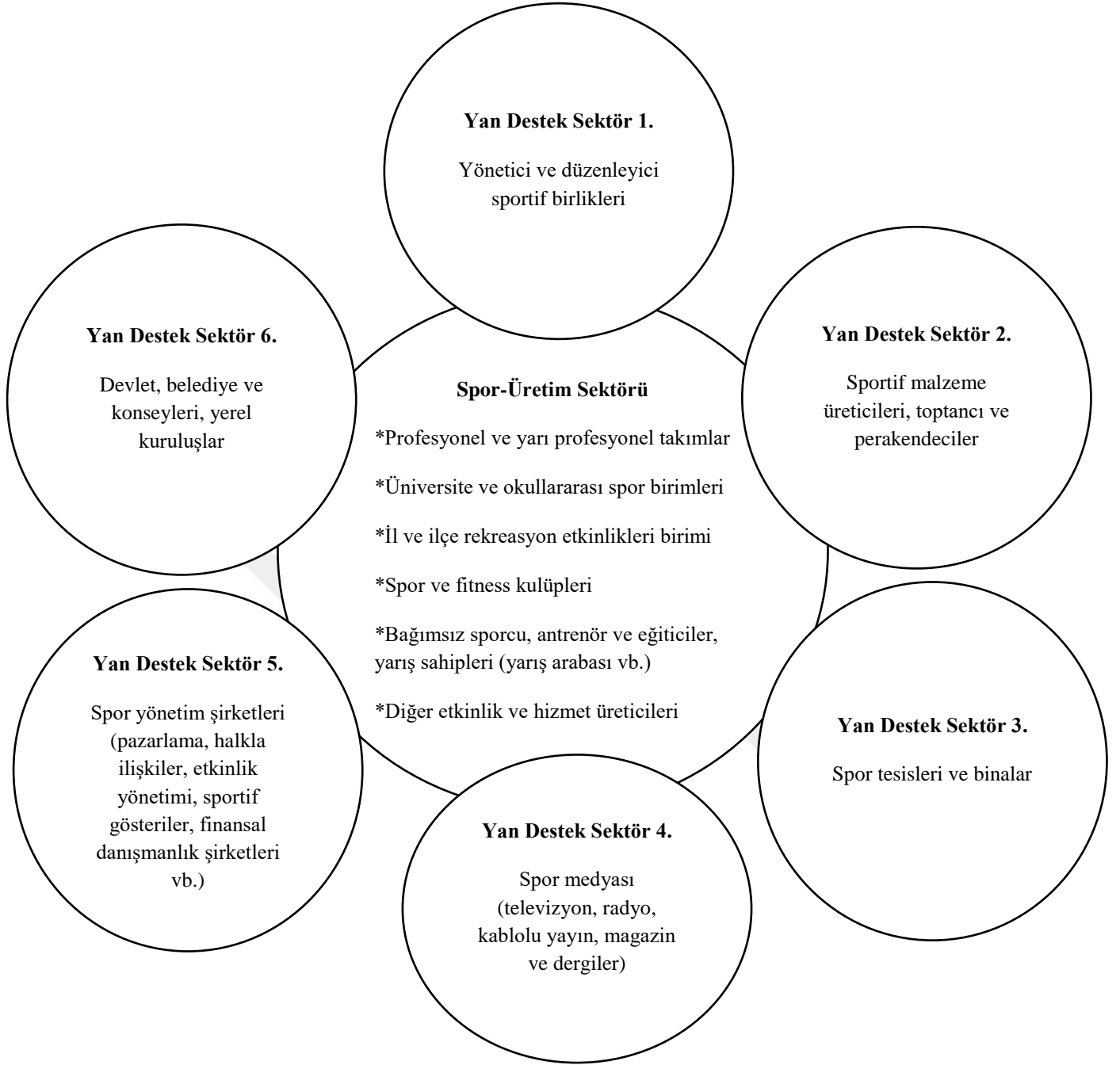
Örneğin; Meek (1997, s. 17), spor endüstrisini üç temel bölüm içerisinde değerlendirmektedir. Şekil 2.1. içerisinde görüldüğü gibi Meek modeli spor endüstrisini

spor eğlencesi (sports entertainment), spor ürünleri ve spor organizasyonları olarak üçlü bir yapı içerisinde ele almaktadır. Model içerisindeki her bir bölüm ayrı bir endüstri kolunu tanımlamakta ve her bir bölüm kendi ekonomisini yaratmaktadır.



**Şekil 2.1.** Meek Spor Endüstri Modeli  
**Kaynak:** Meek, 1997, s. 17

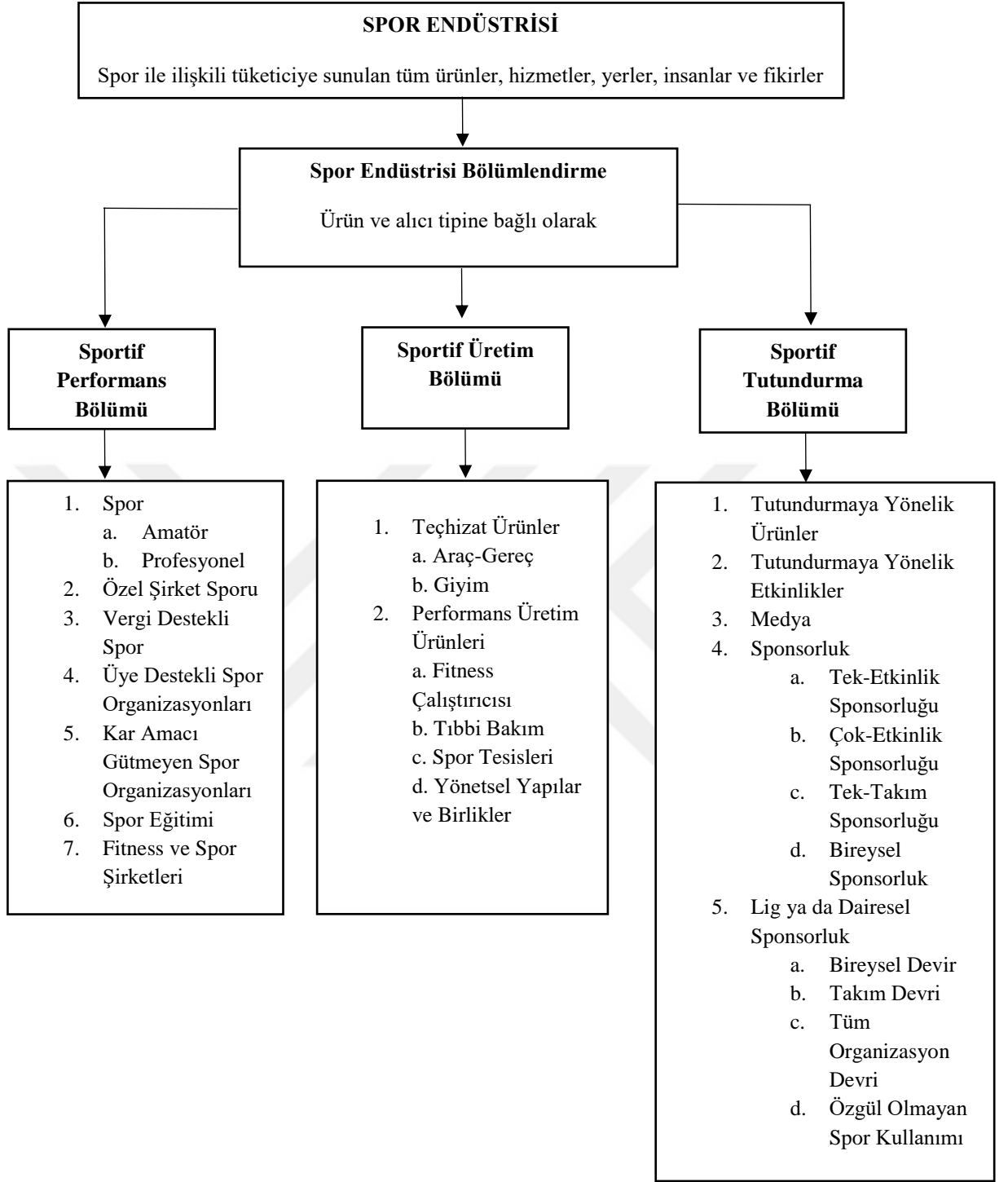
Spor endüstrisi ile ilişkili bir başka endüstri modeli ise Li vd. (2001, s. 7) tarafından geliştirilmiştir. İki sektör modeli olarak tanımlanan bu model içerisinde spor üretim sektörü çevresinde bu sektör ile ilişkili altı sektör belirlenmiştir. Her bir sektör kendi ekonomisini yaratan endüstri kolları olarak değerlendirilebilir (bkz. Şekil 2.2.).



**Şekil 2.2.** *Spor Endüstrisinin İki Sektör Modeli*  
**Kaynak:** Li vd., 2001, s. 7

Pitts vd. (1994, s. 18), spor endüstrisi içerisinde yer alan üç ürün bölümü tanımlamış ve bu bölümlere bağlı bir model geliştirmişlerdir. Şekil 2.3. içerisinde görüldüğü gibi sportif performans, sportif üretim ve sportif tutundurma ürün bölümleri olarak ele alınmıştır. Her bir bölüm kendi ekonomisini yaratan endüstri kolları olarak değerlendirilebilir.





**Şekil 2.3. Spor Endüstrisinde Bölümlendirme**

**Kaynak: Pitts vd. (1994, s. 18)**

Yukarıda ifade edilen modellerde görüldüğü gibi spor endüstrisi birçok farklı endüstri ile ilişkili çok boyutlu bir yapı sergilemektedir. Özellikle 1900'lü yılların ikinci yarısından itibaren birçok spor branşının profesyonelleşmesi, kitle iletişim araçlarının gelişimi ve küreselleşme gibi birçok unsur spor endüstrisini farklı endüstri kolları ile

ilişkili hale getirmiştir. Özellikle eğlence, medya, sağlık, turizm ve serbest zaman endüstrisi gibi endüstri kolları spor endüstrisini sadece biçimlendirmemiş, aynı zamanda geliştirmiştir. Bu endüstri kollarının spor endüstrisine katkısı aşağıdaki alt başlıklar içerisinde değerlendirilebilir.

### **2.3.1. Spor endüstrisi ve eğlence endüstrisi ilişkisi**

Günümüz dünyasında eğlence olgusunun direkt ya da dolaylı olarak etkileşimde bulunduğu sektör yok gibidir. Zira deneyim ekonomisi sadece hizmet ya da eğlence sektörü için geçerli değildir. Motor şirketleri, çelik üreticileri bile yeri geldiğinde pazarlama iletişim mesajlarında eğlence unsurunu kullanmaktadır. 1980’li yılların sonlarından günümüze değin süregelen periyot çoğunlukla bilgi çağının başlangıcı olarak düşünülür. Ancak eğlence, zorlayıcı bir içerik olarak kullanıla gelmiştir. Eğlence çağı her ne kadar 1980’li yıllar ile özdeşleştirilse de eğlence kavramı her dönemde medyada önemli bir içerik olmuştur. Zira insanların boş zamanı olduğu sürece rekreasyon ve eğlence de farklı düzeylerde var olagelmiştir (Argan, 2007, s. 50-54). Özellikle iletişim teknolojilerindeki gelişmeler ve bu gelişmelere bağlı olarak yaratılan ürünler eğlence kavramını endüstriyel niteliklere sahip bir yapıya dönüştürmüştür. Sinema, müzik, sosyal medya etkinlikleri, video oyunları ve advergaming (oyunla birlikte reklam yapma) uygulamaları gibi uygulamalar eğlence endüstrisini günümüzün en büyük endüstrilerinden biri haline getirmiştir (Özkaya, 2010, s. 460). Endüstrinin içerisinde spor ve spor ile ilişkili uygulamalar önemli bir yer tutmaktadır. Günümüzün spor organizasyonları (ligler, kupalar, oyunlar, vs.) sadece spor karşılaşmalarının yapıldığı değil, aynı zamanda eğlence unsurları ile bezenmiş görsel şovlar haline dönüşmüştür. Örneğin; bir NBA müsabakası 12 dakikalık 4 periyottan oynanmakta, ancak müsabaka öncesi, sırası ve sonrasında yapılan birçok etkinlik ile yaklaşık 3 saate yayılmış bir etkinlik haline dönüşmektedir.

Şans oyunları, bahis, video oyunları, seyahat ve turizm, medya, müzik ve rekreasyon gibi birçok olgu spor ile direkt ilişki halindedir. Bu unsurların her biri de eğlence endüstrisi içerisinde değerlendirilmekte ve endüstrinin alt alanlarını oluşturmaktadır. Dolayısıyla spor eğlence kavramından ayrı olarak düşünülemez. Spor ve eğlence arasındaki bu yakın ilişki spor eğlencesi olarak ifade ettiğimiz kavramı tanımlamakta ve spor ile eğlence endüstrisi arasındaki ilişkiyi ön plana çıkarmaktadır.

### 2.3.2.Spor endüstrisi ve medya endüstrisi ilişkisi

Tüm dünyada kitlelerin spora olan ilgisinin artarak devam etmesi spor etkinliklerinin kitle iletişim araçlarında daha fazla yer almasına neden olmuştur. Sporu popüler hale getiren ve ona küresel kimlik kazandıran en önemli faktörün medya, özellikle televizyon yayıncılığı olduğunu ifade etmek yanlış olmayacaktır. 2000’li yılların başından itibaren iletişim teknolojilerinde ortaya çıkan yenilikler tv-internet-iletişim teknolojilerinin birleşiminden oluşan dijital yayın platformlarını ortaya çıkarmıştır. Bu platformların gelişimi de spor yayın gelirlerinin geometrik gelişimine olanak sağlamıştır. Spor ve medya endüstrisi arasındaki ilişkinin hangi boyutlara geldiğini anlamanın temel yollarından biri yayın haklarının gelişimini incelemekten geçmektedir. Tablo 2.1. içerisinde görüldüğü gibi 1990 yılında İtalya’da düzenlenen Dünya Kupası’nın yayın hakları 59 milyon € (euro)’ya satılırken, 2010 yılında bu rakam 1.5 milyar €’ya çıkmıştır (Akşar, 2010, s. 131).

**Tablo 2.1.** *Dünya Kupası Yayın Hakları Gelişimi*

Yıl	Ülke	Milyon Euro
1990	İtalya	59
1994	Amerika	72
1998	Fransa	84
2002	Kore-Japonya	746
2006	Almanya	995
2010	G.Afrika	1.500
2014-2018	Brezilya-Rusya	4.900

**Kaynak:** Akşar, 2010, s. 131; Akşar, 2014.

Spor yayıncılığının ekonomik olarak geldiği noktayı tanımlayan bir başka örnek olimpiyat organizasyonlarıdır. 1988 yılında Seul’da yapılan yaz olimpiyatlarının yayın hakları 403 milyon € iken 2012 yaz ve kış olimpiyatları için bu rakam 2,8 milyar €’ya çıkmıştır. Spor yayıncılığı için ödenen miktarların bu denli artmasının temel nedenlerinden biri sporun medya için karlı bir içerik sağlamasından kaynaklanmaktadır. Dolayısıyla spor ve medya endüstrisi arasındaki ilişki ekonomik anlamda birbirini büyüten ve geliştiren bir yapı sergilemektedir.

**Tablo 2.2.** Olimpiyat Yayın Hakları Gelişimi

Yıl	Yaz Olimpiyat Kenti	Tutar (Milyon Euro)	Yıl	Kış Olimpiyat Kenti	Tutar (Milyon Euro)
1988	Seul	403,0	1988	Calgary	324
1992	Barcelona	606,0	1992	Albertwille	292
1996	Atlanta	895,0	1994	Lillehammer	353
2000	Sydney	1322,5	1998	Nagona	513
2004	Atina	1476,5	2002	Salt Lake City	748
2008	Pekin	1690,8	2006	Turin	833
2012	Londra*	2800,0	2012	Soçi*	2800

\*Her iki oyun için yaklaşık toplam ödenen miktar

**Kaynak:** Akşar, 2010, s. 132; Ereke, 2012.

### 2.3.3. Spor endüstrisi ve sağlık endüstrisi ilişkisi

Toossi (2002, s. 12-22), Amerika’da tüketici harcamaları üzerine yapmış olduğu çalışmada; toplam 192 endüstri içerisinde en güçlü ve geleceği en parlak olarak görünen endüstri grubunun, spor endüstrisi olduğunu belirtmiştir. Bunun temel nedenlerinden biri “sağlıklı yaşam” ve “fiziksel aktivite/fitness” ilişkisidir. Fiziksel aktivite kişinin kendi yaşıyla ilgili olarak daha sağlıklı olmasına ve yaşam kalitesinin artmasına olanak sağlar. Fiziksel aktivite bireylerin sağlıklı olması için oldukça önemli faydalar sağlarken, hareketsizlik özellikle aşırı derecede sigara ve alkol tüketimi ile birleşince insan bedeninde önemli hastalıkların oluşmasına zemin hazırlamaktadır. Bunlar; kronik hastalıklar, prematüre ölümler, koroner kalp hastalıkları, tip iki diyabet, hipertansiyon ve çeşitli kanser türleri olarak örneklendirilebilir. Sağlıksız yaşam biçiminin önüne geçilerek, yani davranış değişiklikleri gerçekleştirilerek bu tarz hastalıkların da önüne geçmek mümkündür. Avrupa ülkelerinde nüfusun en az üçte ikisi sağlıklı bir yaşam için gerekli olan aktiviteden uzak yaşamaktadır. Fiziksel aktiviteden uzaklaşmak, bugün dünyanın gündeminde olan “obezite” sorununun daha da pekişmesini sağlamaktadır. (Eberth ve Smith, 2010, s. 825). Sporun sağlıklı nesiller yetiştirmekle olan ilişkisi spor ve sağlık endüstrisi ilişkisinin zeminini oluşturmaktadır. Fiziksel etkinlik, fitness ve sağlık ilişkisi sadece spor merkezleri, fitness merkezleri ve sağlık kulüpleri gibi yapıların oluşmasını değil aynı zamanda fiziksel etkinliklere yönelik sportif ürünlerin artmasına da neden olmuştur.

#### 2.3.4. Spor endüstrisi ve turizm endüstrisi ilişkisi

Dünya turizm gelirini oluşturan kaynaklardan biri spor turizmi ile ilişkili aktivitelerdir. Yerel, ulusal ve uluslararası alanda düzenlenen spor organizasyonları, bu organizasyonlara iştirak eden aktif ve pasif spor katılımcı sayısı ve bu etkinlikler için yapılan seyahatler her geçen gün artmakta ve küresel bir hale dönüşmektedir.

Dünya üzerinde birçok ülke spor turizmine yönelik yatırımlar yapmakta ve pazar payını arttırmaya çalışmaktadır. Küresel turizmin büyümesi yüzde 4-5'lerde seyrederken, spor turizminde bu rakam yüzde 14'lere kadar çıkmaktadır. Dünyada turizm sektörü 2014 yılında toplam 1.2 trilyon dolar büyüklüğe ulaşırken, bu büyüklük içerisinde spor turizmi yaklaşık 180 milyar dolarlık pay elde etmiştir (TÜRSAB, 2015).

Türkiye Seyahat Acentaları Birliği (TÜRSAB)'ın Spor Turizmi Raporu'na göre; 2014 yılında Türkiye'ye sportif faaliyet amaçlı 550 binin üzerinde yabancı turist gelmiş ve 900 milyon doların üzerinde harcama yapmıştır. TÜRSAB Spor Turizmi Raporu'nda öne çıkan başlıklar aşağıdaki biçimde özetlenebilir:

- Dünyada spor turizminin büyüklüğü 180 milyar dolardır.
- Uluslararası hesaplamalarda çıkan ortalamalara göre spor turisti normal turistten yaklaşık iki katı kadar harcama yapmaktadır.
- Türkiye'ye gelen turistlerin ortalama harcaması 824 dolar, buradan hareket edildiğinde spor amaçlı gelenlerin ortalama harcaması 1.648 dolardır.
- Türkiye'de spor yapan yabancı turistlerin sayısı 550 bini aştı. Bu turistlerin yaptığı toplam harcamalar da 900 milyon doların üzerine çıktı, 1 milyar dolar seviyesine yaklaşmıştır.
- Türkiye, düzenlenen ve düzenlenecek uluslararası spor etkinlikleri baz alınarak hesaplanan Küresel Spor Endeksi'nde 14'üncü sırada yer alıyor. Türkiye'de son 8 yılda bu çapta 14 etkinlik düzenlendi. Etkinlik sayısında Türkiye dünya 18'incisi konumundadır.
- Futbol turizminde yaklaşık 1200 takım Türkiye'de kamp yapıyor. Birden fazla yapanlarla birlikte 2014 yılında 2500'ü bulmaktadır.
- Futbol kampı yapanların yarattığı direkt hacim 100 milyon doların üzerindedir.
- Antalya'da kamp yapan futbol takımlarının yüzde 90'ını yabancılar oluşturmaktadır.
- Golf için gelenlerin sayısı 160 binin üzerindedir.
- Belek'te 2014'te 17 golf sahasında 513 bin 216 oyun oynanmaktadır.
- Türkiye'de toplam golf sahası 28 adet, bunun 21'i Antalya bölgesindedir.
- Belek'te oynanan oyunların yüzde 30'luk kısmını Almanlar oluşturmaktadır.

## 2.4. Spor ve Serbest Zaman Endüstrisi

Sporun ve spor ile ilişkili mal ve hizmetlerin tüketilebilir unsurlara dönüşmesi sadece bir endüstri yaratmamış, birçok endüstri kolu ile ilişkili yeni oluşumları meydana getirmiştir. Spor ile direkt ilişkili en önemli endüstrilerden biri serbest zaman endüstrisidir. Serbest zaman (leisure time) ya da bir başka ifade ile boş zaman (spare time) iş ve gerekli kişisel faaliyetler dışında kalan zaman dilimidir. Serbest zaman etkinlikleri bireylerin serbest zamanlarında isteyerek/gönüllü katıldıkları, keyif aldıkları ya da tatmin oldukları, becerilerini ve donanımlarını kullanabildikleri etkinlikleri kapsar (Elkington ve Stebbins, 2014, s. 5-6). Dolayısıyla, serbest zaman endüstrisi dünya üzerinde endüstrileşmiş birçok toplumda ekonominin önemli bir parçası haline dönüşmüştür (Byers ve Slack, 2001, s. 125). Özellikle teknolojik gelişmelere bağlı olarak çalışma saatlerinin azalması, artan gelir ve eğitim düzeyleri, tüketim kültürünün egemen kültürlerden biri haline dönüşmesi, kentleşme, toplumsal yaşam içerisinde bireylerin kendini iyi hissetme talebi gibi etkenler serbest zaman kavramını önemli hale getirmiş ve serbest zaman endüstrisi hem nicelik hem de nitelik açısından büyümüştür (Gratton ve Taylor, 2000, s. 34-38).

Kapitalizm, yirminci yüzyılın ikinci yarısından itibaren küreselleşme içerisinde, siyasi, ekonomik ve kültürel alanlarda önemli dönüşümlere yol açtığını ifade edebiliriz. Özellikle tüketim olgusunun kültürel bir yapı içerisinde değerlendirilmesi ve tüketim kültürü olarak ifade edebileceğimiz oluşumun küresel boyutlarda ele alınması toplumsal yaşam içerisinde önemli değişimler sağlamıştır. Bu değişimlerin içerisinde serbest zaman olgusunun tüketim endüstrisi tarafından yönetildiğini görmekteyiz. Kapitalizm, “boş zaman” süreçlerini paraya/sermayeye dönüştürebilmiş hale gelmiş ve “çalışma dışı zaman” değerli bir yaşam alanı olarak görülmeye başlanmıştır (Dağtaş ve Dağtaş, 2006, s. 7). Kentleşme, teknolojik gelişmeler, özellikle kitle iletişim araçlarının gelişmesi ve değişime uğraması gibi etkenler bu yaşam alanını paraya/sermayeye dönüştürülebilir hale getirmiştir. Bu dönüşüm serbest zaman endüstrisi olarak ifade ettiğimiz yapıyı karşımıza çıkarmaktadır. Serbest zaman endüstrisi, birbirinden farklı birçok endüstri kolunu bünyesinde barındıran, devasa büyük bir ekonomi yaratan ve çeşitli iş kollarını oluşturan yapısı ile dikkat çekmektedir (Byers ve Slack, 2001, s. 127). Kısacası serbest zaman endüstrisi eğlence, turizm, sağlık, spor, yeme-içme gibi birçok farklı endüstri kalemini de bünyesinde barındırmakta ve dünyanın gelir açısından sayılı endüstrilerinden biri haline gelmiştir.

Spor ve serbest zaman endüstrisi arasındaki ilişkiyi incelemenin temel yolu rekreasyonel spor olarak adlandırdığımız yapıyı incelemekten geçmektedir. Rekreasyonel spor; bireylerin serbest zamanlarında aktif ya da pasif olarak katıldıkları spor etkinliklerini tanımlamaktadır. Rekreasyonel sporun yarattığı ekonomi özellikle 1900'lü yılların ortalarından itibaren tüm dünyada hızla genişlemeye başlamış ve büyümüştür. Sporun ve rekreasyonel sporun yarattığı ekonominin en fazla büyüdüğü ve geliştiği bölge ABD (Amerika Birleşik Devletleri), özellikle Kuzey Amerika olarak gözükmektedir. Bunun temel nedenlerinden biri birçok spor dalının ilk olarak Amerika'da profesyonelleşmesi ve bu profesyonelleşmeye bağlı olarak yaratılan ekonomidir. 2012 yılı verilerine göre ABD'de spor ve rekreasyonel spor etkinlikleri içerisinde yaklaşık olarak 5,5 milyon Amerikan vatandaşı istihdam edilmektedir. Ayrıca 300,000 mağazada spor ve rekreasyonel spor ürünü satılmaktadır (U.S. Bureau of Labor Statistics, 2015).

Spor ve spor ile ilişkili serbest zaman endüstrisinin yarattığı ekonomi ile ilgili bir başka örnek Avusturalya ile ilişkilidir. 2003 yılı verilerine göre Avusturalya'da rekreasyon ve spor endüstrisinin ülke bütçesine dolaylı olarak katkısı 4 milyar \$ civarındadır ve bu miktar GSMH (Gayri Safi Milli Hasıla) içerisinde %2'lik bir paya karşılık gelmektedir. Yaklaşık olarak 2000 şirket ve 27000 çalışan bu katkının oluşmasını sağlamaktadır (State Chamber of Commerce, 2003, s. 117).

Spor ve rekreasyonel sporun yarattığı ekonomiye ilişkin Avrupa örneklerini incelediğimizde ise İngiltere, Fransa, Hollanda ve Almanya'ya ait verilerin olduğunu görmekteyiz. SIRC/İngiltere Spor Endüstrisi Araştırma Merkezi (2010, s. 87), 1985-2008 yılları arasında spor ve rekreasyon endüstrisinin İngiltere'de hızla büyüdüğünü ve geliştiğini ifade etmektedir. İngiltere'de 1985 yılında spor ve rekreasyonel sporun yarattığı ekonominin GSMH' ya olan katkısı 3,358 milyon £ (paund) iken 2003 yılında bu rakam 13.649 milyon £ düzeyine, 2008 yılında ise 16.668 milyon £ seviyelerine ulaşmıştır. Ayrıca İngiltere'de spor ve rekreasyonel sporun GSMH' ya olan katkısı 1985-2008 yılları arasında %140'lık bir artış göstermiştir. Bu süre içerisinde İngiltere ekonomisi %97 büyüdüğü düşünülürse spor ve rekreasyonel sporun büyüme hızı ve genişliği daha net anlaşılabilir. Avrupa örnekleri içerisinde İngiltere'de olduğu gibi Fransa, Almanya ve Hollanda'da spor ve rekreasyonel spor önemli bir ekonomi oluşturmaktadır.

Mintel (2004, s. 183)'e göre Fransa, Avrupa ülkeleri içerisinde hem kişi başına düşen harcamada hem de spora aktif olarak katılımı spora pazarı içerisinde en büyük pay oranına sahiptir. Fransa'da spor ve rekreasyonel spora aktif katılım genellikle kayak ve bisiklet sporları içerisinde oluşmaktadır. Almanya'da kişi başına düşen spor ve rekreasyonel spor harcamaları düşük olmasına rağmen, oluşan pazar büyüklüğü oldukça yüksektir. Hollanda'da ise spor ve rekreasyonel spor pazarı küçük ancak kişi başına düşen harcama yüksektir.

#### **2.4.1. Spor ve serbest zaman endüstrisinin gelişmesini etkileyen faktörler**

Spor ve serbest zaman endüstrisi oldukça geniş ve farklı bölümlerden oluşan bir yapı sergilemektedir. Her iki endüstrisinde gelişim sürecine baktığımızda birçok farklı faktörün gelişime etkisini görmekteyiz. Her bir faktör sadece büyümeye yardımcı olmamış, aynı zamanda ekonomik olarak da devasa yapılar meydana getirmiştir. Bu anlamda spor ve serbest zaman endüstrisinin gelişmesini etkileyen faktörleri incelemek endüstri yapısını ortaya koymak için gereklidir.

Spor endüstrisinin gelişimini etkileyen faktörleri incelediğimizde serbest zaman endüstrisinin, özellikle rekreasyonel spor pazarının gelişimini de etkileyen bir dizi faktör ile karşılaşmaktayız. Dolayısıyla rekreasyonel spor etkinliklerine katılımın genişlemesini etkileyen çeşitli faktörler hem spor endüstrisi hem de serbest zaman endüstrisi düşünülebilir ele alınmalıdır. Bu faktörlerin en önemlileri aşağıdaki biçimde özetlenebilir (Pitts ve Stotlar, 1996, s. 6-17; Mclean ve Hurd, 2012, s. 87-95):

- *Yeni ve farklı spor, fitness ve rekreasyonel spor etkinliklerinin sayısal artışı:* Tüm dünyada 1900'lü yılların ortalarından günümüze kadar spor, fitness ve rekreasyon etkinlikleri hem nicelik hem de nitelik olarak artış göstermiştir. Bisiklet hokeyinden sualtı rugbysine, Rus hokeyinden (bandy) salon futboluna (futsal) kadar birçok farklı spor branşı popülerliğini arttırmış ve bir ekonomi yaratmıştır. Bunun yanında dünyanın birçok bölgesinde "sağlıklı yaşam" anlayışı gerek bir devlet politikası gerekse de yaşam biçimi olarak çeşitli toplumlar tarafından desteklenmiş ve fitness, sağlıklı yaşam, kendini iyi hissetme (wellness) gibi konular özellikli hale gelmiştir. Bunun sonucunda da fitness patlaması olarak ifade edebileceğimiz yeni bir oluşum meydana gelmiştir. Günümüzde pilates (kontrolöji)'ten zumba (dans fitness)'ya, spinning (özel tasarım bisiklet eşliğinde fitness)'den body pump (müzik eşliğinde ağırlık çalışması)'a kadar birçok farklı fitness etkinliği bulunmaktadır. Bu etkinliklerin her biri katılım açısından önemli bir sektörü



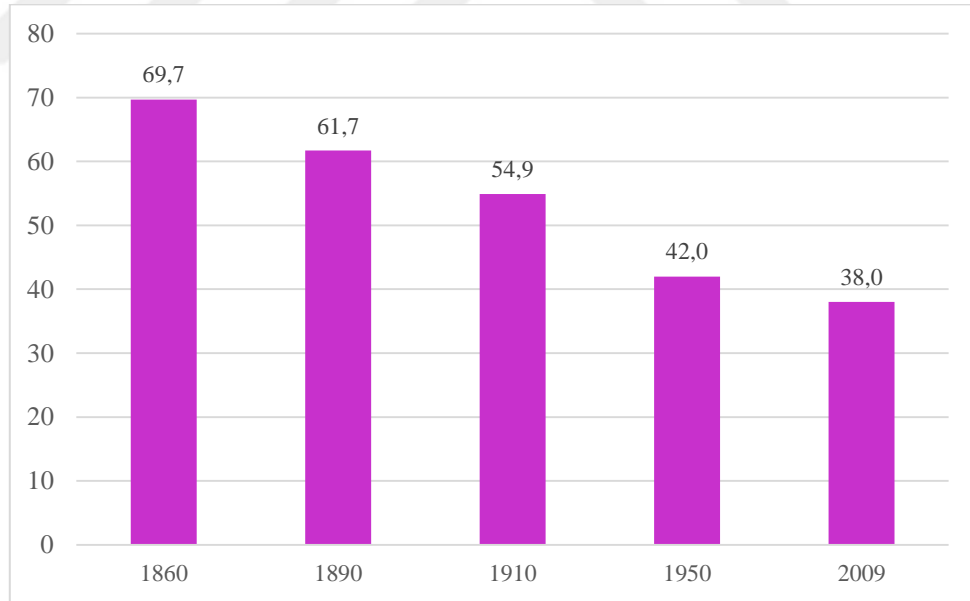
oluşturmaktadır. Ayrıca spor ile ilişkili rekreasyonel etkinlikler gerek pasif gerekse de aktif katılım noktasında kayda değer bir ekonomi yaratmaktadır. Örneğin; 2012 Londra Olimpiyatları dünya çapında yaklaşık 4 milyar kişi tarafından izlenmiş, oyunlarda 10.500 sporcu yarışmış ve yaklaşık 11 milyon kişi oyunları yerinde takip etmiştir (BBC Türkçe, 2012).

Rekreasyonel spor etkinliklerinin sayısal artışı ile ilgili özellikle internetin toplum yaşamı içerisindeki etkisine bağlı olarak yeni birtakım gelişmeler meydana gelmiştir. Örneğin; <http://www.rakipbul.com> adlı internet sitesi serbest zamanlarında futbol oynamak isteyen bireyler için fırsatlar yaratmaktadır. Bu site aracılığı ile bireyler halı saha futbol etkinliklerine katılabilmektedir.

- *Spor branşlarının uygulama alanlarının ve organizasyonlarının sayısal artışı:* Dünya üzerinde birçok spor branşı ortaya çıkışından günümüze kadar gerek aktif gerekse de pasif katılım açısından büyüme göstermiştir. Sporun tarihsel gelişimine baktığımızda sporun rekreasyondan daha çok askeri amaçlı/savaşa hazırlık amaçlı ortaya çıktığını görmekteyiz. İlk kez Antik Yunan'da yapılan Olimpiyat oyunlarının koşu, okçuluk, güreş, disk atma ve boks gibi askeri yetenekleri arttırmak üzere yapılmış olması bu amacı gösteren önemli bir örnektir. Daha sonraları spor etkinliklerinin festivaller ve dini kutlamalar ile ilişkilendirildiği tarihi belgelerde kayıt altına alınmıştır. Spor branşlarının profesyonelleşmesi, sporun toplum yaşamı içerisinde “sağlıklı yaşam” ve “kendini iyi hissetme” gibi amaçlarla ele alınması, spor ekonomisinin büyümesi ve eğlence endüstrisi ile ilişkilendirilmesi gibi bazı faktörler 1900'lü yılların ortalarından itibaren ele alınmaya başlanmıştır. Tarihsel süreç içerisinde spor, aktif ve pasif katılım açısından devasa büyük bir ekonomi haline dönüşmüştür (Mclean ve Hurd, 2012, s. 323-325).

Spor branşlarının ilk ortaya çıkışında gerek organizasyon (Lig, şampiyona, vs.) gerek aktif katılımcı (profesyonel, amatör, rekreasyonel sporcu) gerekse de pasif katılımcı (seyirci, izleyici, takipçi) açısından birtakım sınırlılıklar mevcuttur. Zaman içerisinde bu spor branşlarının yapılabileceği tesis sayısının artması, çeşitli organizasyonların oluşturulması ve kitle iletişim araçlarının bu branşlara yönelik ilgisi gibi etmenler uygulama alanlarının ve organizasyonların büyümesine sebep olmuştur (Pitts ve Stotlar, 1996, s. 8). Günümüzde birçok spor branşı hem profesyonel düzeyde hem amatör düzeyde hem rekreasyonel düzeyde hem de okullararası turnuvalarda uygulanmaktadır (Mullin vd., 2000, s. 14).

