

**SPOR ETKİNLİKLERİNDE
GÖNÜLLÜ MOTİVASYONU:
2011 AVRUPA GENÇLİK OLİMPİYATLARI
ÖRNEĞİ**

Serkan BERBER

Doktora Tezi

**SPOR ETKİNLİKLERİNDE
GÖNÜLLÜ MOTİVASYONU:
2011 AVRUPA GENÇLİK OLİMPİYATLARI
ÖRNEĞİ**

Serkan BERBER

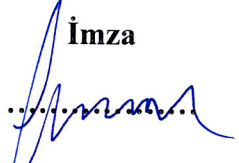

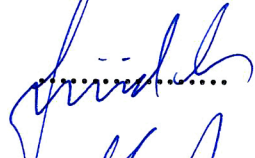

Doktora Tezi

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ
Sağlık Bilimleri Enstitüsü
Beden Eğitimi ve Spor Anabilim Dalı
Eskişehir, Temmuz 2015

Tez Danışmanı : Yard. Doç. Dr. Mustafa Serdar Terekli

Jüri ve Enstitü Onayı

Serkan Berber'in Spor Etkinliklerinde Gönüllü Motivasyonu : 2011 Trabzon Gençlik Olimpiyatları Örneği başlıklı, Beden Eğitimi ve Spor Anabilim Dalı'ndaki Doktora tezi, 10.07.2015 tarihinde, aşağıdaki jüri tarafından Anadolu Üniversitesi Lisansüstü Eğitim-Öğretim ve Sınav Yönetmeliğinin ilgili maddeleri uyarınca değerlendirilerek kabul edilmiştir.

	Adı-Soyadı	İmza
Üye (Tez Danışmanı)	Yrd. Doç. Dr. Serdar Terelbi Anadolu.....Üniversitesi	
Üye	Prof. Dr. Özcan Doğanlar Osmanlı.....Üniversitesi	
Üye	Prof. Dr. Ferruh Uztug Anadolu.....Üniversitesi	
Üye	Prof. Dr. Metin Argen Anadolu.....Üniversitesi	
Üye	Doç. Dr. Fıdvan Ekmekeci Pamukkale.....Üniversitesi	

Anadolu Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü Yönetim Kurulu'nun ..26.06.2015 tarih ve18..... sayılı kararıyla onaylanmıştır.

Sağlık Bilimleri Enstitüsü Müdürü



ÖZGEÇMİŞ

Bireysel Bilgiler

Adı ve soyadı : **Serkan BERBER**
Doğum tarihi ve yeri : 1979, Eskişehir
Uyuğu : T.C.
Medeni durumu : Berkar
İletişim adresleri : 0 222 221 35 64
:serkanberber82@gmail.com

Eğitim Durumu

İlköğretim : Eskişehir Osmangazi İlköğretim Okulu
Lise : Eskişehir Cumhuriyet Lisesi
Üniversite : Anadolu Üniversitesi
Beden Eğitimi ve Spor Yüksek Okulu
Beden Eğitimi ve Spor Öğretmenliği
Yüksek Lisans : Anadolu Üniversitesi
İletişim Bilimleri Fakóltesi
Reklamcılık ve Halkla İlişkiler ABD,2006
Yabancı Dil : İngilizce

Uluslararası Hakemli Dergilerde Yayınlanan Makaleler

Turco D. M., Papadimitrou D., Berber S., Athletes as tourists: Consumer Behaviour of Participants at the 2007 and 2009 World Universiade Games, Physical Culture and Sport, Studies and Research, 51, 78-85 (2011).

Berber S., Turco D. M., Globalisation and Women's Professional Basketball, International Journal of Sport Management, Recreation & Tourism, 8, 1-12 (2011).

Berber S., Turco D. M., Projected Consumer Impacts of Participants at the 2011 World Universiade Summer Games, Shenzhen, China, International Journal of Developmental Sport Management, 1(1), 221-227 (2011).

Ekmekci R., Berber S., Athletes as Event Tourists: Consumption Patterns of Participants at the University Games in Turkey, Ege Academic Review, 12, 122-128 (2012).

Ekmekci R., Berber S., Zaharia N., Turco D. M., Spectator Consumer Behaviours at the 2012 London Paralympic Games, Sport Management International Journal, 9(2), 55-59 (2013).

Uluslararası Bilimsel Toplantılarda Sunulan ve Bildiri Kitaplarında Basılan Bildiriler

Berber S., Ekmekci R., Kutlu Ö., The Usage of internet on Sports Marketing, 6th International Conference on Sports and Culture, 29-30 June, Athens, (2006).

Yılmaz İ., Berber S., A research about comparison of body image perceptions of beach volleyballers and triathlon athletes, 5th International Scientific Conference on Kinesiology, Zagreb, (2008).

Berber S., Ekmekci R., Examination of Marketing Activities on The Internet Web Sites of Basketball First Division Teams By Analytic Hierarchy Method, International Symposium on Computer Science in Sport, Canberra, 15-17 September, (2009).

Turco.D.M., Papadimitru. D., Berber. S., International Athletes As Tourists: Consumer Behaviours Of Participants At The 2007 And 2009 World Universiade Games, Sports, Tourism and Mega Events Summit, Johannesburg, 14-16 February, (2010).

Berber S., Ekmekci R., Athletes As Event Tourists: Consumption Patterns Of Participants At The 2010 University Games In Turkey, I. Congress on Sports Economics and Management, İzmir, 13-14 October, (2011).

Berber S., Turco D.M., Papadimitru D., Athletes As Event Tourists: Consumption Patterns Of Participants At The World Universiade Games 2007-2011, The Inaugural Sports & Events Tourism Exchange, Cape Town, 27-29 July, (2011).

Berber S., Turco D.M., Projected consumer impacts of participants at the 2011 World Universiade Summer Games, Shenzhen, Chine, 9th. International Conference of Sports Sciences and Physical Education, Mérida, 1-3 December, (2011).

Berber S., Moving People With Dragon Races, World Congress on Sports for All, Think Global - Move Local International Sports and Culture Association, Paris, 19 October, (2011).

Berber S., Turco D.M., Tınaz C., A Love Game? Tennis, Tourism and Turkey, 2nd Interdisciplinary Tourism Research Conference, Fethiye, 25 April, (2012).

Timchenko V., Kaiisheva K., Vladimir T., Turco D.M., Berber S., International Tennis Tournament: Customer Response, The XIIth International Scientific Conference, Management of the XXIst century: resources for business and education development, St. Petersburg, 190-195, 27-29 November, (2012).

Ongan S., Turco D.M., Berber S., Tınaz C., Facts, Figures and Research Results: The Economic Impact on Istanbul of Turkish airlines Euroleague Final Four, Future Sponsorship Conference, Istanbul, 28-30 November, (2012).

Tınaz C., Turco D.M., Berber S., End of the Road: Why Istanbul F1 Came to a Screeching Halt, 12. International Sports Sciences Congress, Denizli, 12 December, (2012).

Berber S., Turco D.M., Ongan.S., Tınaz C., Airball or slam dunk? Sports economy impacts from the 2012 Turkish Airlines Euroleague Basketball Final

Four, Asean University Sports Federation International Conference, Vientiane, 13-15 December, (2012).

Berber S., Turco D.M., Tinaz C., Effects Of The Wta Championships On Youth Tennis In Istanbul Year One, 20th EASM Conference, Aalborg, 21-23 September, (2012).

Ekmekci R., Berber S., Zaharia N., Turco D. M., Spectator Consumer Behaviours at the 2012 London Paralympic Games, Sports Marketing Associations Annual Conference, Albuquerque, 26-28 October, (2013).

Ekmekci R., Berber S., Turco D. M., Consumer Behaviors London 2012 Olympics, 6th Sports Business Symposium, Buenos Aires, 2-5 September, (2013).

Tinaz C., Turco D. M., Ongan S., Berber S., Measuring the Effectiveness of Marketing Communication Activations of Euroleague Final Four Istanbul 2012, Lupcon Center for Business Research European Marketing Conference, Frankfurt, 15-17 August, (2013).

Timchenko V., Turco D. M., Berber S., Kaiisheva K., Quality of the Sports Event Management Research, 14th International Symposium on Quality, Quality Against Recession, Rovinj, 16-18 March, (2013).

Tinaz C., Turco D.M., Berber S., Chapman Z., Effects Of An International Sport Event On Youth Sport Participation, An Assessment Of The Women's Tennis Association (WTA) Championships 2011-2012, 21st European Association of Sports Management Conference, Istanbul, 11-13 October, (2013).

ÖNSÖZ

Mega spor etkinlikleri 1990'lı yıllardan itibaren yalnızca profesyonel sporcuların mükemmellik ve başarı için rekabet ettiği ve ülkelerini temsil ettiği platformlar olmakla kalmamış, ev sahibi ülkelere ulusal kültür ve kimliklerini sunma ve tutundurma ile ilgili küresel çapta bir araç olma işlevi görmeye de başlamıştır.

Bununla birlikte Dünya Kupaları ve Olimpiyatlar gibi büyük ölçekli organizasyonları içeren mega spor etkinlikleri, geniş halk kitleleri tarafından da yoğun ilgiyle takip edilmekte, bu ilgi de toplumların yaşam standartlarının yükseltilmesi adına pek çok alanda önemli fırsatlar yaratmaktadır. Bu büyüklükteki spor etkinlikleri; kentsel yenilenme ve ekonomik açıdan gelişmeyle, turizm ve pazarlama gibi çeşitli alanlarda topluma önemli katkılar sağlayabilmektedir.

Bu bağlamda organize edilmesinin ve gerçekleştirilmesinin son derece önemli olduğu spor etkinliklerinde çalışan gücünün çok önemli bir kısmını oluşturan gönüllü çalışanlar üzerine yapılan bu çalışma, konu ile ilgili bilimsel alanda önemli katkılar sağlayacaktır. Ülkemiz özellikle son yıllarda büyük çaplı spor etkinliklerine ev sahipliği yapmıştır ve önümüzdeki yıllarda Olimpiyatlar, Avrupa Futbol ve Basketbol Şampiyonaları gibi bir çok farklı branşta etkinlik düzenlenmesi planlanmaktadır.

Bu konu ile ilgili bilimsel çalışmalar, gerçekleştirilen etkinlik sayısına oranla oldukça eksik kalmakta ve dolayısıyla ülkemizde gerçekleştirilen veya planlanan spor etkinliklerinde gönüllü yönetimi ile ilgili bilginin yetersizliği ile alan içerisinde çalışılmasını zorlaştırmaktadır. Bu noktada yapılan bu çalışma, spor etkinliklerinin gerçekleştirilmesinde karşılaşılan ekonomik zorlukların çözümüne farklı bir yaklaşım sunmasının yanı sıra, pek çok farklı başlıkta getirisi olan gönüllü yönetimi konusunda alan yazına da katkılar sağlayacağından, büyük önem taşımaktadır.

Bu amaç doğrultusunda ülkemizde gerçekleştirilen spor etkinliklerine gönüllü olarak katılan bireylerin bu davranışlarının arkasında yatan motivasyonel nedenleri ve bu nedenlerin spor etkinlikleri yönetimine olan etkisi, çalışma kapsamı içerisinde ortaya konulmaya çalışılmıştır.

Bu tez çalışmasında, araştırmanın teşviki, planlaması, yürütülmesi ve yazım aşamalarında yardım ve desteğini esirgemeyen, beni güdüleyen tez danışmanım Sayın Yard. Doç. Dr. M. Serdar Terekli'ye; tez izleme ve savunma jürilerinde bana bilgi ve tecrübeleri ile yol gösteren sayın Prof. Dr. Ferruh Uztuğ'a, Sayın Prof. Dr. Metin Arğan'a; araştırma verilerinin değerlendirilmesinde bana destek olan Sayın Yard. Doç. Dr. Çiğdem Giriftinoğlu; araştırmanın gerçekleştirildiği 2011 Trabzon Gençlik Olimpiyatları yöneticilerinden Türk Milli Olimpiyat Komitesi Genel Sekreteri Neşe Gündoğan'a; 2011 Trabzon Gençlik Olimpiyatları Gönüllü yöneticisi Öznur Çebi ve diğer yöneticilere; çok teşekkür ederim.

Serkan BERBER

SPOR ETKİNLİKLERİNDE GÖNÜLLÜ MOTİVASYONU

ÖZET

Bu tez çalışmasında, gerek dünya çapında, gerekse ülkemizde önemi her geçen gün artan “etkinlik yönetimi” kavramı ile özellikle spor etkinliklerinde görev alan gönüllülerin yönetimi konusu temel alınmıştır. Bu sayede, ilerleyen yıllarda gerçekleştirilmesi kesin ya da planlanan spor etkinliklerinin başarısına katkı sağlanması amaçlanmıştır. Spor etkinliklerinin başarısında önemli role sahip olan gönüllülerin hangi motivasyonel faktörler sonucunda etkinliklere katılmayı tercih ettikleri sorularının yanıtlarına cevap aranmıştır.

Bu amaçla, temel motivasyon kaynaklarını belirleyebilmek için, öncelikle Erzurum Üniversitesinde 2011 Kış Oyunlarında görev alan 108 gönüllü üzerinde bir pilot çalışma yapılmış, açıklayıcı faktör analizi kullanılarak, çalışmanın faktörleri belirlenmiştir. Bu sayede son halini alan anket formu, Trabzon 2011 Avrupa Gençlik Olimpiyatları’nda görev alan 540 gönüllüye uygulanarak, araştırmanın veri toplama ayağı gerçekleştirilmiştir. Elde edilen nicel verilerin analiz aşamasında ilk olarak gönüllülerin cinsiyet, yaş, eğitim ve medeni durum gibi demografik özellikleri betimleyici istatistikler yardımıyla ortaya konmuştur.

Daha sonra, çalışmanın gerçekleştirileceği etkinliğin özelliklerine uygun seçilen Gönüllü Motivasyonu Ölçeği ile demografik özellikler arasında anlamlı bir istatistiksel ilişkinin varlığı öncelikle ki-kare testi olmak üzere bağımsız örneklem t-Testi ve tek yönlü varyans analizi (One-way Anova) kullanılarak araştırılmıştır. Ayrıca, insanların spor etkinliklerine gönüllü olarak katılmasının ardındaki motivasyonların temelinde yatan boyutları belirlemek amacı ile de Açıklayıcı Faktör Analizi yapılmıştır. Bununla birlikte gözlem yöntemiyle elde edilen nitel veriler yorumlanarak, spor etkinliklerindeki gönüllü yönetiminin gerçekleşme süreci irdelenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Spor yönetimi, etkinlik yönetimi, gönüllü yönetimi, motivasyon

SPORTS EVENTS VOLUNTEER MOTIVATION

ABSTRACT

In this thesis, it has been concentrated on Event Management concept which has increasing importance both in Turkey and in global scale. Especially the volunteer management subject has been taken as a basis to this study. With the help of this thesis it has been aimed that the study will add value to the success of the big or smaller scale international sporting events which is on the process of planning or bidding for hosting the games in Turkey. It has been tried to find answers to the motivational factors which is effecting the volunteers to participate to the sporting events who has important role on the implementation of the sporting events.

For this purpose, to be able to identify the sources of basic motivation initially a pilot study has been done on Erzurum Universiade Games over 108 volunteered participant who got different roles during the games. After the pilot study the factors of the study has been clarified with using explanatory factor analysis. The survey tool which took the last version with this analysis has been given to 540 volunteers who took part in Trabzon 2011 European Youth Olympics on different positions and this way the data collection phase of the research has been done.

On the analysis phase of the quantitative data which is gathered through data collection firstly the sex, age, education and marital status demographics of the volunteers is focused with the help of clarifying statistical methods. After this phase, the meaningful relation existence has been searched between the volunteer motivation scale and the demographical characteristics of the sporting event considering the specialties with using Chi-square test, t-Test and variance analysis (One-way Anova). Furthermore, in order to determine the dimensions which lies on the base of the motivations of the volunteers that makes them to participate to sports events explanatory factor analysis has been done. Together with all these the data which has been gathered through observing method has been understood and the process of sports events volunteers management application.

Keywords: sports management, event management, volunteer management, motivation

İÇİNDEKİLER	SAYFA
ÖZGEÇMİŞ	i
ÖNSÖZ	iv
ÖZET	v
ABSTRACT	vi
İÇİNDEKİLER	vii
ÇİZELGELER DİZİNİ	x
ŞEKİLLER DİZİNİ	xii
GİRİŞ	1
SPOR ETKİNLİKLERİNDE GÖNÜLLÜ YÖNETİMİ VE MOTİVASYONU	3
SPOR ETKİNLİKLERİ ENDÜSTRİSİ	3
Spor Etkinliklerinin Tarihsel Gelişimi	3
Endüstrinin Büyüklüğü ve Önemi	4
SPOR ETKİNLİK TÜRLERİ	4
SPOR ETKİNLİKLERİNİN YÖNETİMİ	7
Etkinlik Planlaması	7
Yapı ve Fonksiyonlar	10
Etkinliklerin Ekonomik Boyutu	10
<i>Etkinliklerin Organizasyon Açısından Ekonomik Boyutu</i>	11
Etkinlik Pazarlaması ve Sponsorluklar	13
<i>Etkinlik Pazarlaması</i>	13
<i>Pazarlama İçin Doğru Etkinliğin Seçimi</i>	15
<i>Sponsorluklar</i>	16
<i>Sponsorluğa Karşılık Etkinlik Pazarlaması</i>	16
Halkla İlişkiler ve Tutundurma	16
Güvenlikle İlgili Unsurlar (Risk Yönetimi)	17
Gönüllü Yönetimi	18
<i>Ödüller</i>	19
<i>Özgür İrade Kavramı</i>	19
<i>Etkinlikten Elde Edilen Fayda</i>	19
<i>Organizasyon Yapısı</i>	19
<i>Katılım Seviyesi</i>	20
<i>Gönüllü Motivasyonu</i>	20

<i>Gönüllü Tatmini</i>	22
<i>Yaş, Cinsiyet ve Spora Katılım Faktörleri</i>	22
<i>Gönüllülerin Toplumun Gelişimi Üzerine Etkileri</i>	23
<i>Uluslararası Gönüllüler</i>	23
<i>Avrupa Gençlik ve Olimpiyat Oyunları</i>	24
ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ	25
ARAŞTIRMANIN KONUSU	25
ARAŞTIRMANIN ÖNEMİ	25
ARAŞTIRMANIN SINIRLILIKLARI	26
ARAŞTIRMANIN AMACI	26
<i>Araştırmanın Problemi</i>	26
<i>Araştırmanın Hipotezleri</i>	27
ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ	28
<i>Araştırmanın Modeli</i>	28
<i>Evren ve Örneklem</i>	28
<i>Veri Toplama Yöntemleri</i>	29
<i>Anketin Geçerliliği ve Güvenirliği</i>	29
<i>Ölçüm Düzeyleri</i>	30
<i>Veri Analiz Yöntemleri</i>	30
<i>Tanımlayıcı İstatistikler</i>	30
<i>Varyans Analizi (T-Testi ve ANOVA)</i>	30
<i>Açıklayıcı Faktör Analizi</i>	31
<i>Korelasyon Analizi</i>	32
BULGULAR VE YORUM	33
<i>Araştırma Kapsamında Gerçekleştirilen Tanımlayıcı İstatistikler</i>	33
<i>Gençlik Olimpiyatlarına Gönüllü Katılımcıların Demografik Özelliklerinin Tanımlayıcı İstatistikleri</i>	33
<i>Faktör Analizi Sonuçları</i>	35
<i>İç Tutarlılık (Cronbach Alpha) Sonuçları</i>	37
<i>Gönüllü Motivasyonu Faktörlerinin Diğer İnsanlarla Etkileşim İçine Girme Durumu Üzerine Etkisi</i>	38
<i>Gönüllü Motivasyonu Faktörlerinin Zamanı Değerlendirebilecek Başka Bir Etkinlik Olmaması Üzerine Etkisi</i>	38
<i>Gönüllü Motivasyonu Faktörlerinin Oyunlardaki Spor Dallarından</i>	39