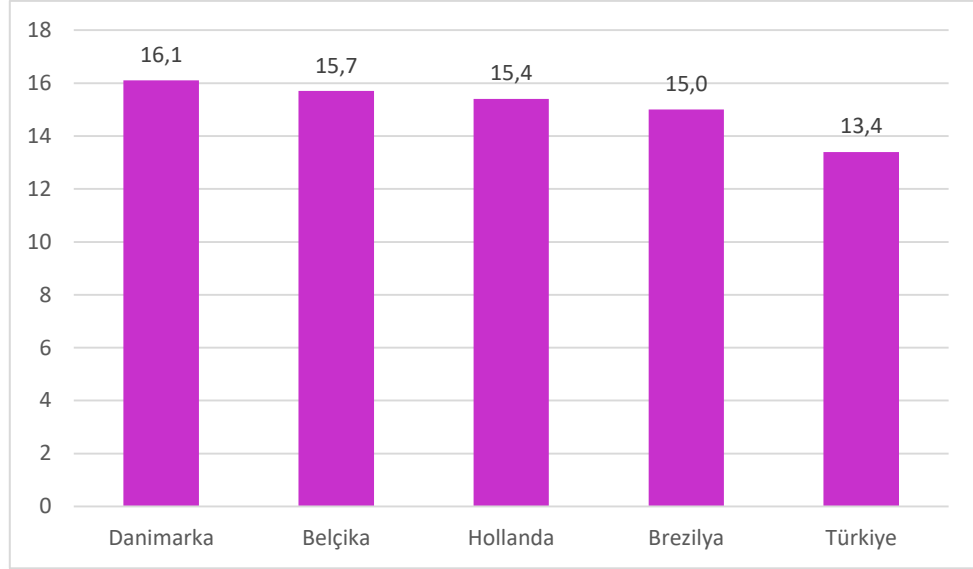
- *Boş zamanların artması:* Günümüzün iş dünyasında ortalama haftalık çalışma saati ortalama olarak 40 saat civarındadır. Geri kalan zaman dilimlerinde bireylerin istekli/gönüllü katıldıkları aktiviteleri (örneğin; sporla ilişkili aktiviteler ya da rekreasyonel etkinlikler) görülmektedir. İş yaşamı içerisinde çalışma saatlerinin azaltılması ve buna bağlı olarak serbest zaman dilimlerinin artırılması isteği özellikle 19. yy'ın ortalarından günümüze kadar birçok ülkede bir devlet politikası olarak ele alınmıştır. Örneğin; Şekil 2.4. içerisinde görüldüğü gibi ABD (Amerika Birleşik Devletleri)'de iş saatleri 1860 yılında haftada 69,7 saat iken 2009 yılına gelindiğinde 38 saate kadar düşmüştür. ABD'de 1860'lı yıllarda haftada 6 gün, günde 11,6 saat çalışılır iken bu süre zaman içerisinde azaltılmıştır. 1950'li yıllara gelindiğinde haftada 5 gün, günde 8,4 saat çalışıldığını görmekteyiz. Bu süre 2009 yılına gelindiğinde ise haftada 5 gün, günde 7,6 saate düşürülmüştür (Mclean ve Hurd, 2012, s. 53). Çalışma saatlerinin azaltılması ile beraber bireylerin serbest zamanlarında gözle görülür bir artış meydana gelmiştir. Bu artışın dünyanın diğer ülkelerinde de gerek çalışma saatlerinin azaltılması gerekse de teknolojik gelişmelere bağlı olarak gerçekleştiğini ifade edebiliriz.



**Şekil 2.4.** ABD'de Haftalık Çalışma Saatlerinin Değişimi

**Kaynak:** Mclean ve Hurd, 2012, s. 53

Şekil 2.5.'de görüldüğü gibi OECD (Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü) ülkelerinde bireylerin fizyolojik ihtiyaçları, kişisel bakımları ve rekreasyonel etkinliklere katılım için ayırdıkları süre yaklaşık haftalık 15,5 saat civarındadır. Ancak Türkiye örneğini ele aldığımızda bu süre 13,4 saate düşmektedir.



**Şekil 2.5. OECD Ülkelerinde Haftalık Serbest Zaman Süreleri (Saat)**  
**Kaynak:** <http://www.oecdbetterlifeindex.org/> (Erişim Tarihi: 21.04.2016)

Şekil 2.4. ve Şekil 2.5.'de görüldüğü gibi dünyanın birçok bölgesinde bireylerin serbest zamanlarının artması sağlanmıştır. Bunun doğal sonucu olarak serbest zaman pazarı genişlemiş ve pazarın içerisinde yer alan spor etkinlikleri önemli kalemlerden biri haline dönüşmüştür. Emek karşılığı ücret alan birey serbest zamanlarında “kendini gerçekleştirme”, “sağlıklı yaşam”, “iyi olma hali (wellness)”, “sosyalleşme” ve “kaçış” gibi birçok faktöre bağlı olarak rekreasyonel spor etkinliklerine katılmaya başlamıştır.

Emek karşılığı alınan ücretle, üretim/tüketim alışkanlıkları değişirken, kazanılan parayla insanoğlu yaşamına yöne vermiştir. Eline geçen parayı, barınma, yeme, içme, giyinmeye ayırmaya başlayan birey biriktirmiş olduğu parayı ise; tasarruf etme, seyahat etme, çocuklarının eğitimi için kullanma gibi farklı kalemlerde harcamaya yönelmiştir (Tokgöz, 2015, s. 40). Bu harcamanın önemli bir bölümü serbest zaman endüstrisi içerisinde yer alan ürünlere yönelmiştir.

- *Kitle iletişim araçlarındaki artış:* Günümüz dünyasında neredeyse tüm ekonomilerde egemen sistem olan kapitalist sistem özellikle 1980’lerden itibaren başlayarak “yeni dünya düzeni”, “küreselleşme süreci” ve “yeni ekonomik yapılanma” gibi birçok kavramı gündeme getirmiştir (Castells, 2005, s. 52-61). Kapitalist sistem içerisinde kitle iletişim ve bu iletişimi sağlayan araçların yarattığı ekonomi önemli bir yer tutmaktadır. Özellikle teknolojik gelişmelere bağlı olarak kitle iletişim araçları yeniden şekillenmiş ve rekreasyonla ilişkili çeşitli olanaklar yaratmıştır. 1900’lü yılların ikinci

yarısından itibaren dijital teknolojilerin hızla yaygınlaşması yaşamın her alanında daha önce tahmin edilemeyen boyutta değişikliklere yol açmıştır. Televizyon ve uydu yayıncılığı ile gelinen nokta McLuan ve Powers (2001, s. 27)'ın ifade ettikleri gibi dünyayı küresel bir köye dönüştürürken, internetin dünya çapında kullanımının yaygınlaşması zaman ve mekan sınırlarını ortadan kaldırmıştır (Erkayhan, 2013, s. 15-38). İnternetin yaygınlaşması, eğlence endüstrisi ile ilişkilendirebileceğimiz dijital ortamlar ve televizyon gibi geleneksel medya içerisinde yer alan kitle iletişim araçlarındaki gelişim rekreasyonun ele alış biçimini de değiştirmiştir. Günümüz dünyasında dijital oyunlardan arkadaşlık sitelerine, sanal kumarhanelerden bahis oyunlarına kadar birçok farklı aktivite bireylerin serbest zamanlarında yaptıkları etkinlikler haline dönüşmüştür.

Ayrıca zaman içerisinde geleneksel medyada yer alan gazete ve dergilerin spor ile ilişkili içeriğe daha fazla yöneldiğini görmekteyiz. Günümüzde balıkçılık, kampçılık, yatçılık, ekstrem sporlar gibi birçok farklı rekreasyonel spor etkinliğine yönelik dergi, gazete hatta televizyon kanalı bulunmaktadır. Sporla ilişkili artan içerik rekreasyonel spor etkinliklerine katılımı da etkilemektedir. Tüm bunların yanında gerek televizyonda gerek radyoda gerekse de internette yapılan spor yayınlarının artması da izleyici ya da takipçi olarak bireylerin rekreasyonel spor etkinliklerine katılımını etkilemiştir.

Örneğin; 2012 Londra Olimpiyatlarında dijital iletişim ile ilgili birçok uygulamayı görmek mümkündür. Oyunların resmi internet sitesinin web adresi olan london2012.com adresi 431 milyon kez tıklanmıştır. Ayrıca 15 milyon dijital uygulama indirilmiştir. Oyunları 4,7 milyon sosyal takipçi takip etmiştir. Ayrıca dünya üzerinde 4 milyardan fazla insana olimpiyat oyunları medya aracılığı ile ulaşmıştır (IOC, 2012).

- *Sporla ilgili hizmetlerin, malzemelerin ve pazarlama ürünlerinin genişlemesi/artması:* Günümüzde spor malzemeleri üreticileri tüketicilerine yönelik çok farklı araç-gereç, malzeme ve spor ürünleri dizayn etmektedirler. Örneğin; yıllar geçtikçe bayanların ve çocukların yaptıkları spor branşları çeşitlilik göstererek spor sektöründe araç-gereç ve giysi ihtiyacı doğurmaktadır. Spor malzeme imalat sektörü ise bu ihtiyaçlara cevap verebilecek şekilde üretim boyutuna yönelmiştir. Aynı zamanda teknolojinin ilerlemesi ile birlikte spor malzemeleri ve giysileri sektörü genişleyerek olumlu bir şekilde etkilenmiştir. Örnek vermek gerekirse spor branşlarına özgü kullanılan araç-gereç ve malzemelerin her yaş grubunun kullanımına yönelik hale gelmesi, branşlara yönelik performans artırıcı kıyafetlerin tasarlanması, sürata dayalı branşlarda

aerodinamik stil ve malzeme kullanımınıdır. Aynı zamanda tüm bu gelişmeler engellilere ve engelli spor branşlarına göre de düşünülerek tasarlanmaktadır. Daha önceleri tenis branşı sadece zengin, varlıklı kişilerin yaptıkları bir branş olmasına karşın günümüzde birçok bireyin kolaylıkla erişebildiği ve zevkle uyguladıkları bir branş haline dönüşmüştür. Spor ve fitness aktivitelerinin artması ve buna paralel olarak hizmetlerin genişlemesi ile birlikte bireyler artık sportif ürünlere, aktivitelere çok daha rahat ulaşabilmekte ve rahatlıkla uygulama fırsatı yakalayabilmektedirler.

## **2.5. Spor ve Rekreasyon Talebinin Teorik Alt Yapısı**

Spor ve rekreasyon pazarı içerisinde yer alan mal ve hizmetlere yönelik talep diğer pazarlarda olduğu gibi bazı faktörlerden etkilenmektedir. Bu faktörler spor ve rekreasyon talebinin nasıl biçimlendiğini kavramamız açısından önem arz etmektedir. Bu faktörler; ürünün fiyatı, diğer ikame ürünlerin fiyatı, geleceğe yönelik beklentiler, tüketicinin zevkleri ve geliri olarak ifade edilebilir (Li ve Eschenfelder, 2007, s. 40-48).

Bir ürünün fiyatı, diğer bir ifade ile maliyeti o ürünün talebini etkileyen en önemli unsurlardan biridir. Genellikle bir ürünün fiyatı yüksek iken o ürüne yönelik talebin azalacağı düşünülür. Bu, genellikle iki nedene dayandırılmaktadır. İlk neden “ikame ürün” etkisi iken ikinci neden “gelir etkisi”dir. Bir ürünün talebi bu ürünün yerine geçebilecek ikame ürünlerin fiyatından etkilenir. Genellikle fiyatlar yükseldiğinde tüketiciler benzer faydayı sağlayabilecekleri ve daha ucuz olan diğer ürünlere yönelirler. Gelir etkisi ise, bir ticari malın değeri yükseldiğinde devreye girer ve tüketiciler kendilerini aniden daha öncesine göre fakir hissetmeye başlarlar. Örneğin bir ülkede akaryakıt fiyatları iki katına çıktığında ancak bazı durumlarda bu kabul edilebilir bir doğru olarak karşımıza çıkmamaktadır. Örneğin; World View Experience isimli bir şirket, stratosfer balonuyla yolculara uzay seyahati imkanı sunmaktadır. Yaklaşık 5 saat süren bu seyahat için şirketin belirlediği fiyat 75.000 dolardır ve 2017 yılında başlayacak seyahatler için 2016 Haziran ayı itibari ile seyahate götürecek müşteri kotasını doldurmuştur (Kesayak, 2015). Bu örnekten hareketle bir ürünün fiyatının ucuz-pahalı olarak algılanmasını yaratan en önemli unsurların tüketicinin satın alma gücü, üründen elde ettiği fayda ve değer olduğunu ifade edebiliriz.

### **2.5.1. Spor katılımı**

Günümüz dünyasında sporu önemli bir pazar haline getiren faktörlerden biri tüketici gruplarıdır. Sporda tüketicileri iki temel grup altında toplamak mümkündür. Bu grupları aktif ve pasif spor katılımcıları olarak ele alabiliriz (Schwarz ve Hunter, 2008, s. 106).

Spor katılımcılarının sporu tüketim biçimleri spor pazarının genişlemesinde ve pazar içerisinde yer alan ürünlerin farklılaşmasında önemli bir rol oynamaktadır. Bunun yanında, aktif ve pasif spor katılımcısının sporu tüketim biçimi birbirinden farklılık göstermektedir. Bu farklılıkları aşağıdaki biçimde ele alabiliriz (Shank, 1999, s. 173):

- Spor endüstrisi içerisinde aktif ve pasif katılımcı pazarı sosyo-ekonomik özellikler ve medya alışkanlıkları bakımından birbirinden farklılık gösterir.
- Yoğun aktif katılımcı olarak sınıflandırılan tüketiciler, yoğun pasif katılımcı olarak sınıflandırılan tüketiciler ile karşılaştırıldığında görece olarak beyaz yakalı, erkek, iyi eğitilmiş ve genç kesimlerden oluşur.
- Yoğun aktif katılımcılar büyük oranda iş ve haber medyasını takip ederler. Bunun yanında yoğun aktif katılımcıların entelektüel görünen programları takip ettiği söylenebilir.
- Aktif erkek katılımcılar pasif erkek katılımcılar ile karşılaştırıldığında, pasif erkek katılımcıların medyaya özellikle de televizyona karşı daha ilgili olduğu görülmektedir.
- Aktif ve pasif katılımcılar reklamı algılama ve reklamın ulaştığı kitle bakımından da farklılık göstermektedir.

Yukarıda ifade edilen özellikler spor tüketicisinin spora katılım biçimlerine göre farklı davranışlar sergilediğini ifade etmektedir. Bu bağlamda aktif ve pasif spor katılımının tüm yönleri ile incelenmesi spor katılımcısının profilini belirlemede temel göstergelerden bir haline dönüşmektedir.

### **2.5.2. Aktif katılım**

Bireyin bir spor etkinliğine uygulayan olarak katılımı aktif spor katılımını ya da bir başka ifade ile aktif spor tüketimini göstermektedir (Cohen ve Avrahami, 2005, s. 421). Toplumsal yaşam içerisinde aktif spor katılımının önemli bir bölümü rekreasyonel spor bağlamında gerçekleşmektedir. Gelişmiş toplumlarda “sağlıklı yaşam” ve “kaliteli yaşam” gibi kavramlar rekreasyonel sporun özellikle fiziksel aktivite ve fitness’in bireyin hayatının bir parçası olmasını sağlamıştır. Rekreasyonel spora aktif katılımın bir takım belirleyicileri olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır. Farrel ve Shields (2002, s. 348), İngiltere’de “Sağlık Araştırmaları” veri tabanından elde ettiği verileri kullanarak, yetişkinler için spor aktivitelerine aktif katılımı ekonomik ve demografik belirleyicilerinin neler olduğunu araştırmıştır. Araştırma bulguları incelendiğinde aktif

spor katılımının hane geliri ile pozitif ilişkide olduğu görülmektedir. Ayrıca eğitim seviyesi arttıkça aktif spor katılımı da artmaktadır. Bir başka çalışmada Hinrichs vd. (2010, s. 113), spora katılım profilini belirlemek için Almanya’da 65 yaş ve üstü 1376 katılımcı ile bir araştırma gerçekleştirmişlerdir. 1376 katılımcıdan %53,8’inin spor etkinliklerine aktif katıldıkları belirlenmiştir. Katılımcılardan bayanların %55,1’inin 70-94 yaş aralığında olduğu ve çoğunluğu temsil ettiği görülmektedir. Araştırma bulguları cinsiyet, eğitim, sigara kullanımı ve yaş değişkenleri açısından spora katılımında anlamlı farklılıklar göstermektedir. Özellikle sağlık problemleri bireyin spora aktif katılımında temel motivasyon unsuru olarak karşımıza çıkmaktadır.

Downward ve Riordan (2007, s. 520), spora aktif katılım ve sıklık ile ilişkin teorilerinde, katılımı belirleyen temel motivasyonun sosyal ortamlar yaratmak ve sosyal sermayeye yatırım olduğunu vurgulamaktadır. Humphreys ve Ruseski (2007, s. 541), ise yapmış oldukları çalışmada, yüksek gelir gruplarında spor ve spora ayrılan zamanın azaldığını görmüşler ve bu durumu elde edilen gelirin fırsat maliyetinin yüksek olması ile ilişkilendirmişlerdir. Humphreys ve Ruseski (2007, s. 550), Farrel ve Shields (2002, s. 350) ve Downward ve Riordan (2007, s. 521)’de spor katılım profilinin belirlenmesinde sahip olunan hane halkı özelliklerinin oldukça belirleyici olduğunu belirtmiştir. Bu özellikler; çocuk sahibi olup olunmaması, yaş, cinsiyet, evlilik statüsü gibi değişkenlerdir. Erkeklerin kadınlara oranla sporla daha fazla ilgili oldukları söylenebilir. Spor katılımının yaşın artmasıyla birlikte azaldığı, evli bireylerin evli olmayanlara göre daha az spor yaptığı, yaşam tarzına ilişkin öğelerin de spor katılımı ve süresinde oldukça önemli bir oranda belirleyici olduğu görülmüştür.

### **2.5.3. Pasif katılım**

Spor ya da spor benzeri etkinlikler insanlık tarihinin her döneminde var olmuş ve çoğu zamanda bir izler kitle önünde uygulanmıştır (Erdemli, 1996, s. 32). Günümüze kadar ulaşan birçok duvar resmi, belge ve doküman spor etkinliklerinin insanlık tarihi içerisinde genellikle bir izleyici topluluğu önünde yapıldığını göstermektedir. Bu izler kitle zamanla “seyirci”, “izleyici”, “tarafdar”, “tüketici”, “müşteri” ve internetin toplum yaşamının bütün alanlarına etki etmesi ile beraber “takipçi” olarak çeşitli biçimlerde tanımlanmıştır. Her bir tanımlama sporun tüketim biçimine bağlı olarak şekillendirilmiştir. Bir spor etkinliğini uygulandığı yerde tüketen bireyler “seyirci” olarak tanımlanmaktadır. Shank (2002, s. 12), sporda seyirciyi “bir spor etkinliği çeşitli

biçimlerde tüketilebilir, eğer spor etkinlikleri spor endüstrisinin kalbi ise seyirciler bu kalbin atmasını sağlayan kandır” biçiminde tasvir etmektedir.

Bir spor etkinliğinin medya aracılığı ile tüketilmesi ise izleyici kavramını karşımıza çıkarmaktadır. Dünya genelinde spor etkinliklerini medya aracılığı ile tüketen izler kitle her dönem önemli rakamlara ulaşmıştır. Örneğin; Güney Afrika’da düzenlenen 2010 Dünya Kupası bir dakikalık kesintisiz izlenme göz önünde bulundurulduğunda dünya nüfusunun %46,4’üne, yani 3,2 milyar insana ulaşmıştır. Yirmi dakikalık kesintisiz izlenme rakamları ise 2006 Dünya Kupasına göre %8 artarak 2,2 milyar kişiye yükselmiştir (Elçora, 2014). Spora pasif katılım ile ilgili bir başka örnek Formula1 organizasyonu esas alınarak gösterilebilir. Verilere göre; 2011 yılında Formula1 organizasyonunun televizyon izleyici sayısı 515 milyon kişiye ulaşmıştır (turkiyef1.com).

Özellikle internetin ve sosyal medya uygulamalarının toplum yaşamının her alanında etkisini göstermeye başlamasıyla beraber “takipçi” olarak adlandırabileceğimiz yeni bir medya tüketimi ortaya çıkmıştır. Bu bağlamda gelişen teknoloji ile beraber spor tüketicisinin pasif katılım biçimi seyirci, izleyici ve takipçi biçiminde oluşmaktadır.



### 3. YÖNTEM

Bu çalışmada, ifade edilen araştırma amaçlarına bağlı olarak Tanımlayıcı (Betimsel) ve Bağıntısal Araştırma Modeli kullanılmıştır. Betimsel araştırmalar; bir konuda var olan durumu saptamaya hedefleyen araştırmalardır. Bağıntısal araştırmalarda ise değişkenler arası ilişkiler incelenir (Kırcaali, 1997, s. 17-18). Bu tez çalışmasında kullanılan model sayesinde eldeki problemi, bu problemle ilgili durumları, değişkenleri ve değişkenler arası ilişkileri tanımlamak olasılıklıdır. Bu tanımlamaların ardından tanımlamalara dayanarak ileriye yönelik tahminler oluşturmak mümkün olacaktır.

#### 3.1. Araştırma Modeli

Türkiye’de spor endüstrisinin kavramsal yönleri ile tanımlanması ve spor katılım profilinin belirlenmesinin tespiti Tanımlayıcı (Betimsel) Araştırma Modeline uygun düşmektedir. Hipotezlerin test edilmesinde ise değişkenler arası ilişkilerin ortaya konması gerektiğinden Bağıntısal Araştırma Modelinden yararlanılmıştır.

#### 3.2. Evren ve Örneklem

Türkiye’de spora katılım profilinin belirlenmesinin amaçlandığı bu çalışmada araştırma evrenini Türkiye nüfusunun tamamı oluşturmaktadır. Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi (ADNKS, 2015) sonuçlarına göre 31 Aralık 2015 tarihi itibarıyla Türkiye'nin nüfusu 78.741.053'tür. Araştırma evreninin gerek coğrafik olarak gerekse de yapısal olarak büyüklüğünden dolayı örneklem alma yoluna gidilmiştir. Örneklem belirlenmesinde tesadüfi olmayan örnekleme yöntemlerinden “kolayda örnekleme” yöntemi kullanılmıştır.

Örneklem büyüklüğünün hesaplanması ve araştırmalarda kolaylık olması açısından “ $\alpha = 0.05$  için  $\pm 0.03$ ,  $\pm 0.05$  ve  $\pm 0.10$ ” örnekleme hataları için farklı evren büyüklüklerinden çekilmesi gereken örneklem büyüklükleri hesaplanarak, aşağıdaki Tablo ’da gösterilmiştir. (Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2004, s. 49-50).

**Tablo 3.1. Örneklem Büyüklükleri**

Evren Büyüklüğü	± 0.03 örnekleme hatası (d)			± 0.05 örnekleme hatası (d)			± 0.10 örnekleme hatası (d)		
	p=0.5 q=0.5	p=0.8 q= 0.2	p=0.3 q=0.7	p=0.5 q=0.5	p=0.8 q= 0.2	p=0.3 q=0.7	p=0.5 q=0.5	p=0.8 q= 0.2	p=0.3 q=0.7
100	92	87	90	80	71	77	49	38	45
500	341	289	321	217	165	196	81	55	70
750	441	358	409	254	185	226	85	57	73
1000	516	406	473	278	198	244	88	58	75
2500	748	537	660	333	224	286	93	60	78
5000	880	601	760	357	234	303	94	61	79
10000	964	639	823	370	240	313	95	61	80
25000	1023	665	865	378	244	319	96	61	80
50000	1045	674	881	381	245	321	96	61	81
100000	1056	678	888	383	245	322	96	61	81
1000000	1066	682	896	384	246	323	96	61	81
100 milyon	1067	683	896	384	245	323	96	61	81

**Kaynak:** Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2004, , s. 49-50

Araştırmanın örneklemini TÜİK (Türkiye İstatistik Enstitüsü) verilerine göre Türkiye kent ve yarı-kent temsili olan 28 şehir, bu şehirlerde bulunan 1332 hane ve bu hanelerde yaşayan 15-65 yaş arası 3555 kişi oluşturmuştur. Araştırma yapılan iller aşağıdaki tablo'da gösterilmiştir.

**Tablo 3.2. Araştırmanın Yapıldığı İller**

İL	Kişi	%
Adana	172	4,84
Ağrı	40	1,13
Ankara	263	7,40
Antalya	150	4,22
Aydın	156	4,39
Balıkesir	103	2,90
Bursa	112	3,15
Çorum	66	1,86
Erzurum	45	1,27
Eskişehir	73	2,05
Gaziantep	99	2,78
Hatay	129	3,63
İstanbul	667	18,76
İzmir	215	6,05
Kastamonu	47	1,32
Kayseri	107	3,01
Kocaeli	160	4,50
Konya	127	3,57
Malatya	76	2,14
Manisa	150	4,22
Samsun	69	1,94
Siirt	62	1,74
Tekirdağ	85	2,39
Trabzon	93	2,62
Şanlı Urfa	100	2,81

Van	60	1,69
Zonguldak	52	1,46
Kırıkkale	77	2,17
<b>Toplam</b>	<b>3555</b>	<b>100</b>

### 3.3. Veri Toplama Tekniği ve Aracı

Araştırma kapsamında detaylı olarak incelenen spora katılım profili ile ilgili teoriler ve modeller temel alınarak spor katılımını açıklayan dokuz temel boyut belirlenmiştir. Bu boyutlar; fizyolojik özellikler, mekanların durumu, sosyal etkileşim, psikolojik-rahatlama/stres, ekonomik faktörler, deneyim arama, katılım biçimi, heyecan arama ve kültür faktörleridir. Verilerin analizi bilgisayar ortamında SPSS (Statistical Package For Social Sciences) 21.0 paket programında yapılmıştır.

**Tablo 3.3.** *Spora Katılım lğini Oluşturan Boyutlar ve Benzer Araştırmalar*

Boyutlar	Benzer Araştırmalar
Fizyolojik zellikler	Gill vd.,1983; Adamson ve Wade, 1986; Farmer, 1992; Chodzko-Zajko ve Moore, 1994; Tütüncü vd., 2011
Mekanların durumu	Xiong, 2007; Sotiriadou, 2009; Downward vd., 2009; Tütüncü vd., 2011; Lapa vd., 2012
Sosyal etkileşim	Holman ve Epperson,1984; Kahle vd., 2004
Psikolojik-rahatlama/stres	Wann, 1995; Steptoe vd.,1998; Tütüncü vd., 2011
Ekonomik faktörler	Li vd., 2001; Downward ve Riordan, 2007; Humphreys ve Ruseski, 2007; Tütüncü vd., 2011; Ruseski ve Maresova, 2013
Deneyim arama	Tholkes 1998; Crawford vd.,1991
Katılım biçimi	Crawford vd.,1991; Jackson ve Rucks, 1995; Oh ve Caldwell, 2001
Heyecan arama	Zucherman, 1979; Donald vd., 2007
Kültür	Holman ve Epperson,1984; Kahle vd., 2004

Araştırmacı tarafından geliştirilen Spora Katılım lği toplam 46 maddeden ve 9 boyuttan oluşmaktadır. lğin boyutları ve madde sayısı Tablo 3.4'de gösterilmiştir.

**Tablo 3.4.** *Spora Katılım lğininin Boyutları ve Madde Sayıları*

BOYUTLAR	Madde Sayısı
Fizyolojik zellikler	4
Mekanların durumu	6
Sosyal etkileşim	7
Psikolojik-rahatlama/stres	8

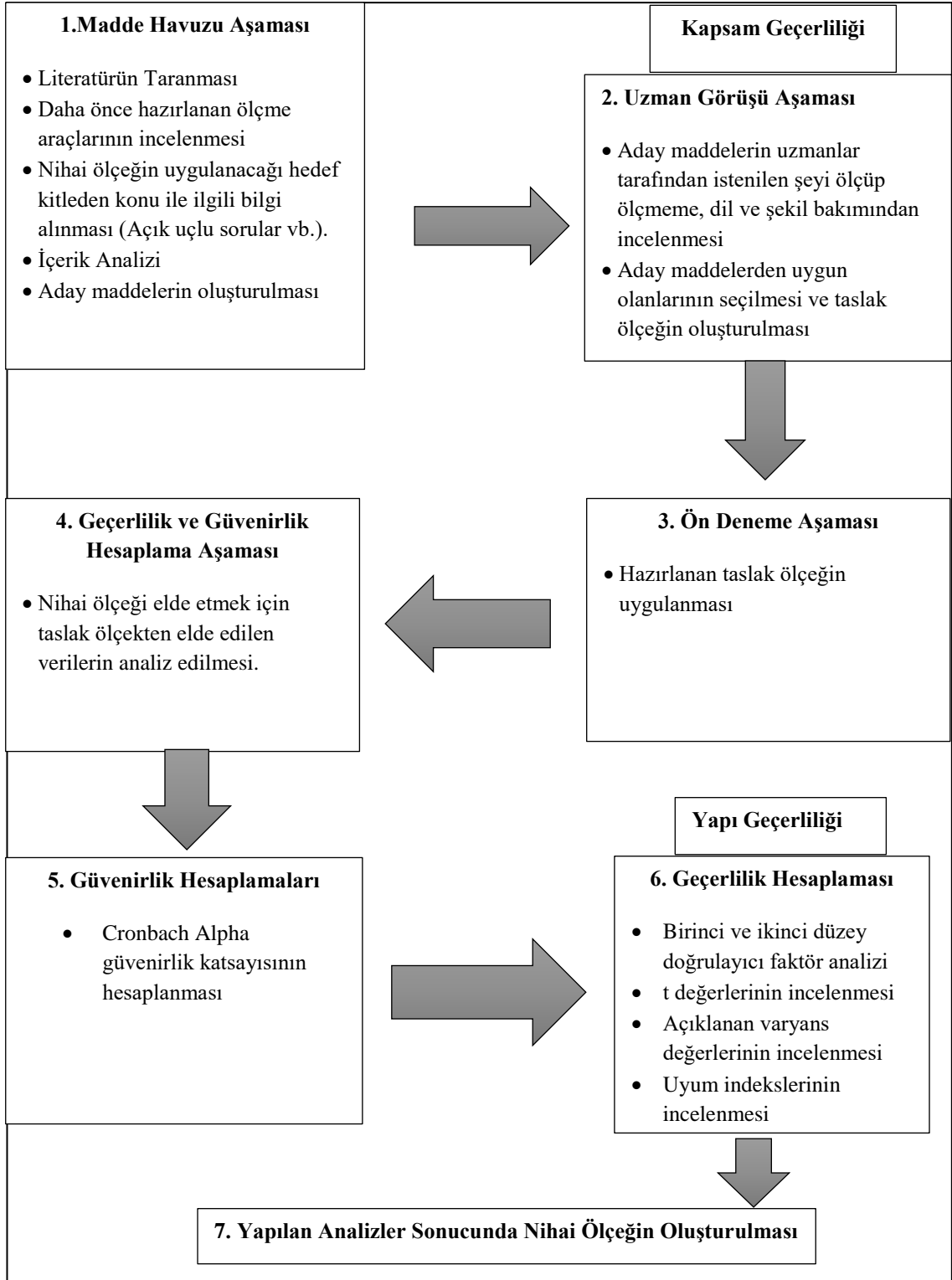
Ekonomik faktörler	6
Deneyim arama	2
Katılım biçimi	4
Heyecan arama	4
Kültür	5
<b>Toplam</b>	<b>46</b>

Tablo 3.4’de görüldüğü gibi beş boyutlu özgün ölçek, cümle formatında yazılmış toplam 46 maddeden oluşmaktadır. Ölçekteki maddelerin derecelendirilmesi beşli Likert formunda; (1) Kesinlikle Katılmıyorum, (2) Katılmıyorum (3) Kararsızım (4) Katılıyorum (5) Kesinlikle Katılıyorum biçiminde düzenlenmiştir.

### **3.3.1. Ölçme aracının geçerliği ve güvenirliği**

Konu ile ilgili mevcut bir ölçeğin olup olmadığı araştırılmış ve araştırmanın amacını yansıtacak özelliklere sahip olan yeterli bir ölçeğe rastlanılmamıştır. Bu yüzden, yeni bir ölçek geliştirilmesine gerek duyulmuştur. Ölçeğin geliştirilme aşamaları ile ilgili daha önceki örnekler incelenerek (Akkoyunlu, vd., 2005, s. 6; Altunçekiç, vd., 2005, s. 95; Bıkmaz, 2004, s. 161; Bindak, 2005, s. 19; Karadeniz, 2005, s. 65; Kiraz, 2003, s. 390; Köse ve Çıkrıkçı, 2007, s. 69; Şeker, vd., 2004, s. 110; Yılmaz ve Çavaş, 2007, s. 435) genel olarak ölçme araçlarının geliştirilmesinde izlenmesi gereken aşamalar aşağıdaki gibi belirlenmiştir;

1. Madde Oluşturma Aşaması
2. Uzman Görüşüne Başvurma Aşaması
3. Ön Deneme Aşaması
4. Geçerlilik ve Güvenirlik Hesaplama Aşaması (Karasar, 1999, s. 110; Balcı, 2005, s. 207).



**Şekil 3.1. Ölçek Geliştirme Süreci**  
**Kaynak:** Bozdoğan ve Öztürk, 2008, s. 71'den uyarlanmıştır.

Madde oluşturma aşamasında, konu ile ilgili literatür taranarak soru havuzu oluşturulmuştur. Madde havuzu oluşturulurken soruların sade ve anlaşılır olmasına ve bir sorunun birden fazla yargı, düşünce içermemesine dikkat edilmiştir. Hazırlanan bu ölçekte kullanılan olumlu yanıtlar için “Kesinlikle katılıyorum” ve “Katılıyorum” ifadeleri, olumsuz yanıtlar için “Kesinlikle katılmıyorum” ve “Katılmıyorum” ifadeleri ve olumlu veya olumsuz herhangi bir fikir içermeyen yanıtlar için ise “Kararsızım” şeklinde ifadelerin yer aldığı Likert tipi ölçek kullanılmıştır.

Araştırma kapsamında ölçüm aracının kapsam (içerik) geçerliliği 11 uzmanın görüşü alınarak, ölçek maddelerinin “Spora Katılım Profili”ni ölçüp ölçmediğini ve soruların anlaşılabilirliğini incelemişlerdir. Uzman görüşleri sonucunda hazırlanan 74 maddelik soru havuzundan 46 soru maddesi uygun görülmüştür.

Ön deneme aşaması (Pilot Uygulama), anket formuna son şeklini vermeden önce, sorulan soruların anlaşılabilirliğinin tespit edilmesi için Ankara ilinde farklı sosyo-ekonomik kültüre sahip gönüllü katılım esasına dayalı olarak 24 hanede 15-65 yaş grubundan toplam 47 kişiye pilot bir çalışma yapılmıştır.

Anketin geçerliğini ve güvenirliliğini sınamak amacı ile çeşitli çalışmalar yapılmıştır. Bu çalışmalardan ilki, spor katılımına yönelik olarak yapılan daha önce yapılmış çalışmalar gözden geçirilerek, anketin hazırlanmasında spor katılımı ve profil belirleme konusunda anket ile veri toplama yönteminden yararlanmış uzman kişilerin görüşlerinden ve literatürden yararlanılmıştır. Ölçek şeklinde değerlendirilen soruların geçerliği için içerik geçerliği, yapı geçerliği, güvenirlilik için ise test tekrar test ve Cronbach’s Alpha analizlerinden yararlanılmıştır.

Pilot uygulama Ankara ilinde değişik Sosyo-Ekonomik düzeye sahip gönüllü katılım esasına dayalı olarak 24 hanede 15-65 yaş grubundan toplam 34 kişiye uygulanmıştır. Pilot uygulamada genel amaç sorulan soruların anlaşılabilirliğinin tespit edilmesi olarak belirlenmiştir. Soruların cevaplayıcılar tarafından nasıl algılandıkları gözlenmiş ve aşağıdaki durumlar tespit edilmiştir. Hanede bulunanların cinsiyet ve hanenin gelir gruplarına göre dağılımları aşağıdaki tabloda görüldüğü gibidir.

**Tablo 3.5. Cinsiyet ve Gelir Grubu Dağılımları**

Cinsiyet ve Gelir Grubu Dağılımları		n	%
Cinsiyet	Kadın	21	44,7
	Erkek	26	55,3
	Toplam Kişi sayısı	47	100
Gelir Grubu	0-2300 (Düşük)	8	33,3
	2301-4300 (Orta)	8	33,3
	4301+ (Yüksek)	8	33,3
	Hane Sayısı	24	100

**Tablo 3.6. 15-65 Yaş Grubundakilerin Cinsiyet Dağılımları**

15-65 yaş arasındaki cevaplayıcıların cinsiyet dağılımları		n	%
Cinsiyet	Kadın	15	44,1
	Erkek	19	55,9
	Total	34	100

• Soru kağıdında ki hane bölümündeki hane halkı listesi cevaplayıcıların genel konsantrasyonunu tamamen bozmakta ve daha sonraki sorularda verdikleri cevapların karışmasına ve tutarsız olmasına neden olmaktadır. Bu nedenle bu soru birey kısmına aktarılarak anket uygulaması kapsamında olan 15-65 yaş arasındaki cevap verenlere sorulmak üzere değiştirilmiştir. Hane ve birey bölümlerinde bilgilerin ayrı ayrı alınması daha sonra yapılacak analizlerde de sorun yaratacağı düşüncesi ile anketin genel yapısında bu şekilde bir değişiklik yapılmış olup, anket soru kağıdının son hali ekte verilmiştir.

- Genel anlamda soruların uzun olduğu konusunda eleştiriler yapılmıştır.
- Ölçek kısmında bulunan soruların çok fazla olduğu belirtilmiş olup bazı soruların anlaşılmadığı tespit edilmiştir. Sorular anketörler tarafından açıklandığında ancak cevap verildiği gözlenmiştir. 24-25-26-29-30-45 numaralı maddeler eleştiri almış olup faktör analizi ve madde analizleri sonucunda bu maddelerin ölçek dışında kalma durumları söz konusu olabilir. Pilot uygulama sonuçlarına göre Madde-Toplam korelasyonları düşük olarak ortaya çıkmaktadır. Genel anlamda 46 madde için elde edilen Cronbach's Alpha güvenilirlik katsayısı 0,857 olarak elde edilmiştir. Ön değerlendirmeler sonucunda 24-25-26-29-30-45 nolu maddelerin Cronbach's Alpha güvenilirlik katsayısını düşürdükleri görülmektedir.

### **3.3.1.1. Yüzeysel geçerlik**

Yüzeysel geçerlik ölçme aracındaki soruların net bir şekilde incelenen konu ile ilgili bilgiye yönelik olduğuna dair testin, hangi davranışları ölçtüğünün görülmesi ile ilgili

uzman görüşüdür (Tavşancıl, 2002, s. 74). Ölçme aracının neyi ölçtüğünü değil de neyi ölçer göründüğünü belirtmektedir (Öncü, 1994, s. 215, Tekin, 1977, s. 48).

### 3.3.1.2. İçerik geçerliliği

İçerik geçerliliği, ölçme aracının ölçülmek istenen ifade, kavram, tutum veya durum ile ilgili olarak ölçmede ne derece başarılı olduğunu tespit etmeyi amaçlamaktadır. Ölçme konusu evreni yeterli ve dengeli olarak örnekleyen ve kapsadığı maddelerin her biri ölçmek istediği kazanımı gerçekten ölçen bir test içerik (kapsam) geçerliliğine sahiptir (Altunışık vd., 2010, s. 78; Böke, 2011, s. 101; Büyüköztürk vd., 2012, s. 167). İçerik geçerliliği bir bütün olarak ölçeğin ve ölçekteki her bir maddenin amaca ne derece hizmet ettiği için konunun uzmanlarından görüş alınır ve değerlendirme yapılması istenir (Dönmez ve Karakoç, 2014, s. 42).

Kapsam Geçerlik İndeksi (KGİ): Davranışta Değerler Ölçeğine ait kapsam geçerliliğinin belirlenmesi amacıyla uzman görüşleri alınmıştır. Toplam 11 uzmandan gelen görüşlerin değerlendirilmesinde, her bir maddeye ait kapsam geçerliği oranı (KGO) hesaplanmıştır. Ardından, hesaplanan KGO'ların ortalaması alınarak kapsam geçerliği indeksi (KGİ) belirlenmiştir. Bu indeks her bir madde için uzmanların o maddeyi gerekli görüp görmediklerinin belirlenmesinde kullanılmaktadır (Yurdugül, 2005, s. 3). Bu değer, maddelerin uygunluk düzeyi için hesaplanmıştır.

Uzman sayısı 11 olması sebebiyle 0,59'den büyük olan KGO değerine sahip maddelerin kapsam geçerliliğinin sağlandığı sonucuna varılmaktadır (Yurdugül, 2005, s. 2).

**Tablo 3.7.**  $\alpha = 0,05$  Anlamlılık Düzeyinde KGO'lar için Minimum Değerler

Uzman Sayısı	Minimum Değer	Uzman Sayısı	Minimum Değer
5	0.99	13	0.54
6	0.99	14	0.51
7	0.99	15	0.49
8	0.78	20	0.42
9	0.75	25	0.37
10	0.62	30	0.33
11	0.59	35	0.31
12	0.56	40+	0.29

**Kaynak:** Yurdugül, 2005, s. 2.

11 uzman görüşüne ait KGO değeri için yaratıcılık, estetik, eleştirel bakış ve yaşamla ilişkilendirme alt boyutlarına ilişkin tablo aşağıda verilmiştir. (KGO=0,59)



**Tablo 3.8. Kapsam Geçerlik Oranı**

Maddeler	KGO
1. Spor yapmak vücut sağlığını olumlu yönde etkiler.	1,000
2. Spor yapmak enerjik hissetmemi sağlar.	1,000
3. Vücut formumu korumak için spor yaparım.	1,000
4. Spor etkinliklere sağlık sorunlarından dolayı katılırım.	1,000
5. Spor alanları, katılım için uygundur.	1,000
6. Spor tesisleri yetersizdir.	1,000
7. Spor alanları kirlidir.	1,000
8. Spor alanları kalabalıktır.	1,000
9. Spor tesis, araç-gereç benim için önemlidir.	1,000
10. Mesafe ve ulaşım olanakları spor faaliyetlerine katılımımı etkiler.	1,000
11. Spor etkinliklerine arkadaşlarımla birlikte olmak için katılırım.	1,000
12. Spor etkinliklerine saygınlık kazanmak için katılırım.	1,000
13. Spor etkinliklerinde popülerliğim artar.	1,000
14. Spor etkinliklerine katılmak diğer bireylerle iletişim kurmamı sağlar.	1,000
15. Spor etkinliklerine katılmak bir gruba ait olmamı sağlar	1,000
16. Ailemi ve yakınlarımı düzenli spor etkinliklerine katılmaları konusunda uyarırım.	1,000
17. Yakınlarımla spor etkinliklerine katılımı beni de spor yapmam konusunda olumlu etkiler.	1,000
18. Spor etkinliklerine katılan kişi ailesine örnek olur.	1,000
19. İnsanlar beni spor etkinliklerinde daha kolay tanırlar*	0,714
20. Spor etkinliklerine katılım rahatlamamı sağlar.	1,000
21. Spor etkinliklerine katılım beni heyecanlandırır.	1,000
22. Spor etkinliklerine katılım stres atmamı sağlar	1,000
23. Boş zamanlarımı spor etkinlikleri ile geçirmek hoşuma gider.	1,000
24. Kendime güvenim spor etkinliklerine katılımımı etkiler.	1,000
25. Spor etkinliklerine katılım kişiyi monotonluktan kurtarır.	1,000
26. Spor etkinliklerine katılım iş verimimi artırır.	1,000
27. Kalabalık grup içerisinde spor etkinliklerine katılmaktan çekinirim/utanırım.	1,000
28. Spor yaparken sakatlanma korkusu spor etkinliklerine katılımımı olumsuz etkiler	1,000
29. Spor etkinlikleri pahalıdır.	1,000
30. Spor etkinliklerinde kullanılan ekipmanlar pahalıdır.	1,000
31. Spor etkinliklerine katılımımda ekonomik durumum önemlidir/belirleyicidir.	1,000
32. Spor salonuna/merkezine üyeliğim bulunmaktadır.	1,000
33. Taraftarı olduğum takımın lisanslı ürünlerini satın alırım.	1,000
34. Spor takımlarının tüm maçlarını televizyondan takip ederim.	1,000
35. Günlük hayatta sportif giyinmeyi tercih ederim.	1,000
36. Maliyet gerektiren sporlara bütçe ayırabilmek spor etkinliklerine katılımımı olumsuz etkiler	1,000
37. Spor etkinlikleri bireysel yeteneklerin ortaya çıkmasını sağlar.	1,000
38. Daha önce uygulamadığım bir spor branşını tercih ederim.	1,000
39. Daha çok takım sporları ile ilgili faaliyetleri tercih ederim	1,000
40. Spor etkinliklerine ailemle birlikte katılırım.	1,000
41. İlgilendiğim spor branşını seçmede kişisel ilgim ve yeteneğim belirleyicidir.	1,000

Tablo 3.8. (Devam) *Kapsam Geçerlik Oranı*

42. Spor etkinliklerinde bireylerle birlikte zaman geçirmekten hoşlanırım.*	0,714
43. Spor etkinliklerinin organize edilmesinde katkıda bulunurum.	1,000
44. Boş zamanlarımda spor etkinliklerine katılmak gibi bir alışkanlığım yok.	1,000
45. Televizyonda ilgimi çeken spor programlarını izlerim.	1,000
46. Spor etkinliklerinde heyecanı severim.	1,000
47. Yeni ve farklı spor etkinliklerine katılmayı tercih ederim.	1,000
48. Tanımadığım bireylerle spor etkinliklerine katılmaktan hoşlanırım.	1,000
49. Spor etkinliklerinde rekabeti severim.	1,000
50. Spor etkinlikleri topluma faydalı bireyler yetiştirilmesinde önemlidir.	1,000
51. Fazla iş yüküm ve zaman yetersizliğim spor etkinliklerine katılımımı etkiler.	1,000
52. Spor etkinlikleri için açılan yeni yerlerden/mekarlardan haberdar olmak katılımımı etkiler	1,000
53. Kültürel yapı spor etkinliklerine katılımımı etkiler.	1,000
54. Çok genç yaşlarda spor etkinliklerine katılmamak ilerleyen yaşlarda spor etkinliklerine katılımı olumsuz etkiler.	1,000
<b>KGİ</b>	<b>0,989</b>

\*KGO değeri 0,99 un altında kalan iki maddenin ölçekten çıkartılması gerekirken, maddelerin gerekliliği göz önünde bulundurularak ölçekte bırakılmasına karar verilmiştir.

### 3.3.1.3. *Yapı geçerliği*

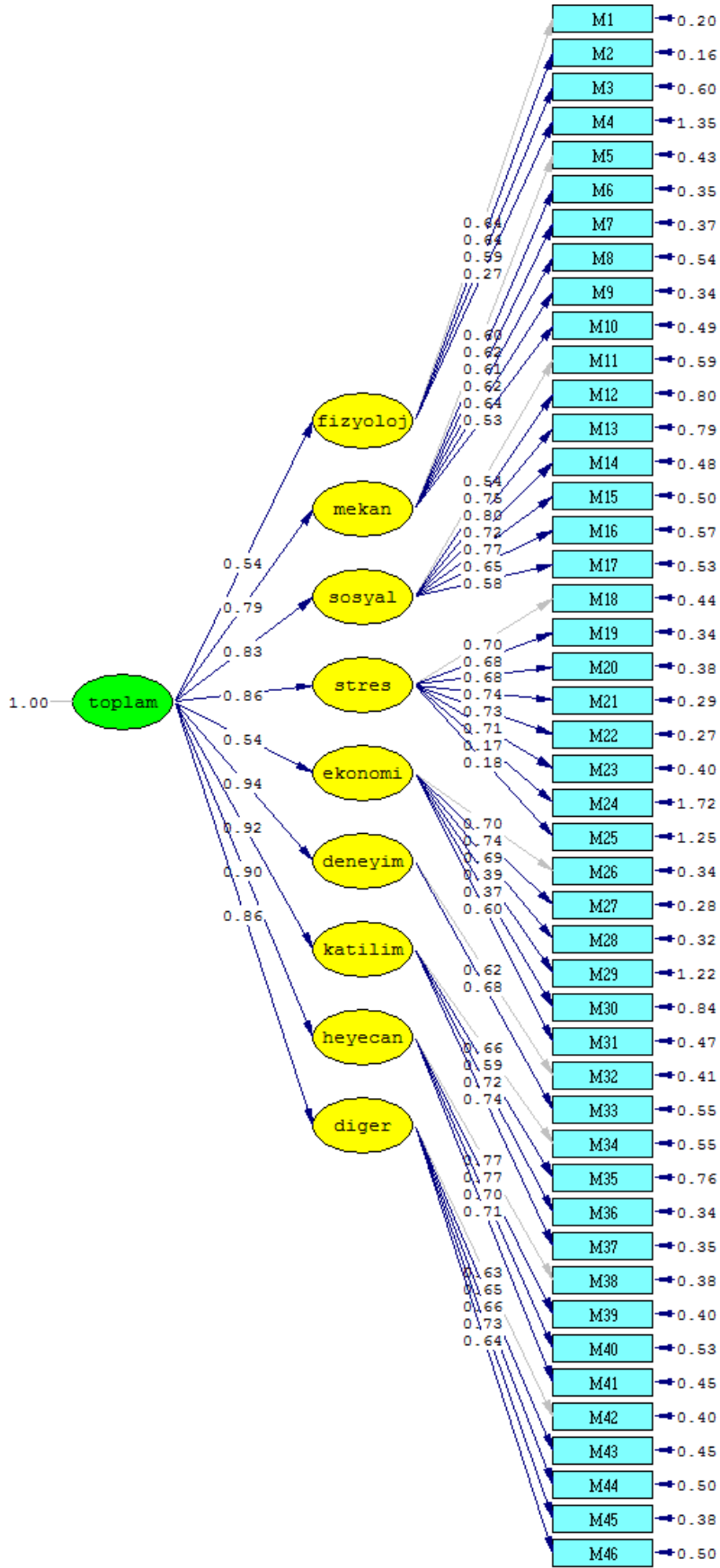
Yapı geçerliği; oluşturulan ölçeğin karşılaştırılacağı bir kriter (referans) yoksa, ölçekten elde edilen sonucun ve bu sonucun ne ile bağlantılı olduğunun açıklanmasını sağlamaktadır. Ayrıca yapı geçerliği, hazırlanan ölçek maddelerinin, belirlenen özellikleri ne derece doğru ölçtüğü ile ilgilidir. Yapı geçerliğini değerlendirmede farklı yöntemler bulunmaktadır. Bunlardan genellikle sözü edilenler; faktör analizi, iç tutarlık analizi, hipotez testi (Tavşancıl, 2002, s. 74, Büyüköztürk, 2005, s. 167), benzer ölçek geçerliği (convergent and discriminant validity), sağlama geçerliği, yapısal eşitlik modellemesi (Tavşancıl, 2002, s. 74), çoklu özellik/çoklu yöntem matrixi (Multi-trait Multi-method Matrix-MTMM), şablonların eşleşmesi teorisi gibi (Malhan ve Öksüz, 2005, s. 64) yöntemlerdir. Bunlardan en yaygın kullanılan yöntemler; benzer ölçek geçerliği, yapısal eşitlik modellemesi ve faktör analizidir (Dönmez ve Karakoç, 2014, s. 42).

### 3.3.1.4. *Doğrulayıcı faktör analizi (DFA)*

Veriler, araştırmacı tarafından geliştirilmesi yapılmak amacıyla “Spor Katılım Ölçeği” aracılığı ile toplanmıştır. Ölçek, 9 faktör ve 46 madde olacak şekilde planlanmıştır.

Ölçeğin 9 faktör ve 46 maddelik tasarlanan yapısının doğrulanıp doğrulanmadığı birinci ve ikinci düzey doğrulayıcı faktör analizi (DFA) ile incelenmiştir. İkinci düzey faktör analizinin yapılma amacı üst yapının doğrulanıp doğrulanmadığını belirlemektir. Doğrulayıcı faktör analizi (DFA), pek çok gözlenebilir değişkenin oluşturduğu faktörlerden (gizil değişkenlerden) oluşan faktöriyel bir modelin gerçek verilerle ne derece uyum gösterdiğini değerlendirmeyi amaçlar. İncelenecek model, ampirik bir çalışmanın verileri kullanılarak belirlenmiş ya da belirli bir kurama dayandırılarak kurgulanmış bir yapıyı tanımlayabilir (Sümer, 2000, s. 56; Kline, 2005, s. 89; Cole, 1987, s. 590).

Uygulanan ilk DFA'da istatistiksel olarak anlamlı olmayan t değerine sahip maddeler incelenmiştir. Path Diyagramı Şekil 3.2'de belirtilmiştir. Yapılan incelemede anlamlı olmayan hiçbir t değerine rastlanmadığı için tüm faktörler ve maddeler ölçekteki yerlerini korumuştur.



Şekil 3.2. Ölçeğe ait Path Diagramı

Uyum indeksleri  $\chi^2=2891.85$ ,  $X^2/sd= 2.95$ ,  $RMSEA= 0.079$ ,  $CFI=0.96$ ,  $NNFI=0.96$ ,  $NFI=0.96$  ve  $IFI=0.96$  olarak bulunmuştur. Ölçeğin faktöriyel yapısını gösteren modelin gözlenen değişkenleriyle faktörleri arasındaki ilişkiyi gösteren katsayılar incelendiğinde, tüm katsayıların yüksek düzeyde olduğu sonucuna varılmıştır. DFA ile hesaplanan uyum istatistikleri dikkate alındığında, ölçeğin daha önce belirlenen dokuz faktörlü yapısının toplanan verilerle genel olarak uyum sağladığına karar verilmiştir.

Maddelere ait regresyon değerleri ve t değerlerine Tablo 3.9'da yer verilmiştir.

**Tablo 3.9.** *DFA'ya ait Regresyon ve T Değerleri*

Maddeler	Regresyon değerleri	t değerleri	Maddeler	Regresyon değerleri	t değerleri
M1	0,64	45,19	M24	0,17	7,49
M2	0,64	34,94	M25	0,18	9,30
M3	0,59	32,95	M26	0,70	41,12
M4	0,27	12,37	M27	0,74	47,09
M5	0,60	36,84	M28	0,69	45,09
M6	0,62	33,90	M29	0,39	18,52
M7	0,61	38,08	M30	0,37	21,19
M8	0,62	31,98	M31	0,60	38,22
M9	0,64	29,68	M32	0,62	40,69
M10	0,53	30,52	M33	0,68	35,64
M11	0,54	32,06	M34	0,66	36,57
M12	0,75	32,43	M35	0,59	29,74
M13	0,80	30,10	M36	0,72	39,48
M14	0,72	29,14	M37	0,74	39,71
M15	0,77	44,23	M38	0,77	48,15
M16	0,65	43,26	M39	0,77	47,71
M17	0,58	47,37	M40	0,70	42,23
M18	0,70	47,73	M41	0,71	44,59
M19	0,68	43,70	M42	0,63	34,73
M20	0,68	42,78	M43	0,65	37,97
M21	0,74	31,58	M44	0,66	37,45
M22	0,73	35,59	M45	0,73	41,32
M23	0,71	36,11	M46	0,64	36,71

Tablo 3.9. incelendiğinde, elde edilen regresyon katsayılarının ve t değerlerinin anlamlı olduğu ve modelin doğrulandığı belirlenmiştir.

Ölçeğe ait dokuz faktörün üst yapıyı temsil ettiğini göstermek amacıyla ikinci düzey doğrulayıcı faktör analizi yapılmıştır. İncelenen bu model için dayanak olarak birinci düzey doğrulayıcı faktör analizinde elde edilen gizil değişkenler arasındaki

ilişkiler temel alınmıştır. Analiz ile üst düzey (ikinci düzey) değişkenin birinci düzey değişkenlerde açıkladığı varyanslar da ortaya konulmuştur.

Modeldeki birinci düzey gizil değişkenler ile üst düzey (ikinci düzey) değişken arasındaki faktör yükleri ( $\lambda_x$ ,  $\lambda_x$ ), t değerleri, ölçüm hataları (delta  $\delta$ ) ve ikinci düzey değişkenin birinci düzey değişkenlerdeki açıklama oranları ( $R^2$ ) Tablo 3.10'da sunulmuştur;

**Tablo 3.10.** İkinci Düzey DFA'ya Yönelik  $\lambda_x$ ,  $\delta$ , t ve  $R^2$  değerleri

İkinci Düzey Değişken	Birinci Düzey Değişkenler	$\lambda_x$ katsayısı	$\delta$ katsayısı (Ölçüm hatası)	t	$R^2$
Spor	Fizyolojik özellikler	0,54	0,70	28,58	0,30
	Mekanların durumu	0,79	0,37	36,39	0,63
	Sosyal etkileşim	0,83	0,31	32,19	0,69
	Psikolojik-rahatlama/stres	0,86	0,25	43,28	0,75
	Ekonomik faktörler	0,54	0,71	28,15	0,29
	Deneyim arama	0,94	0,11	42,72	0,89
	Katılım biçimi	0,92	0,15	40,05	0,85
	Heyecan arama	0,90	0,19	48,13	0,81
	Kültür	0,86	0,26	40,74	0,74

İkinci düzey gizil değişkeni ve birinci düzey gizil değişkenler arasındaki yol katsayılarına ve t değerlerine bakıldığında üst gizil değişken ile tüm faktörler arasındaki ilişkilerin pozitif yönde ve anlamlı ( $p<0.05$ ) olduğu ortaya çıkmıştır. İkinci düzey değişkeni tarafından birinci düzey değişkenlerde açıklanan varyanslara bakıldığında, deneyim arama boyutunun üst yapıyı en yüksek düzeyde açıkladığı belirlenmiştir.

### 3.3.1.5. Ölçeğin güvenilirliği

Ölçeğin taşınması gereken özelliklerden birisi güvenilirliktir. Güvenirlik; bir ölçme aracıyla, aynı şartlarda tekrarlanan ölçümlerde elde edilen ölçüm değerlerinin kararlılığının bir göstergesidir (Carmines ve Zeller, 1982, s. 91; Gay, 1985, s. 94; Carey 1988, s. 53; Öncü, 1994, s. 215).

Ölçümlerin kararlılığının yorumlanmasında iki farklı yaklaşım bulunmaktadır. Bu yaklaşım türlerinden birincisi, birbirini izleyen ölçümlerde, bireyin grup içindeki sırasının değişmezliği ve ikinci yaklaşım ise birbirini izleyen ölçümlerde ölçme hatalarının büyüklüğüdür (Tekin, 1977, s. 48; Thorndike vd., 1991, s. 120).

Güvenirlik sadece ölçme aracına ait bir özellik değildir. Aynı zamanda ölçme aracı ve ölçümün sonuçlarına ilişkin bir özelliktir (Öncü, 1994, s. 215). Ölçek yoluyla elde edilen bilgilerin kararlı özellik taşıdığına, yani hatadan arındırılmış olduğuna ve aynı amaçla yapılacak ikinci bir ölçümde aynı sonuçların elde edileceğine güven duyulması

gerekir (Carmines ve Zeller, 1982, s. 91; Sencer ve Sencer, 1978, s. 54). Güvenilir olmayan bir ölçek kullanışsızdır (Gay, 1985, s. 94; Ercan ve Kan, 2004, s. 213).

Güvenirlilik katsayılarının hesaplanmasında kullanılan farklı yöntemler bulunmaktadır. Zamanla değişmeme özelliğini test etmek için Test-tekrar test yöntemi ve iç tutarlılık katsayısı (Cronbach alfa katsayısı) güvenirlikle ilgili değerlendirmede kullanılan katsayılardır (Dönmez ve Karakoç, 2014, s. 43).

### **3.3.1.5.1. Test-tekrar test güvenirliliği**

Test-Tekrar Test Güvenirliliği, bir ölçme aracının aynı denek gurubuna aynı koşullarda ve belli bir zaman aralığı ile tekrar uygulanmasıdır. İki uygulama sonrasında elde edilen ölçüm değerleri arasındaki korelasyon katsayısı (Intraclass Correlation, ICC) hesaplanır. Bulunan korelasyon katsayısı teste ilişkin güvenirlilik katsayısıdır. Bu katsayıya kararlılık katsayısı' da denir. Bulunan bu değer +1'e ne yaklaşırsa testin o kadar güvenilir olduğu varsayılır (Alpar, 2010, s. 345).

Aşağıdaki tablo'da Test-Tekrar Test güvenirliliği için ICC değerleri hesaplanmış olup, ICC değerlerine göre test-tekrar test güvenirliliğinin yüksek olduğu söylenebilir.

**Tablo 3.11. Test-Tekrar Test Güvenirliliği için ICC Değerleri**

	<b>Intraclass Correlation(ICC)</b>	<b>p</b>
<b>Fizyolojik Özellikler</b>	0,828	0,0001
<b>Mekanların Durumu</b>	0,856	0,0001
<b>Sosyal Etkileşim</b>	0,792	0,0001
<b>Psikolojik-Rahatlama/Stres</b>	0,832	0,0001
<b>Ekonomik Faktörler</b>	0,819	0,0001
<b>Deneyim Arama</b>	0,821	0,0001
<b>Katılım Biçimi</b>	0,779	0,0001
<b>Heyecan Arama</b>	0,908	0,0001
<b>Kültür</b>	0,721	0,0001
<b>Toplam</b>	<b>0,867</b>	<b>0,0001</b>

### **3.3.1.5.2. İç tutarlılık**

Bir ölçeğin güvenirliliği'nin hesaplanmasında çeşitli yöntemlerden yararlanılmaktadır. Ölçeğin güvenirliliği; uygulama sıklığına (bir ölçek bir kez uygulanarak, bir ölçek iki kez uygulanarak veya iki eşdeğer ölçek bir kez uygulanarak) göre farklılık göstermektedir. Bir ölçeğin bir kez uygulanması durumunda iç tutarlılık güvenirliliği incelenmektedir (Ercan ve Kan, 2004, s. 213).

Araştırma kapsamında iç tutarlılık için Cronbach's Alpha testi değerlendirmeye alınmıştır. Bu katsayı, ölçek içinde bulunan maddelerin iç tutarlılığının (homojenliğinin) bir ölçüsüdür (Alpar, 2010, s. 349). Ölçeğin Alpha katsayısı ne kadar yüksek olursa, bu

ölçekte bulunan maddelerin o ölçüde birbiriyle tutarlı ve aynı özelliğın öğelerini yordayan maddelerden oluştuğı varsayılır. Likert tipi ölçeklerde kullanıldığı için, bu tip ölçeklerde yeterli olabilecek Alpha katsayısı 1'e yakın olmalıdır (Tezbaşaran, 1996, s. 75; Ağyar ve Lapa, 2012, s. 5). Aşağıdaki tablo'da ölçek boyutları ve toplam Cronbach's alpha katsayıları verilmiştir.

**Tablo 3.12.** Ölçek Boyutları ve Toplam Cronbach Alpha Katsayıları

Ölçek Boyutları	Toplam Cronbach Alpha Katsayıları
Fizyolojik Özellikler	0,75
Mekanların Durumu	0,84
Sosyal Etkileşim	0,84
Psikolojik-Rahatlama/Stres	0,80
Ekonomik Faktörler	0,77
Deneyim Arama	0,74
Katılım Biçimi	0,79
Heyecan Arama	0,83
Kültür	0,95



## **4. BULGULAR**

Veri toplama aracı ile elde edilen verilerin analizi için, tanımlayıcı istatistikler, t testi, ANOVA analizlerinden yararlanılmıştır.

### **4.1. Tanımlayıcı istatistikler**

Tanımlayıcı istatistikler, karmaşık bir halde bulunan verinin sağladığı özet bilgilerin belirlenmesi ve sayısal olarak ifade edilmesini içeren yöntemlerdir. Temel kullanımları, verinin ortalama yerleşim yerinin tespiti, veriyi oluşturan gözlemlerin bu ortalama yerleşim yerinden ne kadar uzak olduğunun belirlenmesi, birden fazla değişken olması durumunda da bunların arasındaki ilişkilerin belirlenmesidir (Bülbul, 2006, s. 14).

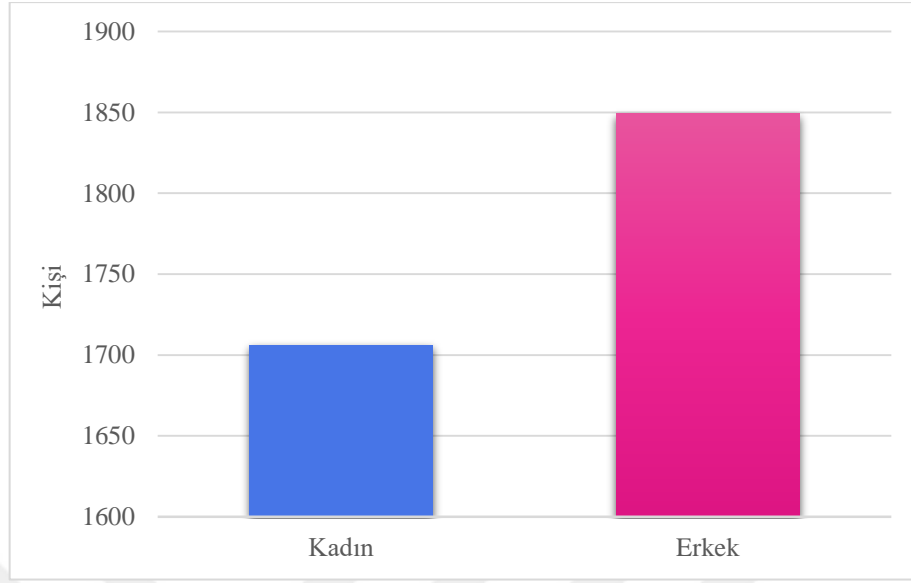
Tez çalışması kapsamında üç farklı analiz tekniğinden yararlanılmıştır. Bunlar; tanımlayıcı istatistikler, t-testi ve ANOVA analizidir. Elde edilen bulguların değerlendirilmesinde araştırmaya katılan bireylerin demografik özellikleri, hane halkı bilgileri, spor ve sosyal aktivite katılım bilgileri ve bu katılım için yaptıkları harcamalara ait bilgiler tanımlanmıştır. Bu tanımlamada frekans ve yüzde (%) analizlerinden yararlanılmıştır. Araştırma verilerine ait parametrik analizlerde ise t-testi ve ANOVA kullanılmıştır.

Bağımsız iki grup arasında (t-testi) ve üç ve daha fazla grup arasında (ANOVA) fark olup olmadığını ve herhangi bir grubun farklı koşullar altındaki tepkilerinde farklılığın olup olmadığını incelenmesine yönelik hipotezlerin test edilmesinde kullanılan analiz teknikleridir.

#### **4.1.1. Spor katılım profilinin demografik özelliklerinin tanımlayıcı istatistik bulguları**

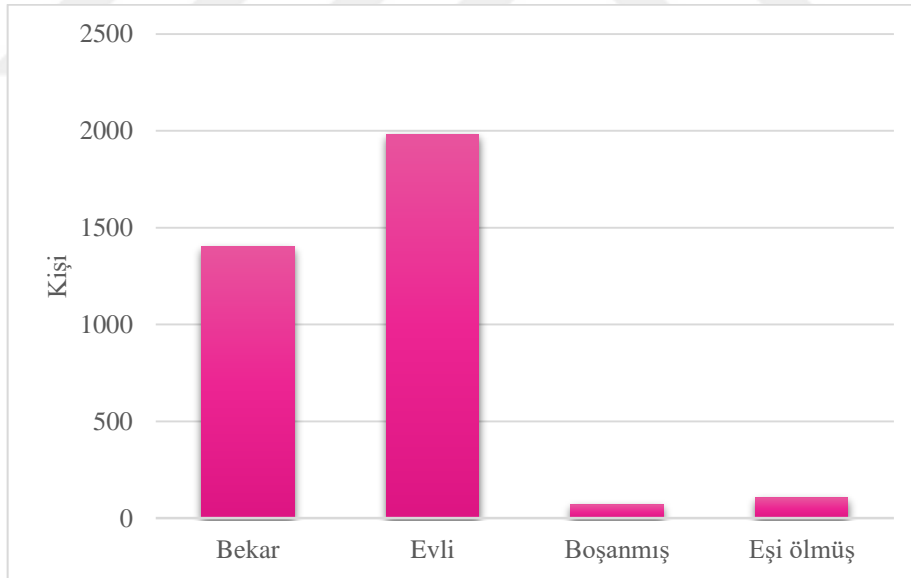
Araştırma kapsamında örneklem grubunun yedi demografik özelliği incelenmiştir. Bunlar; cinsiyet, medeni durum, yaş, boy, kilo, eğitim durumu, çalışma durumu, sigara kullanma durumu ve kronik hastalığı olup olmadığı durumudur.