Biriyle Bizzat İlgileniyor Olma Üzerine Etkisi	
Gönüllü Motivasyonu Faktörlerinin Bir Akraba veya Arkadaşın Gençlik Olimpiyatlarındaki Branşlardan Biriyle Aktif Olarak İlgileniyor Olması Üzerine Etkisi	39
Gençlik Olimpiyatları Gönüllü Katılımcılarının Demografik Özelliklerine Göre Her Bir Maddenin Anlamlılık Testi	40
<i>Katılımcıların Her Bir Maddeye Verdikleri Yanıtların Cinsiyete Göre Anlamlılık Testi</i>	40
<i>Katılımcıların Her Bir Maddeye Verdikleri Yanıtların Yaşa Göre Anlamlılık Testi</i>	41
<i>Katılımcıların Her Bir Maddeye Verdikleri Yanıtların Medeni Duruma Göre Anlamlılık Testi</i>	42
<i>Katılımcıların Her Bir Maddeye Verdikleri Yanıtların Eğitim Duruma Göre Anlamlılık Testi</i>	42
<i>Katılımcıların Her Bir Maddeye Verdikleri Yanıtların Gelir Duruma Göre Anlamlılık Testi</i>	43
<i>Katılımcıların Her Bir Maddeye Verdikleri Yanıtların Çalışılan Departmanlara Göre Anlamlılık Testi</i>	44
<i>Katılımcıların Her Bir Maddeye Verdikleri Yanıtların Aileden Gönüllü Olmasına Göre Anlamlılık Testi</i>	45
<i>Katılımcıların Her Bir Maddeye Verdikleri Yanıtların Arkadaşlarından Gönüllü Olmasına Göre Anlamlılık Testi</i>	46
<i>Katılımcıların Her Bir Maddeye Verdikleri Yanıtların Başka Etkinlikte Gönüllü Olmasına Göre Anlamlılık Testi</i>	47
Güvenilirlik Analizi	48
<i>Yapı Geçerliliği</i>	48
TARTIŞMA VE SONUÇ	60
Öneriler	64
Uygulayıcıya Yönelik Öneriler	64
İleri Araştırmalara Yönelik Öneriler	66
KAYNAKÇA	67

ÇİZELGELER DİZİNİ

ÇİZELGE NO VE ADI	Sayfa
Çizelge 1. Cinsiyetlere Göre Dağılım	33
Çizelge 2. Yaşlara Göre Dağılım	33
Çizelge 3. Medeni Durumlara Göre Dağılım	33
Çizelge 4. Eğitim Düzeylerine Göre Dağılım	34
Çizelge 5. Gönüllü Olarak Çalışılan Departmanlara Göre Dağılımı	34
Çizelge 6. 2011 Avrupa Gençlik Olimpiyatlarında Gönüllü Başka Bir Aile Ferdinin Bulunması Durumuna Göre Dağılımı	34
Çizelge 7. Avrupa Gençlik Olimpiyatlarında Gönüllü Bir Arkadaşın Olması Durumuna Göre Dağılımı	34
Çizelge 8. Gelir Durumlarına Göre Dağılımı	35
Çizelge 9. Daha Önce Başka Bir Spor Etkinliğinde Görev Alma Durumlarına Göre Dağılımı	35
Çizelge 10. KMO ve Bartlett Sonuçları	35
Çizelge 11. Gönüllü Motivasyonu Ölçeği Varyans Açıklama Tablosu	36
Çizelge 12. Gönüllü Motivasyonu Ölçeği Alt Boyutlarının Maddelerine İlişkin Faktör Yükleri	36
Çizelge 13. Gönüllü Motivasyonu Ölçeği Güvenirlik Analizi Sonucu	37
Çizelge 14. Gönüllü Motivasyonu Ölçeği Alt Boyutları Güvenirlik Analizi Sonuçları	37
Çizelge 15. Gönüllü motivasyonu faktörlerinin diğer insanlarla etkileşim içine girme durumu üzerine etkisi	38
Çizelge 16. Gönüllü motivasyonu faktörlerinin zamanı değerlendirebilecek başka bir etkinlik olmaması üzerine etkisi	38
Çizelge 17. Gönüllü motivasyonu faktörlerinin oyunlardaki spor dallarından biriyle bizzat ilgileniyor olma üzerine etkisi	39
Çizelge 18. Gönüllü motivasyonu faktörlerinin, bir akraba veya arkadaşın gençlik olimpiyatlarındaki branşlardan biriyle aktif olarak ilgileniyor olması üzerine etkisi	40
Çizelge 19. Her Bir maddeye verilen yanıtların Cinsiyete Göre Ki-Kare Testi Sonuçları	40
Çizelge 20. Her Bir maddeye verilen yanıtların Yaşa Göre Ki-Kare Testi Sonuçları	41
Çizelge 21. Her Bir maddeye verilen yanıtların Eğitim Durumuna Göre Ki-Kare Testi Sonuçları	42

Çizelge 22.	Her Bir maddeye verilen yanıtların Gelir Durumuna Göre Ki-Kare Testi Sonuçları	43
Çizelge 23.	Her Bir maddeye verilen yanıtların Çalışılan Departmana Göre Ki-Kare Testi Sonuçları	44
Çizelge 24.	Her Bir maddeye verilen yanıtların Aileden gönüllünün Olmasına Göre Ki-Kare Testi Sonuçları	45
Çizelge 25.	Her Bir maddeye verilen yanıtların Arkadaşlarından Gönüllünün Olmasına Göre Ki-Kare Testi Sonuçları	46
Çizelge 26.	Her Bir maddeye verilen yanıtların Başka Etkinlikte Gönüllü Olmasına Göre Ki-Kare Testi Sonuçları	47
Çizelge 27.	Gönüllü Motivasyonu Ölçeği Madde-Toplam Test Korelasyonları	49
Çizelge 28.	Erkekler ve Kadınlar Arasında Ölçek Ve Alt Boyutları Bakımından Farklılık Olup Olmadığının İncelenmesi (Bağımsız Örneklem T Testi)	49
Çizelge 29.	Farklı Yaş Gruplarındaki Kişiler Arasında Ölçek Ve Alt Boyutları Bakımından Farklılık Olup Olmadığının İncelenmesi (ANOVA)	50
Çizelge 30.	Farklı Gelir Gruplarındaki Kişiler Arasında Ölçek Ve Alt Boyutları Bakımından Farklılık Olup Olmadığının İncelenmesi (ANOVA)	52
Çizelge 31.	Farklı Eğitim Gruplarındaki Kişiler Arasında Ölçek Ve Alt Boyutları Bakımından Farklılık Olup Olmadığının İncelenmesi(Bağımsız Örneklem T Testi)	53
Çizelge 32.	Gönüllü Olarak Çalışanların Departmanları Arasında Ölçek Ve Alt Boyutları Bakımından Farklılık Olup Olmadığının İncelenmesi (ANOVA)	54
Çizelge 33.	Ailesinde Başka Gönüllü Olarak Çalışan Durumuna Göre Kişiler Arasında Ölçek Ve Alt Boyutları Bakımından Farklılık Olup Olmadığının İncelenmesi (Bağımsız Örneklem T Testi)	56
Çizelge 34.	Gönüllü Olarak Çalışan Arkadaş Durumuna Göre Kişiler Arasında Ölçek Ve Alt Boyutları Bakımından Farklılık Olup Olmadığının İncelenmesi (Bağımsız Örneklem T Testi)	57
Çizelge 35.	Başka Bir Etkinlikte Görev Yapma Durumuna Göre Kişiler Arasında Ölçek Ve Altı Boyutları Bakımından Farklılık Olmadığının İncelenmesi (Bağımsız Örneklem T Testi)	59

ŞEKİLLER DİZİNİ

ŞEKİL NO ve ADI	SAYFA
Şekil 1. Spor Etkinliklerinin Tanımlanması	5
Şekil 2. Etkinlik planlama süreci	8
Şekil 3. Major spor etkinliklerinin temel yapı ve fonksiyonları	10
Şekil 4. Etkinliklerin ekonomiye (kamu sektörüne) olan etkilerinin genel modellemesi	12
Şekil 5. Etkinlik Pazarlamasının, Pazarlama Karması İçindeki Rolü	15

GİRİŞ

İnsanların gönüllülük yapmaları ile ilgili motivasyonlarının neler olduğunu anlamak gönüllüler ile ilgili ortamlarda çalışan ya da bu konular üzerine araştırmalar yapan araştırmacıların ve akademisyenlerin ilgisini çekmektedir. Gönüllülük konusundaki alan yazında gönüllülük etkinliklerine katılan insanların motivasyonel itkilerinin altında yatan sebepleri anlamak gönüllük konusundaki önemli konulardan birisini oluşturmaktadır.

Bir insanı herhangi bir etkinlikte ya da organizasyonda gönüllülük davranışı içerisine girmeye neyin ittiği sorusu anlaşılması karmaşık bir sorudur. Bununla birlikte bu motivasyonların anlaşılması farklı sektörlerdeki etkinlikler ya da organizasyonlar için gönüllülerin özendirilmesi, işe koşulması ve daha sonraki etkinlikler için elde tutulması açısından büyük önem arz etmektedir.

Öncelikle organizasyonlar potansiyel gönüllüleri cezbetmek için motivasyonlar üzerine olan bilgileri gönüllülerin motivasyonel ihtiyaçlarını iyi bir şekilde karşılayabilmek için işe alım aşamalarında oluşturulan mesajlarda iyi bir şekilde kullanabilirler. Ayrıca ilk kez gönüllülük yapacak olan bireylerin motivasyonel ihtiyaçlarını değerlendirirken organizasyonlar gönüllülerin motivasyonel ihtiyaçlarını karşılayabilecekleri şekilde işlere yerleştirilmeleri konusunda etkili olabilirler. Son olarak da gönüllülerin motivasyonlarını iyi bir şekilde algılayarak organizasyonlar gönüllülerin motivasyonlarının karşılanması yoluyla gönüllülerin motivasyonlarının tatmin edilmesini sağlayabilirler.

Neden çok büyük rakamlarda insan toplulukları farklı sektörlerde, organizasyonlarda ve etkinliklerde gönüllülük olarak adlandırılan ücret karşılığında yapılmayan ve yardım etmeyi içeren aktivitelere katılmaktadır ana sorusunun bir alt başlığı olarak aynı konuyu spor etkinlikleri üzerinde de irdelemek gerekmektedir.

Birçok spor organizasyonu gönüllülerin desteği olmadan bir devamlılık sağlayamayacaktır. (Costa, Chalip, Green ve Simes, 2006).Spor ortamlarında diğer etkinlik alanlarında olduğundan farklı olarak gönüllülerin eşsiz bir şekilde oluşturdukları insan kaynağı konusu yabancı literatürde yeterince ele alınmıştır. (Chelladurai, 2006; Cuskelly, McIntyre ve Doherty, 1998, 2005, 2006; Doherty ve Carron, 2003; Elstad, 1997; Green ve Chalip, 1998).

Spor etkinliklerini düzenlemek sporcularla ilgilenmek ve rekabeti kontrol etmeye ilaveten pek çok aktiviteyi organize ve koordine etmeyi gerektirir. Spor etkinliklerini organize eden merciler için önemli konuların başında etkinliği sponsorlara ve seyircilere tutundurmak, park ve yiyecek vb ihtiyaçları karşılamak ve gönüllüler seçmek ve onları işe koşturmak yer alır. Gönüllü takımları pek çok irili ufaklı spor organizasyonunun ve etkinliğinin başarısında önemli bir rol oynamaktadır (Williams, Dossa ve Tompkins, 1995). Spor etkinliklerinin organizasyonunda yer alan organizatörlerin gönüllülerin gönüllülük deneyimlerinde yaşadıkları motivasyonlarını algılayabilmeleri gönüllüleri işe alım, görevlendirildikleri işte tutabilme ve günlük çalışmalar konularındaki yönetim ihtiyaçlarına etkili bir şekilde cevap verebilmeleri açısından hayati bir önem taşımaktadır.

Spor etkinlikleri genellikle etkinliğin sahnelenebilmesi için çok büyük rakamlara ulaşan gönüllü gruplarına ihtiyaç duymaktadır. Bu sebeple etkinlik yöneticileri gönüllülerin nasıl işe alınmaları konusunu anlayabilmelerinin yanında işe koşulan gönüllülerin işte tutulması konularını da kapsamlı bir şekilde anlamak durumundadır.

1996 Atlanta Olimpiyatları ve 2000 Sidney Olimpiyatları Olimpik ve Paralimpik oyunlar esnasında 40 000' den fazla gönüllüyle çalışılarak sahnelenmiştir (Moragas, Moreno ve Paniagua, 2000). Chalip (2000) Sidney Olimpiyatlarında gönüllü çalışanların ekonomik değerini 109 milyon Avustralya Doları olarak hesaplamıştır.

Büyük spor etkinliklerinin gerçekleştirilmesinde yardımları olan büyük rakamlarda gönüllülere ihtiyaç duyulması ve gönüllü çabalarıyla elde edilen ekonomik faydalar söz konusu olduğunda etkinlik organizatörlerinin spor etkinliklerinde yer alan gönüllülerin bu davranışlarına neyin sürüklediğinin altında yatan motivasyonları anlamaları gerekmektedir. Bu motivasyonların anlaşılması gönüllülerin işe seçilmesi ve işte tutulabilmesi ile ilgili stratejiler ile ilgili faydalı bilgiler sağlayacaktır.

Spor yöneticileri ve organizasyonları giderek artan şekilde spor hizmetlerini tüketiciye ulaştırabilmek için gönüllülere bağımlı hale gelmektedir (Beamish, 1985; Cuskelly ve ark.,1998; Getz, 1991; Green ve Chalip, 1998a, 2004; Williams ve ark., 1995).

Büyük ve mega spor etkinliklerinde olduğu gibi pek çok gençlik spor organizasyonlarında ve etkinlikleride çok büyük ölçüde gönüllü çalışanların çabalarına bağımlıdır. Gönüllüler organizasyonlara ve spor etkinliklerine paha değeri çok büyük rakamlarla ölçülemeyen zaman ve para tasarrufu katkısında bulunmaktadır ve bunun sonucunda birçok spor etkinliği ve organizasyonunun gönüllülerin yokluğunda gerçekleştirilemeyeceğini söylemek pek yanlış olmaz.

Gençlik Olimpiyat oyunları büyük rakamlarda gönüllüye ihtiyaç duyduğundan gönüllüler üzerine çalışma yapılması açısından iyi bir örnek oluşturmaktadır. Bu sebeple bu çalışma ülkemizde 2011 yılında Trabzon ilinde gerçekleştirilen Avrupa Gençlik Olimpiyat Oyunlarına katılan gönüllü bireylerin motivasyonları üzerine tasarlanmış ve gerçekleştirilmiştir.

SPOR ETKİNLİKLERİNDE GÖNÜLLÜ YÖNETİMİ VE MOTİVASYONU SPOR ETKİNLİKLERİ ENDÜSTRİSİ

Gelişen ve kürselleşen her dalda olduğu gibi önemli bir “endüstri dalı” olarak kabul edilen spor etkinliklerinin günümüzün modern dünyasında ulaştığı noktayı daha iyi kavrayabilmek için, bu olguyu tarihsel gelişim süreci içinde ele alarak incelemeye başlamak faydalı olacaktır. 21. yüzyılın dünyasında yerel boyuttaki etkinliklerden küresel çapta ilgi gören mega spor etkinliklerine kadar pek çok organizasyonun nasıl yapılandığı ya da içinde bulunulan topluma ne tür yararlar sağladığını incelemek gerekmektedir.

Bu farklı boyutlardaki faktörlerin, bundan binlerce yıl önce gerçekleştirilen ilk olimpiyat oyunları gibi etkinliklerle elde edilen temel faydalardan çok da farklı olmadığını görürüz (Masterman, 2004:7). Dolayısıyla bu etkinliklerin tarihsel süreç içindeki aşamalı gelişiminin ortaya konmasının, etkinliklerin boyut ve özelliklerinin daha iyi anlaşılmasına katkıda bulunacağı düşünülmektedir.

Spor Etkinliklerinin Tarihsel Gelişimi

Bir spor etkinliği olsun ya da olmasın, genel olarak etkinliklerin en önemli boyutu tam bir halk kutlaması şeklinde yaşanmasıdır. Spor etkinlikleri, tıpkı diğer etkinliklerde olduğu gibi genel değerleri ve sosyal grupların bağımsızlığını sembolize etmektedir ve toplumlar içinde ya da farklı toplumlar arasında bağları güçlendirdiği gibi, gerginlikleri de azalttığı öne sürülmektedir. Etkinlikler ve özellikle de spor etkinlikleri neredeyse insanlık tarihinin başlangıcından itibaren süregelen olgulardır. Spor etkinliklerinin tarihsel olarak gelişimine bakıldığında, genellikle dini inanışlarla bağlantılı olarak ve törensel halk kutlamaları şeklinde ortaya çıktığı görülmektedir. Bu konu ile ilgili en bilindik örnek M.Ö. 776 yılında gerçekleştirilmeye başlanan Antik Olimpiyat Oyunları’dır. Olimpiyat Oyunları yalnız halkın eğlenmesi için tasarlanmış olan spor etkinlikleri değil, aynı zamanda dinsel bir boyutu olan kutlamalar olarak da gerçekleştirilmiştir (Oldenboom, 2006:22).

Bununla birlikte 1994 Kış Oyunları’nın gerçekleştirildiği Norveç’te gerçekleştirilen arkeolojik çalışmalar sonucunda günümüzden 4 bin yıl öncesine ait olduğu tespit edilen ve spor yapan insanların betimlendiği mağara resimlerine rastlanmıştır. Aynı şekilde Mısır’da bulunan 2 bin yıllık anıtlarda da benzer gravürlere rastlanırken, bu buluntulardan hareketle insanların günümüzden binlerce yıl önce belirli kurallara uyarak ve özel üniformalar giyerek, yüzme ve boks gibi sporlar yaptıkları; müsabakalardan sonra da kazananların ödüllendirildiği belirlenmiştir. Buna ek olarak Homer’ın İlyada destanında da bir cenaze töreni esnasında, törenin bir parçası olarak atletizm müsabakalarının düzenlendiğine yer verilmektedir. Geleneksel anlamdaki olimpiyat oyunlarından modern olimpiyat oyunlarına geçişse 1896’da Atina’da gerçekleştirilen oyunlarla başlamış ve bu ilk modern olimpiyatın ardından etkinlikler savaş dönemleri hariç 4 yılda bir farklı ülkelerde gerçekleştirilerek bugünlere kadar gelmiştir (Masterman, 2004:7-8).

20. yüzyılın başlarında, spor kurallarının ve müsabakaların uluslar arası boyutlarda standartlaştırılması var olan yerel oyunları dünya çapında bir spor sistemine dönüştürmüştür. Bu küresel spor sisteminin bir özelliği, farklı sporların

dünya çapında, aynı ve standartlaştırılmış belli başlı bazı kurallara göre oynanması olmuştur. Yayılma sürecinde, ekonomik olarak başarılı ülkelerde ortaya çıkan spor branşları popüler hale gelmeye ve tüm dünyaya yayılmaya başlamıştır.

Olimpik sporların çoğunun İngiltere, A.B.D., Almanya ve Japonya gibi ekonomik açıdan güçlü olan ülkelere ortaya çıkması bu konuya verilebilecek en önemli örnektir. Bu sebeple birçok yazar, küresel spor sisteminin ortaya çıkmasının endüstrileşme ve modernleşme süreci ile doğrudan ilişkisi olduğunu öne sürmektedir (Guttman, 2002:12-13).

Geleneksel ve yerel düzeyde gerçekleştirilen spor müsabakalarından, modern uluslararası spor sistemine geçişin en önemli yansımaları kendini modern spor etkinliklerinde göstermektedir. Küresel boyuttaki uluslararası spor etkinliklerine olan ilgi de yerel boyutla sınırlı kalmamakta, küresel boyutta olmaktadır. Durum böyle olunca gösterilen ilgiyle doğru orantılı olarak bu etkinliklerin finansal çapları da büyümektedir. Uluslararası spor etkinliklerinin hakları spor federasyonları ve Uluslararası Olimpiyat Komitesi tarafından satın alınmakta ve kullanılmaktayken, gerçek anlamda geleneksel spor etkinliklerinin haklarının sahipliğinden söz etmekse mümkün değildir (Oldenboom, 2006:23).

Endüstrinin Büyüklüğü ve Önemi

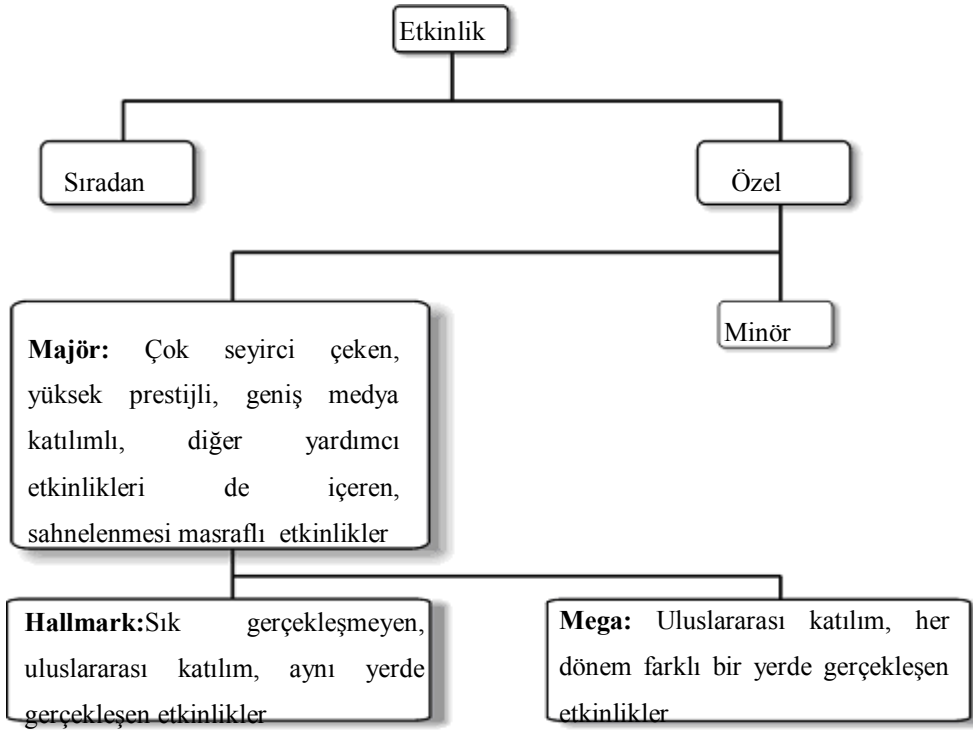
Masterman (2004:11-12), gerçekleştirildikleri topluma oldukça önemli katkıları olan etkinliklerin her geçen gün büyüyen boyutu ve etkileri, gün geçtikçe onlar üzerine daha fazla odaklanılmasına neden olduğunu belirtmiştir. Burada karşımıza çıkan iki boyut önemlidir:

- Sporun gelişimi ve
- Etkinliklerde spor sponsorluğu vb. yollarla elde edilen gelirlerin büyüklüğü.

Bu noktada daha çok insanın etkinlikleri izlemesinin uzun vadede spora fiilen katılım düzeyini önemli ölçüde artıracığı ve bu durumun da sporun gelişimine büyük katkılar sağlayacağı öne sürülmektedir. Bununla birlikte etkinlik yoluyla elde edilen gelirlerin organizasyonu da, etkinliklerin sürdürülebilirliğinin sağlanması açısından önemlidir. Büyük spor etkinliklerine spor sponsorluğu vb. yollarla destek sağlayan kuruluşların, bu desteklerinin karşılığını almaları durumunda sonraki etkinlikleri destekleme olasılıkları da daha güçlü olacaktır (Masterman, 2004:11-12).

SPOR ETKİNLİK TÜRLERİ

Alan yazında büyük ölçekli spor etkinliklerine yönelik olarak “Hallmark”, “Mega” ve “Major” gibi birbirinden farklı kavramlar kullanılmaktadır. Rofner, 2009 yılında gerçekleştirdiği ve spor etkinliklerindeki kritik başarı faktörlerini proje yönetimi perspektifiyle ele aldığı çalışmada, Jago ve Shaw’dan aktardığı bir modelle bu kavramlar arasındaki benzerlik ve de farklılıklara ışık tutmaya çalışmıştır (Şekil 1).



Şekil 1. Spor Etkinliklerinin Tanımlanması (Jago ve Shaw, 1998'den uyarlayan Rofner, 2009:20)

Rofner (2009:20)'ın uyarladığı modelde, etkinlikler en temelde sıradan/alelade (*ordinary*) ve özel olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. Özel etkinlikler kendi içinde *Majör* (ana/büyük) ve *Minör* (küçük) etkinlikler olarak farklılaşmaktadır. Buna göre *Majör* etkinlikler çok sayıda seyirci çeken, yüksek prestijli, geniş medya katılımı olan, diğer yardımcı etkinlikleri de içeren ve sahnelenmesi yani düzenlenmesi de oldukça masraflı olan etkinlikler olarak sınıflandırılmıştır.

Modelin devamında yer alan bölümdeyse *Majör* etkinliklerin de *Hallmark* ve *Mega* olmak üzere ikiye ayrıldığı görülmektedir (Rofner, 2009:20). Burada "*Hallmark*" kavramıyla anlatılmak istenen, sık gerçekleşmeyen, uluslararası katılımı da içeren ve *Wimbledon* Tenis Turnuvası gibi her yıl aynı yerde gerçekleşen etkinliklerdir.

Getz (1997:17)'e göre bu tür turnuvalarda organizasyonun gerçekleştirildiği şehir ya da ülkeyle spor etkinliğinin birbirinden ayrı düşünülmesi de imkansızdır. Son olarak *Mega* spor etkinlikleri kavramıyla yine uluslararası düzeyde katılımın olduğu, ancak organizasyonun düzenlendiği şehir ya da ülkenin her bir etkinlikte değiştiği Dünya Kupası ya da Olimpiyatlar gibi organizasyonlar işaret edilmektedir. *Major* spor etkinlikleri topluluklara canlılık getirmektedir. Etkinlikleri yerinde takip etmek için organizasyonun düzenlendiği ülkeye gelen ziyaretçilerin harcamalarından kaynaklanan önemli miktarlarda ekonomik gelirin bu durumun ilk göze çarpan olumlu sonucudur. Ayrıca bir ülkenin herhangi bir etkinliğe ev sahipliği yapması durumunda, etkinlikler için inşa edilen veya elden geçirilen sportif tesislerin yanı sıra, şehircilik ve çevre düzenlemeleri gibi birçok

alanda ülkenin altyapısının geliştirilmesi de yapılacak yatırımlarla mümkün olmaktadır.

Ayrıca Doherty (2009)'nin, Gratton ve Taylor ile Misener ve Mason'dan aktardığına göre, böyle bir etkinliğin düzenlenmesi ile birlikte gelen sermaye gelişimin topluma olan sosyal faydalarının da önemi büyüktür. Yazarlara göre bu sosyal faydalar ise artan topluluk imajı algısı vasıtasıyla gerçekleşmektedir.

Major spor etkinlikleri, toplumsal gururunun ifade edilebilmesi için uygun bir ortam yaratırken, aynı zamanda toplumun bunu yaşayabilmesi için bir araya gelmesini ve aynı amaç etrafında birleşebilmesini de sağlar. Bu durum göz önünde bulundurulduğunda, birçok kent yöneticisi sporun kentsel gelişim için önemli bir katalizör vazifesi gördüğünü kabul etmekte ve farklı çap ve büyüklüklerde spor etkinlikleri ile şehirlerini ziyaretçiler, turistler ve aynı zamanda şehir sakinleri için vitrine çıkartmak istemektedir (Doherty, 2009:186).

Baum ve Lockstone (2007)'a göre Roche, Mega etkinlikleri “kendileri kısa sürede gerçekleşen, fakat etkileri uzun vadeli olan etkinlikler” olarak tanımlamaktadır. Bu tanımlama şehirleri ve ülkeleri, Olimpiyat Oyunları ve Dünya Kupası gibi etkinliklere ev sahipliği yapmak için motive eden ekonomik, politik, sosyal ve kültürel gerekçelere dikkat çekmektedir. Bu etkinliklerse çoğu zaman devlet yönetimlerine bağlı olmayan, yani Uluslararası Olimpiyat Komitesi (IOC) ya da FIFA gibi uluslararası organizasyonlarca düzenlenmektedir.

Ulusal yönetimler ve onların bağlı oldukları mercilerse işbirlikçi olarak bu etkinliklerin organizasyonuna yardımcı olmaktadır. Ayrıca bu işbirlikçi/yardımcı unsurlara, mega spor etkinliklerin değişmez katılımcıları olan sponsorluk partnerlerini, yani büyük küresel şirketleri eklemek de kaçınılmazdır (Baum ve Lockstone, 2007:31). Emery (2002:317)'e göre major spor etkinlikleri şu özellikleri taşımaktadır:

- Net bir başlangıç ve bitiş noktası olması,
- Etkinliği oluşturan eylemlerin sabit ve kesinleşmiş tarihlerde yapılması,
- Düzenlendiği yerde bir kere düzenlenip tamamlanacak bir organizasyon olması,
- Büyük risklerin yanı sıra birçok fırsatı da içermesi.

Mega spor etkinlikleri düzenlendiği şehrin kentsel altyapısının büyük ölçüde gelişmesi ve hatta yenilenmesinin yanı sıra; artan uluslararası ün, buna bağlı olarak artan turist sayısı ve bunlarla ilgili uzun vadeli sosyolojik ve ekonomik yararlar açısından, düzenlendiği şehir ve ülkeye önemli getiriler sağlamaktadır. Bu nedenle Mega etkinliklere ev sahipliği yapabilmek için yaşanan adaylık süreci de oldukça karmaşık bir şekilde gerçekleşirken, yer yer politik manevra ve çekişmelere de sahne olmaktadır. Yine de tüm bu zorluklarına ve etkinliği düzenlemek için gereken önemli miktarda yatırım maliyetine rağmen, bu etkinliklerin uzun vadedeki getirileri göz önüne alındığında etkinliği düzenleyen bölgeler için oldukça yararlı olduğu düşünülmektedir (Baum ve Lockstone, 2007: 31).

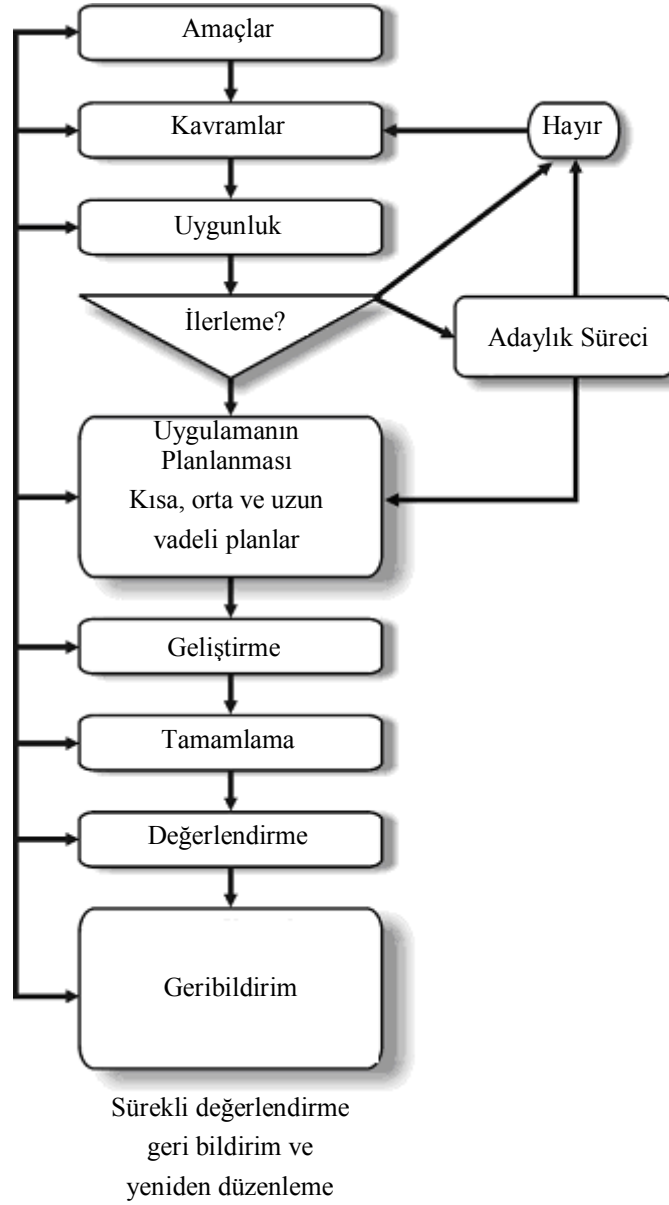
SPOR ETKİNLİKLERİNİN YÖNETİMİ

Ülkeler ya da şehirler için gerek Olimpiyatlar gibi büyük uluslararası etkinliklere, gerekse belirli bir spor dalını ilgilendiren daha küçük boyuttaki spor etkinliklerine ev sahipliği yapmanın önemi her geçen gün daha fazla artmaktadır. Etkinliğin gerçekleştirilmesi aşamasında etkinlikle bağlantılı olarak yaratılan ek istihdam fırsatları ve turizm sektöründe yaşanan gelir artışı gibi uzun vadeli sonuçları da olabilecek fırsatlar, yerel ekonomi ve çevre için kayda değer getiriler sağlayabilmektedir.

Bu boyutuyla spor etkinlikleri, daha önce de ifade edildiği gibi kendileri kısa da sürebilen, fakat getirileri uzun vadeli olan önemli birer gelişim projesi olarak da düşünülebilir. Bundan dolayı bu etkinliklerin planlama ve organize etme süreçleri farklı katılımcı grupların birbirinden farklı görevleri üstlendiği ve eşgüdüm içerisinde yönetilmesi gereken karmaşık bir süreç şeklinde karşımıza çıkmaktadır (Rofner, 2009:8). Alan yazın incelendiğinde spor etkinliklerinin yönetimindeki ana süreçlerin aşağıdaki ana başlıklar altında ele alındığı görülmektedir.

Etkinlik Planlaması

Andrea Rofner, 2009 yılında gerçekleştirdiği ve spor etkinliklerinde kritik başarı faktörlerini proje yönetimi bağlamında ortaya koymayı amaçladığı çalışmasında spor etkinliklerinin planlanması sürecini Şekil 2’de gösterildiği gibi ele almıştır.



Şekil 2. Etkinlik planlama süreci (Mastermann, 2004'ten uyarlayan Rofner, 2009:21)

Bu sürecin aşamaları ise şöyledir:

- **Amaçlar**

Başarılı bir spor etkinliği gerçekleştirmenin ilk unsuru etkinlikle ulaşılması hedeflenen amaçların planlama aşamasında net bir şekilde belirlenebilmesidir. Bu bağlamda başarılı etkinlikler için amaçların yanı sıra vizyon ve hedeflerin de ortaya konması, bu yapılırken de iç ve dış çevrenin iyi bir biçimde gözlemlenmesi gerekmektedir.

Ana paydaşların belirlenmesi (katılımcılar, tedarikçiler, yatırımcılar ve personel) bu aşamada önemli bir rol oynamaktadır. Ayrıca bu aşamada “Bu etkinliğin gerçekleştirilmesinin ana nedeni nedir?”, “Etkinlikle hangi hedeflere ulaşılmalıdır?” ve “Etkinlik kimlere nasıl ve ne gibi faydalar sağlayacaktır?” gibi soruların yanıtlarının bulunması önemlidir (Rofner, 2009:21-23).

- **Kavramlar**

Bu aşamada yanıtlanması gereken en önemli soru etkinliğin dışarıdan nasıl görüldüğünün belirlenebilmesidir. Bu durum özellikle ‘hallmark’ olarak adlandırılan etkinliklerini uygulama aşamasında önemli bir sorudur. Çünkü bu özel durum için inşa edilen tesisler (örneğin yeni bir futbol stadyumu) etkinlik bittikten sonra da kullanılabilir olmalıdır. Buna göre her yeni tesis sonraki kullanımlar ile ilgili planlamalar yapılmaksızın inşa edildiğinde, sadece geçici bir kullanım için inşa edilmiş olur ve bir noktadan sonra bu yatırım ölü bir yatırım olarak değerlendirilir (Emery, 2002:317).

- **Uygunluk (Fizibilite)**

Rofner (2009:21-23), bu aşamanın etkinlik planlama sürecinin en önemli aşamalarından biri olduğunu belirtmektedir. Bu aşamada bir fiyat ve yarar değerlendirmesi yapılmalı, bir başka ifadeyle etkinliğin maliyetiyle olası getirileri gerçekçi bir şekilde analiz edilip tutarlı hedefler ortaya konmalıdır. Böylece etkinliğin gerçekleştirilmesi için gerekli olan yatırım miktarı açık bir biçimde ortaya konurken, etkinliğin yaratacağı potansiyel faydanın da netleştirilmesiyle etkinlik için paydaş (yatırımcı) desteği alınması kolaylaştırılmalıdır. Bu aşamada aşağıdaki boyutların ortaya konması önemlidir:

- ✚ Kısa/uzun vadeli hedeflere zamanında ulaşılmasından kimler sorumludur?
- ✚ Gerekli kaynaklar nelerdir?
- ✚ Etkinlik uygulaması, yönetimi ve değerlendirmesi ile ilgili gereklilikler ve bunun zamanlaması nasıldır?