**Tablo 4.1.** *Örneklem Grubunun Cinsiyet Değişkenine Göre Frekans Dağılımı*



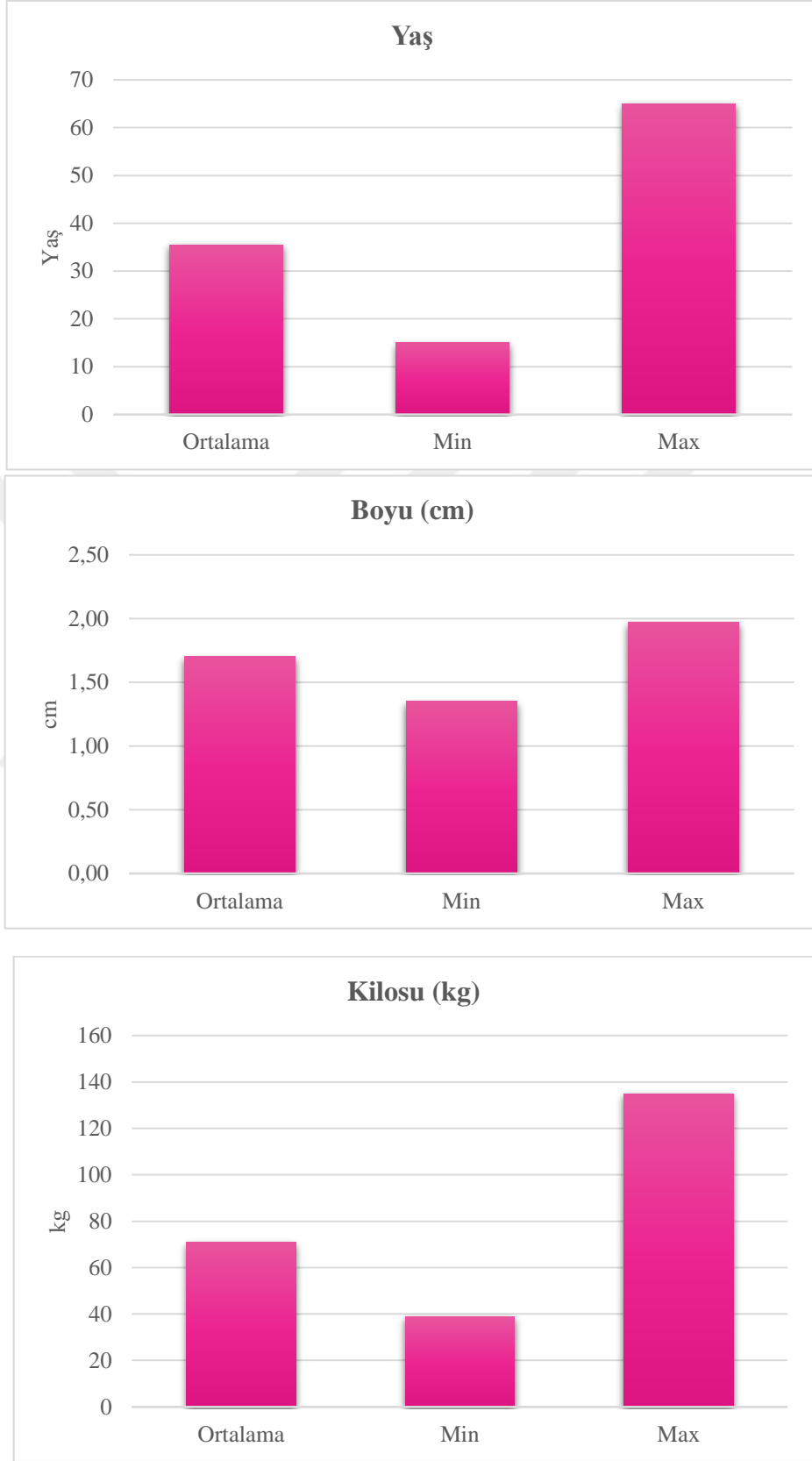
Tablo 4.1. içerisinde görüldüğü gibi araştırmaya katılan bireylerin %52,01’i erkek, %47,99’u kadınlardan oluşmaktadır.

**Tablo 4.2.** *Örneklem Grubunun Medeni Durum Değişkenine Göre Frekans Dağılımı*



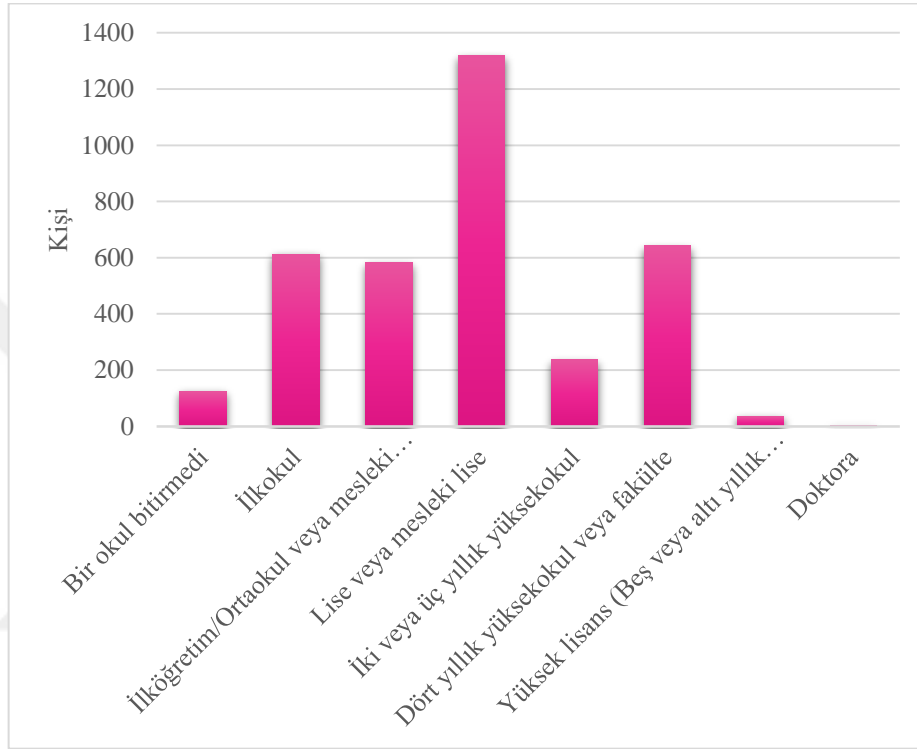
Araştırmaya katılan bireylerin medeni durumları değerlendirildiğinde “Evli” %55,67 “Bekar” %39,41 “Boşanmış, Eşi ölmüş” %4,92 oranlarında dağılım göstermektedir.

**Tablo 4.3.** *Örnekleme Grubunun Yaş, Boy ve Kilo Değişkenine Göre Frekans Dağılımı*



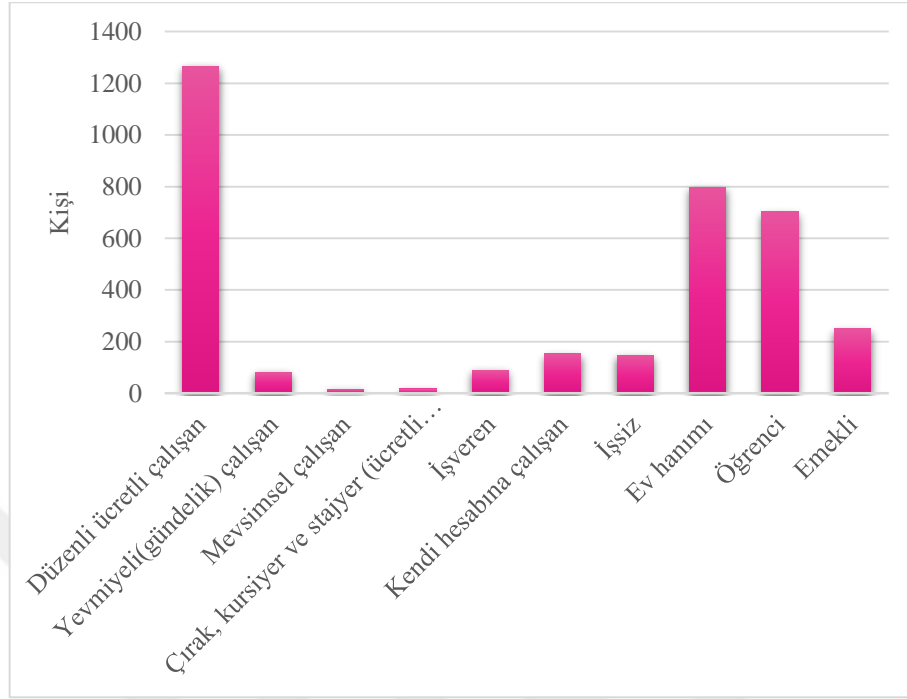
Araştırmaya katılan bireylerin yaş ortalamalarının 35,46, en küçük yaşı 15, en yüksek yaşı 65 olduğu, ortalama boy uzunluğunun 1,70 cm, en düşük boy uzunluğunun 1,35 cm, en yüksek boy uzunluğunun 1,97 cm, ortalama ağırlığın 70,98 kilo, en düşük ağırlığın 39,00 ve en yüksek ağırlığının 135 kilo olduğu tespit edilmiştir.

**Tablo 4.4.** Örneklem Grubunun Eğitim Durumu Değişkenine Göre Frekans Dağılımı



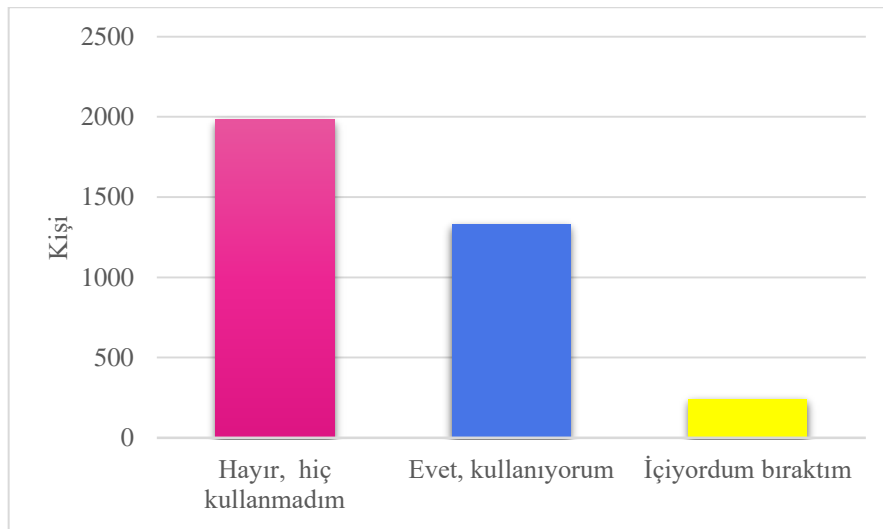
Eğitim durumları dağılım tablosu incelendiğinde katılımcıların %37,07'si "Lise veya mesleki lise", %18,06'sı "Dört yıllık yüksekokul veya fakülte" %17,7'si "İlkokul", %16,37'si "İlköğretim/Ortaokul veya mesleki ortaokulu" şeklinde dağılım göstermektedir. Bir okul bitirmeyenlerin oranı %3,52 ve lisansüstü eğitim alanların oranı %1,12'dir.

**Tablo 4.5.** Örneklem Grubunun Çalışma Durumu Değişkenine Göre İlişkin Frekans Dağılımı



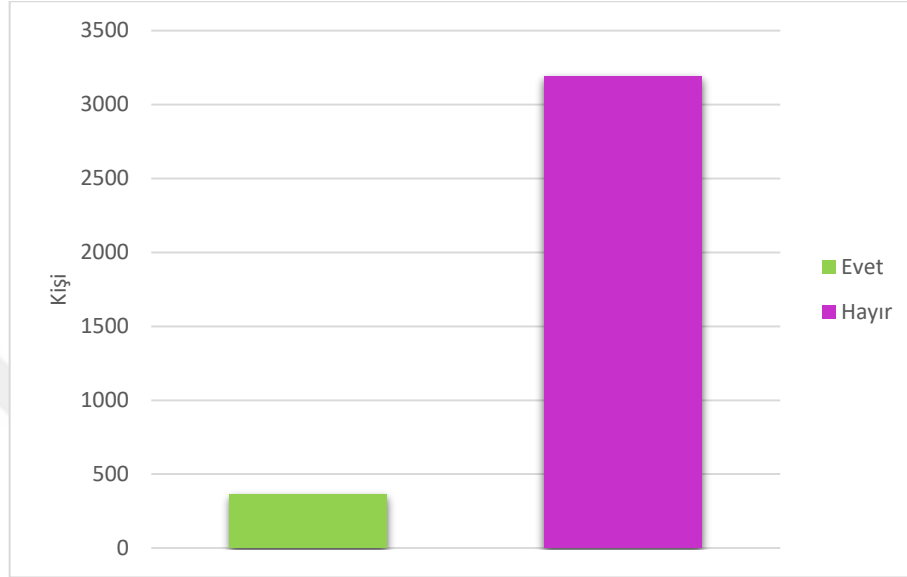
Araştırmaya katılan bireylerin çalışma durumlarına göre sınıflandırma Tablo 4.5 içerisinde gösterilmiştir. Buna göre “Düzenli ücretli çalışan” %35,61 ilk sırada yer alırken “Ev hanımı” %22,42 ile ikinci sırada, “Öğrenci” ise %19,77 ile üçüncü sırada yer almaktadır.

**Tablo 4.6.** Örneklem Grubunun Sigara Kullanma Değişkenine Göre Frekans Dağılımı



Tablo 4.6 içerisinde görüldüğü gibi araştırmada yer alan kişilerin sigara kullanım alışkanlıkları değerlendirildiğinde; %55,72 oranla sigara kullanılmadığı, %37,50 oranla sigara alışkanlığı olduğu ve %6,78 oranla ise sigarayı bıraktığı görülmektedir.

**Tablo 4.7. Örneklem Grubunun Kronik Hastalık Değişkenine Göre Frekans Dağılımı**

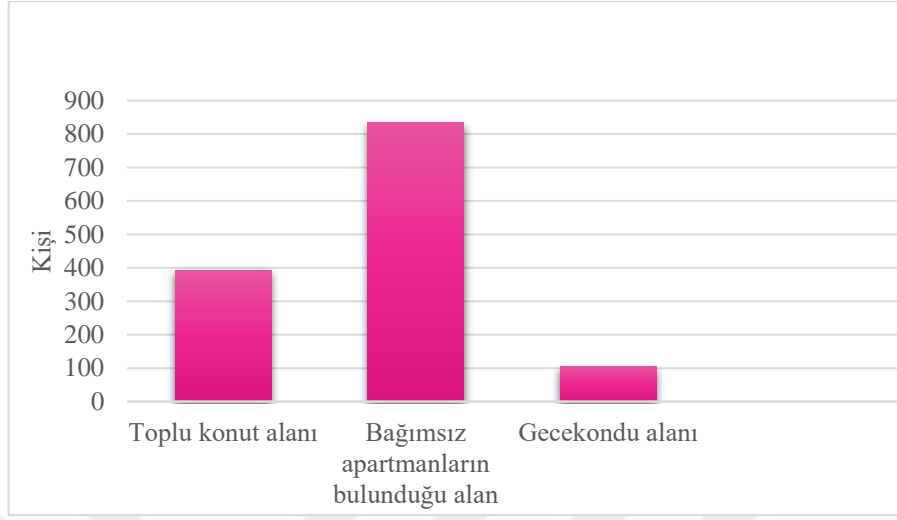


Araştırmaya katılan bireylerin büyük bir çoğunluğunda (%89,73) kronik bir hastalık bulunmamasına karşın, %10,27'sinde kronik bir hastalığın olduğu görülmektedir.

#### **4.1.2. Örneklem grubunun ikamet edilen hane değişkenine göre tanımlayıcı istatistik bulguları**

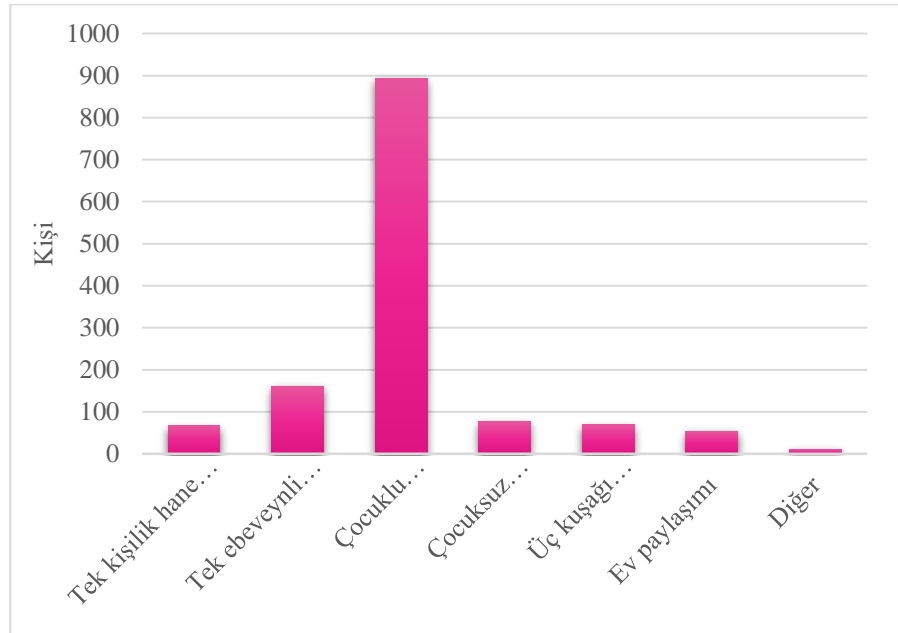
Tez çalışmasında, araştırmaya katılanların yaşadıkları haneler; toplu konut alanı, bağımsız apartmanların bulunduğu alan ve gecekondur alanı olarak üç ana başlıkta toplanmıştır.

**Tablo 4.8.** *Örneklem Grubunun İkamet Edilen Bina Türü Değişkenine Göre Frekans Dağılımı*



Araştırmaya katılan bireylerin ikamet ettikleri binalara ilişkin sınıflandırma Tablo 4.8 içerisinde gösterilmiştir. Buna göre 834 birey (%62,61) bağımsız apartmanların bulunduğu bir alanda ikamet ederken, 393 birey (%29,50) toplu konut alanında, 105 birey ise (%7,88) gecekondu alanında ikamet etmektedirler.

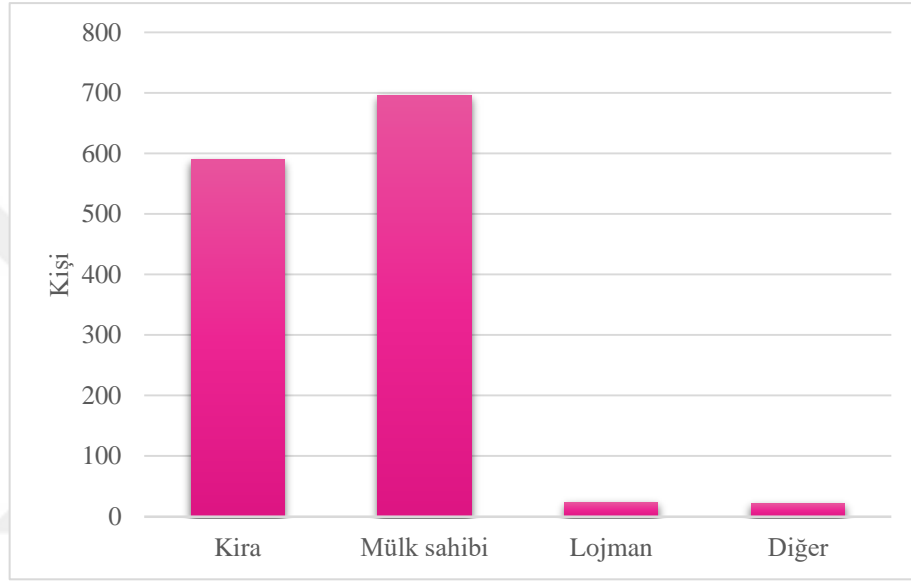
**Tablo 4.9.** *Örneklem Grubunun Hane Halkı Değişkenine Göre Frekans Dağılımı*



Araştırma kapsamında örneklem grubunun hane halkının yapısı tek kişilik, tek ebeveynli, çocuklu çiftlerden, çocuksuz çiftlerden, üç kuşaklı içeren, ev paylaşımı ve diğer grubu olarak 7 farklı şekilde sınıflandırılmıştır. Tablo 4.9'daki verilere göre çocuklu

çiftlerden oluşan hane halkı araştırma grubu içerisinde en büyük (%67,04) paydayı oluşturmaktadır. Tek ebeveynli hane halkı büyüklük açısından ikinci sırada (%12,09) yer alırken, çocuksuz çiftlerden oluşan hane halkı ise üçüncü sırada (%5,78) yer almaktadır. Araştırma grubu içerisinde hane halkının yapısına göre en küçük (%0.83) grup “diğer” seçeneğinde toplanmıştır.

**Tablo 4.10.** *Örneklem Grubunun İkamet Edilen Konutun Mülkiyet Durumu Değişkenine Göre Frekans Dağılımı*



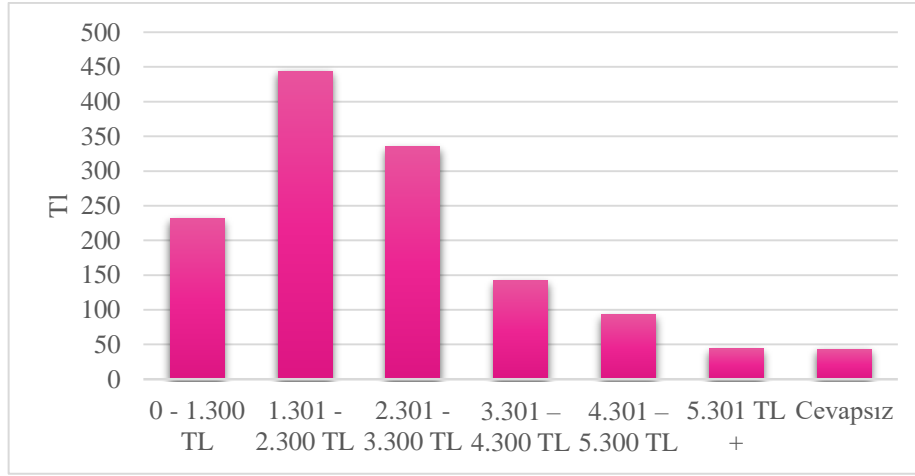
Araştırmaya katılan hane bireylerinin % 52,25’i “Mülk sahibi”, %44,29 “Kirada yaşayan” olmaktadır. Lojman ve diğer yanıtını verenlerin oranı ise; %3.45’dir.

#### **4.1.3. Örneklem Grubunun ekonomik yapısına ilişkin tanımlayıcı istatistik bulguları**

Araştırma kapsamında, çalışmaya katılanların ekonomik yapısına ilişkin hanenin aylık ortalama gelir düzeyi ve ailenin ekonomik yapısı olmak üzere iki ana başlıkta toplanmıştır.

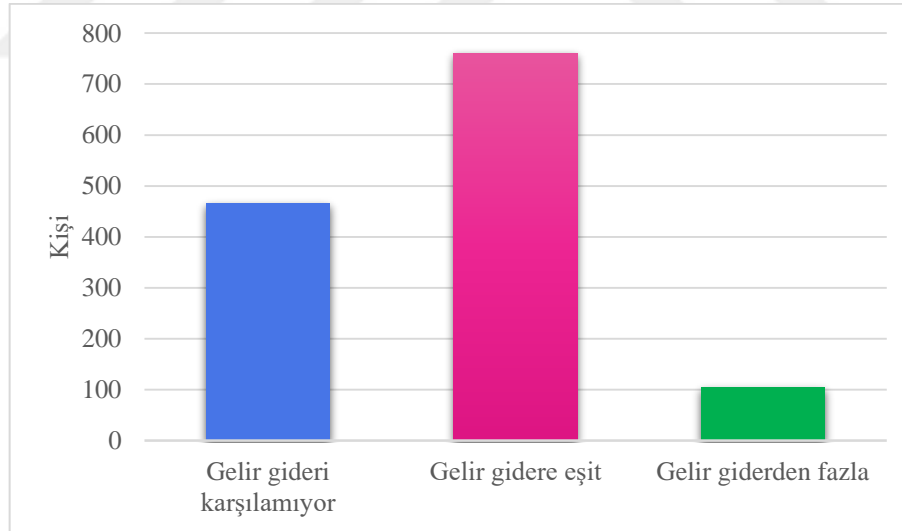


**Tablo 4.11. Örneklem Grubunun Aylık Ortalama Gelir Düzeyinin Frekans Dağılımı**



Araştırmaya katılan hane halkının aylık ortalama net gelirlerinin dağılımları içerisinde; 1.301 - 2.300 TL aralığında gelire sahip olan hanelerin oranı %33,33, 2.301 - 3.300 TL aralığında gelire sahip olan hanelerin oranı %25,15 ile en çok yoğun gelir aralıklarını oluşturmaktadır.

**Tablo 4.12. Örneklem Grubundaki Ailelerin Ekonomik Yapısına İlişkin Frekans Dağılımı**

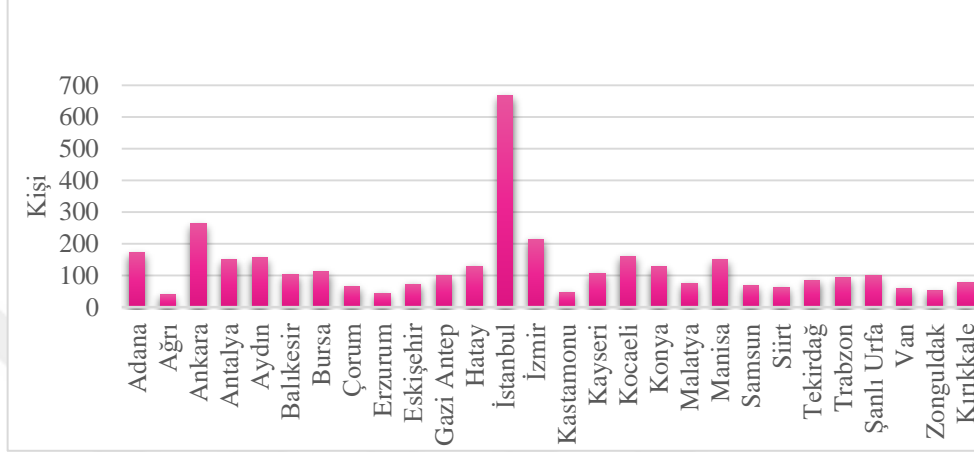


Araştırmaya katılan kişilere yöneltilen “Sizce ailenizin ekonomik yapısı nasıldır?” sorusuna verilen yanıtlar incelendiğinde yüksek bir oranla gelirin gidere eşit olduğu yanıtının verildiği tespit edilmiştir(%57,33).

#### 4.1.4. Örneklem grubunun ikamet edilen illere göre tanımlayıcı istatistik bulguları

Araştırma kapsamında Türkiye’de 28 ilde 1332 hane ziyareti gerçekleştirilerek 3555 kişinin görüşü alınmıştır. Tablo 4.13’de örneklem grubunun il ve kaç kişi ile görüşüldüğü belirtilmiştir.

**Tablo 4.13. Örneklem Grubunun İllere Göre Dağılımı**

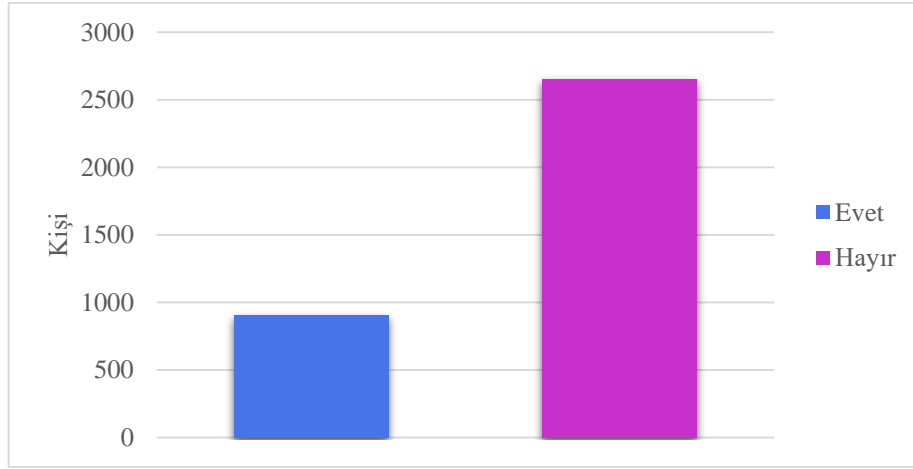


Tablo 4.13 içerisinde görüldüğü gibi araştırmaya katılan bireylerin önemli bir bölümü (%18,76) İstanbul’da ikamet etmektedir. Bunun yanında araştırmaya katılan 263 birey (% 7,4) Ankara’da ikamet etmektedir. Araştırma örneklemini içerisinde ikamet edilen il ele alındığında en küçük grup (%1,13) Ağrı ilinde ikamet etmektedir.

#### 4.1.5. Örneklem grubunun sportif ve sosyal faaliyetlere katılım durumlarına ilişkin tanımlayıcı istatistik bulguları

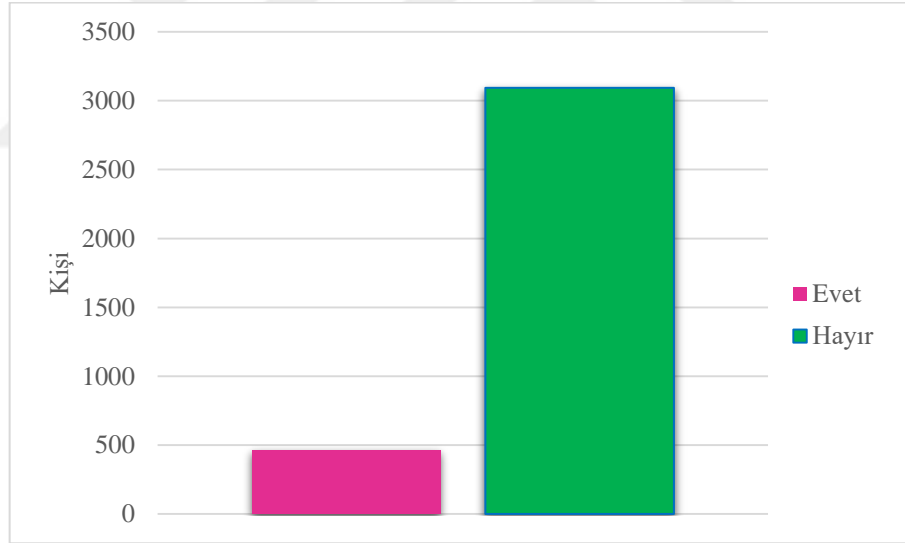
Tez çalışmasında sportif ve sosyal faaliyetlere katılım durumlarına ilişkin; her ay düzenli olarak spor yapma durumu, spor merkezi/spor ve sportif kurslara üye olma durumu, rutin işler dışında günde kendine ayrılabilen ortalama boş zaman, sportif ve sosyal faaliyetlere katılım durumları, her hangi bir sporu yaparken/yapmak istenildiğinde yanında olmaları istenilen kişiler, spor yapmak için tercih edilen mekanlar, taraftarı olunan takımın lisanslı ürünlerini satın alma durumu, aktivitelere katılma sıklıkları, en çok ilgi çeken sportif faaliyetleri, televizyonda en sık izlenen spor türleri, stadyum veya salonlara giderek seyirci olarak katılım sağlanan spor türlerine ilişkin frekans dağılımları aşağıdaki tablolarda belirtilmiştir.

**Tablo 4.14.** *Örneklem Grubunun Her Ay Düzenli Olarak Spor Yapma Durumu*



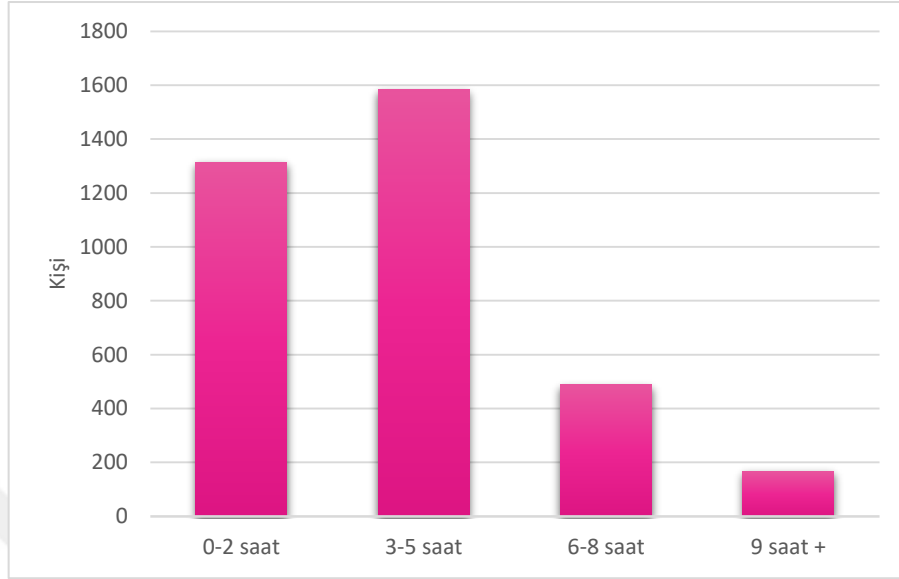
Araştırmaya katılan bireyler büyük çoğunlukla her ay düzenli spor yapmadıklarını ifade etmişlerdir (%74,60).

**Tablo 4.15.** *Örneklem Grubunun Spor Merkezi/Spor ve Sportif Kurslara Üye Olma Durumu*



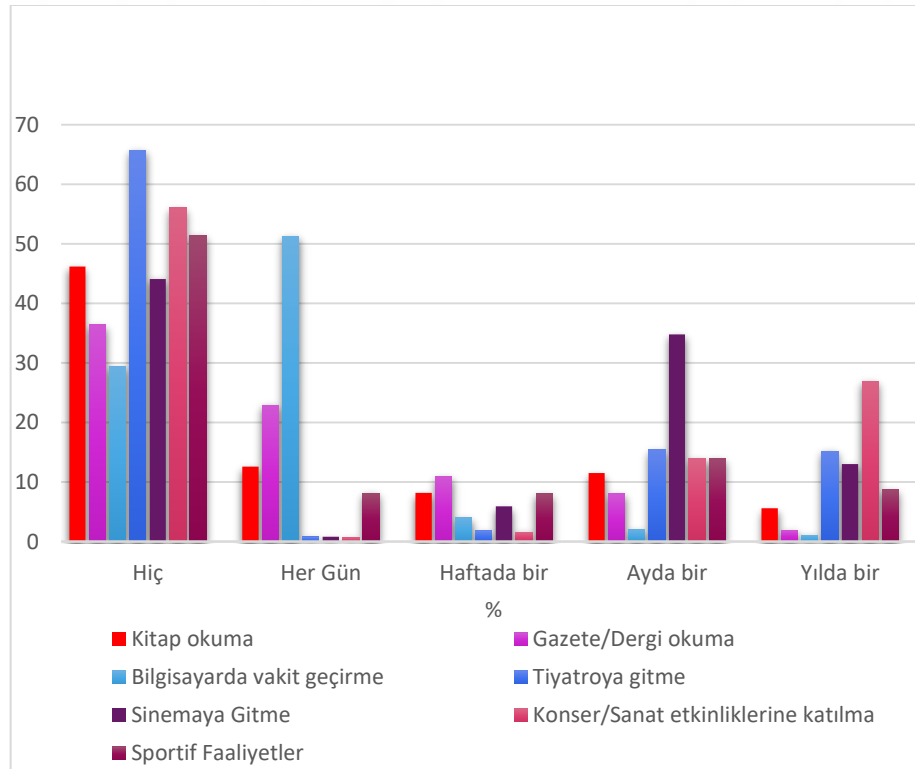
Tablo 4.15’da görüldüğü gibi araştırmaya katılan bireyler spor kursu üyeliğinin olup olmadığı sorusuna, %87,00 oranında her hangi bir kursa üye olmadığını ifade etmiştir.

**Tablo 4.16.** *Örneklem Grubunun Rutin İşler Dışında Gün İçerisinde Kendilerine Ayırdıkları Ortalama Boş Zaman*



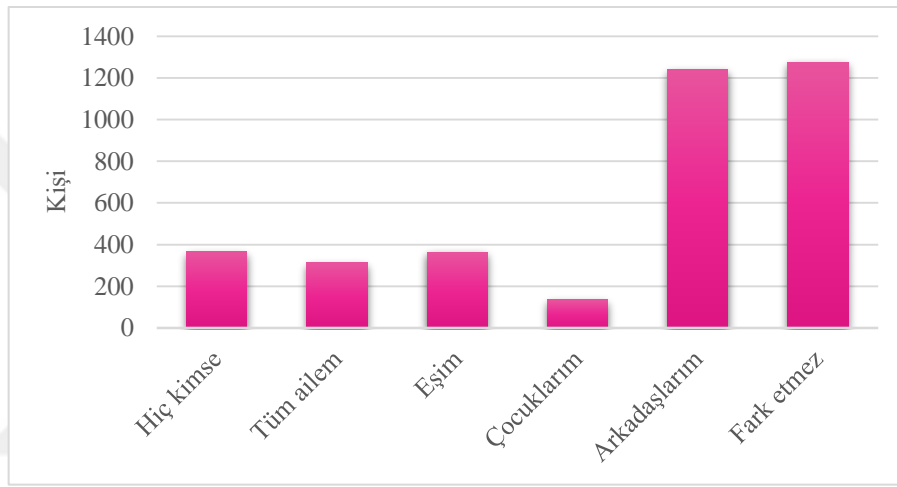
“Rutin işleriniz dışında günde kendinize ayırabildiğiniz ortalama boş zaman ne kadardır?” sorusuna verilen yanıtlarda “3-5 saat” %44,56 ile en yüksek orana sahipken, 9 saat %4,73 ile en düşük orana sahiptir.