- **Uygulamanın Planlanması**

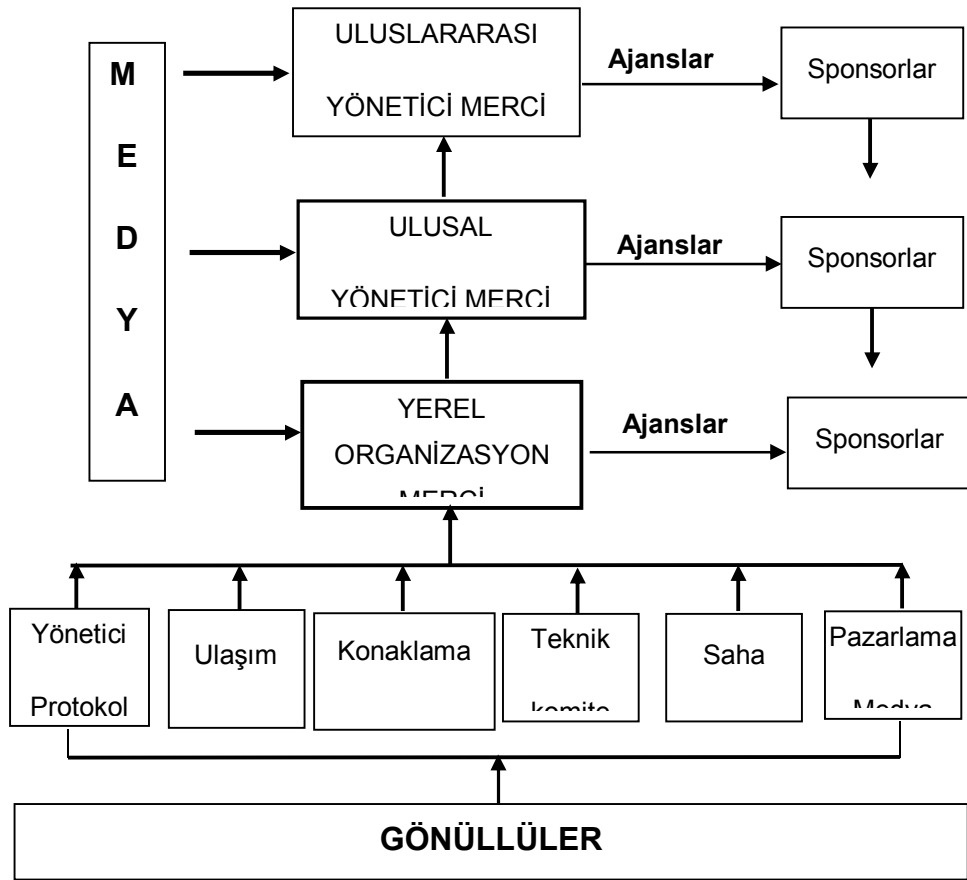
Bu aşama etkinlik amaçlarını gerçekleştirebilmek için kullanılacak stratejiler ile gelecekteki olasılıklarla ilgilidir ve bazı noktalara kısa ve uzun vadeli olarak odaklanılması gerekir. Böylece etkinliklerin gerçekleştirilmesiyle özellikle sosyal ve ekonomik açıdan sorunlu olan bazı alanlara çözümler getirilmesi mümkün olur. Örneğin işsizlik oranının yüksek olduğu bir bölgede gerçekleştirilen bir etkinlik ve bu etkinliğin yaratacağı bir bölümü geçici, bir bölümü de kalıcı olan istihdamla işsizlik sorununa bir ölçüde de olsa çözüm bulunabilir (Rofner, 2009:21-23).

- **Değerlendirme**

Değerlendirme aşaması kararları desteklemek için kullanılan bir geri bildirim aracı olarak ve aynı zamanda gelecekteki amaçlara ulaşmak için de kullanılabilir bir aşama olarak düşünülebilir. Etkili bir değerlendirme sürecinin gerçekleşmesi, özellikle büyük spor etkinlikleri söz konusu olduğunda endüstrinin profesyonelleşmesi açısından oldukça önemlidir (Rofner, 2009:21-23).

Yapı ve Fonksiyonlar

Emery (2002), bir spor etkinliğinin temel yapı ve fonksiyonlarını Şekil 3'teki gibi formüle etmektedir. Buna göre etkinlikler uluslar arası ve ulusal boyuttaki yönetim mercilerince organize edilirken, yerel otoriteler de büyük oranda işin yükünü çekmektedir. Bu süreçte medya hemen bütün aşamalara eşit düzeyde etki ederken, aynı zamanda bir kontrol mekanizması işlevini de yürütmektedir. Ayrıca etkinlik yönetiminin en önemli unsurlarından biri olan gönüllülerin yönetimi ve bu işgücünün tüm süreçlere olan katkıları da şekilde açıkça görülmektedir. Gönüllüler, yerel organizasyon merci tarafından yürütülen bütün işlemlerde, gerekli işgücünün önemli bir bölümünü karşılayarak yönetim sürecine büyük katkı sağlamaktadır.



Şekil 3. Major spor etkinliklerinin temel yapı ve fonksiyonları (Emery, 2002:319)

Etkinliklerin Ekonomik Boyutu

Etkinlikler ve özellikle de spor etkinlikleri, etkinliğin içinde gerçekleştiği toplumlar açısından çok yönlü etkiler ortaya çıkarmaktadır. Fredline'in aktardığına göre Ritchie (1984), etkinliklerin etkilerini altı kategoride sınıflandırmıştır. Bunlar sırasıyla ekonomik, turistik/ticari, fiziksel, sosyo-kültürel, psikolojik ve politik etkiler olarak sıralanmaktadır. Alanda yer alan ve

etkinliklerin etkilerini ölçmeye çalışan araştırmalarsa yazara göre daha çok ekonomik etkiler üzerine odaklanmaktadır (Fredline, 2000:2).

Büyük spor etkinlikleri; boyutları, karşılaşmaları izlemeye gelen çok sayıda katılımcı ve etkinliklere karşı medyanın yoğun ilgisi göz önüne alındığında, etkinliklerin pay sahiplerine önemli ekonomik getiriler vaat etmektedir (Oldenboom, 2006:24). Mega etkinlikler dünya çapında milyonlarca insana hitap etmektedir ve bu durum, etkinliklerin önemli bir pazarlama aracı olarak kullanılmasına olanak tanımıştır.

Etkinliği takip eden izleyicilerin yanı sıra, etkinliğin içerisinde yer alan sporcular, antrenörler ve yöneticilerle, medya ve turnuva için çalışan binlerce kişinin etkinlikler esnasında yaptıkları harcamalar yerel ekonomiye adeta hayat vermektedir (Manzenreiter, 2008:211). Etkinliklerin ekonomik boyutunu;

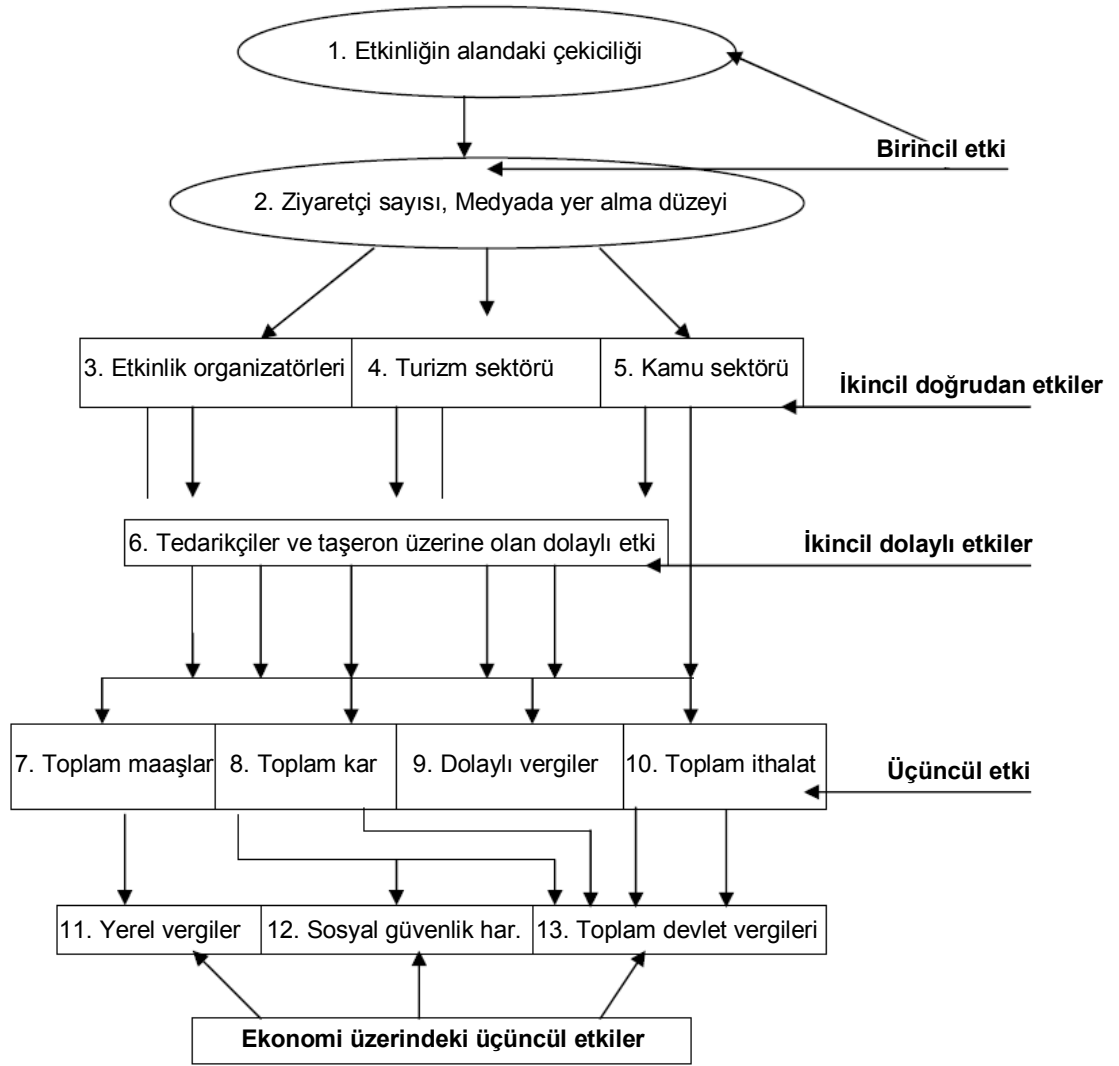
- Etkinliklerin organizasyon ve ülkeler açısından ekonomik boyutu ve
- Etkinliklerin organizasyona katkı sağlayan kuruluşlar açısından ekonomik boyutu olmak üzere iki bölümde incelemek mümkündür.

Etkinliklerin Organizasyon ve Ülkeler Açısından Ekonomik Boyutu

1990'lardan 2000'li yılların sonuna kadar geçen süreçte spor etkinlikleri yoluyla gerçekleşen turizm hareketliliği incelendiğinde, bu etkinliklerin, organizasyonların gerçekleştirildiği dünyanın büyük şehirleri ve bölgesel merkezlerine doğru gerçekleşen seyahatleri büyük oranda artırdığı sonucuna ulaşılmıştır. Bu noktada, bu artan boyuttaki spor turizminden, etkinliği düzenleyen organizasyonun maksimum düzeyde gelir sağlayabilmesi de bazı şartların yerine getirilmesine bağlı olmuştur. O'Brien ve Chalip (2007:297), etkinliklerde gelir optimizasyonunun gerçekleştirilmesi için dört yöntem önermektedir:

- Ziyaretçi harcamalarının olabildiğince teşvik edilmesi,
- Ziyaretçi konaklama sürelerinin arttırılması,
- Etkinlik harcamalarının elde tutulması,
- Etkinliğin bölgesel iş ilişkilerinin kuvvetlendirilmesi için kullanılması.

Nordin (2008), etkinliklerin ülke ekonomisi (kamu sektörü) üzerindeki etkilerini ortaya koyan temel değişkenleri Şekil 4'teki gibi görselleştirmiştir.



Şekil 4. Etkinliklerin ekonomiye (kamu sektörüne) olan etkilerinin genel modellemesi (Andersson ve arkadaşları, 2000'den aktaran Nordin, 2008:7)

Bu modelin arkasında yatan temel mantık yukarıdan başlayacak olursak şu şekilde özetlenebilir: Etkinliğin çekim gücü ziyaretçiler, medya ve sponsorlardan kaynaklanan ve talep yaratan ana etkileri belirler ve bu talepler etkinlik organizasyonu, turizm endüstrisi ve kamu sektörü gibi ikincil boyuttaki unsurlar için gelir anlamına gelmektedir. İkincil boyutta yarar sağlayan bu gruplar çeşitli tedarikçilerden mal ve hizmet alımı gerçekleştirerek modelde dolaylı etki olarak adlandırılan etkilere sebep olacaktır. Artı değerli dört ana girdi faktörü ise maaşlar, toplam kar, dolaylı vergiler ve ithalattır ve aynı zamanda bu unsurlar dört temel ekonomik elemanı oluştururlar. Bu ekonomik elemanlar vergi tabanını oluştururken, aynı zamanda uygulamalar ülkeden ülkeye farklılıklar da gösterebilmektedir. Modelin son aşamada kamu sektörü ile ilgili vergi etkileri belediyeler tarafından uygulanan vergileri ve harçları belirler ve yerel vergileri, sosyal güvenlik harçlarını ve toplam devlet vergilerini içerir. Bu basamakların hepsi hesaplandığında da toplam etki belirlenebilir. Burada ortaya konması

gereken ilk değişken, etkinliğin gelecekteki etkisini görebilmek için asıl etkilerin miktarının ne olduğudur. Bu da şu iki soruya verilen cevaplarla anlaşılabilir (Andersson ve arkadaşları, 2000'den aktaran Nordin, 2008:7):

- Etkinlik kaç ziyaretçi çekecek?
- TV ve sponsorlar ne kadar gelir üretebilecek?

Bu iki tahmin de genellikle etkinlik bütçesine dahil edilir. İkincil etkiler doğrudan ve dolaylı etkileri bir araya getirmektedir.

Etkinlik Pazarlaması ve Sponsorluklar

Sponsorluk ve etkinlik pazarlaması, alanda hızla büyüyen pazarlama formlarından ikisidir. Büyük kurumlar spor salonlarından stadyumlara, fuarlardan festivallere kadar farklı alanlarda isimlerinin bu organizasyonlarla birlikte anılması büyük miktarlarda paralar harcamaktadır. Bu konu, sponsorluklar ve etkinlik pazarlamasının birçok kuruluşun pazarlama bütçeleri içerisinde baskın bir yer almaya başlaması ile birlikte giderek akademik çalışmalara da daha fazla konu olmaya başlamıştır. Sponsorlukların gerçek anlamda kullanımı 1994 Los Angeles Olimpiyatları esnasında gerçekleşmiştir. Sponsorluk konusu ile ilgili ortaya çıkan bu kullanımın başarılı olması sonrasında sponsorluk ve etkinlik pazarlaması uygulamaları alanda giderek artan şekilde kullanılmaya başlamıştır (Rofner, 2009:21-23).

Etkinlik Pazarlaması

Eckerstein (2002:2), etkinlik pazarlamasını, bir markayı bir etkinliğe bağlayan bir tutundurma stratejisi yoluyla, bir festival veya spor müsabakasının desteklenmesi şeklinde tanımlamıştır. Bazen etkinlik pazarlaması kavramı, akademik çalışmalarda sponsorluk kelimesinin eş anlamlısı olarak kullanılsa da, her sponsorluk bir etkinliği içermemektedir. Etkinlik pazarlaması insanları bazen birkaç katılımcısı olan aktivitelere, bazen de binlerce katılımcısı olan ve düzenli aralıklarla yapılan aktivitelere toplamaktadır. Etkinliklerin içerisinde yer alan söz konusu pazarlama faaliyetleri de yeni ürünlerin piyasaya sürülüşü ile ilgili yapılan tanıtımlar, ürün sunumları ve sponsorluklar şeklinde olabilir. Fakat etkinlik pazarlamasının en genel amaçları şunlardır:

- Etkinlik yoluyla kuruluşun ürün ya da hizmetlerine dikkat çekilmesinin sağlanması,
- Bir marka imajı yaratılması veya bütün organizasyonun marka farkındalığının artırılması,
- Ürün ya da hizmet satışlarının artırılmasıdır.

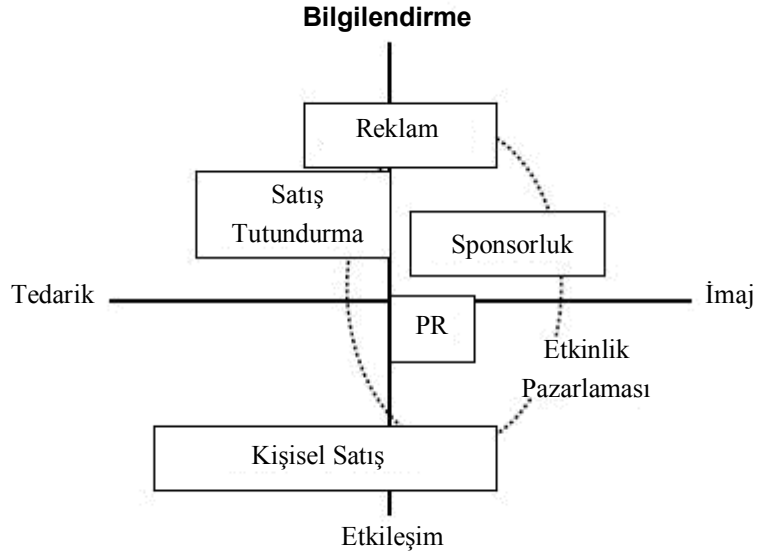
Etkinlik pazarlaması pazarlama stratejisinin bir parçasıdır ve pazarlama karmasına dahil olan bir bütünleşik pazarlama iletişimi aracıdır. Bununla hedeflenense kuruluşun bizzat organize ettiği veya dışarıdan desteklediği bir etkinliğin etrafında gerekli pazarlama faaliyetinin gerçekleştirilmesidir. Söz konusu etkinlik hedef kitleyi belli bir zaman dilimi içerisinde ve belli bir mekanda toplayarak, bu ortamda mesajın iletilmesini sağlar. Sponsorların bakış açısından bakıldığında bir etkinlik gerçekleştirilmenin genel amacı daha fazla ürün satmak, ürün imajı oluşturmak veya değiştirmek olabilir. Etkinlik pazarlaması faaliyetinin

temelindeyse müşterilere ürünlerle bağlantılı olarak pozitif deneyimler yaşatmak yatmaktadır. Etkinlik pazarlamasının ana kavramları mesaj, etkileşim ve bütünleşmedir. Milgrom'a göre etkinlik pazarlamasının temel amacı planlı bir aktivite ile bir mesaj iletmektir. Bu aynı zamanda müşteri için değerli bir artı fayda da oluşturmakta ve başka pazarlama araçlarıyla birlikte iletilmektedir (Eckerstein, 2002:2).

Etkinlik belli bir zaman ve yerde hedef kitleyi bir araya getirir ve etkinliğin başarısı, yaratılan etkinliğin içine tüketicilerin nasıl dahil edildiği ile ilgilidir. Burada tüketiciler ve etkinlik arasında bir etkileşim olması gerekmektedir. Etkinlik pazarlaması, pazarlama stratejisinin bir parçası olmalı ve pazarlama stratejisi ile bütünleştirilmelidir. Etkinlik pazarlaması etkinlikler vasıtası ile pazarlama yapmaktır ve bu durumda etkinlik bir pazarlama aracı olarak kullanılmaktadır. Etkinlik pazarlaması bir hedef gruba odaklanmaktadır ve yüksek derecede etkileşim yoğunluğu gerektirmektedir. Etkinlik pazarlaması mesajı, tüketici tarafından denenecek bir etkinliğe dönüştürmektedir (Milgrom, 2002:17).

Bu yöntem kullanıldığında medya ortamındaki bilgi kirliliği aşılmış ve gerçekleşen buluşma sayesinde marka, ürün ve hedef kitle arasında başarılı bir ilişki kurulmuş olmaktadır. Etkinlik esnasında firmalar tüketiciye en azından birkaç saatliğine de olsa başka mecralardaki iletişim kirliliği olmaksızın özel bir ulaşım sağlayabilir. Dolayısıyla etkinlik pazarlaması günümüzde pazarlama karmasındaki farklı parçaları bir araya getiren bir unsur olarak da düşünülmektedir. Etkinlik pazarlamasının pazarlama karmasındaki rolü Şekil 5'te görüldüğü gibidir. Şekilden de anlaşılacağı üzere etkinlik pazarlaması, pazarlama karmasını oluşturan elemanlar arasında birleştirici ve kuvvetlendirici bir rol üstlenmektedir (Nilsson ve Ostrom, 2004:1-2).

Şekildeki oval alan tabloda daha fazla imajın olduğu sağ tarafta konumlanmaktadır. Etkinlik pazarlaması ile imajın etkileşime girmesinin iki yolu vardır. İlki deneyim ve etkinlik esnasında gerçekleşen etkileşim ile ve diğeri ise ifade edilen ve maruz kalınan mesaj ile gerçekleşmektedir. Etkinlik esnasındaki mesaj ve maruz kalma genellikle reklam ile kuvvetlendirilir (Eriksson ve Hjalmsen, 2000:3).



Şekil 5. Etkinlik Pazarlamasının, Pazarlama Karması İçindeki Rolü (Behrer ve Larsson'dan aktaran Eriksson ve Hjalmsöon, 2000:3)

Pazarlama İçin Doğru Etkinliğin Seçimi

Kuruluşlar için etkinlik pazarlaması amaçlı olarak kullanılacak etkinlik seçilirken etkinliğin hedef kitle tarafından nasıl algılandığı çok iyi şekilde değerlendirilmelidir. Eriksson ve Hjalmsöon (2000)'un Meenaghan'dan aktardığına göre, bir etkinlik seçiminde dikkate alınması gereken 14 kriter söz konusudur:

- Amaçları gerçekleştirebilmesi,
- Etkinliğe özgü imaj çağrışım potansiyeli,
- Etkinlik seçimi ve ürün uyumu,
- Medya koveraj potansiyeli,
- Fon gerekliliği,
- Hedef kitle koverajı,
- Yönetimin seçimleri,
- Ev sahipliği ile ilgili fırsatlar,
- Tanımlanan izleyicinin coğrafik koverajı,
- Etkinliğin personel bilgisi,
- Etkinlik türü,
- Perakende pozisyonu,
- Etkinliğin arkasındaki karşıt tanıtım,
- Etkinliğin arkasındaki muhtemel organizasyondur.

Üzerinde durulması gereken bu kriterler kuruluşun amaçları ile yakından ilişkilidir ve etkinlik seçimi etkinliğin bu amaçları gerçekleştirebilme yetisine bağlıdır (Eriksson ve Hjalmsson, 2000:3).

Sponsorluklar

Sandler ve Shani (1989:10) sponsorluğu, bir aktivite veya etkinlikle bütünleşmek yoluyla bir etkinlik veya aktiviteye kaynak tedarik etmek olarak tanımlamıştır. Genel sponsorluk içinde spor sponsorluğunun en yüksek paya sahip olduğu görülmektedir. Sporun, yaygın bir biçimde ulaşılabilir olması ve toplumun her kesiminden insanları etkileme özelliğine sahip bulunması bu nedenlerin en önemlilerinden biridir (Mc Carville, Flood ve Froats, 1998:53).

D'Astous ve Bitz (1995:8) ise sponsorluğu, bir firmanın; bir kişi, bir organizasyon ya da bir gruba, varlığını ve aktivitelerini devam ettirebilmesi için finansal yardım sağlaması olarak ifade etmektedir. Spor pazarlaması literatüründe kabul gören üç ana sponsorluk kategorisi mevcuttur.

Bunlar: Medya amaçları (düşük fiyat, hedef kitlelere ulaşmak), kurumsal amaçlar (genelde imajla ilgili) ve pazarlama amaçları (örneğin, marka tutundurma, satış artışı) olarak özetlenebilir (Sandler ve Shani, 1993:40). Sponsorluklar, etkinliklere özellikle marka farkındalığı ve artan satış hacmi gibi farklı kurumsal amaçları gerçekleştirmek amacıyla yatırım yapılmasını gerektirmektedir.

Sponsorluğa Karşılık Etkinlik Pazarlaması

Etkinlik pazarlaması kullanılırken organizasyon etkinlikle, pazarlama stratejisinin bir parçası olarak çalışmaktadır, yani etkinlikteki tüm süreçleri pazarlama amaçlı olarak kullanmaktadır. Bir etkinliğe sponsorluk yapıldığında ise, organizasyon etkinlik süresince etkinliğin farklı boyutlarında “görünürlük” satın almakta, yani etkinlik süresince ismini geniş kitlelere duyurma fırsatı yakalamaktadır. Bu noktada sponsor etkinliği kullanarak, ulaşmak istediği ilginlik düzeyi yüksek hedef kitleye doğrudan ulaşım ürün satışlarını artırma imkanına kavuşur. Bu çağrışım markayı sponsorluk yapılan olayla özdeş kılmaktadır ve ürün ya da hizmetle ilgili olumlu çağrışımlar ortaya çıkmasını sağlamaktadır (Eckerstein, 2002:18).

Halkla İlişkiler ve Tutundurma

Günümüz iş dünyasında markalar pazar paylarını arttırmak için sürekli rekabet halindedir. Bu rekabetin sonucu firmaların tutundurma faaliyetlerini artırmaları, hedef kitlelere ulaşabilmeleri açısından önemli bir hale gelmiştir. Tutundurma dizaynı bir çok iş kolunda bir firmayı rakiplerinden ayıran başlıca faktör olmaktadır. Genellikle pazarlama iletişimi olarak adlandırılan tutundurma, firmaların hedef kitleleriyle iletişim kurmak için kullandıkları farklı yöntemleri içermektedir. Genel olarak pazarlama iletişiminin amacı bilgilendirmek, ikna etmek ve hatırlatmaktır. Buna bağlı olarak tutundurma karması da bir firmanın toplam pazarlama iletişimi programı anlamına gelir ve reklam, satış tutundurma, ve halkla ilişkiler faaliyetlerinin tümünü içerir (Kotler ve Armstrong, 1994:45). Bu karmanın bir parçası olan halkla ilişkiler, firmanın farklı hedef kitleleri ile

uygun tanıtım sağlayarak ve iyi bir kurumsal imaj geliştirerek iyi ilişkiler oluşturmasını gerektirir.

Son yıllarda iletişim bombardımanının giderek artması sonucunda hedef kitlelere halkla ilişkiler ve diğer karma elemanları ile ulaşmak daha pahalı ve zor hale gelmiştir. Bu sebeple etkinlik pazarlaması hızla daha fazla büyüme kaydedip onların zeminine doğru genişlemektedir (Eriksson ve Hjalmsson, 2000:1).

Güvenlikle İlgili Unsurlar (Risk Yönetimi)

Risk yönetimi konusu özellikle bir kereliğine düzenlenen büyük çaplı spor etkinliklerinde, etkinliği düzenleyen paydaşlar tarafından özel olarak ele alınmakta ve önemsenmektedir. Bu konu ile ilgili bu yaklaşımın gelişmesi özellikle 2000'li yıllarda yaşanan terör olayları sonrasında ortaya çıkmıştır. ABD'de 1999 yılında yaşanan 11 Eylül terörist saldırıları sonrasında pek çok farklı alanda olduğu gibi spor etkinliklerinde de risk yönetimi uygulamaları artış göstermiştir. Sonraki dönemde özellikle Atina Olimpiyatları ve Pekin Olimpiyatları esnasında risk yönetimi konusunda büyük maliyetlerle ekstra önlemler alınmak durumunda kalmıştır (Leopkey, 2007:2). Tüketici davranışı literatüründe yedi tür risk tanımlanmaktadır:

- Ekipman riski,
- finansal risk,
- fiziksel risk,
- psikolojik risk,
- tatmin riski,
- sosyal risk
- zaman riskidir.

Bu risklerin hepsi öncelikle turizm sektörü ile ilgili riskler için kullanıla gelmiş ve daha sonra spor etkinliklerine de uyarlanmaya başlanmıştır. Aynı şekilde Sönmez ve Graefe' de, uluslararası seyahat ile ilgili olarak dokuz risk türü tanımlamıştır ve bunlar da sırasıyla finansal, sağlık, fiziksel, politik istikrarsızlık, psikolojik, tatmin, sosyal, zaman ve terörizm ile ilgili riskler olarak sayılabilir. Risk yönetimi bir organizasyonun kayba uğrama ihtimalini yönetme ve bir olumsuz durumu ortaya çıkma ihtimalini azaltma konusunda önemli bir araçtır. Spor ortamlarındaki hukuki sorunlardaki önemli artış da günümüzde spor organizatörleri için risk yönetimi ile ilgili yeni bir boyut oluşturmuştur (Aktaran Xueqing, Gibson, Zhang, 2009:46-47).

2000'li yıllardaki daha resmi organizasyonlar ve planlama uygulamalarına rağmen yapılan araştırmalarda çok az sayıda spor organizatörünün stratejik yönetim planları kullandığı ortaya çıkmaktadır. Bu konu ile ilgili en büyük sorunun ise, spor etkinliklerindeki risk yönetimi konuları ile ilgili uzmanlık ve bilgi eksikliği olduğu düşünülmektedir. Bu konudaki diğer sorunlar ise riskin farklı şekillerde tanımlanması, çok boyutlu ve karmaşık oluşu ve aynı zamanda risk yönetiminin zor uygulanabilir bir süreç olmasından kaynaklanmaktadır (Eisenhauer, 2005:7).

Gönüllü Yönetimi

Günümüzde gönüllüler, toplumun birçok kesiminde değerli bir insan kaynağı haline gelmişlerdir. Özellikle spor sektöründeki etkinlikler ağırlıklı olarak gönüllülere dayanmaktadır. Çünkü sportif etkinlikleri gerçekleştirebilmek için doğal olarak büyük miktarda işgücüne gereksinim vardır.

Mega spor etkinlikleri; hem hazırlık aşamasında, hem de etkinlik sırasında olmak üzere etkileri uzun vadede ortaya çıkacak büyük bir ekonomik etkinlik ortaya çıkarır. Böyle bir ekonomik etkinliğin ilk önemli sonucu çok sayıda yeni iş ve istihdam alanının oluşmasına olanak sağlamasıdır. Bu yeni istihdamın bir bölümü sadece o etkinliğe özel olup, etkinliğin gerçekleştiği süreyle sınırlı olurken (stadyum ikram servisi, güvenlik vb.) diğer bir bölümüyse etkinlik vasıtasıyla başlayıp sonrasında da devam eden, sürekli bir istihdam şeklinde gerçekleşebilir (örneğin şehirdeki yeni ulaşım altyapı projeleri sonucunda kullanılmaya başlanan tramvay sisteminin personeli). Sayısal bakımdan, mega spor etkinliklerinde yer alan belki de en önemli çalışan topluluğuyse, etkinliğe ev sahipliği yapan şehir ya da ülkede birçok görev ve sorumlulukta kendi istekleriyle yer almak isteyen gönüllülerdir.

Bang ve Ross (2009)'un, Cusksley, McIntyre ve Boag'dan aktardığına göre gönüllüler, kendilerini organizasyonlara daha güçlü ve pozitif bir tavırda verme eğilimindedirler. Ayrıca gönüllülerin kendilerini, maaşlı çalışanlara oranla daha fazla işlerine verdikleri için, organizasyon için daha fazla değer yaratabilmeleri söz konusudur. Buna ek olarak gönüllülerin başka bir faydası da organizasyonda zorla yer almadıkları ve bunu geçim sağlamak için yapmadıklarından dolayı, yöneticilerine karşı daha yapıcı eleştirilerde bulunabilmekte ve onlara yapılan işlerin niteliğiyle ilgili daha net geri bildirimler sağlayabilmektedirler. Diğer yandan spor etkinliklerinde, fiilen sporla uğraşan çok sayıda gönüllü spor etkinliklerini meydana getirmede sürece gerçek bir katılım sağlarlar. Örneğin birçok üniversitenin sporla ilgili bölümlerinde eğitim gören öğrenciler oyunlar sırasında pek çok alanda hizmet sunabilirler.

Olimpiyat oyunları veya FIFA Dünya Kupası gibi mega spor etkinliklerinde organizasyon komiteleri; sporcu ve seyircilere değişik alanlarda yardım etmek ve destek olmak üzere çok sayıda gönüllü toplarlar. Ayrıca diğer katkıları bir yana, düzenlenen onlarca spor etkinliğinde yer alan çok sayıda gönüllü düşünüldüğünde, gönüllülerin spor etkinlikleri organizasyonuna özellikle işgücü maliyetini hatırı sayılır ölçüde düşürme boyutuyla büyük katkı sağladıklarını söylemek mümkündür. Öyle ki, 2005 yılı verilerine göre ABD'de gönüllülerin etkinliklerde çalışmak için ayırdıkları zamanın toplam parasal değeri yaklaşık olarak 280 milyar Dolar olarak hesaplanmıştır (Bang ve Ross, 2009:61-62).

Mega spor etkinlikleri konusunda gönüllü yönetimi konusunu tartışmadan önce, gönüllülüğü kavramsal hale getirmek önemlidir. Kişiyi bir etkinliğe gönüllü olmaya iten temel motivasyonlar (özgecilik, kişisel ilgililik), katılımın boyutu (eğlence merkezli, çalışma merkezli) ve gönüllülüğün içinde gerçekleştiği yapı (gönüllü organizasyonlar, devlet organları ya da etkinlikler) bakımından gönüllülüğü tanımlamak oldukça kapsamlı ve karmaşık bir iştir. Baum ve Lockstone'un Davis'ten (1999) aktardığına göre gönüllülüğün kavramsal çerçevesini oluşturan beş temel öge vardır. Bu ögeler ödülleri, özgür irade

konusunu, gönüllü aktivitelerden kazanılan faydayı, organizasyon yapısını ve gönüllülerin katılım düzeyini içerir.

Ödüller

Gönüllüler etkinliği herhangi bir parasal ödül beklemezsiniz gerçekleştirilmektedir. Gönüllü, “bir organizasyon ya da grup içerisinde zaman, hizmet veya beceriler anlamında isteyerek ücretsiz yardım veren kişi” olarak da tanımlanabilir. Harcamaların tamamen ya da kısmen geri ödenmesi ya da küçük hediyelerin sağlanması, gönüllü olanlar için fazlasıyla yeterli olmaktadır. Gönüllülere yapılan işler karşılığında herhangi bir ücret ödenmemesi ve sadece masraflarının karşılanmasıyla ilgili çerçevenin net bir şekilde ortaya konması, maaşlı çalışanlarla gönüllülerin birbirinden ayırt edilmesine olanak sağlar (Baum ve Lockstone, 2007:32).

Özgür İrade Kavramı

Hür irade kavramı gönüllülükte temel bir ögedir. İnsanların baskı altında kalmadan ve var olan sınırlı maddi getirisinin farkında olarak, herhangi bir etkinliğe ya da organizasyona zamanlarını ayırmak istemeleri gönüllülük çalışmalarında ortaya çıkan en önemli araştırma sorunlarından biridir. Bir etkinlikte kendi istekleriyle ve hiçbir finansal yarar olmadan yer alan yüzlerce gönüllünün o kadar zamanlarını ayırıp, becerilerini sergileyip, samimiyet ve adanmışlıkla etkinliğin doğru bir biçimde yürütülebilmesi için çalışmaları, gönüllülüğün nasıl bir temele dayandığını gözler önüne sermesi açısından önemlidir. Gönüllüler genellikle “Oyunların yüzü” olarak görülür ve organizatörler, bu şekilde etkinlik ve organizasyon komitesini en iyi şekilde temsil edecek bir gönüllü ordusu yoluyla ortaya çıkacak olumlu bir imaja güvenirlir. Sonuçta bu gönüllüler de etkinliği desteklemek ve toplumlarını daha iyi bir yer haline getirmek için etkinlikte yer aldıklarından dolayı, bu etki toplum içinde de fark edilebilir. Buna getiriyeyse maddi bir değer biçilemez (Doherty, 2009:188-189).

Etkinlikten Elde Edilen Fayda

Gönüllülüğü tanımlamada bir diğer açı da etkinlikten kazanılan faydanın doğasıdır. Gönüllülük, eğitsel ve zenginleştirici bir deneyim olabilir ve gönüllüler için bu anlamda önemli yararlar sağlayabilir. Gönüllüler çok değerli iş deneyimleri kazanarak, hayatlarını ve iletişim becerilerini geliştirebilirler. Ayrıca gönüllülük kişisel gelişim, büyüme ve başkalarına yardım edebilmenin vermiş olduğu mutluluk sonucunda bireysel rahatlığı da sağlayabilir. Bu anlamda gönüllülük, bireylerde olgunlaşma sürecine katkı sağlayan bir yol olarak da görülmektedir (Chun, 2003:9-10).

Organizasyon Yapısı

Baum ve Lockstone (2007)'un Parker'dan aktardığına göre gönüllülük, etkinliğe katılanlara sonrasında bir kariyer yapma imkanı sunan ve onlara uzun vadeli ve dolaylı faydalar sağlayan, bir tür “ciddi eğlence” olarak tanımlanabilir. Buradan hareketle organizasyon yapısının, gönüllülüğün olduğu ortama yansıdığı görülmektedir. Geniş bir perspektiften bakıldığında organizasyon yapısının, resmi gönüllü etkinliklerinden, gayri resmi gönüllülük faaliyetlerine kadar değişiklik gösterebildiği anlaşılır. Burada resmi (formal) gönüllülük, müşterek fayda

sağlayan işi üstlenme şeklinde gerçekleşen ve genellikle organizasyon kapsamında yürütülen iş olarak diğerinden ayırmaktadır. Gayri resmi gönüllülük ise “yardım” olarak tanımlanmaktadır ve bu gönüllülüğün (Örneğin arkadaşlara, komşulara ve akrabalara yardım etme) çok daha özel ve organize edilmemiş bir yapıda olduğunu dile getirir. Çok sayıdaki sektörel farklar da ayrıca bu resmi yapıyı etkileyebilir.

Katılım Seviyesi

Davis (1999, aktaran Baum ve Lockstone, 2007)’in ortaya koyduğu gönüllülük kavram çerçevesinin son ögesi katılım seviyesidir. Etkinlik için en temelde zamanını ve enerjisini veren kişiler olarak tanımlanabilecek gönüllüler sadece belirli saatlerde ve etkinliğe konu olan sporlarla ilgili olmayan herhangi birinin de yerine getirebildiği görevleri üstlenebileceği gibi, etkinliğin başarıyla yönetilmesi için orta düzeyde öneme sahip sorumluluklar da üstlenebilirler. Bu görevleri üstlenebilmesi için gönüllünün kendini adamışlık düzeyi önemlidir. Bu da bizleri gönüllüleri bu davranışlara iten temel unsurları, yani onların motivasyonlarını ortaya koymaya itmektedir.

Gönüllü Motivasyonu

Gönüllülerin, hangi nedenlerle etkinliklerde çalışmak için zaman ve çaba sarf ettiklerini ortaya koymak kritik önemdedir. Gönüllüleri bu karara iten ana faktörleri anlamamanın bir yolu, insanların neden başkalarına yardım etmeyi isteyeceğini anlayabilmekten geçmektedir. Bu açıdan bakıldığında gönüllüleri harekete geçiren en önemli güdü, onların başkalarına yardım etmek istemeleridir. Ancak gönüllüleri anlama ve etkinlik yönetimi çalışmalarında onları kullanma konusunda diğer güdüler de dışarıda tutulmamalıdır. Çağdaş gönüllülük düşüncesi, gönüllü katılımının kapsamı, zamanı ve yapısı açısından daha çok proje merkezlidir ve belirli beklentileri kapsar. Özellikle sosyal hizmetler alanında çalışan gönüllülerin, başkalarını düşünme, sosyal iletişim kurma, kişisel ilgi alanlarına yönelik etkinliklerin içinde olma ve duygusal ihtiyaçlarını karşılama gibi farklı motivasyonları olduğu görülmektedir. Gönüllülüğe eğlence etkinlikleri açısından yaklaşıldığımdaysa, “diğerleriyle birlikte ortaya bir iş çıkarma ve bunu yaparken de iyi vakit geçirme” arzusunun mevcut olabileceğini ileri sürer (Bang ve Ross, 2009:62).