**Tablo 4.17.** *Örneklem Grubunun Sportif ve Sosyal Faaliyetlere Katılım Durumları*



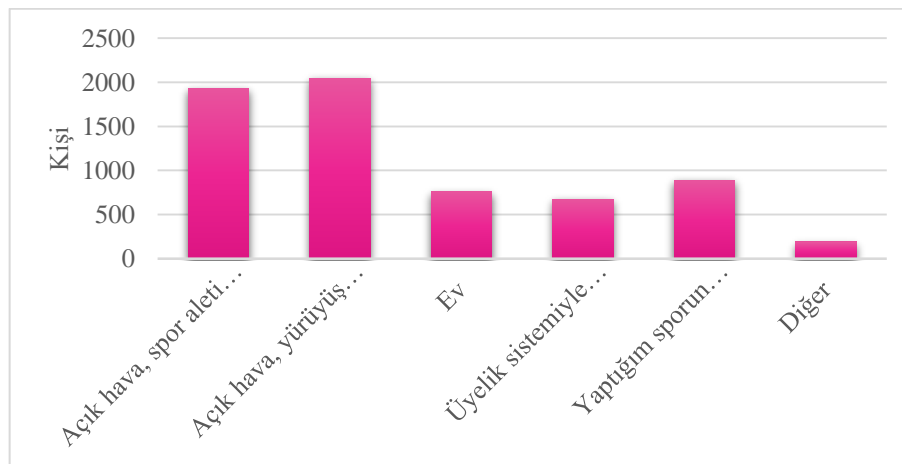
Araştırmaya katılan bireylerin “Sportif ve Sosyal Faaliyetlere Katılım Durumları” incelendiğinde sportif faaliyetlere %51,4 hiç katılmadıklarını belirtmişlerdir. Örneklem grubunun her gün %89,3 oranında televizyon izlediklerini, %19,8 oranında haftada birkaç gün gazete ve dergi okuduklarını, haftada bir %8,2 oranında kitap okuduklarını, ayda bir %34,8 sinemaya gittiklerini, yılda bir %26,9 konser ve sanatsal etkinliklere katıldıklarını belirtmişlerdir.

**Tablo 4.18.** *Örneklem Grubunun Herhangi Bir Sporu Yaparken/Yapmak İstenildiğinde Yanında Olmaları İstenilen Kişiler*



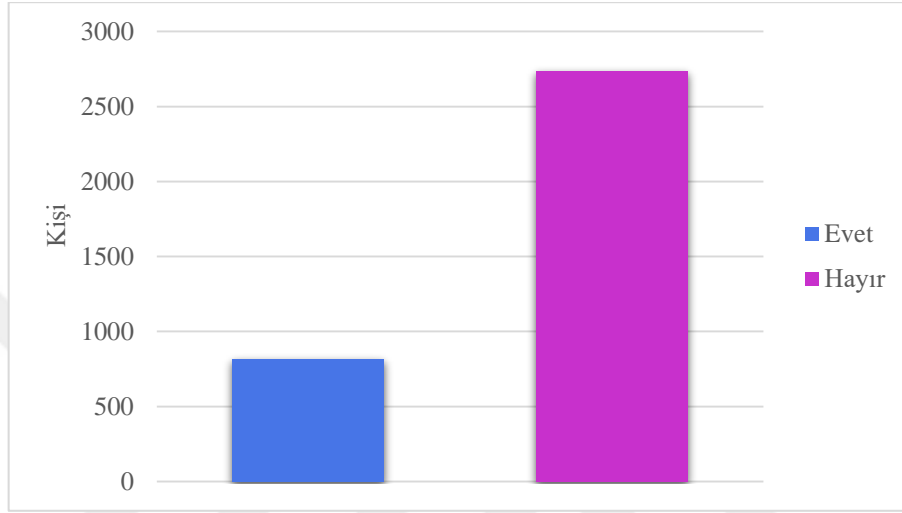
“Herhangi bir sporu yaparken/yapmak istediğinizde yanınızda kimlerin olmasını istersiniz?” sorusuna ilişkin çalışmada yer alan bireylere birden çok yanıt verilebileceği hatırlatılmıştır. Soruya verilen yanıtlarda “Fark etmez” %37,27, “Arkadaşlarım” %36,28 oranları ile öne çıkan yanıtlar olmuştur.

**Tablo 4.19.** *Örneklem Grubunun Spor Yapmak için Tercih Ettiği Mekanlar*



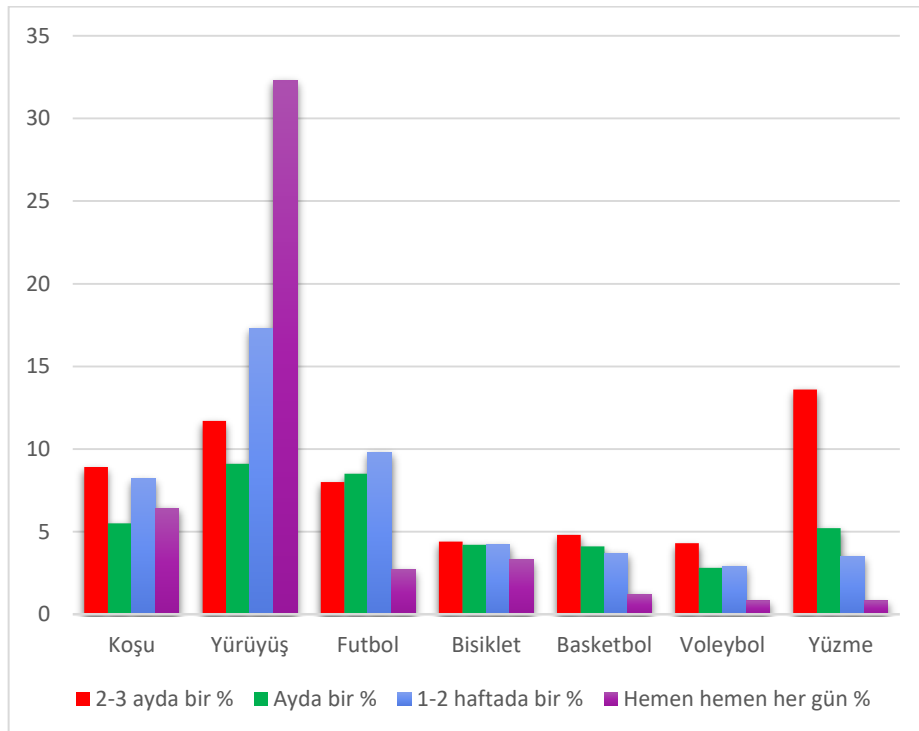
“Spor için tercih ettiğiniz mekanlar nerelerdir?” sorusuna ilişkin çalışmada yer alan bireylere birden çok yanıt verilebileceği hatırlatılmıştır. Soruya verilen yanıtlarda “Açık hava, spor aleti olan parklar vb.” %55,68, “Açık hava, yürüyüş veya koşuya uygun bir parkur” %58,96 ve “Yaptığım sporun gerektirdiği alanlar” %25,62 oranları ile öne çıkan yanıtlar olmuştur.

**Tablo 4.20.** *Örneklem Grubunun Lisanslı Spor Ürünlerini Satın Alma Durumu*



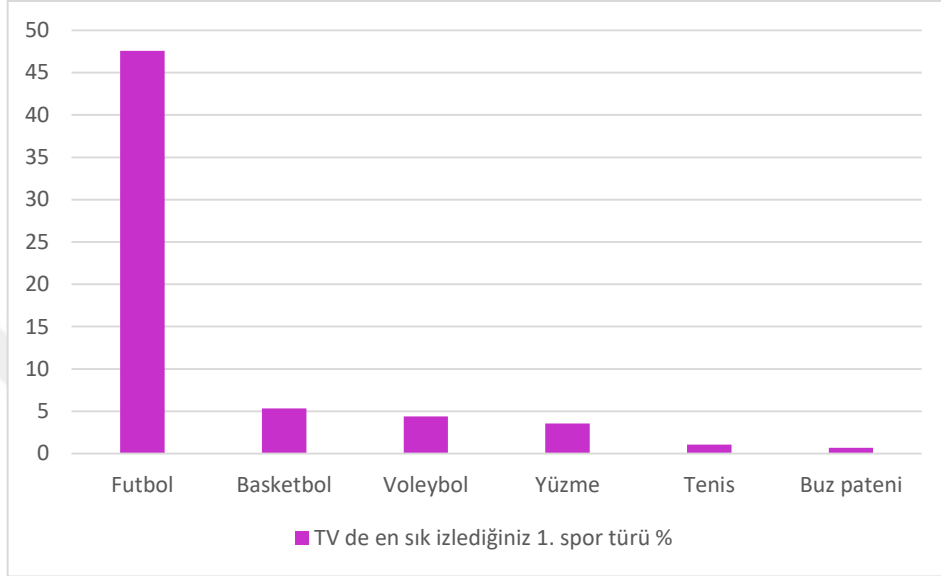
“Taraftarı olduğunuz takımın lisanslı ürünlerini satın alır mısınız?” sorusuna çalışmada yer alan bireylerin %77.02’si “hayır” yanıtını vermiştir.

**Tablo 4.21.** *Örneklem Grubunun Spor Aktivitelerine Katılma Sıklıkları*



Araştırmaya katılan bireyler hemen hemen her gün %32,3 oranında yürüyüş yaptıklarını, 1-2 haftada bir % 8,2 oranında koştuklarını, ayda bir % 8,5 oranında futbol oynadıklarını ve 2-3 ayda bir %13,6 yüzme sporu ile uğraştıklarını ifade etmişlerdir.

**Tablo 4.22.** *Örneklem Grubunun Televizyonda En Sık İzlediği Spor Branşına İlişkin Bulgular*



Televizyonda en sık izlenen spor branşlarına ilişkin soruda araştırmada yer alan bireylere birden çok yanıt verilebileceği hatırlatılmıştır. Soruya verilen yanıtlarda 1. sırada %47,57 oran ile futbol branşı, 2. sırada %26,67 oran ile basketbol branşı, 3. sırada ise %12,41 oran ile voleybol branşı yer almaktadır.

**Tablo 4.23.** *Örneklem Grubunun Seyirci Olarak Katılım Sağladığı Spor Branşına İlişkin Bulgular*



Araştırmada yer alan bireylere “Seyirci Olarak Katılım Sağladığı Spor Branşına İlişkin” soruda birden çok yanıt verilebileceği hatırlatılmıştır. Soruya verilen yanıtlarda 1. sırada %32,66 oran ile futbol branşı, 2. sırada %14,01 oran ile basketbol branşı, 3. sırada ise %7,59 oran ile voleybol branşı yer almaktadır.

#### 4.2. Varyans Analizi (t-testi )

T-testi, bağımsız iki grup arasında fark olup olmadığını belirlemede kullanılan parametrik analiz tekniklerinden biridir. T-testi ile sadece iki grup arasındaki farklılıkları incelemek mümkündür. İki'den fazla grubun karşılaştırılmasının gerektiği durumlarda ise anova kullanılmaktadır. ANOVA analizinin on koşullarından biri her bir grubun normal dağılım sergileyen bir ana kitleden rastgele seçilmiş örnekler olmasıdır.

ANOVA analizi sadece grupların birbirinden farklı olup olmadığını belirler. Hangi grubun diğer gruptan farklı olup olmadığını one way ANOVA analizi ile belirlenmektedir. One Way ANOVA analizinde çeşitli test yöntemlerinden yararlanılmaktadır. ANOVA analizinde ön şart olarak varyansların eşit olması istenilmektedir. Gruplararası varyansın eşit olmaması durumunda ise kullanılacak post-hoc istatistikleri değişmektedir. Bu durumda kullanılacak istatistikler: Games-Howell, Tamhane's T2, Tamhane's T3, Dunnet's C ve Dunnet's T3 şeklindedir ve sadece “çoklu aralık testi” olarak işlem görmektedirler (Sparks, 1963, s. 346; Horchberg ve Tamhane 1989, s. 104). Ayrıca varyansların eşitliği ise levene testi yardımı ile kontrol edilmektedir (Karasar, 2005, s. 133; Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2004, s. 49-50).

Örneklemin demografik özelliklerine bağlı olarak spora katılımı etkileyen faktörlerin değerlendirmesinde farklılığın olup olmadığını belirlemek için T-Testi ve ANOVA analizleri yapılmıştır. Yapılan analiz sonucu, spor katılımcılarının cinsiyetlerine, medeni durumlarına, yaş gruplarına, eğitim durumlarına, çalışma durumlarına, sigara içme durumlarına, kronik hastalık durumlarına ve hane gelir düzeylerine göre spor katılımını etkileyen faktörleri farklı değerlendirdikleri saptanmıştır.

**Tablo 4.24.** Spor Katılım Ölçeği Boyutlarının Cinsiyet Değişkenine Göre Farklılaşma Durumu

Boyutlar	Cinsiyet	N	Ortalama	Ss.	t	p
Fizyolojik Özellikler	Kadın	1706	3,8935	,66039	,750	,386
	Erkek	1849	3,9542	,65488		
Mekanların Durumu	Kadın	1706	3,8717	,65451	1,339	,247
	Erkek	1849	3,9200	,66409		
Sosyal Etkileşim	Kadın	1706	3,5451	,75411	,020	,887
	Erkek	1849	3,6284	,74093		



Psikolojik Rahatlama Stres	Kadın	1706	3,6254	,64165	1,635	,201
	Erkek	1849	3,6594	,65652		
Ekonomik Faktörler	Kadın	1706	3,6469	,66725	,545	,461
	Erkek	1849	3,7956	,65141		
Deneyim Arama	Kadın	1706	3,6421	,83728	5,576	,018*
	Erkek	1849	3,7474	,78802		
Katılım Biçimi	Kadın	1706	3,5290	,78112	2,066	,151
	Erkek	1849	3,6564	,74396		
Heyecan Arama	Kadın	1706	3,5094	,84311	13,497	,001**
	Erkek	1849	3,6951	,76921		
Kültür	Kadın	1706	3,7435	,74200	6,251	,012*
	Erkek	1849	3,8255	,70824		

p<.01, p<.05

Spora katılımı etkileyen faktörlerin, cinsiyete göre istatistiksel açıdan anlamlı farklılıklar gösterip göstermediğini ortaya koymak amacı ile t-testi uygulanmıştır. Yapılan t-testi sonuçlarına göre deneyim arama (t=5,576; p=0,18), heyecan arama (t=13,497; p=0,001) ve kültür (t=6,251; p=0,12) faktörleri cinsiyete göre anlamlı farklılık göstermektedir. Anlamlı farklılığın olduğu faktörlerde erkeklerin ortalaması kadınlardan yüksektir. Fizyolojik (t= ,750; p=386), mekanların durumu (t= 1,339; p=247), sosyal etkileşim(t=,020; p=887), psikolojik, rahatlama ve stres (t= 1,635; p=201) ve katılım biçimi (t= 2,066; p=151) faktörleri ise cinsiyete göre istatistiksel bakımdan anlamlı farklılık göstermemektedir.

**Tablo 4.25.** Spor Katılım Ölçeği Boyutlarının Medeni Durum Değişkenine Göre Farklılaşma Durumu

Boyutlar	Medeni Durum	n	Ortalama	Ss.	F	p
Fizyolojik Özellikler	Bekar	1401	3,9909	,63965	11,758	,001**
	Evli	1979	3,8963	,66521		
	Boşanmış	70	3,7714	,68199		
	Eşi Ölmüş	105	3,6905	,65093		
Mekanların Durumu	Bekar	1401	3,9916	,65225	20,581	,001**
	Evli	1979	3,8439	,65540		
	Boşanmış	70	3,9190	,62021		
	Eşi Ölmüş	105	3,6159	,68801		
Sosyal Etkileşim	Bekar	1401	3,6720	,74693	13,076	,001**
	Evli	1979	3,5483	,74745		
	Boşanmış	70	3,4531	,65622		
	Eşi Ölmüş	105	3,3211	,71175		
Psikolojik Rahatlama Stres	Bekar	1401	3,7129	,62509	12,901	,001**
	Evli	1979	3,6083	,65916		
	Boşanmış	70	3,6161	,64981		
	Eşi Ölmüş	105	3,3869	,67749		
Ekonomik Faktörler	Bekar	1401	3,7998	,62756	18,498	,001**
	Evli	1979	3,6939	,66896		
	Boşanmış	70	3,6024	,72858		
	Eşi Ölmüş	105	3,3698	,79461		

Deneyim Arama	Bekar	1401	3,8266	,78643	25,329	,001**
	Evli	1979	3,6228	,81417		
	Boşanmış	70	3,7571	,76491		
	Eşi Ölmüş	105	3,3238	,90930		
Katılım Biçimi	Bekar	1401	3,6642	,74528	11,615	,001**
	Evli	1979	3,5659	,77365		
	Boşanmış	70	3,5464	,72643		
	Eşi Ölmüş	105	3,2619	,75589		
Heyecan Arama	Bekar	1401	3,7611	,76600	35,963	,001**
	Evli	1979	3,5216	,82645		
	Boşanmış	70	3,5571	,76397		
	Eşi Ölmüş	105	3,1595	,72318		
Kültür	Bekar	1401	3,8758	,70272	19,584	,001**
	Evli	1979	3,7441	,73222		
	Boşanmış	70	3,7600	,66341		
	Eşi Ölmüş	105	3,4000	,75294		

p<.01, p<.05

Spora katılımı etkileyen faktörlerin, medeni durumlarına göre istatistiksel farklılaşma durumunu ortaya koyabilmek amacıyla ANOVA testi yapılmıştır. Spora katılımı etkileyen faktörlerin, medeni durum gruplarına göre farklılaşıp farklılaşmadığı değerlendirildiğinde anlamlı bir farklılığın; fizyolojik özellikler (F= 11,758/,001) mekanların durumu (F= 20,581/,001), sosyal etkileşim (F= 13,076/,001), psikolojik-rahatlama-stres (F= 12,901/,001), ekonomik faktörler (F= 18,498/,001), deneyim arama (F= 25,329/,001), katılım biçimi (F= 11,615/,001), heyecan arama (F= 35,963/,001) ve kültür (F= 19,584/,001) faktörlerinde olduğu görülmektedir.

Anlamlı farklılaşmanın hangi alt gruplar arasında çıktığını ortaya koymak amacıyla yapılan Post Hoc testlerinden LSD'ye (Levene Test p>05) göre mekanların durumu bekar, evli ve eşi ölmüş arasında, sosyal etkileşim faktörüne göre tüm gruplar arasında ve psikolojik-rahatlama-stres faktöründe ise bekar, evli ve eşi ölmüş arasında anlamlı farklılık ortaya çıkmıştır.

Dunnett C'ye (Levene Test p<05) göre fizyolojik özellikler faktöründe tüm gruplar arasında, ekonomik faktöründe bekar, evli ve eşi ölmüş grupları arasında, deneyim arama faktöründe bekar, evli ve eşi ölmüş grupları arasında, katılım biçimi faktöründe bekar, evli ve eşi ölmüş grupları arasında, heyecan arama faktöründe bekar, evli ve eşi ölmüş grupları arasında ve kültür faktöründe ise bekar, evli ve eşi ölmüş grupları arasında anlamlı farklılık ortaya çıkmıştır.

**Tablo 4.26.** Spor Katılım Ölçeği Boyutlarının Yaş Değişkenine Göre Farklılaşma Durumu

Boyutlar	Yaş	N	Ortalama	Ss.	F	p
Fizyolojik Özellikler	15-20	625	4,0064	,62449	6,972	,001**
	21-25	461	4,0434	,64628		
	26-30	487	3,9728	,59977		
	31-35	339	3,9167	,62037		
	36-40	390	3,9231	,67800		
	41-45	352	3,8317	,68451		
	46-50	309	3,8641	,66856		
	51-55	215	3,8221	,71043		
	56-60	174	3,8592	,70731		
	61-65	203	3,7291	,69197		
Mekanların Durumu	15-20	625	3,9968	,66076	9,155	,001**
	21-25	461	4,0289	,63370		
	26-30	487	3,9185	,64831		
	31-35	339	3,9272	,63700		
	36-40	390	3,9043	,60580		
	41-45	352	3,7969	,66620		
	46-50	309	3,8188	,68814		
	51-55	215	3,8124	,70154		
	56-60	174	3,7490	,60072		
	61-65	203	3,6798	,70912		
Sosyal Etkileşim	15-20	625	3,7259	,72778	6,820	,001**
	21-25	461	3,6582	,77608		
	26-30	487	3,5846	,74870		
	31-35	339	3,6233	,76088		
	36-40	390	3,6040	,70123		
	41-45	352	3,4834	,72728		
	46-50	309	3,5640	,75843		
	51-55	215	3,4870	,73196		
	56-60	174	3,4606	,75078		
	61-65	203	3,3645	,75273		
Psikolojik Rahatlama Stres	15-20	625	3,7290	,62133	6,406	,001**
	21-25	461	3,7356	,64598		
	26-30	487	3,6861	,63747		
	31-35	339	3,6615	,63680		
	36-40	390	3,6250	,63933		
	41-45	352	3,5643	,64845		
	46-50	309	3,6141	,67121		
	51-55	215	3,5605	,67961		
	56-60	174	3,5036	,64322		
	61-65	203	3,4575	,67610		
Ekonomik Faktörler	15-20	625	3,8560	,59614	8,634	,001**
	21-25	461	3,7889	,63418		
	26-30	487	3,7259	,66070		
	31-35	339	3,7350	,71209		
	36-40	390	3,6709	,65170		
	41-45	352	3,6151	,65706		
	46-50	309	3,7972	,66439		
	51-55	215	3,6636	,65428		
	56-60	174	3,6054	,67581		
	61-65	203	3,4967	,75688		
Deneyim Arama	15-20	625	3,8648	,77762		
	21-25	461	3,8557	,80509		

	26-30	487	3,7074	,79873	13,316	,001**
	31-35	339	3,7861	,79522		
	36-40	390	3,6551	,78607		
	41-45	352	3,4844	,82718		
	46-50	309	3,7104	,80949		
	51-55	215	3,5349	,80300		
	56-60	174	3,4856	,81607		
	61-65	203	3,4261	,83515		
Katılım Biçimi	15-20	625	3,7180	,71959	6,579	,001**
	21-25	461	3,6546	,79901		
	26-30	487	3,6057	,76920		
	31-35	339	3,6726	,73083		
	36-40	390	3,5968	,72622		
	41-45	352	3,4418	,75755		
	46-50	309	3,6028	,78138		
	51-55	215	3,4698	,76825		
	56-60	174	3,4885	,77246		
	61-65	203	3,4052	,81557		
Heyecan Arama	15-20	625	3,8228	,75592	16,584	,001**
	21-25	461	3,7684	,80077		
	26-30	487	3,6063	,79260		
	31-35	339	3,6674	,79558		
	36-40	390	3,5885	,78108		
	41-45	352	3,4183	,81512		
	46-50	309	3,5688	,82050		
	51-55	215	3,4267	,80567		
	56-60	174	3,3578	,83689		
	61-65	203	3,2845	,81107		
Kültür	15-20	625	3,8890	,69800	9,205	,001**
	21-25	461	3,9002	,72287		
	26-30	487	3,7951	,72553		
	31-35	339	3,8448	,70257		
	36-40	390	3,7944	,68044		
	41-45	352	3,6540	,74828		
	46-50	309	3,8071	,71755		
	51-55	215	3,6940	,75474		
	56-60	174	3,6391	,71181		
	61-65	203	3,4966	,76128		

p<.01, p<.05

Spora katılımı etkileyen faktörlerin, yaş durumlarına göre istatistiksel farklılaşma durumunu ortaya koyabilmek amacıyla ANOVA testi yapılmıştır. Spora katılımı etkileyen faktörlerin, yaş gruplarına göre farklılaşıp farklılaşmadığı değerlendirildiğinde anlamlı bir farklılığın; fizyolojik özellikler (F= 6,972/,001) mekanların durumu (F= 9,155/,001), sosyal etkileşim (F= 6,820/,001), psikolojik-rahatlama-stres (F= 6,406/,001), ekonomik faktörler (F= 8,634/,001), deneyim arama (F= 13,316/,001), katılım biçimi (F= 6,579/,001), heyecan arama (F= 16,584/,001) ve kültür (F= 9,205/,001) faktörlerinde olduğu görülmektedir.

Anlamli farklılaşmanın hangi alt gruplar arasında çıktığını ortaya koymak amacıyla yapılan Post Hoc testlerinden LSD'ye (Levene Test  $p>05$ ) göre mekanların durumu faktöründe, 17-20 yaş grubunun, 26-30 yaş, 36-40 yaş, 41-45 yaş, 46-50 yaş, 51-55 yaş, 56-60 yaş ve 61-65 yaş grupları arasında, sosyal etkileşim faktöründe, 17-20 yaş grubunun, 26-30 yaş, 31-35 yaş, 36-40 yaş, 41-45 yaş, 46-50 yaş, 51-55 yaş, 56-60 yaş ve 61-65 yaş grupları arasında, psikolojik-rahatlama-stres faktöründe 17-20 yaş grubunun 36-40 yaş, 41-45 yaş, 46-50 yaş, 51-55 yaş, 56-60 yaş ve 61-65 yaş grupları arasında, deneyim arama faktöründe 17-20 yaş grubunun, 26-30 yaş, 36-40 yaş, 41-45 yaş, 46-50 yaş, 51-55 yaş, 56-60 yaş ve 61-65 yaş grupları arasında, katılım biçimi faktöründe 17-20 yaş grubunun 26-30 yaş, 36-40 yaş, 41-45 yaş, 46-50 yaş, 51-55 yaş, 56-60 yaş ve 61-65 yaş grupları arasında, heyecan arama faktöründe 17-20 yaş grubunun, 26-30 yaş, 31-35 yaş, 36-40 yaş, 41-45 yaş, 46-50 yaş, 51-55 yaş, 56-60 yaş ve 61-65 yaş grupları arasında, kültür faktöründe ise 17-20 yaş grubunun 26-30 yaş, 36-40 yaş, 41-45 yaş, 46-50 yaş, 51-55 yaş, 56-60 yaş ve 61-65 yaş grupları arasında anlamlı farklılık ortaya çıkmıştır.

Dunnett C'ye (Levene Test  $p<05$ ) göre fizyolojik özellikler faktöründe 17-20 yaş grubunun, 41-45 yaş, 51-55 yaş ve 61-65 yaş grupları arasında, ekonomik durum faktöründe 17-20 yaş grubunun, 26-30 yaş, 36-40 yaş, 41-45 yaş, 51-55 yaş, 56-60 yaş ve 61-65 yaş grupları arasında anlamlı farklılık ortaya çıkmıştır.

**Tablo 4.27.** Spor Katılım Ölçeği Boyutlarının Eğitim Durumu Değişkenine Göre Farklılaşma Durumu

Boyutlar	Eğitim Durumu	n	Ortalama	Ss.	F	p
Fizyolojik Özellikler	Bir okul bitirmede	125	3,7580	,82912	4,491	,001**
	İlkokul	612	3,8440	,66164		
	İlköğretim/Ortaokul veya mesleki ortaokul	582	3,9158	,65728		
	Lise veya mesleki lise	1318	3,9376	,65218		
	İki veya üç yıllık yüksekokul	236	3,9926	,65167		
	Dört yıllık yüksekokul veya fakülte	642	3,9887	,62214		
	Lisansüstü Eğitim	40	3,9875	,64039		
Mekanların Durumu	Bir okul bitirmede	125	3,5827	,85735		
	İlkokul	612	3,7100	,62948		
	İlköğretim/Ortaokul veya mesleki ortaokul	582	3,8373	,67215		

	Lise veya mesleki lise	1318	3,9801	,65008	20,449	,001**
	İki veya üç yıllık yüksekokul	236	3,9915	,65082		
	Dört yıllık yüksekokul veya fakülte	642	3,9761	,59969		
	Lisansüstü Eğitim	40	4,0250	,58537		
Sosyal Etkileşim	Bir okul bitirmede	125	3,2709	,86666	13,807	,001**
	İlkokul	612	3,4423	,70165		
	İlköğretim/Ortaokul veya mesleki ortaokul	582	3,5837	,72179		
	Lise veya mesleki lise	1318	3,6941	,76570		
	İki veya üç yıllık yüksekokul	236	3,7010	,76256		
	Dört yıllık yüksekokul veya fakülte	642	3,5443	,71026		
	Lisansüstü Eğitim	40	3,4500	,64178		
Psikolojik Rahatlama Stres	Bir okul bitirmede	125	3,4060	,80128	17,150	,001**
	İlkokul	612	3,4814	,62053		
	İlköğretim/Ortaokul veya mesleki ortaokul	582	3,5662	,66101		
	Lise veya mesleki lise	1318	3,7368	,66017		
	İki veya üç yıllık yüksekokul	236	3,7643	,63119		
	Dört yıllık yüksekokul veya fakülte	642	3,6715	,56612		
	Lisansüstü Eğitim	40	3,7188	,62963		
Ekonomik Faktörler	Bir okul bitirmede	125	3,4320	,84298	16,629	,001**
	İlkokul	612	3,6057	,66667		
	İlköğretim/Ortaokul veya mesleki ortaokul	582	3,7191	,66887		
	Lise veya mesleki lise	1318	3,8375	,61934		
	İki veya üç yıllık yüksekokul	236	3,8051	,62126		
	Dört yıllık yüksekokul veya fakülte	642	3,6475	,65451		
	Lisansüstü Eğitim	40	3,5500	,87803		
Deneyim Arama	Bir okul bitirmede	125	3,3000	,96929	15,076	,001**
	İlkokul	612	3,5425	,78800		
	İlköğretim/Ortaokul veya mesleki ortaokul	582	3,6443	,78812		
	Lise veya mesleki lise	1318	3,7860	,81471		
	İki veya üç yıllık yüksekokul	236	3,9131	,76205		

	Dört yıllık yüksekokul veya fakülte	642	3,7157	,78884		
	Lisansüstü Eğitim	40	3,5500	,84580		
Katılım Biçimi	Bir okul bitirmedi	125	3,2700	,94805	11,933	,001**
	İlkokul	612	3,4902	,74191		
	İlköğretim/Ortaokul veya mesleki ortaokul	582	3,5619	,72709		
	Lise veya mesleki lise	1318	3,6796	,77452		
	İki veya üç yıllık yüksekokul	236	3,7807	,77656		
	Dört yıllık yüksekokul veya fakülte	642	3,5627	,70825		
	Lisansüstü Eğitim	40	3,3563	,85088		
Heyecan Arama	Bir okul bitirmedi	125	3,2140	,96025	16,651	,001**
	İlkokul	612	3,4065	,77259		
	İlköğretim/Ortaokul veya mesleki ortaokul	582	3,6340	,76405		
	Lise veya mesleki lise	1318	3,6895	,82355		
	İki veya üç yıllık yüksekokul	236	3,7892	,83079		
	Dört yıllık yüksekokul veya fakülte	642	3,6242	,75683		
	Lisansüstü Eğitim	40	3,3500	,89479		
Kültür	Bir okul bitirmedi	125	3,3552	,96114	22,796	,001**
	İlkokul	612	3,6206	,68886		
	İlköğretim/Ortaokul veya mesleki ortaokul	582	3,6911	,72631		
	Lise veya mesleki lise	1318	3,8912	,72969		
	İki veya üç yıllık yüksekokul	236	3,9517	,68133		
	Dört yıllık yüksekokul veya fakülte	642	3,8467	,63634		
	Lisansüstü Eğitim	40	3,6400	,73895		

p<.01, p<.05

Spora katılımı etkileyen faktörlerin, eğitim durumlarına göre istatistiksel farklılaşma durumunu ortaya koyabilmek amacıyla ANOVA testi yapılmıştır. Spora katılımı etkileyen faktörlerin, eğitim durum gruplarına göre farklılaşıp farklılaşmadığı değerlendirildiğinde anlamlı bir farklılığın; fizyolojik özellikler (F= 4,491/,001) mekanların durumu (F= 20,449/,001), sosyal etkileşim (F= 13,807/,001), psikolojik-rahatlama-stres (F= 17,150/,001), ekonomik faktörler (F= 16,629/,001), deneyim arama

(F= 15,076/,001), katılım biçimi (F= 11,933/,001), heyecan arama (F= 16,651/,001) ve kültür (F= 22,796/,001) faktörlerinde olduğu görülmektedir.

Anlamli farklılaşmanın hangi alt gruplar arasında çıktığını ortaya koymak amacıyla yapılan Post Hoc testlerinden Dunnett C'ye (Levene Test p<05) göre fizyolojik özellikler faktöründe İlkokul mezununun, Dört yıllık yüksekokul veya fakülte mezunları arasında, mekanların durumu faktöründe İlkokul mezunlarının İlköğretim/Ortaokul veya mesleki ortaokul, Lise veya mesleki lise, İki veya üç yıllık yüksekokul, Dört yıllık yüksekokul veya fakülte, Lisansüstü Eğitim mezunları arasında, sosyal etkileşim faktöründe hiçbir okul bitirmeyen kişilerin İlköğretim/Ortaokul veya mesleki ortaokul, Lise veya mesleki lise, İki veya üç yıllık yüksekokul, Dört yıllık yüksekokul veya fakülte mezunları arasında, psikolojik-rahatlama-stres faktöründe İlkokul mezunlarının, Lise veya mesleki lise, İki veya üç yıllık yüksekokul, Dört yıllık yüksekokul veya fakülte mezunları arasında, ekonomik faktöründe İlkokul mezunlarının, Lise veya mesleki lise, İki veya üç yıllık yüksekokul mezunları arasında, deneyim arama faktöründe İlkokul mezunlarının, Lise veya mesleki lise, İki veya üç yıllık yüksekokul, Dört yıllık yüksekokul veya fakülte mezunları arasında, katılım biçimi faktöründe İlkokul mezunlarının, Lise veya mesleki lise, İki veya üç yıllık yüksekokul mezunları arasında, heyecan arama faktöründe İlkokul mezunlarının, İlköğretim/Ortaokul veya mesleki ortaokul, Lise veya mesleki lise, İki veya üç yıllık yüksekokul, Dört yıllık yüksekokul veya fakülte mezunları arasında ve kültür faktöründe ise İlkokul mezunlarının, Lise veya mesleki lise, İki veya üç yıllık yüksekokul, Dört yıllık yüksekokul veya fakülte mezunları arasında anlamlı farklılık ortaya çıkmıştır.