Özellikle boş zamanlarını gönüllülük faaliyetleriyle geçiren bireylerde, zamanını ve enerjisini başkalarını düşünerek, onlara yardım ederek ya da inandığı hedefe ulaşmasında çalışarak harcamanın yanı sıra, eğlenceli bir deneyim yaşamamanın istenmesi de önemli bir motivasyon unsuru olarak karşımıza çıkmaktadır. Tüm bunlara ek olarak gönüllüler doğrudan ya da dolaylı olarak kendilerine veya aile bireylerine fayda sağlamak amacıyla da etkinliklerde görev alabilirler. Bununla birlikte Fairley, Kellet ve Gren (2007:43), etkinlikte gönüllü olarak yer alanların temel motivasyonlarını şöyle ortaya koymuşlardır:

- Prestij elde etme,
- Bir olayın parçası olma ve bir harekete dahil olma,
- Ortak ilgi alanların sahip olan insanlar ile sosyalleşme,
- Diğer insanlarla buluşma ve onlar hakkında bir şeyler öğrenmedir.

Pauline ve Pauline (2009: 174)'de, fonksiyonel yaklaşımı temel alarak ortaya koydukları modelde, gönüllülerin çok çeşitli psikolojik ihtiyaçlarını tatmin etmek amacıyla gönüllü olduklarını ileri sürmektedir. Bu modelin merkezindeki düşünce insanların birçok etkinliğe kararlı ve hedef odaklı olarak katıldığıdır. Ayrıca, Clary ve ark (1996:488)'na göre, gönüllülük tarafından yerine getirilen altı önemli işlev vardır ve bu işlevler aynı zamanda gönüllüleri motive eden unsurlardır. Bu motivasyonlar ise şunlardır:

- Değerler: Gönüllülerin konuya dair ilgilerini ortaya koyma ihtiyacını karşılar.
- Anlayış: Gönüllülerin bilgi elde etme isteğini ifade eder.
- Sosyalleşme: Gönüllülerin önemli kişiler, yakın arkadaşlar ya da toplum tarafından uygun bulunan etkinliklere katılma ve aile bireyleri ya da arkadaşlarıyla güzel zaman geçirme ihtiyaçlarını tatmin eder.
- Kariyer: Gönüllülerin çalışmalara katılma, gelecekte seçmeyi düşündükleri mesleklerle ilgili deneyim ve öngörü kazanma fırsatlarını içerir.
- Koruyucu: Egodan kaynaklanan olumsuz duyguları azaltmak için gönüllü çalışmaya katılan insanların ihtiyaçlarını ifade eder.
- Yükselme: Gönüllülerin kişisel gelişim ve özsaygı ile ilgili doyum elde etme isteklerini gösterir.

Bu model, gönüllü motivasyonunun çok boyutlu psikolojik yönünü açıklamak için idealdir. Gönüllülerin elde ettiği deneyim yardım etmeleri için en önemli nedenlerden birini oluştururken, bu motivasyonun karşılanmasıyla bireylerin daha tatminkar ve devam etmeye daha istekli olduğu gözlenmektedir. Gönüllülük güdülerini tatmin edilen insanlar deneyimlerinden doyum sağlayarak görevlerinde daha başarılı olmaktadır (Pauline ve Pauline, 2009:174).

Clary ve ark (1996) ileri sürdüğü şema gönüllülük anlayışa bir katkı sağlarken, bu şema Olimpiyat ya da Üniversite Oyunları gibi genel spor olaylarındaki değil, her hangi bir spor dalında gerçekleştirilen özel spor etkinliklerindeki gönüllülerin belirgin özelliklerine vurgu yapmaktadır. Özel etkinliklerdeki gönüllü motivasyonu konusunu araştıran Farrell ve arkadaşları, 1998 yılında düzenlenen Kanada Bayanlar Körling Şampiyonası'nda yer alan gönüllülerin motivasyonu üzerine gerçekleştirdikleri çalışmalarında 28 maddeden oluşan Özel Olay Gönüllü Motivasyonu Ölçeği'ni (SEVMS) geliştirmişlerdir. Bu ölçek ise gönüllü motivasyonunu 4 kategoriye ayırmıştır:

- Yararlı bir şey yapma ve topluma katkı sağlama isteği (amaca yönelik),
- Var olan katılımcılarla sosyal etkileşim kurma, gruba dahil olma isteği (dayanışma içinde olma),
- Bireylerin gönüllülük kariyerinde dışarıdan gelen bir etki olarak görülen boş zamanı kullanma ve aile gelenekleri ile ilgili olma (dış gelenekler),
- Beklentileri ve kişisel becerileri gönüllülüğe bağlılıkla birleştirme (bağlılık-sadakat) (Bang ve Ross, 2009:63).

Gönüllülerin katılıma neden bu denli istekli olduklarını açıklayabilmek için bireylerin kendi motivasyonlarını nasıl tanımladıklarını açıklayabilmek için (1) Kişisel ilgi, (2) Dış etkenler, (3) Amaç ve (4) Gerçeklerden kaçma'dan oluşan 4 faktörün analizini kullanmıştır. Bu çalışma sonucunda elde edilen sonuçlara gönüllülerin, eğlence arayışı ve toplumlarına duydukları bağlılık ile motive olduklarını göstermiştir (Pauline ve Pauline, 2009:175-176).

Gönüllü Tatmini

Spor organizasyonlarında gönüllülerin tatmin olma düzeylerinin anlaşılması, organizasyonun istikrarı ve başarısının yanı sıra, gönüllülerin kaybedilmemesi ve onlardan daha sonraki organizasyonlarda da yararlanılabilmesi açısından önemli bir faktördür. Gönüllü çalışmada kişinin zamanı ve çabası, tatmin ve psikolojik ödüle dönüşmüştür. Gönüllü tatmini anlayışı spor etkinliklerinde gönüllüyü iyileştirme ve korumaya yardımcı olan bir faktördür (Chun, 2003:13-14).

Alandaki birçok çalışma gönüllü motivasyonunun gönüllü tatminiyle pozitif bağlantılı olduğunu ortaya koymaktadır. Farrell ve arkadaşları (1998) gönüllü tatmini, gönüllü motivasyonu ve deneyim arasında bağ olduğunu belirtmektedirler. Buna göre gönüllülerin etkinlik boyunca yaşadığı deneyimler onların etkinlikten önceki beklentilerini karşıladıysa, bu durumda gönüllülerin tatmin oldukları sonucuna ulaşılmaktadır.

Bu tatmin de gönüllülerin gelecekteki spor müsabakalarına tekrar gönüllü olarak katılma olasılıklarını yükselmektedir. Gönüllü güdülerini karşılamamanın önemi, özerklik (*hür irade, otonomi*) teorisi (*self-determination*) ile tarif edilebilir. Buna göre gönüllüler spor müsabakaları içinde psikolojik ihtiyaç tatminini yaşadıkları ve bir ölçüye kadar kendilerini gerçekleştirdikleri müddetçe gelecek müsabakalar için de güdülü ve gönüllü olma ihtimalleri yükselecektir (Bang ve Ross, 2009:65)

Yaş, Cinsiyet ve Spora Katılım Faktörleri

Downward ve Ralston (2006), alanda yapılan ve gönüllülerin demografik özelliklerini ortaya koyan çalışmaları inceledikleri araştırmalarında oldukça ilginç sonuçlara ulaşmışlardır. Buna göre etkinliklere gönüllü olarak katılan bireylerin yaklaşık olarak dörtte birinin (%26) fiilen spor yaptığını ortaya koymaktadır. Ayrıca, gönüllülerin, gönüllü olmak için harcadıkları zaman, 1991'de haftada 2.7 saatken, 1997'de bu süre haftada 4 saate çıkmıştır. Ayrıca, araştırmalar, kadın ve erkeklerin eşit olarak gönüllü olduklarını ve yüksek sosyoekonomik gruplardan gelmelerinin muhtemel olduğunu ortaya koymaktadır. Bunun yanı sıra, gönüllülerin eğitim seviyelerinin yüksek olması, evli ya da birlikte yaşayan kişiler olmaları ve çocuklarının olması, araba kullanmaları ve çevreleriyle iletişim içinde olan kişiler olmaları da gönüllülerle ilgili olarak saptanan diğer önemli gerçeklerdir.

Bu sonuçlar sporun yanı sıra diğer etkinlikler de göz önüne alındığında ortaya çıkmıştır. Ancak özellikle spor etkinliklerine yönelik gönüllü faaliyetleri ele alındığında, araştırmalar gönüllülüğün daha çok erkekler tarafından üstlenildiğini göstermektedir. Buna karşılık bayanlarsa daha çok eğitimle ilgili etkinliklere odaklanmaya eğilimlidirler. Dolayısıyla spor etkinliklerinde görev alan gönüllülerin yaklaşık olarak üçte ikisi erkeklerden oluşmaktadır. Bu nedenle bayanların üstlendiği daha resmi aktiverler de genel olarak, çocuklarına bakma

yükümlülüğü olmayan daha yaşlı gönüllüler tarafından yürütülmektedir (Downward ve Ralston, 2006:335-336).

Cinsiyet de gönüllülerin etkinliğe katılımları noktasında önemli bir ayırt edici faktördür. Örneğin kadın ve erkek gönüllülerin sadece kadın sporcuların ya da sadece erkek sporcuların katıldığı bir turnuvaya hangi oranlarda gönüllü olacakları ilginç bir araştırma konusu oluşturabilir. Bu etkinliğin özel durumundan kaynaklanan ayırt ediciliğin yanı sıra, toplumsal yapıdan kaynaklanan unsurlar da söz konusudur. Toplumun hala baskın olan normlarından biri, kadınların halen aile içinde anne rolünü veya geleneksel anlamdaki eş rolünü oynamasıdır. Bu, kısmen onların ailelerinin zaman ve para kaynakları üzerinde kontrollerinin az olması sonucunu da doğurur. Dolayısıyla bu durum da kadınların hem spora fiilen katılımını hem de gönüllü olarak etkinlikler içinde yer almalarını ciddi oranda etkileyebilir (Downward, Lumdson ve Ralston, 2005:223).

Gönüllülükle spora fiilen katılım arasındaki ilişki, spor müsabakalarını halkı fiilen spor yapmaya teşvik edici bir araç olarak kullanmayı isteyen karar verici merciler için çok önemlidir. Buna karşılık katılım ve gönüllülük arasında açık bir ilişki saptanamasa da, büyük spor etkinliklerinin bireylerin spora olan ilgisini ve dolayısıyla katılımını artırmak için önemli fırsatlar sunduğu düşünülmektedir (Downward ve Ralston, 2006:336).

Gönüllülerin Toplumun Gelişimi Üzerine Etkileri

Doherty (2009:189)'e göre gönüllüler etkinliği organize eden topluma önemli faydalar sağlamaktadır. Gönüllülerin toplum içerisinde yaratacağı hareketlilik ve ilişki ağı, farklı ve daha da gelişmiş bir toplum yaratma noktasında oldukça faydalı olacaktır. Ayrıca bu durum, toplumu oluşturan bireylerinin gönüllü olarak organize olma, başarıya ve değerlendirme becerilerini yansıttığı için de önemlidir. Büyük spor etkinlikleri, etkinliklere gönüllü olan büyük kitleleri de peşinden sürükler. Ortak amaçlar etrafında bir araya gelen bu insanlar, söz konusu etkinlik bittikten sonra da, toplumun içinde bulunduğu sosyal ve kültürel çevreyi geliştirmek için başka gönüllü hareketler içine girebilirler. Bu nedenle gönüllülerin etkinlik sonrası deneyimlerinin, onların gelecekteki gönüllülük hareketlerini şekillendirmesi beklenebilir.

Uluslararası Gönüllüler

Fairley, Kellett ve Green (2007:47-50), 2004'teki Atina Olimpiyatları'nda gerçekleştirdikleri çalışmalarında özellikle etkinliğin gerçekleştiği ülkenin dışından gelen ve uluslararası gönüllüler olarak adlandırılan katılımcıların temel eğilimlerini değerlendirmişler ve ortaya çıkan sonuçları şu başlıklar altında gruplandırmışlardır:

- **Nostalji**

2000 Sydney Olimpiyatları'na gönüllü olduktan sonra Atina'da düzenlenen olimpiyatlara da gönüllü olan katılımcılara bunun nedeni sorulduğunda birçok katılımcı Sydney Olimpiyatları'ndan sonraki deneyimlerinden bahsetmektedir. Örneğin, bir katılımcı "Sydney'de hayatımın en iyi 2 haftasını gönüllülük yaparak geçirdim ve başka olimpiyatlara da gönüllü olarak katılmaya karar verdim." şeklinde fikrini belirtmiştir. Bir başka gönüllü de: 2000 Sydney Olimpiyat

Oyunları'nda yaşadığım gönüllülük deneyimini devam ettirmek istedim” demiştir (Fairley, Kellett ve Green, 2007:47).

- **Dostluk ve Arkadaşlık**

Gönüllüler arasında kurulan bağın, ortaklığın, artan farkındalık düzeyinin ve takdirin sonucunda, gönüllüler arasında sosyal sınıf farklılıkları da dahil olmak üzere pek çok farklılığın ortadan kalkmasıyla, güçlü duygusal bağlar ortaya çıkmaktadır (Fairley, Kellett ve Green, 2007:48).

- **Olimpik Bağlantı**

Yaz Olimpiyat Oyunları dünyanın en üst düzey spor etkinliği olarak görülür. Olimpiyatlarda gönüllülerin de olimpiyatların bir parçası olabildiği görülür. Bir katılımcı bunu şu şekilde anlatmıştır: “Olimpiyat oyunlarından daha büyük bir spor müsabakası yoktur ve bu yüzden Atina Olimpiyatları'nın bir parçası olmak istedim”. Bir gönüllünün böylesine oyunların bir parçası olma isteği ve Olimpiyat Oyunlarına olan bağı, ancak çok derinlerden gelen bir ilgi ile açıklanabilir (Fairley, Kellett ve Green, 2007:49).

- **Paylaşım ve Onaylanma**

Sidney Olimpiyatları'nda gönüllülük yaptıktan sonra katılımcılar, olimpiyatların nasıl işlediği konusunda bilgi sahibi olmuştur ve bu bilgi birikimi, aynı gönüllülerin Atina'ya gidip orada da etkinliğe gönüllü olmasına zemin hazırlamıştır. Dolayısıyla bu konu daha çok spor etkinliklerine gönüllülükteki öğrenme motivasyonu ile ilişkilendirilir. Yeni şeylerin öğrenilmesi, özellikle ilk kez gönüllü olanlar için önemli bir güdüdür (Fairley, Kellett ve Green, 2007:50).

Avrupa Gençlik Olimpiyat Oyunları

Avrupa Gençlik Olimpik Oyunları, bilinen kısa adıyla EYOF, Avrupalı 48 üye ülkenin katılımıyla iki yılda bir gerçekleştirilen spor etkinliğidir. Oyunlar, Avrupa Olimpiyat Komiteleri Birliği tarafından örgütlenmektedir. EYOF, yaz ve kış aylarında gerçekleştirilen bir sportif etkinlik olup, ilk yaz organizasyonu 1991'de Brüksel, Belçika'da düzenlenmiştir. İlk kış organizasyonu ise Aosta'da yapılmıştır. EYOF'ta yalnızca Avrupa spor federasyonlarına bağlı sporcular yarışmaktadır.

2011 Avrupa Gençlik Olimpik Oyunları veya EYOF 2011 Trabzon, Türkiye'nin Trabzon kentinde Avrupa Olimpiyat Komiteleri Birliği gözetiminde 23-30 Temmuz 2011 tarihleri arasında düzenlenen, çok sporlu etkinlik. Etkinlik, EYOF'un yaz oyunları çerçevesinde düzenlenen 11. oyunlar olup, Türkiye'de olimpiyat statüsünde gerçekleştirilen ilk organizasyondur. Organizasyona 49 ülkeden 14-17 yaş arası yaklaşık 3300 yarışmacı katılmıştır. Organizasyonda en çok sporcu ile temsil edilen ülke 140 sporcu ile Türkiye olurken, oyunların maskotu olan hamsi 674 eserin katıldığı logo ve maskot yarışmasıyla belirlenmiştir. Oyunlar çerçevesinde yapılan tesis yatırımlarına ise yaklaşık 290 milyon TL harcanmıştır (Avrupa Gençlik Olimpik Oyunları Raporu, 2011).

Araştırmanın konu olduğu 2011 Avrupa Gençlik Olimpiyat Oyunları'nda görev almış gönüllüler ile ilgili ayrıntılı bilgi, gönüllü kazanımı için yapılan çalışmalar, gönüllülerin seçilmesi, birimlere atanması, eğitimleri ve gönüllülere sağlanan

hizmetler başta olmak üzere bir çok başlık altında, 2011 Avrupa Gençlik Olimpiyat Oyunları gönüllü yönetimi direktörlüğü tarafından hazırlanan sonuç raporu ile EK-1 de sunulmuştur.

ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

ARAŞTIRMANIN KONUSU

2000’li yıllarla birlikte spor etkinliklerine ev sahipliği yapmak, birçok ülke ve şehir için yaşamsal bir amaç haline gelmiştir. Bunun temel sebebi de etkinliğin organizasyonu için yapılan yatırımların; kısa, orta ve uzun vadede önemli düzeyde getirilerinin olmasıdır. Etkinlik sonrasında artan turist sayısına bağlı olarak ekonomide yaşanan hareketliliğin yanı sıra, ortaya çıkan tesisler, gelişen altyapı ve yaratılan kalıcı istihdam gibi somut kazançlar, bu getirilerin en önemlilerindedir. Ayrıca bu etkinlikler, toplumsal birlikteliği artırmak ve ülkenin ya da şehrin imajını güçlendirmek gibi sosyal ve kültürel boyutlarda kazanımlar da sağlamaktadır.

Dünyada da spor etkinlikleri çap, çok yönlülük ve bağlantıları açısından küresel ekonomiye hareket veren ve buna bağlı olarak maddi büyüklüğü her geçen gün artan, güçlü bir endüstri kolu haline gelmiştir. Dünyada önemi bu denli artan ve artık sadece spor yönetimi alanı içinde ele alınamayacak kadar sınırları genişleyen bu büyük organizasyonların gerçekleştirilmesinde, bu araştırmanın konusu olan gönüllülerin katkısıysa milyar dolarlarla ölçülmektedir. Ayrıca bu gönüllüler hiçbir mecburiyet altında olmadıkları halde, tamamen kendi iradeleriyle etkinliklerin bir parçası olup, değerli zaman ve enerjilerini organizasyonun sağlıklı bir şekilde gerçekleştirilebilmesi için harcamaktadırlar.

Bununla birlikte, Türkiye’de de 2000’li yıllarda spor ortamlarında gerçekleştirilen ve gerçekleştirilmesi planlanan pek çok büyük boyutlu spor etkinliğinden söz etmek mümkündür. Bunlar arasında Formula 1, UEFA Şampiyonlar ligi Finali, Dünya Yüzme Şampiyonası, Efes Pilsen Dünya Şampiyonası, Avrupa ve Dünya Basketbol Şampiyonalarıyla, Yaz ve Kış Üniversite Olimpiyatları yer almaktadır.