**Tablo 4.28.** Spor Katılım Ölçeği Boyutlarının Çalışma Durum Değişkenine Göre Farklılaşma Durumu

Boyutlar	Çalışma Durumu	n	Ortalama	Ss.	F	p
Fizyolojik Özellikler	Düzenli ücretli çalışan	1266	3,9485	,63188	5,081	,001**
	Öğrenci	703	3,9989	,64252		
	Emekli	250	3,8200	,72540		
	Mevsimsel, çırak, kursiyer, stajyer, Yevmiyeli(gündelik) çalışan	149	3,9732	,67979		



	İşsiz	944	3,8708	,67408		
	Serbest Meslek	243	3,8786	,66079		
Mekanların Durumu	Düzenli ücretli çalışan	1266	3,9308	,65315	11,744	,001**
	Öğrenci	703	4,0128	,66010		
	Emekli	250	3,7533	,65963		
	Mevsimsel, çırak, kursiyer, stajyer, Yevmiyeli(gündelik) çalışan	149	3,8244	,66661		
	İşsiz	944	3,8047	,66777		
	Serbest Meslek	243	3,9342	,58250		
Sosyal Etkileşim	Düzenli ücretli çalışan	1266	3,6242	,74718	15,511	,001**
	Öğrenci	703	3,7519	,71673		
	Emekli	250	3,4229	,72106		
	Mevsimsel, çırak, kursiyer, stajyer, Yevmiyeli(gündelik) çalışan	149	3,4027	,78212		
	İşsiz	944	3,4855	,76572		
	Serbest Meslek	243	3,6138	,66796		
Psikolojik Rahatlama Stres	Düzenli ücretli çalışan	1266	3,6847	,65389	8,450	,001**
	Öğrenci	703	3,7347	,60733		
	Emekli	250	3,5175	,65754		
	Mevsimsel, çırak, kursiyer, stajyer, Yevmiyeli(gündelik) çalışan	149	3,6015	,63727		
	İşsiz	944	3,5739	,66787		
	Serbest Meslek	243	3,5849	,62215		
Ekonomik Faktörler	Düzenli ücretli çalışan	1266	3,7426	,66597	11,153	,001**
	Öğrenci	703	3,8578	,59043		
	Emekli	250	3,6047	,66787		

	Mevsimsel, ırac, kursiyer, stajyer, Yevmiyeli(gündelik) alışan	149	3,7215	,59352		
	İşsiz	944	3,6344	,69724		
	Serbest Meslek	243	3,7160	,67816		
Deneyim Arama	Düzenli ücretli alışan	1266	3,7512	,80346	18,187	,001**
	Öğrenci	703	3,8798	,75917		
	Emekli	250	3,5140	,78694		
	Mevsimsel, ırac, kursiyer, stajyer, Yevmiyeli(gündelik) alışan	149	3,5738	,89173		
	İşsiz	944	3,5487	,84087		
	Serbest Meslek	243	3,7243	,74420		
Katılım Biçimi	Düzenli ücretli alışan	1266	3,6422	,73394	11,677	,001**
	Öğrenci	703	3,7269	,71878		
	Emekli	250	3,4790	,77344		
	Mevsimsel, ırac, kursiyer, stajyer, Yevmiyeli(gündelik) alışan	149	3,4815	,88202		
	İşsiz	944	3,4770	,79945		
	Serbest Meslek	243	3,6193	,74145		
Heyecan Arama	Düzenli ücretli alışan	1266	3,6673	,77416	26,440	,001**
	Öğrenci	703	3,8268	,74784		
	Emekli	250	3,3630	,78801		
	Mevsimsel, ırac, kursiyer, stajyer, Yevmiyeli(gündelik) alışan	149	3,4597	,85230		
	İşsiz	944	3,4380	,85880		
	Serbest Meslek	243	3,6399	,77070		
Kültürel Faktörler	Düzenli ücretli alışan	1266	3,8393	,69805		
	Öğrenci	703	3,9169	,68740		

	Emekli	250	3,6272	,71083	14,285	,001**
	Mevsimsel, ıarak, kursiyer, stajyer, Yevmiyeli(gündelik) alışan	149	3,6389	,77831		
	İşsiz	944	3,6754	,75397		
	Serbest Meslek	243	3,8148	,74708		

p<.01, p<.05

Spora katılımı etkileyen faktörlerin, çalışma durumlarına göre istatistiksel farklılaşma durumunu ortaya koyabilmek amacıyla ANOVA testi yapılmıştır. Spora katılımı etkileyen faktörlerin, çalışma durum gruplarına göre farklılaşıp farklılaşmadığı değerlendirildiğinde anlamlı bir farklılığın; fizyolojik özellikler (F= 5,081/,001) mekanların durumu (F= 11,744/,001), sosyal etkileşim (F= 15,511/,001), psikolojik-rahatlama-stres (F= 8,450/,001), ekonomik faktörler (F= 11,153/,001), deneyim arama (F= 18,187/,001), katılım biçimi (F= 11,677/,001), heyecan arama (F= 26,440/,001) ve kültür (F= 14,285/,001) faktörlerinde olduğu görülmektedir.

Anlamlı farklılaşmanın hangi alt gruplar arasında çıktığını ortaya koymak amacıyla yapılan Post Hoc testlerinden LSD'ye (Levene Test p>05) göre fizyolojik özellikler faktöründe düzenli ücretli çalışan ile işsiz ve emekli grubu arasında, mekanların durumu faktöründe, düzenli ücretli çalışan ile öğrenci, işsiz ve emekli grubu arasında, psikolojik-rahatlama-stres faktöründe, düzenli ücretli çalışan ile öğrenci emekli, işsiz ve serbest meslek grubu arasında, anlamlı farklılık ortaya çıkmıştır.

Dunnett C'ye (Levene Test p<05) göre, sosyal etkileşim faktöründe düzenli ücretli çalışan ile öğrenci, emekli, mevsimsel-ıarak-kursiyer-stajyer-yevmiyeli (gündelik) ve işsiz grubu arasında, ekonomik faktöründe düzenli ücretli çalışan ile öğrenci, emekli ve işsiz grubu arasında, deneyim arama faktöründe düzenli ücretli çalışan ile öğrenci, emekli ve işsiz grubu arasında, katılım biçimi faktöründe düzenli ücretli çalışan ile emekli ve işsiz grubu arasında, heyecan arama faktöründe düzenli ücretli çalışan ile öğrenci, emekli ve işsiz grubu arasında ve kültür faktöründe ise düzenli ücretli çalışan ile emekli, mevsimsel-ıarak-kursiyer-stajyer-yevmiyeli (gündelik) ve işsiz grubu arasında anlamlı farklılık ortaya çıkmıştır.

## 5. TARTIŞMA, SONUÇ VE ÖNERİLER

### 5.1.Tartışma

Spor endüstrisi gerek faaliyet alanı, gerek kapsamı, gerekse de üretilen mal ve hizmetler açısından birçok endüstri alanı ile iç içe geçmiş bir görünüm sergilemektedir. Bu yapının yarattığı ekonomik büyüklük ve katma değer özellikle gelişmiş ülkelerin GSMH rakamlarında azımsanmayacak boyutlara ulaşmıştır. Örneğin 1971-2005 yılları arasında Fransa'da GSMH içerisinde yer alan kalemlerin incelendiği bir çalışmada spor harcamalarının payının %0,5'den %1,77'ye çıktığı görülmektedir. Bu artış yaklaşık olarak 30,4 milyar Euro olarak ifade edebileceğimiz bir ekonomik büyüklüğü ifade etmektedir. Gelişmiş ülkelerde GSMH içerisinde sporun payı genellikle %2 oranındadır (Toossi, 2002, s. 12-22). Andreff (2000'den aktaran Devecioğlu, 2010, s. 177), tarafından yapılan bir çalışmada ise sporun Avrupa ülkelerinde GSMH içerisindeki sporun payı ele alınmıştır. Buna göre GSMH içerisinde sporun payı İsviçre'de %0.4, Almanya'da %0,6 olarak ifade edilmektedir.

Türkiye'de GSMH içerisinde spor ile ilişkili ekonomik büyüklüğü anlamının bir yolu Gençlik ve Spor Bakanlığı bütçesini değerlendirmektir. Gençlik ve Spor Bakanlığı; Türkiye'de spor faaliyetlerinin tanıtılması, teşvik edilmesi ve desteklenmesi için gerekli tedbirleri alarak, spor hizmet ve faaliyetleri ile ilgili kamu kurum/kuruluşları, sivil toplum kuruluşları ile işbirliğinde bulunma görevlerini de yürütmektedir. Bu görev Gençlik ve Spor Bakanlığı'na bağlı Spor Genel Müdürlüğü tarafından yürütülmektedir. Gençlik ve Spor Genel Müdürlüğü'nün GSMH içerisindeki payı yıllar içerisinde değişim göstermekle beraber 2006-2010 yılları arasında %0,05'lik pay ayrılmıştır (www. sgm.gsb.gov.tr).

Spor endüstrisinin ülke ekonomileri içerisindeki payı spor tüketimine ilişkin mal ve hizmet harcamaları ile ilişkilendirilebilir. Spor endüstrisi; spor ile direkt ya da dolaylı ilişkisi olan birçok ürünü ve tüketici grubunu kapsamaktadır. Özelde spor tüketicilerinin, genelde ise birçok endüstri bölümüne ait tüketici gruplarının spor ile ilişkili ürünlere yönelik artan ilgileri spor endüstrisinin tekil bir endüstri olarak büyümesine yol açmıştır. Birçok endüstri sınıflamasına göre spor endüstrisi önde gelen endüstrilerden biridir. Örneğin NAICS (North America Industrial Classification System) spor endüstrisini tekil bir endüstri bölümü olarak sınıflamakta ve tüm endüstri grupları içerisinde en güçlü endüstrilerden biri olarak tanımlamaktadır. Spor endüstrisinin gücü daha önce ifade edildiği gibi spora yönelik tüketim kalıpları içerisinde değerlendirilebilir. Özellikle

gelişmiş ülkelerde spor ile ilişkili harcamalar artarak devam etmektedir. Örneğin Task ve Kesenne (2000, s. 353), Felemenk bir ailenin toplam hane halkı harcamaları içerisinde spor ile ilişkili harcamalarının (üyelikler, giriş ücretleri, ders, ekipman, kıyafet, seyahat ve sosyal anlamda gerçekleşen diğer harcamalar) ortalama olarak %6,8 civarında olduğunu ifade etmektedir. Bu harcamaların ise son 15 yıl içerisinde yaklaşık olarak 4,7 kat arttığını vurgulamaktadır. Bir başka çalışmada Lera-Lopez ve Rapun-Garade (2007, s. 119), İspanyol ailelerinin hane halkı tüketimlerini incelemiştir. Araştırma bulgularına göre bir İspanyol ailesinin spor ile ilgili harcamaları toplam hane halkı harcamalarının yaklaşık %3'ünü oluşturmaktadır. Wicker vd. (2009, s. 111), ise Almanya'da kar amacı gütmeyen spor kulüplerine üyelik için ortalama her yıl 1610 Euro harcandığını ifade etmektedir. Aynı çalışmanın bulgularına göre hane halkı harcamaları içerisinde %1,5-%3 arasında spor ile ilgili mal ve hizmetlere harcama yapıldığı ifade edilmektedir.

Türk halkının spor ile ilişkili harcamalarına yönelik olarak Türkiye'de sağlıklı verilerin bulunmadığı ifade edilebilir. İlk defa 2006 yılında ve ikinci olarak 2014-2015 yıllarını kapsayacak şekilde TÜİK (Türkiye İstatistik Kurumu) tarafından uygulanan Zaman Kullanım Araştırması Türk halkının spora yönelik zamansal harcamalarını gösteren ana çalışma olarak değerlendirilebilir. Ancak bu çalışma ekonomik olarak herhangi bir göstereyi ele almamış, sadece zamansal olarak bir takım harcamaları değerlendirmiştir. Bu araştırmanın verilerine göre Türkiye'de bireylerin bir günde spora ayırdıkları ortalama süre 11 dakikadır ve en fazla yapılan spor faaliyeti yürüyüş olarak belirtilmiştir. (TÜİK, 2015a).

Sporun endüstri olarak oluşturduğu ekonomi hem spor ürün ve hizmetlerini kapsamakta hem de sporun tüketiminde aktif ve pasif tüketim kavramlarını da beraberinde getirmektedir. Spora aktif katılım; spor ve spor benzeri etkinliklerin uygulayıcılarını tanımlarken, spora pasif katılım; spor ve spor benzeri etkinlikleri yerinde ya da bir medya aracılığı ile tüketen kişileri tanımlamaktadır. Bu açıdan pasif katılım seyirci, izleyici ya da takipçileri ifade eder. Spora aktif katılım profesyonel, amatör ya da rekreasyonel düzeyde olabilir. Bu katılım biçimleri arasındaki temel ayrışma gelir elde etme, performans amacı ve hedeflenen başarı gibi ölçütlere bağlı olarak değerlendirilebilir. Spora aktif ve pasif katılımın biçimi, büyüklüğü ve oluşturduğu ekonomik değer bir toplumda spor endüstrisinin temel parçalarından birini oluşturur. Bu anlamda bir toplumda spora katılımın araştırılması hem spor endüstrisinin boyutlarını

anlamada hem de spor endüstrisinin ekonomik olarak büyüklüğü değerlendirilmede önemli bir ölçüttür.

Türkiye’de spora katılım biçimleri ve büyüklüğü ile ilgili sağlıklı verilerin bulunmaması, var olan verilerin de genellikle 1990-2000 yılları arasına ait olması “Türkiye’de Spor Endüstrisi ve Spora Katılım Profiline Belirlenmesi” isimli bu araştırmanın birincil verilere ulaşılması açısından özgün değerini ortaya koymaktadır.

Araştırma kapsamında Türkiye İstatistik Bölge Birimleri Sınıflandırması esas alınarak 28 il belirlenmiş ve 3555 kişi ile yüz yüze görüşme yapılmıştır. Araştırma kapsamında örneklem gurubu 7 demografik kritere bağlı olarak değerlendirilmiştir. Araştırmaya katılan bireylerin %52,01’i erkek %47,99’u kadındır. Türkiye nüfusunu ele aldığımızda 2015 yılı verilerine göre (TÜİK, 2015b) nüfusun %50,2’si erkek %49,8’i kadınlardan oluşmaktadır.

Araştırmaya katılan bireylerin medeni durumları incelendiğinde ise örneklemin %55,67’sinin evli, %39,41’inin bekar, %4,92’sinin ise boşanmış ya da eşi ölmüş olduğu görülmektedir. 31 Aralık 2014 tarihli Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi (ADNKS) verilerine göre Türkiye’de 15 yaş üstü 58 milyon 384 bin 240 kişinin bulunmaktadır. Bu bireylerin 15 milyon 998 bin 24’ü hiç evlenmeyenlerden, 37 milyon 228 bin 272’si evlilerden, bir milyon 979 bin 260’ı boşananlardan ve 3 milyon 178 bin 684’ü ise eşi ölenlerden oluşmaktadır (Uras, 2015).

Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi (ADNKS, 2015) sonuçlarına göre 31 Aralık 2015 tarihi itibarıyla Türkiye'nin nüfusu 78.741.053'tür. Nüfusun % 24.0’lık bölümünü 0–14 yaş aralığı, % 67.8’i 15–64 yaş ve % 8.2’si ise 65 ve üstü oluşturmaktadır. Bu verilere göre 15-65 yaş aralığını 52.640.512 kişi oluşturmaktadır (TÜİK, 2015c). Türkiye İstatistik Kurumu verilerine göre Türkiye nüfusunun yaş ortalaması kadınlarda %31,3 erkeklerde ise %30,1 olarak belirtilmiştir. Araştırmaya katılan 15-65 yaş aralığında bireylerin ortalama yaş 35,46 olarak bulunmuştur.

Araştırma kapsamında değerlendirilen bireylerin eğitim durumları incelendiğinde, (15-65 yaş arası) hiç okul bitirmeyen kişiler %3,52, ilkokul mezunu olanlar %17,22, ilköğretim ve ortaokul mezunu %16,37, lise ve mesleki lise mezunu %37,07, iki ve üç yıllık yüksek okul mezunu olanlar %6,64, yüksek okul ve fakülte mezunu %18,06, yüksek lisans yapmış olanlar %1,01, doktora eğitimini tamamlamış bireyler ise %0,11’lik bir paya sahip olduğu görülmektedir. TÜİK istatistiklerine göre (2013), Türkiye nüfusu içerisinde okuma yazma bilmeyen 2 milyon 784 bin 257 (%5), okuma yazma bilen fakat

bir okul bitirmeyen 3 milyon 784 bin 667 (%7), ilkokul mezunu 15 milyon 220 bin 28 (%28), ilköğretim diplomasına sahip 11 milyon 617 bin 159 (% 21), 2 milyon 849 bin 999 (% 5) ortaokul veya dengi okul mezunu, 12 milyon 96 bin 830 (%22) lise veya dengi okul mezunu, yüksekokul veya fakülte mezunları 5 milyon 913 bin 187 (%11), yüksek lisans mezunu 416 bin 741 (%1), doktora mezunu ise 122 bin 619 kişi (%0) bulunmaktadır (Coşkun, 2013).

TÜİK “İşgücü İstatistikleri, Ağustos 2016” verilerine göre, işsizlik oranı %11,3 seviyesinde gerçekleştiği belirtilmiştir. Aynı verilere göre istihdam oranı %46,7, işgücüne katılma oranı %52,6 olarak gerçekleşmiştir (TÜİK, 2016). Araştırma kapsamında işsizlik oranı %4,14, işgücüne katılma oranı ve çalışan kesimin %45,68’lik bir oranı temsil ettiği görülmektedir. Tüm bu verilerin ışığı altında demografik değişkenlere göre araştırma örnekleminin araştırma evrenini temsil yeteneğinin yüksek olduğu söylenebilir.

Araştırma kapsamında detaylı olarak incelenen spora katılım profili ile ilgili teoriler ve modeller temel alınarak spor katılımını açıklayan dokuz temel boyut belirlenmiştir. Bu boyutlar; fizyolojik özellikler, mekanların durumu, sosyal etkileşim, psikolojik-rahatlama/stres, ekonomik faktörler, deneyim arama, katılım biçimi, heyecan arama ve kültür faktörleridir.

Günümüzde bireyler teknolojik gelişmelerin ilerlemesi ile birlikte daha hareketsiz bir yaşam biçimi içerisine girmektedirler. Çağımızın hastalığı diyebileceğimiz hareketsizlik, küçük yaşlardan itibaren hareket etmenin farklı formları ile giderilebilir bir süreç olarak karşımıza çıkmaktadır. Küçük yaşlardan itibaren hatta yaşlılık süreci de dahil olmak üzere beden eğitimi ve spor etkinliklerine katılan bireylerin, fiziksel olarak eğitilmesinin yanı sıra, sosyal, zihinsel ve duyuşsal anlamda da kendilerine önemli katkılar sağladığı görülmektedir. Ergenlik, olgunluk ve yaşlılık dönemlerinde bireylerin spor ve spor benzeri faaliyetlere katılma durumları yaş, eğitim ve çevre gibi faktörlere göre çeşitlilik göstermektedir.

Yapılan birçok çalışmada ortaya çıkan sonuçlarda, bireylerin spora katılımını belirleyen öncelikli faktörün fiziksel egzersiz (aktivite) olduğu saptanmıştır (Adamson ve Wade, 1986, s. 5). Fiziksel aktiviteye katılmanın sebepleri arasında bedensel olarak düzgün ve fit olmanın yanında ayrıca sağlık açısından da büyük önemi bulunmaktadır. Scully vd. (1998, s. 116), düzenli egzersiz yapmanın kalp hastalıklarını, hipertansiyonu, diyabet ve osteoporoz riskini en aza indirdiğini belirtmişlerdir. Ayrıca yapılan bu

çalışmada, düzenli yapılan aerobik egzersizlerin yapmayan bireylere oranla önemli derecede olumlu etkilerinin olduğu bulunmuştur.

Araştırma kapsamında yer alan ölçek çalışması sonucu elde edilen bulgulara göre ortaya çıkan fizyolojik özellikler boyutunu oluşturan maddelerden ikisi “Spor yapmak bedensel sağlığıma olumlu yönde etkiler”, “Spor etkinliklerine sağlık sorunlarımdan dolayı katılırım” ifadeleridir. Bu ifadeler içerisinde yer alan “Spor yapmak bedensel sağlığıma olumlu yönde etkiler” ifadesi araştırma grubunun % 0,3’ü tarafından “Kesinlikle katılmıyorum” biçiminde değerlendirilmiştir. “Spor etkinliklerine sağlık sorunlarımdan dolayı katılırım” ifadesine “Kesinlikle katılmıyorum” diyenlerin oranı ise %7,6’dır. Bu noktada bu bulguların fizyolojik özellikler ve spor etkinliklerine katılım ile ilişkili literatüre paralel olduğu söylenebilir.

Yaşlanma; ergenlikten itibaren başlayan ömür boyu süren bir süreçtir ve bu süreçte organ sistemlerinde meydana gelen değişiklikler, genellikle normal şartlar altında beden işlevleri üzerine etkili olmayıp, daha çok vücut sistemlerinin yedek kapasitelerini azaltmaktadır. Özellikle kalp damar sistemine dayanıklılık çalışmalarının olumlu etkileri bilinmektedir. Dayanıklılık antrenmanlarıyla yaşlılarda gençler kadar, (% 10-30 oranında) oksijen kapasitesinin artışlarının sağlandığı bildirilmektedir (Yaman, 2003, s. 144). Bu kapsamda “Vücut formumu korumak için spor yaparım” ifadesini araştırma grubunun %1,3 oranında “Kesinlikle katılmıyorum” olarak değerlendirmesi araştırma bulgularına benzer sonuçlar olarak değerlendirilebilir.

Bedensel etkinliğin bilişsel işlev üzerine etkilerine dair birçok çalışma yapılmıştır. Aynı kronolojik yaşlarda bulunan bireylerden dinç olanların bilişsel bilgiyi, dinç olmayanlara göre daha kolay işleyebildiklerine dair kanıtlar bulunmaktadır. Bedensel dinçliğe ilişkin etkiler daha çok hızlı ve eforlu bilişsel süreçlerde belirgindir (Chodzko-Zajko ve Moore, 1994, s. 197). Bu kapsamda “Spor yapmak enerjik hissetmemi sağlar” ifadesini araştırma grubunun %0,2 oranında “Kesinlikle katılmıyorum” olarak değerlendirmesi araştırma bulgularına benzer sonuçlar olarak değerlendirilebilir.

Bireylerin sportif etkinliklere katılımını etkileyen en önemli etkenlerden bir diğeri ise spor yaptıkları mekanların/alanların durumudur. Birçok ülkede (İngiltere, Avustralya, Çin vb.) spora olan katılım düzeyini arttırmak için farklı spor politikaları uygulanmaktadır. Bu politikalar içerisinde spor katılımında spor yapılan mekanların/alanların, tesislerin ve araç-gereçlerin önemine özellikle vurgu yapılmaktadır



(Cabinet Office, 2002; Downward vd., 2009, s. 78; Downward and Rasciute, 2010, s. 193; Sotiriadou, 2009, s. 850; Xiong, 2007, s. 449).

Son yıllarda bireylerin fiziksel aktivite amaçlı olarak serbest zamanlarını değerlendirebilecekleri rekreasyon alanlarının sayısında önemli derecede artış olduğu belirtilmektedir. Bu alanların yapımında ve organize edilmesinde bireylerin demografik özelliklerine bağlı olarak değişen tercihlerinin ve önceliklerinin bilinmesinin önemli olduğu vurgulanmaktadır (Gümüş vd., 2015, s. 3).

Bireylerin yaşadıkları çevrede, park ve spor-rekreasyon alanlarının (yürüyüş ve koşu yolları, bisiklet yolları ve kondisyon parkları vb.) inşa edilmesi, eskilerinin ise modernize edilmesine yönelik çalışmalar, büyükşehir ve ilçe belediyeleri, park ve bahçeler müdürlüğü vb., kurum ve kuruluşlar tarafından organize edilmektedir (Gümüş vd., 2015, s. 3).

Lapa ve ark., (2012, s. 855), yapmış oldukları çalışmada araştırmaya katılan bireylere spor aktivitelerine katılamama nedenleri sorulmuş ve en fazla vurgulanan neden, %41,9 ile “Yeterli tesisin olmaması” ifadesi olmuştur. Bu doğrultuda “Spor yaptığım tesislerin durumu, katılımımı etkiler” ifadesini araştırma grubunun %0,6 oranında “Kesinlikle katılmıyorum” olarak değerlendirmesi araştırma bulgularına benzer sonuçlar olarak değerlendirilebilir.

Belediye’ye ait park alanlarını sportif amaçlı kullanan bireylerin katılımlarının ve beklentilerinin incelenmesi başlıklı çalışmada (Lapa vd., 2012, s. 853), katılımcıların belediye’ye ait alanlarla ilgili görüşleri ve önerileri incelendiğinde üçüncü sırada “Alanların bakım ve onarımı, temizliği, çevre düzenlemesi, güvenliği, oturma yerleri, otopark ve kantin hizmetleri sağlansın” görüşleri ve önerileri yer almaktadır. Bu doğrultuda “Spor yaptığım alanların hijyen durumu spora katılımımı belirler” ifadesini araştırma grubunun %0,5 oranında “Kesinlikle katılmıyorum” ve “Spor tesisleri, araç-gereçleri spora katılımımda benim için önemlidir” ifadesini araştırma grubunun %0,4 oranında “Kesinlikle katılmıyorum” olarak değerlendirmesi araştırma bulgularına benzer sonuçlar olarak değerlendirilebilir.

Araştırma kapsamında yer alan ölçek çalışması sonucu elde edilen bulgulara göre ortaya çıkan mekanların durumu boyutunu oluşturan maddelerden ikisi “Spor yaptığım alanlar, katılım için uygundur”, “Spor yaptığım alanların kalabalık olması spora katılımımı belirler” ifadeleridir. Bu ifadeler içerisinde yer alan “Spor yaptığım alanlar, katılım için uygundur” ifadesi araştırma grubunun %0,6’sı tarafından “Kesinlikle

katılmıyorum” biçiminde değerlendirilmiştir. “Spor yaptığım alanların kalabalık olması spora katılımımı belirler” ifadesine “Kesinlikle katılmıyorum” diyenlerin oranı ise %1,2’dir. Bu noktada bu bulguların mekanların durumu ve spor etkinliklerine katılım ile ilişkili literatüre paralel olduğu söylenebilir.

Spor katılımı ile ilgili yapılan bir diğer çalışmada ise, araştırmaya katılan bireylerin kendi evine yakın olan spor alanlarını ve merkezlerini tercih etmede pozitif etkiye sahip oldukları belirtilmektedir (Eyler vd., 2003, s. 1531). Araştırma kapsamında “Mesafe ve ulaşım olanakları spor faaliyetlerine katılımımı etkiler” ifadesini araştırma grubunun %0,8 oranında “Kesinlikle katılmıyorum” olarak değerlendirmesi araştırma bulgularına benzer sonuçlar olarak değerlendirilebilir.

Araştırma kapsamında uygulanan ölçek çalışması sonucunda Türk insanının spora katılım motivasyonunu etkileyen faktörlerden biri sosyal etkileşim olarak ortaya çıkmıştır. Sosyal etkileşim, sosyal anlayışın bir formu olarak tanımlanmaktadır (Krueger, 2010, s. 141). Özellikle teknolojik gelişmeler, küreselleşme ve kentleşme gibi unsurlar toplumsal hayatta sosyal anlayış üzerinde bir takım değişiklikler meydana getirmiştir. Bu değişimin toplumu oluşturan bireylerin günlük yaşantılarını da kaçınılmaz olarak etkilediği görülmektedir (Şahan, 2008, s. 13). Riesman (1977, s. 68)’ın sosyoloji literatüründe çığır açan *The Lonely Crowd* (Yalnız Kalabalıklar) isimli eserinde belirttiği gibi bireyin toplum yaşamı içerisinde tekilleşmesi, yalnızlaşması, saldırganlaşması gibi durumlar bu değişikliklerin günlük yaşam içerisinde oluşturduğu olumsuzluklardan bazılarıdır. Spor ve benzeri etkinlikler toplum yaşamı içerisindeki bu problemlerin çözüm noktasında ve sosyalleşme süreçlerinde bir alternatif olarak ortaya çıkmaktadır.

Uluğtekin (1991, s. 42), sosyalleşme sürecini “toplumun bir üyesi olma, diğer insanlarla birlikte yaşamayı öğrenme süreci” olarak tanımlamaktadır. Tan (1981, s. 35) ise sosyalleşme sürecini “bireyin başka bireylerle karşılıklı etkileşimi sonunda belli bir toplumun “yapma”, “duyma” ve “düşünme” biçimlerini öğrenmesi ve benimsemesi süreci” olarak ifade etmiştir. Bireyin öğrendiği bu bilgi ve değerler bireyi belli bir toplumun üyesi yapmakta ve aidiyet geliştirmesine yardımcı olmaktadır (Yetim, 2011, s. 213).

Araştırma kapsamında yer alan ölçek çalışması sonucu elde edilen bulgulara göre ortaya çıkan sosyal etkileşim boyutunu oluşturan maddelerden üçü “Spor etkinliklerine katılmak yeni çevreler edinmemi sağlar”, “Spor etkinliklerine katılmak bir gruba ait olmamı sağlar” ve “Spor etkinliklerinde arkadaşlarımla birlikte olmak spora katılım

durumumu etkiler” ifadeleridir. Bu ifadeler içerisinde yer alan “Spor etkinliklerine katılmak yeni çevreler edinmemi sağlar” ifadesi araştırma grubunun %3’ü tarafından “Kesinlikle katılmıyorum” biçiminde değerlendirilmiştir. “Spor etkinliklerine katılmak bir gruba ait olmamı sağlar” ifadesine “Kesinlikle katılmıyorum” diyenlerin oranı ise %3,4’dür. “Spor etkinliklerinde arkadaşlarımla birlikte olmak spora katılım durumumu etkiler” ifadesine ise “Kesinlikle katılmıyorum” diyenlerin oranı sadece %1,3’dür. Bu noktada bu bulguların sosyalleşme ve spor etkinliklerine katılım ile ilişkili literatüre paralel olduğu söylenebilir.

Holman ve Epperson (1989, s. 280), serbest zaman etkinliklerine katılımında bireyin hem ailesinden etkilendiğini hem de ailesini etkilediğini belirtmektedir. Bu kapsamda “Spor etkinliklerine katılan kişi ailesine örnek olur” ifadesini araştırma grubunun %1,2 oranında ve “Ailemi ve yakınlarımı düzenli spor etkinliklerine katılmaları konusunda uyarırım” ifadesini ise %2,3 oranında “Kesinlikle katılmıyorum” olarak değerlendirmesi Holman ve Epperson (1989, s. 280)’un araştırma bulgularına benzer sonuçlar olarak değerlendirilebilir.

Toplum yaşamı içerisinde spor; sağlık, eğlence, boş zaman etkinlikleri içine kolayca dahil olabilen, sadece yapan değil izleyicisi açısından da birçok boyutuyla popülerliğini sürdüren bir alandır. Bu anlamda hem aktif hem de pasif katılımcı için spor, günlük yaşam içerisinde bir sohbet konusu olduğu kadar itibar/saygınlık göstergesi olarak da ele alınabilir (Aydın ve Solmaz, 2012, s. 78). “Spor etkinliklerine saygınlık kazanmak için katılıyorum” maddesine araştırma grubunun %7 oranında ve “Spor etkinliklerinde popülerliğim artar” maddesine %8,4 oranında “Kesinlikle katılmıyorum” biçiminde yanıt vermesi eş bir bulgu olarak değerlendirilebilir.

Spora katılım profilinin oluşturulmasındaki faktörlerden dördüncüsü, psikolojik-rahatlama/stres değişkenidir. Günümüzde spor; fiziksel etkinlikler ve bu etkinlikler yoluyla, bireylerin serbest zamanların değerlendirilmesi, kendine güven, sosyalleşme ve dayanışma gibi ruhsal sağlığının gelişmesindeki rolü ile farklı bir anlam kazanmıştır (Arslan vd., 2012, s. 122). Depresyon, yalnızlık duygusu ve bu duygu sonucu ortaya çıkan olumsuzlukların üstesinden gelmek için farklı yöntemler kullanılmaktadır. Serbest zamanlarda spor faaliyetlerine katılım; bireylerarası iletişimin güçlendirilmesinden, stresle baş etmeye ve psikolojik sorunların engellenmesine kadar olumlu etkileri olduğu bilinmektedir (Baltaş ve Baltaş, 1995, s. 55; Müftüoğlu, 2003, s. 32; Uzuner ve Karagün, 2014, s. 109). Brown ve Siegel (1988, s. 349), yaptıkları araştırmada sporun stresle başa

çıkma da etkili bir faktör olduğunu ortaya koymuşlardır. Holmes ve Roth (1988, s. 470), yüksek düzeyde stres yaşayan öğrencilerde egzersizin kardiyovasküler aktiviteyi azaltarak stresli dönemlerde yardımcı bir faktör olarak işlev gördüğü bulunmuştur (Şahin vd., 2012, s. 377). Hatta sportif etkinlikler ile bireydeki saldırganlık düzeyinin en alt düzeye indirgeyerek, sosyal yönden kabul edilebilir duruma getirilebildiği belirtilmektedir (Corey, 2008, s. 72).

Rekreatif aktiviteler içerisinde sosyalleşmede istenen yönde etkili sonuç vermesi açısından önerilen spor ve fiziksel aktivitenin; beden sağlığı üzerindeki olumlu etkileri ile birlikte, ruh sağlığı açısından da yararları bilinmektedir. Spor aktiviteleri aracılığı ile bireylere; birlikte faaliyet yapabilme özelliği kazandırıldığı, bireylerin kazanma ve kaybetmeyi kabullenmeyi, paylaşmayı, yardımlaşmayı, başkalarının görüş ve düşüncelerine saygı göstermeyi öğrendikleri, kişilerin birlikte çalışmaları sonucunda da sosyal sorumluluk duygularının geliştiği, sosyal sorumluluk duygusunun gelişmesi sonucunda da toplumda sosyalleşme sürecinin sağlandığı belirtilmiştir (Şahan, 2008, s. 13).

Araştırma kapsamında yer alan ölçek çalışması sonucu elde edilen bulgulara göre ortaya çıkan psikolojik-rahatlama/stres boyutunu oluşturan maddelerden dördü “Spor etkinliklerine katılmam beni heyecanlandırır”, “Spor etkinliklerine katılım stres atmamı/rahatlamamı sağlar”, “Spor etkinliklerine katılım iş verimimi artırır” ve “Kalabalık grup içerisinde spor etkinliklerine katılmaktan çekinirim/utanırım” ifadeleridir. Bu ifadeler içerisinde yer alan “Spor etkinliklerine katılmam beni heyecanlandırır” ifadesi araştırma grubunun %36,5’i tarafından “Katılıyorum” şeklinde değerlendirilmiştir. “Spor etkinliklerine katılım stres atmamı/rahatlamamı sağlar” ifadesi ise %41 oranında “Katılıyorum” şeklinde, “Spor etkinliklerine katılım iş verimimi artırır” ifadesi ise %38,3’dür. “Kalabalık grup içerisinde spor etkinliklerine katılmaktan çekinirim/utanırım” ifadesini ise %18 oranında “Katılıyorum” olarak değerlendirmesi, bu bulguların psikolojik-rahatlama/stres boyutu ile ilişkili literatüre paralel olduğu söylenebilir.

Toplumunu oluşturan bireylerin doğaları gereği bir arada olma eğiliminde oldukları sürekli dile getirilir. Sosyalleşemeyen başkalarıyla bir arada olamayan bireylerin genel olarak negatif duygu; özellikle yalnızlık duygusu yaşayabilecekleri bilinir. Yalnızlıkla baş etmek ve sosyalleşme sağlanması açısından spor ve kültürel etkinlikler, doğal bir ortamda rahatlama sağlamanın yanında sosyalleşmeyi de sağlayan önemli araçlardır

(Uzuner ve Karagün, 2014, s. 111). Ölçek çalışması sonucu psikolojik-rahatlama/stres boyutunu oluşturan maddelerden “Boş zamanlarımı spor etkinlikleri ile geçirmek hoşuma gider” ifadesi ile %41 ile “Spor etkinliklerine katılımım, kendime güven duygumu geliştirir” %39,2 ile “Katılıyorum”, “Spor etkinliklerine katılım kişiyi monotonluktan kurtarır” %39,6 “Katılıyorum” biçiminde yanıt vermesi eş bir bulgu olarak değerlendirilebilir.

Araştırma kapsamında uygulanan ölçek çalışması sonucunda Türk insanının spora katılım motivasyonunu etkileyen boyutlardan biri ekonomik faktörler olarak ortaya çıkmıştır. Genel olarak spor endüstrisinin artan öneminin nedenlerinden birisi spor tüketimine ilişkin mal ve hizmet harcamalarının artmasıdır. Bireyler serbest zamanları değerlendirmek için gerek aktif gerekse pasif olarak sportif etkinliklere katılmakta, spor araç-gereçleri satın almakta, medya aracılığı ile spor olaylarını takip etmektedir (Li vd., 2001, s. 1). Tüketicilerin bütçeleri içinde spor ve sporla ilgili mal ve hizmetlerin artması dolaylı olarak endüstrinin daha da büyümesine yol açmaktadır.

Downward ve Riordan (2007, s. 522), Humphreys ve Ruseski (2007, s. 546), oluşturmuş oldukları literatür taramasında, aylık gelirin spora katılımı pozitif yönlü bir etkisinin olduğunu ortaya koymuşlardır. Ayrıca bu çalışmada uzun süreli spor faaliyetlerine katılım kişinin yıllık kazancının artmasına ve bireylerin sağlık durumlarının iyileştirilmesinde etkili olduğu tespit edilmiştir.

Toossi (2002, s. 12-22), Amerika’da tüketici harcamalarının kompozisyonu üzerine yapmış olduğu çalışmada; toplam 192 endüstri içerisinde en güçlü ve geleceği en parlak olarak görünen endüstri grubunun, spor endüstrisi olduğunu belirtmiştir. Bunun temel nedenlerinden biri “sağlıklı yaşam” ve “fiziksel aktivite/fitness” ilişkisidir. Fiziksel aktivite kişinin kendi yaşıyla ilgili olarak daha sağlıklı olmasına ve yaşam kalitesinin artmasına olanak sağlamaktadır.

Ruseski ve Maresova (2013, s. 51), 34 ülkeyi kapsayan araştırmalarında, bireylerin spor faaliyetlerine katılım profillerinin sosyo-ekonomik anlamda ele alınmış olduğunu, ve aktif ve pasif spor katılımı bireylerin boş zamanları ve gelir durumlarının katılımı doğrudan etkileyen en önemli değişkenler olduğunu belirtmişlerdir. Farrel ve Shields (2002, s. 349), İngiltere’de “Sağlık Araştırmaları” veri tabanından elde ettiği verileri kullanarak, yetişkinler için spor aktivitelerine aktif katılımı ekonomik ve demografik belirleyicilerinin neler olduğunu araştırmıştır. Araştırma bulguları incelendiğinde aktif spor katılımının hane halkı geliri ile pozitif ilişkide olduğu görülmektedir.

Araştırma kapsamında yer alan ölçek çalışması sonucu elde edilen bulgulara göre ortaya çıkan ekonomik faktörler boyutunu oluşturan maddelerden beşi “Spor etkinliklerinin pahalı olması katılım durumumu etkiler”, “Spor etkinliklerinde kullanılan ekipmanların pahalı olması katılım durumumu belirler”, “Spor etkinliklerine katılımda ekonomik durum önemlidir/belirleyicidir” ve “Maliyet gerektiren sporlar için bütçe ayırma gerekliliği spor etkinliklerine katılımımı olumsuz etkiler” ifadeleridir. Bu ifadeler içerisinde yer alan “Spor etkinliklerinin pahalı olması katılım durumumu etkiler” ifadesi araştırma grubunun %42,4’ü tarafından “Katılıyorum” biçiminde değerlendirilmiştir. “Spor etkinliklerinde kullanılan ekipmanların pahalı olması katılım durumumu belirler” ifadesine “Katılıyorum” diyenlerin oranı ise %40’dır. “Spor etkinliklerine katılımda bu tür aktivitelerin tüketici bütçesi için pahalı olması durumudur. Ekonomik durum önemlidir/belirleyicidir” ifadesi araştırma grubunun %42’si tarafından “Katılıyorum” biçiminde değerlendirilmiştir. “Maliyet gerektiren sporlar için bütçe ayırma gerekliliği spor etkinliklerine katılımımı olumsuz etkiler” ifadesine “Katılıyorum” diyenlerin oranı ise %41’dir.

Task ve Kesenne (2000, s. 353), Felemenk bir ailenin toplam harcamaları içinde spor ile ilgili harcamaların (üyelikler, giriş ücretleri, ders, ekipman, kıyafet, seyahat ve sosyal anlamda gerçekleşen diğer harcamaların) ortalama olarak %6,8 civarında olduğunu tespit etmiştir. Ölçek çalışması sonucu ekonomik faktörler boyutunu oluşturan maddelerden “Günlük hayatta sportif giyinmeyi tercih ederim.” ifadesi ile %35,1 “Katılıyorum”, biçiminde yanıt vermesi eş bir bulgu olarak değerlendirilebilir.

Özellikle internetin ve sosyal medya uygulamalarının toplum yaşamının her alanında etkisini göstermeye başlamasıyla beraber sportif etkinliklere pasif katılım biçimi yeni bir medya tüketimi ortaya çıkmıştır. Örneğin; Güney Afrika’da düzenlenen 2010 Dünya Kupası bir dakikalık kesintisiz izlenme göz önünde bulundurulduğunda yaklaşık olarak 3.2 milyar insana ulaşmıştır (Elçora, 2014). Spora pasif katılım ile ilgili bir başka örnek Formula 1 organizasyonu esas alınarak gösterilebilir. Verilere göre; 2011 yılında Formula 1 organizasyonunun televizyon izleyici sayısı 515 milyon kişiye ulaşmıştır (turkiyef1.com). Ölçek çalışması sonucu ekonomik faktörler boyutunu oluşturan maddelerden “Spor takımlarının tüm maçlarını televizyondan takip ederim” ifadesi ile %29,7 “Katılıyorum”, biçiminde yanıt vermesi eş bir bulgu olarak değerlendirilebilir.

Araştırma kapsamında uygulanan ölçek çalışması sonucunda Türk insanının spora katılım motivasyonunu etkileyen boyutlar deneyim ve heyecan arama değişkenidir.

Shoham (1998), bireylerin sportif etkinliklere katılma sebepleri arasında, günlük hayatın rutin yaşam şekline uzaklaşmaya imkan sağlayan etkinlikler olduğunu ifade etmiştir. Ayrıca bu araştırmada özellikle ekstrem spor branşlarında güdüleyici faktörün deneyim ve heyecan arama olduğunu vurgulamıştır. Zucherman (1979, s. 184), duygu aramanın alt boyutlarını inceleyen araştırmasında heyecan verici macerayı arama, heyecan aramayla ilgili arzular ve macera aktiviteleri olduğunu belirlemiştir.

Araştırma kapsamında yer alan ölçek çalışması sonucu elde edilen bulgulara göre ortaya çıkan deneyim ve heyecan arama faktörleri boyutunu oluşturan maddeler “Spor etkinlikleri bireysel yeteneklerin ortaya çıkmasını sağlar”, “Spor yaparken daha önce hiç denemediğim bir spor branşını denemek isterim”, “Spor etkinliklerinde heyecanı severim”, “Yeni ve farklı spor etkinliklerine katılmayı tercih ederim”, “Tanımadığım insanlarla spor etkinliklerine katılmaktan hoşlanırım”, “Spor etkinliklerinde rekabeti severim” ifadeleridir. Bu ifadeler içerisinde yer alan “Spor yaparken daha önce hiç denemediğim bir spor branşını denemek isterim” ifadesi ise araştırma grubunun %38’i tarafından “Katılıyorum” biçiminde değerlendirilmiştir.

“Spor etkinliklerinde heyecanı severim”, ifadesi araştırma grubunun %36’sı tarafından “Katılıyorum” biçiminde, “Spor etkinlikleri bireysel yeteneklerin ortaya çıkmasını sağlar” ifadesi araştırma grubunun %42’si tarafından “Katılıyorum” biçiminde değerlendirilmiştir. Rinehart ve Sydnor (2003, s. 3), gençlerin geleneksel spor branşlarından daha çok ekstrem spor branşlarını tercih ettiklerini belirtmişlerdir. Bunun nedenini ise ekstrem spor branşlarının kendi yetenek ve becerilerini diğer bireylere daha fazla gösterebildiği ortamlar olduğunu savunmaktadırlar.

“Yeni ve farklı spor etkinliklerine katılmayı tercih ederim”, ifadesi araştırma grubunun %36’sı tarafından “Katılıyorum” biçiminde, “Spor yaparken daha önce hiç denemediğim bir spor branşını denemek isterim” ifadesi araştırma grubunun %38’i tarafından “Katılıyorum” biçiminde, “Tanımadığım insanlarla spor etkinliklerine katılmaktan hoşlanırım” ifadesi araştırma grubunun %37,7’si tarafından “Katılıyorum” biçiminde, “Spor etkinliklerinde rekabeti severim” ifadesi araştırma grubunun %37,1’i tarafından “Katılıyorum” biçiminde değerlendirilmiştir. Zucherman (1979, s. 184), riskli spor branşları (paraşüt, delta kanat, dağ tırmanışı vb.) rekreasyonel aktiviteler aracılığı ile heyecan arama ile ilişkili olan istek olarak tanımlamaktadır.

Araştırma kapsamında uygulanan ölçek çalışması sonucunda Türk insanının spora katılımını etkileyen boyutlardan biri kültür değişkenidir. Kültür boyutunu oluşturan

maddeler “Spor etkinlikleri topluma faydalı bireyler yetiştirilmesinde önemlidir”, “İş yükümdeki fazlalık ve zaman yetersizliğim spor etkinliklerine katılımımı etkiler”, “Spor etkinlikleri için açılan yeni yerlerden/mekanlardan haberdar olmak spor katılımımı etkiler”, “Kültürel yapı spor etkinliklerine katılımımı etkiler”, “Çok genç yaşlarda spor etkinliklerine katılmamak ilerleyen yaşlarda spor etkinliklerine katılımı olumsuz etkiler” ifadeleridir. Farrel ve Shields (2002, s. 349), İngiltere’de “Sağlık Araştırmaları” veri tabanından elde ettiği verileri kullanarak, yetişkinler için spor aktivitelerine aktif katılımı ekonomik ve demografik belirleyicilerinin neler olduğunu araştırmıştır. Araştırma bulguları incelendiğinde aktif spor katılım düzeyinin, eğitim seviyesi ile doğru orantılı olarak arttığı belirtilmektedir. “Spor etkinlikleri topluma faydalı bireyler yetiştirilmesinde önemlidir” ifadesi araştırma grubunun %40’ı tarafından “Katılıyorum” biçiminde, “Kültürel yapı spor etkinliklerine katılımımı etkiler” ifadesi araştırma grubunun %37,8’i tarafından “Katılıyorum” biçiminde değerlendirilmiştir. Polonya’da 2010 yılında yapılan bir araştırmaya göre (Stravinski, 2010, s. 68), sportif etkinliklere katılımın artırılması devletin politikası olması gerektiğinin önemli olduğu belirtilmiştir. Aynı çalışmada, Polonya Hükümetinin spor etkinliklerine katılımında desteğinin arttırmak için var olan araç-gereçlerin yenilenmesi ve daha yenilerinin eklenmesi için bütçe artırımına gidildiğini tespit edilmiştir. Devletin özellikle spor etkinliklerine katılımı desteklemesinin ardındaki temel nedenlerin, bireylerin sağlık durumlarının iyileştirilmesi, sosyal iletişim yeteneğinin artması, eğitim hayatındaki başarısının yükselmesi ve ayrıca suç oranlarında azalması olarak sıralanmıştır.

## 5.2.Sonuç

Bu çalışmanın temel araştırma sorusu, Türkiye’de spora aktif ve pasif katılım durumunun hangi değişkenlerin açıkladığını ortaya koymaktır. Bu açıdan 9 farklı boyut üzerinden bir sınıflama yapılmış ve katılım durumunu belirleyen öğeler açıklanmıştır.

- Araştırma bulgularına bağlı olarak Türk halkının genel olarak düzenli spor yapmadığı, günlük ortalama 3-5 saat boş zamana sahip olmalarına rağmen aktif spor tüketimi gerçekleştirmedikleri ifade edilebilir. Boş zaman değerlendirme biçimlerine bakıldığında Türk halkının günlük yaşam içerisinde en fazla vakti bilgisayarda ve televizyon izleyerek geçirdikleri görülmektedir. Bunun temel nedeninin spora ilişkin toplumsal algı ve henüz davranışsal olarak yerleşmemiş spor kültürü olduğu düşünülebilir.



- Araştırma bulgularına bağlı olarak spora katılımı etkileyen faktörlerin, cinsiyete göre deneyim arama, heyecan arama ve kültür faktörleri içerisinde anlamlı farklılık göstermiştir. Anlamlı farklılığın olduğu faktörlerde erkeklerin ortalaması kadınlardan daha yüksektir. Yani erkekler spora hem aktif hem de pasif katılım açısından; kadınlara göre daha fazla katılım göstermektedirler. Bu farklılığın oluşmasını sağlayan nedenler; kadınların günlük yaşamda erkeklere göre daha fazla sorumluluk almaları ve kendilerine ilişkin boş zamanı yönetememeleri olarak düşünülebilir. Bu sorumluluklar; çocuk bakımı, aile içinde okul çağında çocukların olması ve kadınların ev işlerine fazla zaman harcamaları gereğidir.
- Spora katılımı etkileyen faktörlerin, medeni durumlarına göre bekar grubunda tüm boyutlarda anlamlı farklılık olduğu görülmektedir. Spor katılımını etkileyen faktörlerin belirlenmesinde sahip olunan hane halkı özelliklerinden evlilik statüsünün oldukça belirleyici olduğunu bilinmektedir. Spor katılımında, evlilerin evli olmayanlara göre daha az spor yaptığı, yaşam tarzına ilişkin öğelerin spora aktif ve pasif katılımı ve süresini oldukça önemli bir oranda belirlediği görülmüştür. Evli ve bekarlar arasında spora katılım farklılığının oluşmasının altında yatan temel nedenler; bekar bireylerin kendilerine ayıracakları boş zaman ve boş zaman aktivitelerinde daha özgür olmaları, gelir ve gelire bağlı zaman tahsisini kendileri yönetmeleri durumudur.
- Araştırma kapsamında yaş durumlarına göre anlamlı farklılığın 15-25 yaş aralığında tüm boyutlarda olduğu görülmektedir. Spor katılımını etkileyen faktörlerin belirlenmesinde yaşı daha genç olan bireylerin daha yaşlı bireylere oranla sportif etkinliklere daha fazla katılım eğiliminde olduğu görülmektedir. Genç bireylerin sportif katılımında; daha fazla boş zamanlarının olması, estetik açıdan daha fit ve sağlıklı görünmek istemeleri, yeni ve farklı spor branşlarını denemek istemeleri ve sporun kendileri için uygun ortamları yaratması bu oranın yüksek olmasının temel belirleyicisidir. Oysaki gelecek projeksiyonlar Türkiye'nin gelecek dönemlerde yaşlı bir nüfus popülasyonuna sahip olacağını göstermektedir. Bu nedenle yaşlı nüfusun sportif etkinliklere hem aktif hem de pasif olarak katılımının sağlanması kalkınma ve büyüme stratejileri açısından önemlidir.
- Spor katılımını etkileyen faktörlerin belirlenmesinde eğitim seviyesi daha yüksek olan (lise veya mesleki lise, iki veya üç yıllık yüksekokul, dört yıllık yüksekokul

veya fakülte, lisansüstü eğitim) bireylerin daha düşük veya eğitimsiz bireylere oranla sportif etkinliklere daha fazla katılım eğiliminde olduğu görülmektedir. Eğitim almış bireylerin sportif katılımında; fizyolojik olarak daha sağlıklı olma ve fit görünüm isteği, psikolojik anlamda rahatlama, sosyal ve kültürel gelişimin ön planda olmasından dolayı daha yüksek oranda katılım gösterdikleri görülmüştür. Ayrıca eğitim almış bireylerin sporun hem zihinsel hem de bedensel sağlık üzerinde etkilerinin olabileceğine ilişkin farkındalıklarının yüksek olması bu durumun belirleyicileri arasında yer alabilir. Eğitim seviyesi arttıkça spora olan katılımında arttığı belirlenmiştir.

- Spor katılımını etkileyen faktörlerin belirlenmesinde düzenli ücretli çalışanların, öğrencilerin ve serbest meslek sahibi kişilerin, işsiz ve düzenli işi olmayanlara oranla daha yüksek oranda katılım gösterdikleri görülmüştür. Genç öğrenci kitlesinin spora katılımında özellikle; heyecan arama, sosyal ve kültürel faaliyetlere yoğun ilgisinin spor talebini etkilediği belirlenmiştir. Düzenli çalışan bireylerin yoğun çalışma temposundan dolayı sportif etkinliklere katılmasını nedeni, psikolojik anlamda rahatlama isteği olarak düşünülebilir.
- Pasif katılımcı olarak en fazla talep edilen spor branşı futboldur. Futbolun gerek Türk medyasında gerek toplumsal yaşam içerisinde sahip olduğu pay, bu sonucun ortaya çıkmasının temel sebebi olarak ele alınabilir.
- Aktif katılımcı olarak en çok talep edilen spor branşı yürüyüştür. Yürüyüş etkinliğinin görece ekonomik olması, kullanılacak ekipmanın kolay ulaşılabilirliği ve çevresel şartlara kolay uyumlanabilir olması gibi etkenler bu branşın ön planda olmasının nedenleri olarak düşünülebilir.
- Türk insanının spora katılımını etkileyen faktörler; fizyolojik özellikler, mekânların durumu, sosyal etkileşim, psikolojik/rahatlama/stres, ekonomik faktörler, deneyim arama, katılım biçimi, heyecan arama ve kültür olarak belirlenmiştir.
- Türk insanı kültürel yapının ve özellikle çocukluk döneminde yaşanan spor deneyiminin ileriki yaşlarda spor yapma davranışını olumlu yönde etkilediğini düşünmektedir. Ayrıca yeni ve farklı spor dallarını denemenin spor yapma heyecanı yarattığı bir diğer sonuç olarak ifade edilebilir.
- Araştırma bulguları Türk halkının spor yapmayı hem bir sosyalleşme aracı hem de saygınlık kazandırıcı bir uğraş olarak değerlendirdiğini göstermektedir.

- Bu çalışma, çalışma örneklemini Türkiye olması ve farklı demografik ögelere sahip bir örneklemden hareket etmesi nedeniyle spora katılım profilinin tanımlanması açısından literatürde ilktir. Özellikle spora katılımında Türkiye’de bölgeler arası farklılıkların belirlenmesi çalışmanın daha sonra ki hedefleri arasında sayılabilir. Ayrıca bu çalışma spor ve rekreasyon ekonomisi, spor pazarlaması ve spor yönetimi gibi konularda akademik olarak çalışan ve araştırma yapan kimselere spor tüketiminin temel belirleyicilerini ortaya koyması açısından yeni bir bakış açısı sunacaktır.

### **5.3.Öneriler**

Spor ve rekreatif etkinliklere bireylerin doğrudan katılımı, hem zihinsel hem de fiziksel kapasitesini arttırmaktadır. Bu durum özellikle emek piyasası için beşeri sermaye stokunda meydana gelen artış ve emek verimliliğinin yükselmesinin nedenidir. Bu nedenle özellikle politika yapıcılara spora aktif katılım yaşının daha küçük yaşlara inmesi için alternatif politikalar önermeleri tavsiye edilebilir.

Alternatif olarak hem takım hem de bireysel sporların tanıtılması ve yaygınlaşması özellikle futbol branşı dışında spor branşlarının da talep edilmesinin önünü açacaktır. Bu nedenle hem bireysel hem de takım sporlarının; üniversiteler, gönüllü sivil toplum örgütleri ya da belediyeler kanalıyla tanıtılması ve yaygınlaştırılmasına yönelik alternatif stratejiler hazırlanmalıdır.

Sporun hem aktif hem de pasif talebinde öne çıkan değişkenler, araştırmada gruplandırılmış boyutlar düzeyinde incelenmiştir. Bu duruma göre kadınların özellikle spor yapmaları teşvik edilmelidir.

Yaşlanan nüfus Türkiye için önümüzdeki yıllarda önemli sorunlar arasında yer alacağından özellikle yaşlıların da alternatif spor branşlarına katılım desteklenmeli ve beden ve ruh sağlığı açısından sporun önemine ilişkin kamuoyu bilgilendirilmesine yönelik çalışmalar yapılmalıdır.

Spor endüstrisinin ekonomik olarak yarattığı GSMH katkısının belirlenebilmesi, spor endüstrisinin GSMH içindeki payının değerlendirilmesi açısından oldukça önemlidir. Bu nedenle endüstrinin tüm boyutlarına ilişkin olarak üretim, harcama ve gelir verilerinin tutulması ve paylaşılması konusunda TÜİK ve spor bakanlığına oldukça önemli sorumluluklar düşmektedir.

## KAYNAKÇA

- Adamson, B., and Wade, K. (1986). Predictors of Sport and Exercise Participation Among Health Science Students. *Australian Journal of Science and Medicine in Sport*, 18 (4), 3-10.
- Ağyar, E. ve Lapa, T. (2012). Rekreasyon Alanında Ülkemizde Kullanılan Ölçeklerin İncelenmesi. *Niğde Üniversitesi Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 6 (3), 3-14.
- Akkoyunlu, B., Orhan, F. ve Umay, A. (2005). Bilgisayar Öğretmenleri İçin “Bilgisayar Öğretmenliği Öz-Yeterlilik Ölçeği” Geliştirme Çalışması. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 29, 1-8.
- Akşar, T. (2014). *Dünya kupası para basacak*.
- Akşar, T. (2010). *Futbolun Ekonomi Politikası*. İstanbul: Literatür Yayıncılık.
- Alpar, R. (2010). *Spor, Sağlık ve Eğitim Bilimlerinden Örneklerle Uygulamalı İstatistik ve Geçerlik Güvenirlilik*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Altunçekiç, A., Yaman, S. ve Koray, Ö. (2005). Öğretmen Adaylarının Öz-Yeterlilik İnanç Düzeyleri ve Problem Çözme Becerileri Üzerine Bir Araştırma. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 13 (1), 93-102.
- Altunışık, R., Çoşkun, R., Yıldırım, E. ve Bayraktaroğlu, S. (2010). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri*. (6.Baskı). Sakarya: Sakarya Kitabevi.
- Andreff, W. (2000). L'evolution du Modele Europeen de Financement du Sport Professionnel. *Reflets et Perspectives XXXIX*, No, 2-3, s.171-192'den aktaran Devocioğlu, S. (2010). Cumhuriyetten Günümüze Türk Sporunda Ekonomi Politikaları ve Uygulamaları. Fırat Üniversitesi, Elazığ. *İkinci İktisat Tarihi Kongresi*, 24-25 Haziran.
- Argan, M. (2007). *Eğlence Pazarlaması*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Arslan, C., Güllü, M. ve Tural, V. (2012). Spor Yapan ve Yapmayan İlköğretim Öğrencilerinin Depresyon Durumlarının Bazı Değişkenlere Göre İncelenmesi. *Niğde Üniversitesi Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 5 (2), 120-132.

- Aydın, O. B., Solmaz, B. (2012). Popüler Kültür Ve Spor Merkezlerine Yönelik Bir Araştırma. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 1 (4), 67- 82.
- Balcı, A. (2005). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntem, Teknik ve İlkeleri (5. baskı)*. Ankara: Pegema Yayınevi.
- Baltaş, A. ve Baltas, Z. (1995). *Stres ve Başa Çıkma Yolları*. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- BBC Türkçe (2012). Rakamlarla Londra Olimpiyatları.
- Becker, G. A. (1965). Theory of the Allocation of Time. *The Economic Journal*, 493-513.
- Bıkmaz, F. H. (2004). Sınıf Öğretmenlerinin Fen Öğretiminde Öz Yeterlilik İnancı Ölçeğinin Geçerlilik ve Güvenirlilik Çalışması. *Milli Eğitim Dergisi*, 161.
- Bindak R. (2005). Tutum Ölçeklerine Madde Seçmede Kullanılan Tekniklerin Karşılaştırılması. *İnönü Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 6(10), 17-26.
- Bozdoğan, A. E. ve Öztürk, Ç. (2008). Coğrafya İle İlişkili Fen Konularının Öğretimine Yönelik Öz-Yeterlilik İnanç Ölçeğinin Geliştirilmesi. *Necatibey Eğitim Fakültesi Elektronik Fen ve Matematik Eğitimi Dergisi (EFMED)*, 2 (2), 66-81.
- Breuer, C. (2006). Sports Participation in Germany: Demo-Economic Model. *Sportwissenschaft-German J Sport Sci*, 36(3), 292–305.
- Brown, J. D. and Siegel, J. M. (1988). Exercise as A Buffer of Life Stress: A Prospective Study of Adolescent Health. *Health Psychology*, 7 (4), 341- 353.
- Böke, K. (Ed.).(2011). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri (3.baskı)*. İstanbul: Alfa Basım Yayım Dağıtım Ltd. Şti.
- Bülbül, Ş. (2006). Tanımlayıcı İstatistikler. İstanbul: Der Yayınları.
- Büyüköztürk, Ş. (2005). *Veri Analizi El Kitabı (5. Baskı)*. Ankara: Pegem yayınları.
- Büyüköztürk, Ş., Kılıç Çakmak, E., Akgün, Ö. E., Karadeniz, Ş. ve Demirel, F. (2012). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri (11. Baskı)*. Ankara: Pegem Akademi.
- Byers, T. and Slack, T. (2001). Strategic Decision-Making in Small Businesses Within the Leisure Industry. *Journal of Leisure Research*, 33 (2), 121-136.

- Cabinet Office (2002). Game Plan: A strategy for delivering Government's sport and physical activity objectives.
- Carmines, E.G. and Zeller, R.A. (1982). *Reliability and Validity Assessment* (5th printing). Beverly Hills: Sage Publications Inc.
- Carey, L. M. (1988). *Measuring and Evaluating School Learning*. London: Allyn and Bacon Inc.
- Castells, M. (2005). *Ağ Toplumunun Yükselişi: Enformasyon Çağı* (Çev: E. Kılıç). İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları
- Chodzko-Zajko, W. J. and Moore, K.A. (1994). Physical Fitness and Cognitive Functioning in Aging. in: Holloszy JO, ed. *Exercise and Sport Sciences Reviews*, 22, 195-220.
- Cohen, A. and Avrahami, A. (2005). Soccer Fans Motivation as A Predictor of Participation in Soccer-Related Activities: An Empirical Examination in Israel. *Social Behavior and Personality*, 33(5), 419-434.
- Cole, D. A. (1987). Utility of Confirmatory Factor Analysis in Test Validation Research. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 55, 584-594.
- Corey, G. (2008). *Psikolojik Danışma, Psikoterapi Kuram ve Uygulamaları* (Çev: T. Ergene). Ankara: Mentis Yayıncılık.
- Coşkun, N. (2013). *TÜİK'in Eğitim Verilerinde Çarpıcı Sonuçlar*. <http://www.hurriyet.com.tr/tuikin-egitim-verilerinde-carpici-sonuclar-23100775> (Erişim tarihi: 23.11.2016).
- Crawford, D., Jackson, E. and Godbey, G. (1991). A Hierarchical Model Of Leisure Constraints. *Leisure Sciences*, 13, 309-320.
- Dağtaş, E. ve Dağtaş, B. (2006). Tüketim Kültürü, Yaşam Tarzları, Boş Zamanlar ve Medya Üzerine Bir Literatür Taraması. *Eğitim Bilim Toplum Dergisi*, 4 (14), 5-30.
- Demsetz, H. (1997). The Firm in Economic Theory: A Quiet Revolution. *The American Economic Review*, 87 (2), 426-429.

- Downward, P. and Riordan, J. (2007). Social Interactions and The Demand for Sport: An Economic Analysis. *Contemp Econ Policy*, 25(4), 518–537.
- Downward, P., Dawson, A. and Dejonghe, T. (2009). *Sport Economics. Theory, Evidence And Policy*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Downward, P. and Rasciute, S. (2010). The Relative Demands for Sports and Leisure in England. *European Sport Management Quarterly*, 10 (2), 189–214.
- Dönmez, L. ve Karakoç, F. Y. (2014). Ölçek Geliştirme Çalışmalarında Temel İlkeler. *Tıp Eğitimi Dünyası Dergisi*, Mayıs 2014, 40, 39-49.
- Eberth, B. and Smith, D. M. (2010). Modelling The Participation Decision and Duration of Sporting Activity in Scotland. *Econ Model*, 27 (4), 822–834.
- Elçora, G. I. (2014). *Dünyanın en popüler spor organizasyonu FIFA dünya kupası 2014 başlıyor*.  
<http://blog.radikal.com.tr/spor/dunyanin-en-populer-spor-organizasyonu-fifa-dunya-kupasi-2014-basliyor-63084> (Erişim Tarihi: 14.06.2016).
- Elkington, S. and Stebbins, R. A. (2014). *The Serious Leisure Perspective: An Introduction*. London: Taylor & Francis.
- Ercan, İ. ve Kan, İ. (2004). Ölçeklerde Güvenirlilik ve Geçerlik. *Uludağ Üniversitesi Tıp Fakültesi Dergisi*, 30 (3), 211-216.
- Erdemli, A. (1996). *İnsan, Spor ve Olimpizm: Spor Felsefesi Yazıları*. İstanbul: Sarmal Yayınevi.
- Ereke, Ü. (2012). *Olimpiyat ateşi yayıncının cebini yakacak*.  
<http://www.milliyet.com.tr/Ekonomi/HaberDetay.aspx?aType=HaberDetayArsiv&ArticleID=1149082&Kategori=ekonomi&b=Olimpiyat%20atesi%20yayincini%20cebini%20yakacak> (Erişim Tarihi: 09.05.2016).
- Erkayhan, Ş. (2013). Küresel Yerel Ölçekte Ağ Kültürü ve Sosyal Medya. C. Bilgili ve G. Şener (Eds.), *Kültür, Kimlik, Siyaset* içinde (s. 15-38). İstanbul: Grafik Tasarım Yayıncılık.
- Eyler, A. A., Brownson, R. C., Bacak, S. J. and Housemann, R. A. (2003). The Epidemiology of Walking for Physical Activity in The United States. *Medicine & Science in Sports & Exercise*, 35 (9), 1529-1536.

- Farmer, R. J. (1992). *Surfing Motivations, Values and Culture*. Journal Sports Behaviour. 15 (3), 241-257, 1992. Aktaran: John, H., K., "Motivation and Emotion in Sport Reversal Theory", s. 49, Psychology Press, 1997
- Farrell, L. and Shields, M. A. (2002). Investigating The Economic and Demographic Determinants of Sporting Participation in England. *J. R. Statist. Soc. A.*, 165(2), 335–348.
- Gay, L. R. (1985). *Educational Evaluation and Measurement* (2nd edition). London: A Bell & Howell Company.
- Gill, D. L., Gross, J. B. and Huddleston, S. (1983). *Participation Motivation in Youth Sports*. *International Journal of Sport Psychology*. 1–14.
- Gillentine, A. (2012). *Encouraging A Paradigm Shift in Sport Management*. A. Gillentine, R.E. Baker ve J. Cuneen (Eds). *Critical Essays in Sport Management: Exploring and Achieving A Paradigm Shift içinde* (pp. 53-62). Scottsdale: Holcomb Hathaway.
- Gratton, C. and Taylor, P. (2000). *Economics of Sport and Recreation*. New York: Taylor & Francis.
- Gümüş, H., Alay, S. ve Karakılıç, M. (2015). Fiziksel Aktivite Mekânı Değerlendirme Ölçeği (FAMDÖ): Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması. *Hacettepe Spor Bilimleri Dergisi*, 26 (1), 1–8.
- Güran, T. (1990). *İktisat Tarihi*. İstanbul: Damla Ofset.
- Hinrichs, T., Trampisch, U., Burghaus, I., Endres, H., Klaaßen-Mielke, R., Moschny, A. and Platen, P. (2010). Correlates of Sport Participation Among Community-Dwelling Elderly People in Germany: A Cross-Sectional Study. *European RevAging PhysAct.*, 7, 105–115.
- Holman, T. B. and Epperson, A. (1989). Family and Leisure: A Review of the Literature with Research Recommendations. *Journal of Leisure Research*, 16 (4), 277-294.
- Holmes, D. S. and Roth, D. L. (1988). Effects of Aerobic Exercise Training and Relaxation Training On Cardiovascular Activity During Psychological Stress. *Journal of Psychosomatic Research*, 32 (4-5), 469-474.
- Humphreys, B. and Ruseski, J. (2007). Participation in Physical Activity and Government Spending On Parks and Recreation. *Contemporary Economic Policy*, 25(4), 538–552.



- IOC (2012). *Olympic Games Official Report: Vol:3*  
[http://www.olympic.org/Documents/Reports/Official%20Past%20Games%20Reports/Summer/ENG/2012-RO-S-London\\_V3\\_eng.pdf](http://www.olympic.org/Documents/Reports/Official%20Past%20Games%20Reports/Summer/ENG/2012-RO-S-London_V3_eng.pdf) (Erişim Tarihi: 25.04.2016)
- İlkin, A. (1973). *Endüstrileşme*. İstanbul: Ak Yayınları, Ak İktisat Ansiklopedisi, Cilt II, 427.
- Jackson, E. and Rucks, V. (1995). Negotiation of Leisure Constrains by Junior-High and High-School Students: An Exploratory Study. *Journal of Leisure Research*, 27 (1), 85-105.
- Kahle L., Shoham, R., Gregory, A. and Rose, M. (2004). *Sports Marketing and the Psychology of Marketing Communication*. Lawrence Erlbaum Associates, Publishers Mahwah, London: New Jersey.
- Karadeniz, C. (2005). Sosyal Bilgiler Öğretmen Adaylarının Coğrafya Alanına İlişkin Öz Yeterlik İnancı Ölçeğinin Geliştirilmesi: Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması. *Ondokuz Mayıs Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 20, 63-69.
- Karasar, N. (1999). *Bilimsel Araştırma Yöntemi* (9.Basım). Ankara: Anı yayıncılık.
- Karasar, N. (2005). Bilimsel araştırma yöntemi. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Katırcı, H. (2013). Spor Endüstrisi ve Ekonomisi. N. Çağlarırnak Uslu (Ed.), *Spor ekonomisi* içinde (s. 4). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Yayınları.
- Kesayak, B. (2015). *Uzay turizmi: Balonla ve roketle uzay yolculuğu*  
<http://www.kuark.org/2015/09/uzay-turizmi-balonla-ve-roketle-uzay-yolculugu/>  
(Erişim tarihi: 28.06.2016).
- Kırcaali, G.İ. (1997). *Sosyal bilimlerde araştırma yaklaşımları*. Eskişehir: Eskişehir Ekonomik ve Sosyal Araştırma Merkezi.
- Kiraz, E. (2003). Uygulama Öğretmeni Yeterlilik Ölçeği: Ölçü Aracı Geliştirme Örneği. *Türk Eğitim Bilimleri Dergisi*, 1(4), 387-398.
- Kline, R. B. (2005). *Principles and Practice of Structural Equation Modeling* (2nd Edition ed.). New York: The Guilford Press.
- Kocacık, F. (2003). Bilgi Toplumu ve Türkiye. *C.Ü. Sosyal Bilimler Dergisi*, 27 (1), 1-10.
- Köse, İ. A. ve Çıkrıkçı, N. D. (2007). Öğretmen Öz-Yeterlik Algısı Ölçeğinin Farklı Gruplarda Yapı Geçerliliğinin Sınanması. *16. Ulusal Eğitim Bilimleri Kongresi*, 5-7 Eylül 2007, Gaziosmanpaşa Üniversitesi Eğitim Fakültesi, Tokat.