Türkiye’de spor etkinliklerinin yönetimi konusunda yapılan akademik çalışma sayısı yok denecek kadar azdır. Bu bağlamda bu çalışmayla etkinlik yönetiminin önemli bir boyutunu oluşturan gönüllülerin yönetimi üzerine odaklanılması amaçlanmıştır. Yapılan çalışmayla bir yandan etkinliklerde gönüllülerin nasıl organize edildiği ve yönetildiği ortaya konulmaya çalışılırken; diğer yandan da hem etkinliklerin sorunsuz bir biçimde yürütülmesine olanak sağlayıp hem de organizasyon maliyetlerini önemli ölçüde azaltan gönüllüleri harekete geçiren içsel faktörlerin belirlenmesi hedeflenmiştir.

ARAŞTIRMANIN ÖNEMİ

Bu çalışmanın öncelikle, aktardığı kuramsal bilgi yoluyla büyük spor etkinliklerinin dinamiklerinin daha iyi anlaşılması ve başarıya ulaşabilmesi yolunda alan yazına katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Çalışmanın özellikle odaklandığı gönüllülerin, etkinlik boyunca nasıl organize edildikleri ve yönetildikleri de, ortaya konması gereken önemli bir konudur. Böylece alan yazında yer alan kuramsal bilginin yanı sıra, pratikte gönüllü yönetiminin nasıl gerçekleştiğinin ortaya konması sağlanacaktır.

Ayrıca söz konusu etkinliklerin başarıya kavuşmasında oldukça önemli bir role sahip olan gönüllülerin temel motivasyon kaynaklarının belirlenebilmesi de etkinliklerde onlardan daha verimli bir biçimde faydalanılabilmesi noktasında bu etkinliklerin organizasyonundan sorumlu olan yetkili merci ve profesyonellere önemli katkılar sağlayacaktır. Keza gönüllülerin etkinliklerle ilgili olumlu duygular geliştirip, bu yolla daha sonra gerçekleştirilecek etkinliklerde de gönüllü olarak kullanılabilmeleri, uzun vadede etkinliklerin başarıya ulaşması açısından kritik öneme sahiptir.

ARAŞTIRMANIN SINIRLILIKLARI

Araştırmanın sınırlılıkları şunlardır:

- Araştırma 23-30 Temmuz 2011 tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir.
- Araştırma Trabzon'da gerçekleştirilen 2011 Gençlik olimpiyatlarına katılan gönüllüler ile sınırlandırılmıştır.

ARAŞTIRMANIN AMACI

Bu çalışmayla gerek dünya çapında, gerekse Türkiye' de önemi her geçen gün daha da artan etkinlik yönetimi kavramı hakkında daha iyi bir anlayışa ulaşılmasına katkıda bulunmaya çalışılmıştır. Bu doğrultuda, bir yandan etkinliklerin vazgeçilmez unsurlarından olan gönüllülerin nasıl organize edildiği ve yönetildiği, bir yandan da söz konusu gönüllülerin hangi motivasyonel faktörler sonucunda etkinliğe katılmayı tercih ettikleri sorularının yanıtları aranmıştır.

Bu bağlamda araştırma kapsamında, Trabzon'da gerçekleştirilen Avrupa Gençlik Olimpiyatları'nda gönüllü yönetimi sürecinin nasıl gerçekleştiği ortaya konmaya çalışılırken, bir yandan da etkinlikte görev yapan gönüllülerin motivasyon kaynaklarının; yaş, cinsiyet, eğitim durumu ve medeni durum gibi değişkenler çerçevesinde ele alınması amaçlanmıştır.

Araştırmanın Problemi

Bu genel probleme bağlı olarak çözümlenmek istenen alt problemler ise şunlardır.

1. Gençlik olimpiyatlarına katılan gönüllülerin demografik özellikleri nelerdir?
 - a) Gençlik olimpiyatlarına katılan gönüllülerin cinsiyet özellikleri nelerdir?
 - b) Gençlik olimpiyatlarına katılan gönüllülerin yaş özellikleri nasıl bir dağılım göstermektedir?
 - c) Gençlik olimpiyatlarına katılan gönüllülerin medeni durumla ilgili özellikleri nasıl bir dağılım göstermektedir?
 - d) Gençlik olimpiyatlarına katılan gönüllülerin eğitim farklılıkları nedir?
 - e) Gençlik olimpiyatlarına katılan gönüllülerin departmanlara göre dağılım özellikleri nelerdir?
 - f) Gençlik olimpiyatlarına katılan gönüllülerin ailelerinden başka birilerinin gönüllü olma düzeyleri nedir?
 - g) Gençlik olimpiyatlarına katılan gönüllülerin arkadaşlarının gönüllü olmaları ile ilgili özellikleri nedir?

- h) Gençlik olimpiyatlarına katılan gönüllülerin gelir düzeyleri nedir?
- i) Gençlik olimpiyatlarına katılan gönüllülerin daha önce gönüllü olup olmadıkları ile ilgili özellikleri nelerdir?
2. Gençlik olimpiyatlarına katılan gönüllülerin motivasyonel faktörleri nelerdir?
3. Gençlik olimpiyatlarına katılan gönüllülerin, bu organizasyonda gönüllü yönetimi ile ilgili düşünceleri nelerdir?

Araştırma Hipotezleri

Araştırmanın Hipotezleri: Tez araştırmasının amacı doğrultusunda geliştirilen hipotezler ile spor etkinliklerinde gönüllü olarak yer alan insanların motivasyonları ile ilgili düşünceleri ile katılımcı kişilerin demografik özellikleri arasındaki ilişkiler ölçülmektedir. Bu amaçla bu çalışma ile ilgili adet hipotez geliştirilmiştir. Gönüllü katılımcıların motivasyonları ve demografik özellikleri ile ilgili değişkenler arasındaki ilişkiler belirlenen hipotezler yardımıyla test edilecektir. Bu çalışmadaki araştırma hipotezleri üç grup altında toplanmaktadır. Bunlardan ilki faktörlerin bağımlı değişkenlerle ilişkisini ortaya koymaktadır. Bu kapsamda dört hipotez bulunmaktadır. Bu hipotezler aşağıdaki gibidir.

H₁: Gönüllü motivasyon faktörleri diğer insanlarla etkileşim içine girmesinde etkiye sahiptir.

H₂: Gönüllü motivasyonu faktörleri zamanı değerlendirebilecek başka bir etkinlik olmaması üzerine etkiye sahiptir.

H₃: Gönüllü motivasyonu faktörleri oyunlardaki spor dallarından biriyle ilgileniyor olma üzerine etkiye sahiptir.

H₄: Gönüllü motivasyonu faktörleri bir akraba veya arkadaşın gençlik olimpiyatlarındaki branşlardan biriyle aktif olarak ilgileniyor olması üzerine etkiye sahiptir.

İkinci grup hipotezler ise değişkenler ve gönüllü motivasyonu ölçeği ve alt boyutları arasındaki farklılığı ortaya koymaktadır. Bu kapsamda dokuz hipotez bulunmaktadır. Bu hipotezler aşağıdaki gibidir.

H₅: Kadınlarla erkekler arasında Gönüllü Motivasyonu ölçeği ve ölçeğin alt boyutları bakımından farklılık vardır.

H₆: Farklı yaş gruplarındaki gönüllüler arasında Gönüllü Motivasyonu ölçeği ve ölçeğin alt boyutları bakımından farklılık vardır.

H₇: Farklı medeni durumlardaki gönüllüler arasında Gönüllü Motivasyonu ölçeği ve ölçeğin alt boyutları bakımından farklılık vardır.

H₈: Farklı eğitim seviyelerindeki gönüllüler arasında Gönüllü Motivasyonu ölçeği ve ölçeğin alt boyutları bakımından farklılık vardır.

H₉: Farklı departmanlarda gönüllü olarak çalışanlar arasında Gönüllü Motivasyonu ölçeği ve ölçeğin alt boyutları bakımından farklılık vardır.

H₁₀: Ailesinden birisi 2010 Dünya Basketbol Şampiyonasında gönüllü olan ve olmayanlar arasında Gönüllü Motivasyonu ölçeği ve ölçeğin alt boyutları bakımından farklılık vardır.

H₁₁: 2010 Dünya Basketbol Şampiyonasında gönüllü olarak çalışan bir arkadaşı olan ve olmayanlar arasında Gönüllü Motivasyonu ölçeği ve ölçeğin alt boyutları bakımından farklılık vardır.

H₁₂: Farklı gelir seviyelerindeki gönüllüler arasında Gönüllü Motivasyonu ölçeği ve ölçeğin alt boyutları bakımından farklılık vardır.

H₁₃: Daha önce başka spor etkinliklerinde gönüllü olarak görev alan ve almayanlar arasında Gönüllü Motivasyonu ölçeği ve ölçeğin alt boyutları bakımından farklılık vardır.

Üçüncü grup hipotezler ise her bir madde için verilen cevapların demografik özelliklere göre farklılığını ortaya koymaktadır.

ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Tez araştırması ile ilgili amaçlara ulaşabilmek için araştırmanın yöntem kısmında yapılacak çalışmalar; araştırma modelinin belirlenmesini, araştırmada kullanılan değişkenlerin neler olduğunu, araştırmanın evren ve örneklemini, araştırmada kullanılan veri toplama yöntemini ve kullanılan tekniğin geçerliliğinin ve güvenilirliğinin sınanmasını, araştırmada kullanılan ölçüm tekniği ile ilgili ölçüm düzeylerini, araştırmada kullanılan veri analiz yöntemleri olan; tanımlayıcı istatistikler, açıklayıcı faktör analizi ve varyans analizini içermektedir.

Araştırmanın Modeli

Bu araştırmada nicel araştırma yöntemleri olan genel tarama modellerinden hem tekil hem de karşılaştırmalı ilişkisel tarama modelleri kullanılmıştır. Var olan durumu var olduğu şekilde betimlemeyi amaçlayan bir araştırma yaklaşımı olan genel tarama modelleri ile tekil ya da ilişkisel taramalar yapılabilir.

Değişkenlerin tek tek veya belirli bir miktar olarak oluşumlarının belirlenmesi amacıyla yapılan araştırma modellerine tekil tarama modelleri denilir (Karasar, 2003:79). Tekil tarama modellerinde ilgilenilen birey, madde, olay, kurum... gibi değişkenler ayrı ayrı betimlenmeye çalışılır. Bu çalışmada tekil tarama modeli kullanılarak demografik veriler ile motivasyonel faktörlerin dağılımına bakılacaktır.

İlişkisel tarama modeli ise; iki ya da daha fazla sayıdaki değişken arasında, birlikte değişimin varlığı ve/veya derecesini belirlemeyi amaçlayan bir araştırma modelidir (Karasar, 2003:81). Karşılaştırmalı (nedensel karşılaştırmalı) ilişkisel tarama ise bir davranış kalıbının olası nedenlerini, bu kalıba sahip olanlarla olmayanları karşılaştırarak bulmayı amaçlar (Balcı 1995:265). Bu çalışmada, karşılaştırmalı ilişkisel tarama modeli ile gönüllülerin gönüllülük davranışlarının yaş, cinsiyet, eğitim durumu ve medeni duruma göre farklılaşp farklılaşmadığı değerlendirilmiştir.

Evren ve Örneklem

Araştırmanın evrenini, Türkiye sınırları içerisinde gerçekleştirilen spor etkinliklerinde rol alan tüm gönüllüler oluşturmaktadır. Veri toplama ve derlemede karşılaşılan zaman ve maliyet gibi sınırlılıklardan dolayı, araştırmanın tüm evren üzerinde değil, Trabzon'da düzenlenen 2011 Avrupa Gençlik Olimpiyatları'na gönüllü olarak katılanların tamamı çalışmanın ana kütesini

teşkil etmiştir. Bu amaçla örneklemin belirlenmesinde, tesadüfi olmayan örnekleme yöntemlerinden olan kolayda örnekleme ve yargısal örnekleme yöntemleri kullanılmıştır.

Kolayda örnekleme yöntemi hızlı ve ucuz yoldan veri elde etmenin en kestirme yollarından biri olarak tanımlanmaktadır (Nakip, 2003:183). Trabzon'da gönüllü olarak çalışan bu grup içinden, müsabaka takvimi ve gönüllülerin çalıştıkları departmanların elverdiği ölçüde ulaşılabilen gönüllülerin tamamına veri toplama aracı uygulanmıştır.

Buna göre, etkinlikte görev yapan 1500 kişilik gönüllü grubu araştırmanın çalışma evreni olarak kabul edilmiştir. Araştırma kapsamında gerçekleştirilen çalışmada belirlenen bu kitle içerisinde ulaşılan toplam 540 gönüllü, çalışmanın nicel kısmının örneklemini oluşturmuştur. Bu rakam toplam gönüllülerin %36.06'sını temsil etmektedir. Buna ek olarak sorularımızı yanıtlamayı kabul eden gönüllülerden de etkinlikteki gönüllü yönetimine ilişkin bilgiler alınarak verilerin çeşitlendirilmesi sağlanmıştır.

Veri Toplama Yöntemleri

Tez çalışmasında veri toplanmasında alan araştırması yöntemlerinden birisi olan anket tekniğinden faydalanılmıştır. Ural ve Kılıç (2006) anket tekniğini, kısa zamanda geniş bir coğrafyaya yayılan örneklemlerden veri toplamanın en etkili yollarından birisi olarak ifade etmektedir. Tez çalışmasının uygulaması esnasında kişisel görüşme yoluyla anket tekniğine başvurulması uygun görülmüştür.

Anket soru formlarının geri dönüşümü ile ilgili olarak şartlar dahilinde en yüksek rakama ulaşmak için, soruların net ve açık olmasına, kısa cevaplı olmasına dikkat gösterilmiştir. Gençlik olimpiyatlarında yer alan gönüllülere ulaşılması amacıyla aşağıdaki seçeneklere başvurulmuştur.

- Araştırmacı gençlik olimpiyatlarının gerçekleştirildiği Trabzon şehrine bizzat giderek olimpiyatlara katılan gönüllülerden ilk elden veri toplamıştır.
- Araştırmacı olimpiyatların düzenlendiği ortamlarda araştırmanın yürütülebilmesi için gerekli izni gönüllü yöneticilerinden alarak, soru formlarını dolduracak anketörler ile çalışmıştır.

Anketin Geçerliliği ve Güvenirliği

Anketin geçerliliğini ve güvenilirliğini test etmek amacıyla çeşitli çalışmalar yapılmıştır.

- Etkinlikler ve spor etkinliklerinde gönüllü motivasyonu ile ilgili gerçekleştirilen daha önceki çalışmaların soruları gözden geçirilmiştir.
- Anketin hazırlanması esnasında gönüllü motivasyonu konusunda veya tez çalışması ile ilgili diğer konularda anket ile veri toplama yönteminden yararlanmış uzman kişilerin görüşlerinden ve literatürden yararlanılmıştır.
- Anket formuna son halini vermeden evvel 108 kişiden oluşan ve Erzurum Üniversiyede etkinliğinde görev alan gönüllüler üzerinde bir pilot çalışma yapılmıştır.

- Ankette kullanılıp ölçek şeklimde değerlendirilen soru grupları için güvenilirlik analizi yapılmış ve Cronbach Alpha' dan yararlanılmıştır.

Ölçüm Düzeyleri

Tez çalışması çerçevesinde hazırlanmış olan anket formu iki bölümden oluşmaktadır. Anketin ilk bölümünde, Gençlik olimpiyatlarına katılan gönüllülerin demografik özelliklerini belirlemek adına 9 soru sorulmuştur. İkinci bölümde ise olimpiyatlara katılan gönüllülerin gönüllü olmaları ile ilgili motivasyon düzeylerinin belirlenmesi amacıyla 27 ifadeye yer verilmiş ve ifadeler beşli likert ölçeği (1= Kesinlikle Katılmıyorum 5= Kesinlikle Katılıyorum) ile değerlendirilmiştir.

Veri Analiz Yöntemleri

Çalışma kapsamında dört farklı analiz yöntemi belirlenmiştir. Bunlar; tanımlayıcı istatistikler, varyans analizi, açıklayıcı faktör analizi ve korelasyon analizidir.

Tanımlayıcı İstatistikler

Tanımlayıcı istatistikler, karmaşık şekilde bulunan verinin sağladığı özet bilgilerin tespit edilmesi ve nice olarak ifade edilmesini kapsayan yöntemlerdir. Temel olarak kullanımları, verinin ortalama yerleşim konumunun belirlenmesi, veriyi oluşturan gözlemlerin bu ortalama yerleşim konumundan ne kadar uzak olduğunun tespit edilmesi, birden fazla değişken olması durumunda da aralarındaki ilişkilerin belirlenmesidir (Bülbül, 2006:8-20).

Varyans Analizi (T-Testi ve Anova)

T-testi parametrik analizlerde en fazla kullanılan tekniklerden biridir. Herhangi bir grubun farklı şartlar altındaki tepkilerinde farklılığın olup olmadığının incelenmesine yönelik hipotezlerin test edilmesinde ve bağımsız iki grup arasında farklar olup olmadığının incelenmesinde kullanılan analiz tekniğidir. T-test ile yalnız iki grup arasındaki farkları incelemek mümkün olabilir. İki'den daha fazla grubun karşılaştırılmasının gerektiği durumlarda ise Anova tekniği kullanılmaktadır.

ANOVA analizinin ön koşullarından birisi her bir grubun normal dağılım gösteren bir ana kitleden rastgele seçilmiş örnekler teşkil ediyor olmasıdır. Bunun haricinde her bir grubun eşit düzeyde varyansa sahip olması da gerekmektedir. ANOVA analizi yalnız grupların birbirinden farklı grup olmadıklarını belirler ama hangi grup diğerinden farklıdır sorusuna cevap vermez. Bu sorulara cevap verebilmek için one way ANOVA analizi kullanılmaktadır.

Bu analiz yönteminde ise analizin diyalog kutusunda çeşitli test tekniklerinden faydalanılmaktadır. Bunların içerisinde en yaygın kullanılmakta olan ve yorumu en kolay olan scheffe test yöntemidir. ANOVA analizinde çok güçlü olmamak koşulu ile ön şart olarak varyansların eşit olması istenilmektedir. Fakat varyansları eşit olmayan gruplar içinde kullanılabilir. Gruplar arası varyansın eşit olmaması durumunda ise kullanılacak post-hoc istatistikleri değişmektedir.

Bu koşullarda, kullanılacak istatistikler: Games-Howell, Tamhane's T2 Tamhane's T3, Dunnet's C ve Dunnet's T3 şeklindedir ve yalnız "çoklu aralık testi" şeklinde işlem görmektedir (Sparks, 1963: 343-349). Araştırmada

varyansların eşit olmadığı durumlarda Tamhane's T2 testinden faydalanılmıştır. (Horchberg ve Tamhane 1989:103-106). Ayrıca varyansların eşitliği ise levene testi yardımı ile kontrol edilmektedir (Karasar, 2005: 120 -155; Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2007: 190-225)

Açıklayıcı Faktör Analizi (AFA)

Açıklayıcı faktör analizi tez çalışmasının kavramsal modelinin bileşenlerini olan insanların spor etkinliklerine gönüllü olarak katılmasının ardında yatan motivasyonların temelinde yatan boyutları belirlemek amacı ile kullanılmıştır. Gelişmekte olan bir ölçme aracında yer alan her bir maddeye, katılımcıların verdiği tepkiler arasında belli bir düzen olup olmadığını ortaya koyma amacıyla kullanılan faktör analizi sosyal bilimlerde, başta psikolojik boyutların tanınmasında ve boyutların içeriği ile ilgili bilgi edinilmesinde kullanılan çok değişkenli analiz tekniklerinden biridir (Tavşancıl, 2006:177).