- Krueger, J. (2010). Extended Cognition and The Space of Social Interaction. *Center for Subjectivity Research*, University of Copenhagen, Njalsgade, 140-142.
- Lapa, Y. T., Varol, R., Tuncel, E.F., Ağyar, E. ve Certel, Z. (2012). Belediye'ye Ait Park Alanlarını Sportif Amaçlı Kullanan Bireylerin Katılımlarının ve Beklentilerinin İncelenmesi: Bornova Örneği. *1. Rekreasyon Araştırmaları Kongresi*, Antalya, 851 – 865.
- Lera-López, F. and Rapún-Gárate, M. (2007). The Demand For Sport: Sport Consumption And Participation Models. *Journal of Sport Management*, 21, 103–122.
- Li, M., Hofacre, S. and Mahony, D. (2001). *Economics of Sport*. Morgantown: Fitness Information Technology.
- Li, M. and Eschenfelder, M. J. (2007). *Economics of Sport* (2nd edition). Morgantown: Fitness Information Technology.
- Malhan, S. ve Öksüz E. (2005). *Sağlığa Bağlı Yaşam Kalitesi Kalitemetri*. Ankara: Başkent Üniversitesi Yayınları.
- McLuan, M. and Powers, B. R. (2001). *Global Köy: 21. Yüzyılda Yeryüzü Yaşamında ve Medyada Meydana Gelecek Dönüşümler* (Çev: B. Öcal Düzgören). İstanbul: Scala Yayıncılık.
- Mclean, D. and Hurd, A. (2012). *Recreation and Leisure in Modern Society*. London: Jones & Bartlett Learning.
- Meek, A. (1997). An Estimate of the Size and Supported Economic Activity of the Sports Industry in The United States. *Sport Marketing Quarterly*, 6 (4), 15-21.
- Mintel (2004). *Sports Good Retailing UK*. London: Mintel Retail Intelligence.
- Mullin J. B., Hardy S. and Sutton A. W. (2000). *Sport Marketing*. Champaign: Human Kinetics.
- Müftüoğlu, O. (2003). *Yaşasın Hayat* (13. Baskı). İstanbul: Doğan Kitap.
- OECD (2014). *Better Life Index*.  
<http://www.oecdbetterlifeindex.org/> (Erişim Tarihi: 21.04.2016).
- Oh, S. and Caldwell, L. (2001). The Effects of Perceived Leisure Constraints Among Korean University Students. *Proceedings of the 2001 Northeastern Recreation Research Symposium*, New York, 183-187.
- Öncü, H. (1994). *Eğitimde Ölçme ve Değerlendirme*. Ankara: Matser Basım San. ve Tic. Ltd. Şti.

- Özkaya, B. (2010). Reklam Aracı Olarak Advergaming. *Marmara Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, 10 (2), 455-478.
- Pedersen, P. M. and Thibault, L. (2014). *Contemporary Sport Management* (5th edition). Champaign: Human Kinetics.
- Pitts, B. G., Fielding, L.W. ve Miller, L.K. (1994). Industry Segmentation Theory and The Sport Industry. Developing A Sport Industry Segment Model. *Sport Marketing Quarterly*, 3 (1), 15-24.
- Pitts, B. G. and Stotlar, D. K. (1996). *Fundamentals of Sport Marketing*. Morgantown: Fitness Information Technology.
- Pitts, B. G. and Stotlar, D. K. (2002). *Fundamentals of Sport Marketing* (2nd edition). Morgantown: Fitness Information Technology.
- Plunkett, J. W. (2014). *Plunkett's Sports Industry Almanac 2014: Sports Industry Market Research, Statistics, Trends & Leading Companies*. Houston: Plunkett Research.
- Popham, F. and Mitchell, R. (2006). Leisure Time Exercise And Personal Circumstances in The Working Age Population: Longitudinal Analysis Of The British Household Panel Survey. *J. Epidemiol Community Health*, 60, 270-274.
- Porter, M. (1985). *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. New York: The Free Press.
- Riesman, D. (1977). *The Lonely Crowd: A Study of the Changing American Character*. London: Yale University Press.
- Rinehart, R. and Sydnor, S. (2003). *To The Extreme: Alternative Sports, Inside and Out*. State University of New York Pres.
- Ruseski, J. and Maresova, K. (2013). Economic Freedom, Sport Policy And Individual Participation In Physical Activity: An International Comparison. *Contemporary Economic Policy*, ISSN 1465-7287 (32), No.1, 42–55.
- Schwarz, E. and Hunter, J. (2008). *Advanced Theory and Practice in Sport Marketing*. Oxford: Elsevier.
- Scully D., Kremer, J. and Meade, M. (1998). Physical Exercise and Psychological Well Being: A Critical Review. *Sports Med*, 32, 111–120.
- Sencer, M. ve Sencer, Y. (1978). *Toplumsal Araştırmalarda Yöntembilim*. Ankara: Doğan Basımevi.

- Shank, M.D. (1999). *Sport Marketing: A Strategic Perspective*. New Jersey: Prentice Hall.
- Shank, M.D. (2002). *Sport Marketing: A Strategic Perspective* (2nd edition). New Jersey: Prentice Hall.
- SIRC (2010). *Economic value in England 1985-2008*. Sheffield: Sport Industry Research Centre.
- Sotiriadou, K. (2009). The Australian Sport System and Its Stakeholders: Development of Cooperative Relationships. *Sport in society: Cultures, commerce, media, politics*, 12(7), 842-860.
- Sparks, J. N. (1963). Expository Notes on the Problem of Making Multiple Comparisons in a Completely Randomized Design. *Journal of Experimental Education*, 31, 343-349.
- State Chamber of Commerce (2003). *Economic Snapshot: Sport Industry in NSW*. Sydney: State Chamber of Commerce (NSW) – Advice, Opportunity, Advocacy.
- Strawinski, P. (2010). Economic Determinants of Sport Participation in Poland. *Rivista Di Diritto Ed Economia Dello Sport*, VI (3), 55-76.
- Stephoe, A., Kimbell, J. and Basford, P. (1998). Exercise and the Experience and Appraisal of Daily Stressors. A Naturalistic Study. *Journal of Behavioral Medicine*, 21(4), 363–374.
- Sümer, N. (2000). Yapısal Eşitlik Modelleri: Temel Kavramlar ve Örnek Uygulamalar. *Türk Psikoloji Yazıları*, 3(6), 49-74.
- Şahan, H. (2008). Üniversite Öğrencilerinin Sosyalleşme Sürecinde Spor Aktivitelerinin Rolü. *KMU İİBF Dergisi*, 10-15.
- Şahin, M., Yetim, A. A. ve Çelik, A. (2012). Psikolojik Sağlamlığın Gelişiminde Koruyucu Bir Faktör Olarak Spor ve Fiziksel Aktivite. 2. *Uluslararası Herkes için Spor Kongresi*, 5 (8), 373-380.
- Şeker, H., Deniz, S. ve Görgeç, İ. (2004). Öğretmen Yeterlikleri Ölçeği. *Milli Eğitim Dergisi*, 164, 105-118.
- Tan, M. (1981). *Toplum Bilimine Giriş*. Ankara: A.Ü.E.F., Yayın No: 97.
- Task, M. and Kesenne, S. (2000). The Economic Significance of Sport In Flanders. *Journal of Sport Management*, 14 (4), 342-365.
- Tavşancıl, E. (2002). *Tutumların Ölçülmesi ve SPSS ile Veri Analizi*. Ankara: Nobel Yayınevi.

- Tekin, H. (1977). *Eğitimde Ölçme ve Değerlendirme*. Ankara: Mars Matbaası.
- Tezbaşaran, A. (1997). *Likert Tipi Ölçek Geliştirme Kılavuzu*. Ankara: Türk Psikologlar Derneği Yayınları.
- Tholkes, B. (1998). Defining risk. *Camping Magazine*, 71(5), 24-27.
- Thompson, R. (2014). What is sportainment.  
<https://www.linkedin.com/pulse/20140812021351-22808560-what-is-sportainment>  
(Erişim tarihi: 08.04.2016)
- Thorndike, R. M., Cunningham, G.K., Thorndike, R.L. and Hagen, E.P. (1991). *Measurement and Evaluation in Psychology and Education* (5th edition). Macmillian Publishing Co.
- Tokgöz, O. (2015). *İletişim Kuramlarına Anlam Vermek: Başlangıcından Günümüze Anglo-Amerikan İletişim Kuramı*. Ankara: İmge Kitabevi
- Toossi, M. (2002). *Consumer Spending: An Engine For U.S. Job Growth, Montly Labor Rewiew*. Washington: U.S. Bureau of Labor Statistics.
- TÜİK (2015a). *Türkiye İstatistik Kurumu*, Ankara: Zaman Kullanım Araştırması.
- TÜİK (2015b). *Türkiye İstatistik Kurumu*, Ankara: İstatistiklerle Kadın.
- TÜİK (2015c). *Türkiye İstatistik Kurumu*, Ankara: Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi (ADNKS).
- TÜİK (2016). *Türkiye İstatistik Kurumu*. Ankara: İşgücü İstatistikleri.
- turkiyef1.com (2014). *Vettel'in üstünlüğü F1'e ilgiyi azalttı*.  
[http://turkiyef1.com/haberler/35720/-vettel-in-ustunlugu-f1-e-ilgiyi-azaltti-.html.html?fb\\_comment\\_id=1417044121875121\\_121599#f1738fdc29bf41c](http://turkiyef1.com/haberler/35720/-vettel-in-ustunlugu-f1-e-ilgiyi-azaltti-.html.html?fb_comment_id=1417044121875121_121599#f1738fdc29bf41c)  
(Erişim Tarihi: 14.06.2016).
- TÜRSAB (2015). *TÜRSAB Spor Turizmi Raporu*. İstanbul: Türkiye Seyahat Acentaları Birliği Raporları.
- Tütüncü, Ö., Aydın, İ., Küçükusta, D., Avcı, N., Taş, İ. (2011). Üniversite Öğrencilerinin Rekreasyon Faaliyetlerine Katılımını Etkileyen Unsurların Analizi, *Spor Bilimleri Dergisi Hacettepe J. of Sport Sciences*, 22 (2), 69–83.
- Uluğtekin, S. (1991). *Hükümlü Çocuk ve Yeniden Toplumsallaşma*. Ankara: Bizim Baro.
- Uras, S. (2015). *Türkiye'nin medeni durum haritası çıkarıldı*.  
<http://www.iha.com.tr/haber-turkiyenin-medeni-durum-haritasi-cikarildi-449125/> (Erişim tarihi: 23.11.2016).
- U. S. Bureau of Labor Statistics (2015). *Regional homepages*.

- <http://www.bls.gov/home.htm> (Erişim tarihi: 29.04.2016).
- Uzuner, E. ve Karagün, E. (2014). Rekreatif Amaçlı Spor Yapan Bireylerin Yalnızlık Düzeylerinin İncelenmesi. *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 27, 107 – 120.
- Wann, D., L. (1995). *Preliminary Validation of the Sport Fan Motivation Scale*. Nov95, 19 (4), 377-396.
- Wicker, P., Breuer, C. and Pawlowski, T. (2009). Promoting Sport for All to Age-Specific Target Groups: The Impact of Sport In Frastructure. *European Sport Management Quarterly*, 9 (2), 103–118.
- Xiong, H. (2007). The evolution of urban society and social changes in sports participation at the grassroots in China. *International Review for the Sociology of Sport*, 42 (4), 441–471.
- Yaman, H. (2003). The Effect of Sports to the Physiological Function in The Elderly. *Turkish Journal of Geriatrics*, 6 (4), 142-146.
- Yazıcıoğlu, Y. ve Erdoğan, S. (2004). *SPSS Uygulamalı Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Yetim, A. (2011). *Sosyoloji ve Spor*. Ankara: Berikan Matbaacılık-Yayıncılık.
- Yılmaz, H. ve Çavaş, P. H. (2007). Fen Öğrenimine Yönelik Motivasyon Ölçeğinin Geçerlik Ve Güvenirlik Çalışması. *İlköğretim Online*, 6 (3), 430-440.
- Yurdugül, H. (2005). Ölçek Geliştirme Çalışmalarında Kapsam Geçerliği için Kapsam Geçerlik İndekslerinin Kullanılması. *XIV. Ulusal Eğitim Bilimleri Kongresi*, Pamukkale Üniversitesi Eğitim Fakültesi, Denizli, 1-6.
- Zucherman, M. (1979). *Sensation Seeking and Risk Taking*. In C. E. Izard (Ed) *Emotions in Personality and Psychopatology*. New York: Plenum.
- http1.[http://sgm.gsb.gov.tr/Public/Edit/images/SGM/StratejiB%C3%BCt%C3%A7e/SGM\\_2014\\_Faaliyet\\_Raporu.pdf](http://sgm.gsb.gov.tr/Public/Edit/images/SGM/StratejiB%C3%BCt%C3%A7e/SGM_2014_Faaliyet_Raporu.pdf)).
- http2. [www.sgm.gsb.gov.tr](http://www.sgm.gsb.gov.tr)
- http3.<http://www.dunya.com/spor/dunya-kupasi-para-basacak-230574h.htm> (Erişim Tarihi: 06.05.2016).
- http4.[http://www.bbc.com/turkce/haberler/2012/07/120723\\_olympics\\_innumbers.shtml](http://www.bbc.com/turkce/haberler/2012/07/120723_olympics_innumbers.shtml) (Erişim tarihi: 13.04.2016)
- http5.[http://tblp.localknowledge.co.uk/Assets/3143/061\\_gameplan2002%5B1%5D.pdf](http://tblp.localknowledge.co.uk/Assets/3143/061_gameplan2002%5B1%5D.pdf) (Erişim tarihi: 10.05.11).

## **EKLER**

EK-1. Türkiye’de Spor Endüstrisi ve Spora Katılım Profiline Belirlenmesi Araştırması Anketi

### **TÜRKİYE’DE SPOR ENDÜSTRİSİ VE SPORA KATILIM PROFİLİNİN BELİRLENMESİ ARAŞTIRMASI**

#### **ANKET FORMU**

Değerli anket katılımcısı, bu çalışma Türkiye’de spor endüstrisi ve spora katılım profiline belirlenmesine yönelik bir ankettir. Bu anket sonucunda toplanacak veriler tamamen bilimsel amaçlı ve toplu olarak kullanılacaktır. Bu amaçla vereceğiniz cevapların doğruluğu araştırmanın tarafsızlığı ve bilimselliği için çok önemlidir. Ankete katılımınız tamamen gönüllülük esasına dayalı olup katılımızdan memnuniyet duyarız.

#### **Gizlilik Politikası**

Bu anketle toplanan tüm bilgiler tamamen gizli tutulacak olup ve üçüncü kişi ya da kurumlarla kesinlikle paylaşılmayacaktır. Bu anketten toplanan bütün veriler sadece araştırma amaçlı kullanılacaktır.

**Öğr. Görv. Mert ERKAN**

## ANKET FORMU

### HANE HALKI BİLGİLERİ

#### 1. Hane halkı nasıl bir yapıya sahiptir?

- 1- Tek kişilik hanehalkı 2- Tek ebeveynli hanehalkı 3- Çocuklu çiftlerden oluşan hanehalkı 4- Çocuksuz çiftlerden oluşan hanehalkı 5- Üç kuşağı içeren hanehalkı 6- Ev paylaşımı 7- Diğer .....

#### 2. Siz dahil hanenizin aylık ortalama net geliri nedir?

0 - 1.300 TL	
1.301 - 2.300 TL	
2.301 - 3.300 TL	
3.301 - 4.300 TL	
4.301 - 5.300 TL	
5.301 +	

#### 3. Sizece ailenizin ekonomik yapısı nasıldır?

1. Gelir gideri karşılamıyor 2- Gelir gidere eşit 3- Gelir giderden fazla

#### 4. Aşağıda yer alan harcamalara bütçenizden ayırdığınız aylık ortalama pay nedir? (% olarak)

	%
Ulaşım	
Sosyal aktiviteler (Sinema, tiyatro vb.)	
Eğitim	
Spor	
Gıda	
Barınma	
Diğer (Belirtiniz)	
.....	

#### 5. Yaşadığınız konutun mülkiyet durumu nedir?

- 1-Kira 2-Mülk sahibi 3-Lojman 4-Diğer.....

#### 6. Aşağıdaki spor ve sosyal aktivite alanlarından hangileri evinize yakın / mahallenizde bulunmaktadır?

	Mevcut durum			Türü		Statüsü		
	1-Var	2-Yok	3-Bilmiyorum	1-Açık	2-Kapalı	1-Özel	2-Kamu	3-Bilmiyorum
Yürüyüş alanı								
Aletli spor alanı								
Spor salonu								
Yüzme havuzu								
Halı saha alanı								
Futbol sahası								
Basket/Voleybol Sahası								
Tenis Alanı								
Sinema								
Tiyatro								
Diğer.....								

**Lütfen bir sonraki sayfaya geçiniz**



**7. Hanede yaşayan kişi sayısı kaçtır?**

- a) 0-14 Yaş:..... kişi  
b) 15-65 Yaş:...kişi  
c) 66+ yaş: .....kişi

**BİREY SORU FORMU**

**(15-65 yaş arasında olan her bir birey için ayrı ayrı doldurulacak)**

**DEMOGRAFİK BİLGİLER**

Birey No	Cinsiyeti 1.Kadın 2.Erkek	Yaş	Medeni Durumu 1.Bekar 2. Evli 3. Boşanmış 4. Eşi ölmüş	Eğitim Durumu	Çalışma Durumu
				1. Bir okul bitirmede 2. İlkokul 3. İlköğretim / Ortaokul veya mesleki ortaokul 4. Lise veya mesleki lise 5. İki veya üç yıllık yüksekokul 6. Dört yıllık yüksekokul veya fakülte 7. Yüksek lisans (Beş veya altı yıllık fakülteler dahil) 8.Doktora	1. Düzenli ücretli çalışan 2. Yevmiyeli(gündelik) çalışan 3. Mevsimsel çalışan 4. Çıracak, kursiyer ve stajyer (ücretli çalışanlar) 5. İşveren 6. Kendi hesabına çalışan 7. İşsiz 8.Ev hanımı 9-Öğrenci 10-Emekli 11- Diğer

**1- Rutin işleriniz dışında günde kendinize ayırabildiğiniz ortalama boş zaman ne kadardır?**

1- 0-2 saat 2- 3-5 saat 3- 6-8 4- 9+

**2- Her ay düzenli olarak spor yapıyor musunuz?**

1- Evet 2- Hayır

**3- 12 yaşına kadar en uzun süre yaşadığınız yer?**

1-İl merkezi 2-İlçe merkezi 3-Bucak-köy 4-Yurtdışı

Diğer (.....)

**4- Sigara kullanıyor musunuz?**

1- Hayır, hiç kullanmadım 2- Evet, kullanıyorum 3-İçiyordum bıraktım

**5- Kronik bir hastalığınız var mı?**

1- Evet ..... 2- Hayır

**6- A. Boyu (cm)..... B. Kilosu (Kg) .....**

**Lütfen bir sonraki sayfaya geçiniz**

## SPORTİF FAALİYETLERE KATILIM

7- Aşağıdaki sosyal aktivitelere katılma durumu ve sıklığını belirtiniz.

<u>Etkinlik</u>	<u>Sıklık</u>
	<b>0: Hiç</b> <b>1: Her gün</b> <b>2: Haftada birkaç gün</b> <b>3: Haftada bir</b> <b>4: Ayda bir; 5: Yılda bir</b>
1-TV izleme	
2-Kitap okuma	
3-Gazete/Dergi okuma	
4-Bilgisayarda vakit geçirme	
5-Tiyatroya gitme	
6-Sinemaya Gitme	
7-Konser/Sanat etkinliklerine katılma	
8-Sportif Faaliyetler	
9-Diğer.....	

8- Her hangi bir sporu yaparken/yapmak istediğinizde yanınızda kimlerin olmasını istersiniz? (Birden çok yanıt işaretlenebilir)

1-Hiç kimse 2- Tüm ailem 3-Eşim 4-Çocuklarım 5-Arkadaşlarım 6-Farketmez

9- Spor için tercih ettiğiniz mekanlar nerelerdir?

1- Açık hava, spor aleti olan parklar vb.	
2- Açık hava, yürüyüş veya koşuya uygun bir parkur	
3- Ev	
4- Üyelik sistemiyle çalışan bir spor salonu	
5- Yaptığım sporun gerektirdiği alanlar	
6- Diğer (Belirtiniz) .....	

10- Aşağıdaki aktivitelere katılım şeklinizi ve sıklığını belirtiniz.

<u>Etkinlik</u>	<u>Katılım Sıklığı: 0: Hiç 1: 2-3 Ayda bir 2: Ayda Bir 3: 1-2 Haftada bir 4: Hemen hemen her gün</u>
1- Koşu	
2-Yürüyüş	
3- Futbol	
4- Bisiklet	
5-Basketbol	
6- Voleybol	
7- Yüzme	
8- Savunma sporları (Judo, karate vb.)	
9- Tenis	
10-Step, aerobik, plates, fitness, yoga vb.	
11-Jimnastik	
12-Vücut geliştirme	
13-Su sporları (Kürek, yelken, sörf vb.)	
14- Bale/Dans/Halkoyunları etkinlikleri	
15- Kayak	

16-Buz pateni	
17-Buz hokeyi	
18-Binicilik	
19-Okçuluk	
20-Güreş	
21-Satranç	
22-Bilardo	
23-Masa Tenisi	
24-Diğer.....	

**11- En çok ilginizi çeken 3 sportif faaliyet hangisidir? 1-2-3 şeklinde sıralayınız (Bu soruyu yanıtlarken ilgili branşı yapıp/yapmadığınızı dikkate almayınız).**

<b><u>Etkinlik</u></b>	
1- Koşu	
2-Yürüyüş	
3- Futbol	
4- Bisiklet	
5-Basketbol	
6- Voleybol	
7- Yüzme	
8- Savunma sporları (Judo, karate vb.)	
9- Tenis	
10-Step, aerobik, plates, fitness, yoga vb.	
11-Kayak	
12-Vücut geliştirme	
13-Su sporları (Kürek, yelken, sörf vb.)	
14- Bale/Dans/Halkoyunları etkinlikleri	
15- Kayak	
16-Buz pateni	
17-Buz hokeyi	
18-Binicilik	
19-Okçuluk	
20-Güreş	
21-Satranç	
22-Bilardo	
23-Masa Tenisi	
24-Diğer.....	

**Lütfen bir sonraki sayfaya geçiniz**

**12- Aşağıdaki branşlara seyirci olarak katılım sıklığınızı belirtiniz.**

<b><u>Etkinlik</u></b>	<b>TV de en sık izlediğiniz 3 spor türünü 1-2-3 şeklinde sıralayınız</b>	<b>Stadyum veya salonlara giderek seyirci olarak katıldığımız 3 spor türünü 1-2-3 şeklinde sıralayınız</b>
1- Koşu		
2- Yürüyüş		
3- Futbol		
4- Bisiklet		
5- Basketbol		
6- Voleybol		
7- Yüzme		
8- Savunma sporları (Judo, karate vb.)		
9- Tenis		
10- Step, aerobik, pilates, fitness, yoga vb.		
11- Kayak		
12- Vücut geliştirme		
13- Su sporları (Kürek, yelken, sörf vb.)		
14- Bale/Dans/Halkoyunları etkinlikleri		
15- Kayak		
16- Buz pateni		
17- Buz hokeyi		
18- Binicilik		
19- Okçuluk		
20- Güreş		
21- Satranç		
22- Bilardo		
23- Masa Tenisi		
24- Diğer.....		

**13. Bir spor merkezine/spor ve sportif kurslara üye misiniz?**

1-Evet 2-Hayır

**14. Taraftarı olduğunuz takımın lisanslı ürünlerini satın alır mısınız?**

1-Evet 2-Hayır

**15. Aşağıdaki spor harcamalarına yıllık harcadığımız ortalama miktar ne kadardır? (tl)**

1- Spor merkezi	
2- Spor ve sportif kurslar	
3- Spor ekipmanları	
4- Diğer.....	

❖ Spor yapılmasının nedenlerine ve yararlarına ilişkin aşağıdaki önermelere lütfen katılım derecenizi belirtiniz.

Kesinlikle Katılıyorum = 5 Katılıyorum = 4 Kararsızım = 3 Katılmıyorum = 2 Kesinlikle Katılmıyorum = 1	Kesinlikle Katılıyorum	Katılıyorum	Kararsızım	Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum
<b>Fizyolojik Özellikler</b>					
1. Spor yapmak bedensel sağlığımı olumlu yönde etkiler.					
2. Spor yapmak enerjik hissetmemi sağlar.					
3. Vücut formumu korumak için spor yaparım.					
4. Spor etkinliklerine sağlık sorunlarımdan (Obezite, kireçlenme) dolayı katılırım.					
<b>Mekanların Durumu</b>					
5. Spor yaptığım alanlar, katılım için uygundur.					
6. Spor yaptığım tesislerin durumu, katılımımı etkiler.					
7. Spor yaptığım alanlar hijyen durumu spora katılımı belirler.					
8. Spor yaptığım alanların kalabalık olması spora katılımımı belirler.					
9. Spor tesisleri, araç-gereçleri spora katılımımda benim için önemlidir.					
10. Mesafe ve ulaşım olanakları spor faaliyetlerine katılımımı etkiler.					
<b>Sosyal Etkileşim</b>					
11. Spor etkinliklerinde arkadaşlarımla birlikte olmak spora katılım durumumu etkiler.					
12. Spor etkinliklerine saygınlık kazanmak için katılırım.					
13. Spor etkinliklerinde popülerliğim artar.					
14. Spor etkinliklerine katılmak yeni çevreler edinmemi sağlar.					
15. Spor etkinliklerine katılmak bir gruba ait olmamı sağlar					

16. Ailemi ve yakınlarımı düzenli spor etkinliklerine katılmaları konusunda uyarırım.					
17. Spor etkinliklerine katılan kişi ailesine örnek olur.					
<b>Psikolojik-Rahatlama/Stres</b>					
18. Spor etkinliklerine katılmam beni heyecanlandırır.					
19. Spor etkinliklerine katılım stres atmamı/rahatlamamı sağlar					
20. Boş zamanlarımı spor etkinlikleri ile geçirmek hoşuma gider.					
21. Spor etkinliklerine katılımım, kendime güven duygumu geliştirir.					
22. Spor etkinliklerine katılım kişiyi monotonluktan kurtarır.					
23. Spor etkinliklerine katılım iş verimimi artırır.					
24. Kalabalık grup içerisinde spor etkinliklerine katılmaktan çekinirim/ utanırım.					
25. Spor yaparken sakatlanma korkusu spor etkinliklerine katılımımı olumsuz etkiler.					
<b>Ekonomik Faktörler</b>					
26. Spor etkinliklerinin pahalı olması katılım durumumu etkiler					
27. Spor etkinliklerinde kullanılan ekipmanların pahalı olması katılım durumumu belirler.					
28. Spor etkinliklerine katılımımda ekonomik durum önemlidir/ belirleyicidir.					
29. Spor takımlarının tüm maçlarını televizyondan takip ederim.					
30. Günlük hayatta sportif giyinmeyi tercih ederim.					
31. Maliyet gerektiren sporlar için bütçe ayırma gerekliliği spor etkinliklerine katılımımı olumsuz etkiler.					
<b>Deneyim Arama</b>					
32. Spor etkinlikleri bireysel yeteneklerin ortaya çıkmasını sağlar.					

33. Spor yaparken daha önce hiç denemediğim bir spor branşını denemek isterim.					
<b>Katılım Biçimi</b>					
34. Daha çok takım sporları ile ilgili faaliyetleri tercih ederim.					
35. Spor etkinliklerine ailemle birlikte katılırım.					
36. İlgilendiğim spor branşını kişisel ilgilerime ve yeteneğime göre seçerim.					
37. Spor etkinliklerinde bireylerle birlikte zaman geçirmekten hoşlanırım.					
<b>Heyecan Arama</b>					
38. Spor etkinliklerinde heyecanı severim.					
39. Yeni ve farklı spor etkinliklerine katılmayı tercih ederim.					
40. Tanımadığım insanlarla spor etkinliklerine katılmaktan hoşlanırım.					
41. Spor etkinliklerinde rekabeti severim.					
<b>Kültür</b>					
42. Spor etkinlikleri topluma faydalı bireyler yetiştirilmesinde önemlidir.					
43. İş yükümdeki fazlalık ve zaman yetersizliğim spor etkinliklerine katılımımı etkiler.					
44. Spor etkinlikleri için açılan yeni yerlerden/ mekanlardan haberdar olmak spor katılımımı etkiler.					
45. Kültürel yapı spor etkinliklerine katılımımı etkiler.					
46. Çok genç yaşlarda spor etkinliklerine katılmamak ilerleyen yaşlarda spor etkinliklerine katılımı olumsuz etkiler.					

**Anketimiz bitmiştir. Katılımınız için teşekkür ederiz.**



## ANADOLU ÜNİVERSİTESİ ETİK KURULU KARARI

<b>ÇALIŞMANIN TÜRÜ:</b>	BAP Projesi
<b>KONU:</b>	Sosyal Bilimler
<b>BAŞLIK:</b>	Türkiye’de Spor Endüstrisi ve Spor Katılım Profilinin Belirlenmesi
<b>PROJE/TEZ YÜRÜTÜCÜSÜ:</b>	Doç. Dr. Nilgün ÇAĞLARIRMAK USLU
<b>TEZ YAZARI:</b>	-
<b>ALT KOMİSYON GÖRÜŞÜ:</b>	-
<b>KARAR:</b>	Olumlu

### ETİK KURUL ÜYELERİ

**Prof. Dr. Aydın AYBAR**  
Rektör Yardımcısı / Etik Kurul Başkanı

**Prof. Dr. Hayrettin TÜRK**  
Fen Bil.(Fen Fak.)

**Prof. Dr. Yusuf ÖZTÜRK**  
Sağlık Bil.(Ecz. Fak.)

**Prof. Dr. Coşkun BAYRAK (Yedek Üye)**  
Eğitim Bil. (Eğitim Fak.)

**Prof. Dr. Kemal YILDIRIM**  
Sos. Bil.(İkt. ve İd. Bil. Fak.)

**Doç. Dr. Münevver ÇAKI**  
Güz. San. (Güz. San. Fak.)

İMZA/ TARİH

26.02.2016

*(Handwritten signatures of the committee members)*



## ÖZGEÇMİŞ

Adı-Soyadı : Mert ERKAN  
Yabancı Dil : İngilizce  
Doğum Yeri ve Yılı : Kütahya / 1978  
E-Posta : [merkan@anadolu.edu.tr](mailto:merkan@anadolu.edu.tr)

### Eğitim ve Mesleki Geçmişi:

- 2002, Anadolu Üniversitesi, Beden Eğitimi ve Spor Anabilim dalı, Yüksek lisans
- 1998, Anadolu Üniversitesi, Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokulu, Lisans
- 1998, Öğretim Görevlisi, Anadolu Üniversitesi, Spor Bilimleri Fakültesi

### Yayınları ve Bilimsel Faaliyetleri:

- Yanardağ, M., Erkan, M., Yılmaz, İ., Arıcan, E., Düzkantar, A. (2015). Teaching Advance Movement Exploration Skills in Water to Children with Autism Spectrum Disorders. Research in Autism Spectrum Disorders, 9, 121-129.
- Erkan M., Sarıgöl, S., Kocaekşi S. (2015). Examination of State – Trait Anxiety Level In Terms of Gender of Swimmer Children Who are in Age Between 8-12 Before the Swimming Competition. 5th World Conference on Psychology, Counseling and Guidance.
- Uslu, A., Erkan, M. (2014). Turkey and Some European Countries Comparison of Physical Activity and Sport of Expenditure. Econworld, Prague.
- Erkan, M. (2014). The Relationship Between Perfectionism and Performance Failure at National Athletes. 19th Annual Congress of the European College of Sport Science. Procedia - Social and Behavioral Sciences. 81, 19.
- Kale, M., Erkan, M. (2013). Relationships of Freestyle Swimming Performance with Strength and Anaerobic Power-Capacity. European College of Sport Science.
- Yılmaz, İ., Birkan, B., Çamursoy, İ., Erkan, M. (2003). Using Constatnt Time Delay Procedure to Teach Aquatic Play Skills for Children with Autism. Research Quaterly for Exercise and Sport. 74, 82.

- Erkan, M. (2008). The Effects of Communication on Athletes' Performance in Team Sports. 71. Nys Ahperd Geleneksel Konferansı. ABD, Verona.
- Terekli, M. S., Katırcı, H., Heper, E. ve Erkan, M. (2000). Sporda Yönetim Anlayışı ve Çağdaş Spor Yönetimi, Hacettepe Üniversitesi Spor Bilimleri ve Teknolojisi Yüksekokulu Spor Bilimleri Derneği 6. Uluslararası Spor Bilimleri Kongresi, s. 215,
- Terekli, M. S., Katırcı H., Heper, E. ve Erkan, M. (2000). Spor Pazarlaması ve Spor Sponsorluğu. Marmara Üniversitesi 3. Uluslararası Spor Bilimleri Kongresi, s. 52.
- Terekli, M. S., Katırcı, H., Heper, E. ve Erkan, M. (2000). Spor Tüketicisine Ulaşmada Televizyonun Rolü. Marmara Üniversitesi 3. Uluslararası Spor Bilimleri Kongresi, s.50.
- Terekli, M. S., Katırcı, H., Heper, E. ve Erkan, M. (1999). Etkili Bir Takım Ortamının Geliştirilmesinde Antrenörün Önemi. 11. Balkan Spor Hekimliği Kongresi, 7. Türk Spor Hekimliği Kongresi, s. 71.
- Terekli, M. S., Katırcı, H., Heper, E. ve Erkan, M. (1999). Bayan Sporcuların Gelişmesinde Sosyo-Kültürel Etkenlerin Önemi. 11. Balkan Spor Hekimliği Kongresi, 7. Türk Spor Hekimliği Kongresi, s. 43.
- Terekli, M. S., Katırcı, H., ve Erkan, M. (1998). Spor Endüstrisi ve Sporda Pazarlama. Hacettepe Üniversitesi Spor Bilimleri ve Teknolojisi Yüksekokulu Spor Bilimleri Derneği 5. Uluslararası Spor Bilimleri Kongresi, s. 234-235.
- Terekli, M. S., Katırcı, H., Heper, E. ve Erkan, M. (2000). Serbest Zaman Endüstrisi İçerisinde Rekreasyon Sportu. Gazi Üniversitesi 1. Ulusal Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Kongresi, s. 146-152.
- Terekli, M. S., Katırcı, H., Heper, E. ve Erkan, M. (2000). Sporda Çağdaş Pazarlama Anlayışı. Gazi Üniversitesi 1. Ulusal Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Kongresi, s. 410-417.
- Terekli, M. S., Katırcı, H., Heper, E., Erkan, M. ve Aydın G. (1999). Okulöncesi Dönemde Çocuğun Benlik İmajının Gelişiminde Hareket Eğitiminin Önemi. Karadeniz Teknik Üniversitesi 8. Ulusal Eğitim Bilimleri Kongresi, s. 143.

- Erkan, M., Şimşek, K., Y., Beber, S., Terekli, M., S. (2002). Rekreatif etkinlik olarak sualtı sporuna katılımın arttırılmasında emniyetin önemi. III. Akdeniz Spor Bilimleri Kongresi, s. 107.