Faktör analizi, birbirleriyle orta düzeyde ya da oldukça ilişkili değişkenleri birleştirerek az sayıda bağımsız değişken kümeleri elde etmede ampirik bir temel sağlayan bir tekniktir. Böylece pek çok değişkenin birkaç küme ya da boyuta indirgenmesi mümkün olmaktadır. Bu boyut ya da kümelere her birine de faktör adı verilir (Balcı, 2009:147-148).

Faktör analizi, bir faktörleşme ya da ortak faktör adı verilen yeni kavramları (değişkenleri) ortaya çıkarma ya da maddelerin faktör yük değerlerini kullanarak kavramların işlevsel tanımlarını elde etme süreci olarak da tanımlanmaktadır (Büyüköztürk, 2009:77). Tavşancıl (2002) ve Büyüköztürk (2009)' e göre, açıklayıcı faktör analizinde örneklemden elde edilen verilerin yeterliliği Kaiser-Mayer-Olkin (KMO) testi ve Bartlett Küresellik (Sphericity) Testi'yle incelenebilir. KMO, bulunan değer 1'e yaklaştıkça mükemmel, .70 ve üzeri iyi, .60 ve üzeri vasat, .50' nin altında ise kabul edilemez olarak değerlendirmektedir (Hair ve ark., 1998:374-375).

Araştırma kapsamında elde edilen verilerin temel bileşenler analizine uygunluğunu belirlemek için yapılan KMO değeri (0,576) bulunmuştur. Kulaksızoğlu ve ark., (2003) ile Aşkar ve Dönmez'in (2004)'de belirttiği gibi bu değerler, örneklem büyüklüğünün ve elde edilen verilerin seçilen analiz için uygun ve yeterli olduğunu göstermektedir. Ayrıca, Tavşancıl'a (2002) göre açıklayıcı faktör analizinde evrendeki dağılımın normal olması gerekmektedir. Verilerin çok değişkenli normal dağılımdan gelip gelmediği ise Bartlett testi ile test edilmektedir (Ergin, 1995: 125-148). Gönüllü motivasyonu ile ilgili kullanılan ölçeğinin verilerine yapılan Bartlett testi anlamlı (Ki-Kare: 12779,007 sd: 253, $p<0,05$) çıkmıştır.

Analiz sonucunda yorumlanması güç, çok sayıda ilişkili orijinal değişkenden bağımsız, kavramsal olarak anlam ifade eden az sayıda faktörün (hipotetik değişken) bulunması amaçlanmaktadır. Analiz sonunda elde edilen varyans oranları ne kadar yüksekse, ölçeğin faktör yapısı da o kadar güçlü olacaktır. Sosyal bilimlerde gerçekleştirilen analizlerde % 40 ile % 60 arasında değişen varyans oranları yeterli kabul edilmektedir.

Faktör örüntüsünün oluşturulmasında ise, 0.30 ile 0.40 arasında değişen faktör yüklerinin alt kesme noktası olarak alınabileceği vurgulanmaktadır. Faktör analizi

uygulanırken dikkat edilmesi gereken hususlar bulunmaktadır. Bunlar; örneklemin büyüklüğü, normalliği ve doğrusallığıdır (Tavşancıl, 2006: 177-181) faktör analizinde aynı yapıyı ölçmeyen maddelerin ayıklanmasında genellikle aşağıda belirtilen 3 ölçüt dikkate alınmaktadır.

- Maddelerin yer aldıkları faktördeki yük değerlerinin yüksek olması (0.45 ya da daha yüksek olması seçim için iyi bir ölçüdür. Ancak bu sınır değer 0.30' a kadar indirilebilir.
- Maddelerin tek bir faktörde yüksek yük değerine, diğer faktörde ise düşük yük değerine sahip olması (yüksek iki yük değeri arasındaki farkın en az 0.10 olması önerilmektedir),
- Önemli faktörlerin, herhangi bir madde de (değişkende) birlikte açıkladıkları ortak faktör varyansının yüksek olması, (maddelerin ortak faktör varyanslarınının 1.00'a yakın ya da 0.66'nın üzerinde) (Büyüköztürk, 2009:121-125).

Önemli faktör sayısına karar vermede aşağıdaki ölçütlerin dikkate alınması önerilebilir:

- Öz değer (eigen value) (öz değeri bir ya da birden büyük olan faktörler önemli faktörler olarak alınmaktadır),
- Açıklanan varyans oranı (faktör sayısının yüksek tutulması, açıklanan varyansı arttırmaktadır),
- Faktörlerin öz değerlerine dayalı olarak çizilen çizgi grafiğinin (grafikte yüksek içmeli, hızlı düşüşlerin yaşandığı faktör önemli faktör sayısını vermektedir) (Büyüköztürk, 2009:121-125).

Bu yöntemlere ek olarak, maddenin ölçekten çıkarılması için madde silinerek alfa katsayısındaki ve ölçek ortalamasındaki değişime de bakılabilir. (Dağ, 2002: 77-90; Özsaygı, 1994: 25-31; Tekin, 1996:17-21) Yapılan bu işlemlerin yanı sıra, Tavşancıl'a (2002) göre, KMO bütün soru grubunun genel olarak faktör analizine uygunluğunu ölçerken örnekleme yeterliliği ölçüsü (MSA) değeri her bir sorunun faktör analizine uygunluğunu ölçtüğünü ifade etmektedir. MSA değeri 0.50'den az olması durumunda soru analizinden çıkarılmalıdır.

Korelasyon Analizi

Faktör analizinde dikkat edilecek başka bir aşama ise faktörlerin birbirinden bağımsızlığını ortaya koymaktır. Faktörlerin birbirinden bağımsızlığını ortaya koyabilmek için boyut korelasyon değerleri incelenmiştir. Faktörler arasındaki korelasyonun düşük olması, faktörlerin birbirinden bağımsız olduğunu ve faktör yapısını desteklediğini, faktörler arasında korelasyonun yüksek olması ise bu yapıların birbiri ile ilişkili olabileceğini göstermektedir.

Pearson korelasyon katsayısı (r) 0.00 -0,25 arasında ise değişkenler arasında çok zayıf, 0,26-0,49 arasında ise zayıf, 0,5-0,69 arasında ise orta, 0,70-0,89 arasında ise yüksek ve 0,90-1,00 arasında ise çok yüksek düzeyde bir ilişki vardır (Kalaycı, 2005,116)

BULGULAR VE YORUM

Yapılan araştırmada elde edilen verilerin analiz edilmesinde tanımlayıcı istatistikler, varyans analizi ve açıklayıcı faktör analizinden yararlanılmıştır.

Araştırma Kapsamında Gerçekleştirilen Tanımlayıcı İstatistikler

Araştırma içeriğinde örneklemden elde edilen karmaşık verilerin özet bir bilgisinin verilmesi ve sayısal olarak ifade edebilmesi amacıyla tez çalışması kapsamında araştırmaya katılan 540 kişilik örneklem grubunun tanımlayıcı istatistikleri yüzde ve frekans olarak verilmiştir.

Gençlik Olimpiyatlarına Gönüllü Katılımcıların Demografik Özelliklerinin Tanımlayıcı İstatistikleri

Araştırma içeriğinde örneklem grubunun dokuz demografik özelliği incelenmiştir. Bunlar; cinsiyet, yaş, medeni durum, eğitim düzeyi, çalışılan departman, gönüllü başka bir aile ferdinin bulunması durumu, gönüllü bir arkadaşın olması durumu, daha önce başka bir spor etkinliğinde görev alma durumu ve gelir durumudur. Aşağıdaki tablolarda örneklem grubunun demografik özellikleri ayrı ayrı verilmiştir.

Çizelge 1. Cinsiyetlere Göre Dağılım

Cinsiyet	Kişi Sayısı	Yüzde
Erkek	170	31,5
Kadın	370	68,5
Toplam	540	100

Araştırmaya katılan kadınların oranı %68,5, erkeklerin oranı ise; % 31,5'tir.

Çizelge 2. Yaşlara Göre Dağılım

Yaş	Kişi Sayısı	Yüzde
15-19 Yaş	10	1,9
20-24 Yaş	425	78,7
25-29 Yaş	80	14,8
30-34 Yaş	25	4,6
Toplam	540	100

Araştırmaya katılanların %1,9'u 15-19 yaşında iken, %78,7'si 20-24 yaşında, %14,8'i 25-29 yaşında ve % 4,6'sı 30-34 yaş aralığındadır.

Çizelge 3. Medeni Durumlara Göre Dağılım

Medeni Durum	Kişi Sayısı	Yüzde
Bekar	540	100
Toplam	540	100

Katılımcıların tamamı bekadır.

Çizelge 4. Eğitim Düzeylerine Göre Dağılım

Eğitim Durumu	Kişi Sayısı	Yüzde
Lise	10	1,9
Ön Lisans	85	15,7
Lisans	445	82,4
Toplam	540	100

Katılımcıların %1,9'u lise mezunu iken, %15,7'si ön lisans ve %82,4'ü ise lisans mezunudur.

Çizelge 5. Gönüllü Olarak Çalışılan Departmanlara Göre Dağılımı

Departman	Kişi Sayısı	Yüzde
Yönetim	110	20,4
Halkla İlişkiler	150	27,8
Konaklama	25	4,6
Tesis Malzeme Desteği	115	21,3
Sağlık Hizmetleri	30	5,6
Kültür/Turizm	55	10,2
Çevre	25	4,6
Bilgi İletişim	20	3,7
Diğer	10	1,9
Toplam	540	100

Katılımcıların %20,4'ü gönüllü olarak yönetim departmanında çalışır iken, %27,8'i halkla ilişkiler, %4,6'sı konaklama, %21,3'ü tesis malzeme desteği, %5,6'sı sağlık hizmetleri, %10,2'si kültür/turizm, %4,6'sı çevre, %3,7'si bilgi iletişim ve %1,9'u ise diğer departmanlarda gönüllü olarak çalışmaktadır.

Çizelge 6. 2011 Avrupa Gençlik Olimpiyatlarında Gönüllü Başka Bir Aile Ferdinin Bulunması Durumuna Göre Dağılımı

Gönüllü Varmı	Kişi Sayısı	Yüzde
Evet	25	4,6
Hayır	515	95,4
Toplam	540	100

Katılımcıların %4,6'sının ailesinde başka gönüllü var iken, %95,4'ünün ise ailesinde başka gönüllü yoktur.

Çizelge 7. Avrupa Gençlik Olimpiyatlarında Gönüllü Bir Arkadaşın Olması Durumuna Göre Dağılımı

Gönüllü Var mı	Kişi Sayısı	Yüzde
Evet	390	72,2

Hayır	150	27,8
Toplam	540	100

Katılımcıların %72,2'sinin Avrupa Gençlik Olimpiyatlarında gönüllü olarak çalışan arkadaşları var iken, %27,8'inin ise yoktur.

Çizelge 8. Gelir Durumlarına Göre Dağılımı

Gelir Durumu (Aylık)	Kişi Sayısı	Yüzde
0-750 TL	320	59,3
751-1500 TL	125	23,1
1501-2250 TL	45	8,3
2251-3000 TL	50	9,3
Toplam	540	100

Katılımcıların %59,3'ünün aylık geliri 0-750 TL iken, %23,1'inin 751-1500 TL, %8,3'ünün 1501-2250 TL ve %9,3'ünün ise 2251-3000 TL'dir.

Çizelge 9. Daha Önce Başka Bir Spor Etkinliğinde Görev Alma Durumlarına Göre Dağılımı

Görev Alma Durumu	Kişi Sayısı	Yüzde
Evet	135	25
Hayır	405	75
Toplam	540	100

Katılımcıların %25'i daha önce başka bir spor etkinliğinde görev yapmış iken, %75'i ise yapmamıştır.

Faktör Analizi Sonuçları

Madde toplam test korelasyonları sonucunda kalan 23 maddenin, kapsam geçerliliği sonucunda 4 faktöre dağıldığı belirlenmiştir.

Gönüllü Motivasyonu ölçeği için yapı geçerliliğini incelemek amacıyla faktör analizi uygulanmıştır. Öncelikle faktör analizi sonuçlarının yararlı ve kullanılabilir olup olmadığını ve verilerin faktör analizi uygulamak için elverişli olup olmadığını test etmek amacıyla Kaiser Meyer Olkin (KMO) ve Bartlett Sphericity testleri uygulanmıştır.

Çizelge 10. KMO ve Bartlett Sonuçları

Kasiyer Meyer Olkin (KMO)	0,576
x²	12779,007
Bartlett Sphericity Testi	sd 253
	p 0,000**

Çizelge 10'a göre, Kaiser Meyer Olkin (KMO) değerinin 0,576 olduğu bulunmuştur. Böylece verilere uygulanacak faktör analizi sonuçlarının yararlı ve

kullanılabilir olacağı görülmektedir. Bartlett Sphericity testi sonucunda değişkenler arasında anlamlı düzeyde yüksek ilişkiler bulunmadığı ve verilerin faktör analizi uygulamak için uygun olduğu sonucuna ulaşılmıştır (X^2 :12779,007, sd:253, $p<0,05$).

Çizelge 11. Gönüllü Motivasyonu Ölçeği Varyans Açıklama Tablosu

Faktör	Başlangıç Özdeğerleri			Toplam Faktör Yükleri (Döndürülmüş)		
	Toplam	Açıklanan Varyans %	Birikimli	Toplam	Açıklanan Varyans %	Birikimli
1 Ortak Hedef	7,536	32,767	32,767	5,220	22,697	22,697
2 Amaç Odaklı	3,788	16,469	49,236	4,327	18,813	41,51
3 Dış Faktörler	2,214	9,626	58,862	3,299	14,344	55,854
4 Sorumluluk	1,682	7,312	66,173	2,374	10,320	66,173

4 alt boyutun ölçeği açıklama oranı toplam %66,173 olarak bulunmuştur. Alt boyutların varyans açıklama oranları incelendiğinde; Ortak Hedef alt boyutunun açıklama oranı %22,67, Amaç Odaklı alt boyutunun açıklama oranı %18,81, Dış Faktörler alt boyutunun açıklama oranı %14,33, ve Sorumluluk alt boyutunun açıklama oranı ise %10,32'dir.

Çizelge 12. Gönüllü Motivasyonu Ölçeği Alt Boyutlarının Maddelerine İlişkin Faktör Yükleri

	Faktörler			
	Ortak Hedef	Amaç Odaklı	Dış Faktörler	Sorumluluk
1.Gönüllü olarak diğer insanlarla ilişkiler kurmak istedim.	0,915			
2.Gönüllülük yoluyla, farklı insanlarla bir arada çalışmak istedim.	0,936			
3.Uygulamaya yönelik deneyimler kazanmak istedim.	0,836			
4.Ufkumu genişletmek istedim.	0,657			
7.Oyunlara gönüllü olmayı eğitici bir faaliyet olarak gördüm.	0,849			
8.Sporcularla tanışmak ve oyunları izlemek istedim.	0,450			
10.Gönüllülük, daha iyi bir toplum yaratır.	0,496			
11.Oyunların bir parçası olduğumu hissetmek istedim.	0,603			
12.Yaşadığım topluma bir şeyler katmak istedim.	0,434			
13.Bir şekilde organizasyona yardımcı olmak istedim.	0,656			
14.Kayda değer bir şeyler yapmak istedim.	0,406			
15.Gençlik olimpiyatlarında gönüllü olmak kendimi daha iyi hissetmemi sağlıyor.	0,664			
18.Katıldığım aktiviteleri çeşitlendirmek istedim.	0,809			
21.Oyunların başarıya ulaşmasına yardımcı olmak istedim.	0,856			
24.Çevremdeki çoğu insan etkinliklere gönüllü olarak katılmaktadır.	0,548			

6.Bu, hayatım boyunca bir kez karşılaşılabileceğim bir deneyimdi.	0,721
16.Boş zamanım fazla olduğu için gönüllü olmayı istedim.	0,704
17.Yaptığım işi aynı şekilde yapabilecek başka biri olmadığı için gönüllü oldum	0,737
20.Geçmişte benzer çalışmalarda deneyimlerim olduğu için gönüllü oldum.	0,433
26.Arkadaşlarım veya akrabalarım da gönüllü olmaktadır.	0,725
19.Burada becerilerime ihtiyaç duyulduğunu düşündüm.	0,446
22.Cevrem tarafından gönüllü olmam bekleniyordu	0,718
27.Gönüllü olarak, ilgili bir aile geleneğini devam ettirmek istedim.	0,408

Faktör analizi sonucunda tüm faktör yüklerinin 0,300'ün üzerinde olduğu ve tüm maddelerin kapsam geçerliliği ile örtüştüğü görülmüştür. Buna göre ölçek 4 alt boyut ve 23 maddeden oluşmaktadır.

İç Tutarlılık (Cronbach Alfa) sonuçları

Gönüllü Motivasyonu ölçeği ve alt ölçeklerin her biri için güvenirlik analizleri uygulanmıştır.

Çizelge 13. Gönüllü Motivasyonu Ölçeği Güvenirlik Analizi Sonucu

Madde Sayısı	N	Cronbach Alfa	Güvenirlik Düzeyi
23	540	0,885	Yüksek Derecede Güvenilir

Uygulanan iç tutarlılık analizi sonucunda, 23 maddeden oluşan Gönüllü Motivasyonu ölçeği için Cronbach Alfa değeri 0,885 bulunmuştur. Buna göre ölçeğin yüksek derecede güvenilir bir ölçek olduğu söylenebilir. Alt boyutlar için uygulanan güvenirlik analizi sonucunda, aşağıdaki sonuçlara ulaşılmıştır.

Çizelge 14. Gönüllü Motivasyonu Ölçeği Alt Boyutları Güvenirlik Analizi Sonuçları

Alt Boyut	Madde Sayısı	N	Cronbach Alfa	Güvenirlik Düzeyi
1 - Ortak Hedef	7	540	0,896	Yüksek Derecede Güvenilir
2 - Amaç Odaklı	8	540	0,864	Yüksek Derecede Güvenilir
3 - Dış Faktörler	5	540	0,764	Oldukça Güvenilir
4 - Sorumluluk	3	540	0,660	Oldukça Güvenilir

Gönüllü Motivasyonu ölçeği alt boyutlarının iç tutarlılık katsayıları analizi neticesinde, Ortak Hedef alt boyutunun yüksek derecede güvenilir ($\alpha=0,896$), Amaç Odaklı alt boyutunun yüksek derecede güvenilir ($\alpha=0,864$), Dış Faktörler alt boyutunun oldukça güvenilir ($\alpha=0,764$) ve Sorumluluk alt boyutunun oldukça güvenilir ($\alpha=0,660$) olduğu saptanmıştır.

Gönüllü motivasyonu faktörlerinin diğer insanlarla etkileşim içine girme durumu üzerine etkisi

Gönüllü motivasyonu faktörlerinin diğer insanlarla etkileşim içine girme durumu ile ilişkilerini incelemek için regresyon analizi uygulanmıştır. Ortaya çıkan regresyon modelinin istatistiksel olarak anlamlı olduğu görülmektedir ($F=96,967$; $p<0,05$). Dört faktör, diğer insanlarla etkileşim içine girme bağımlı değişkeninin % 41'ini açıklamaktadır. Standadize edilmiş beta değerleri incelendiğinde; sorumluluk faktöründe en yüksek ve ters bir etki olduğu görülmektedir. Bunun yanında ortak hedef faktörü de güçlü bir etkiye sahip iken dış faktörler diğer insanlarla etkileşim içine girme üzerinde anlamlı bir etkiye sahip değildir.

Çizelge 15. Gönüllü motivasyonu faktörlerinin diğer insanlarla etkileşim içine girme durumu üzerine etkisi

Bağımlı Değişken						
Diğer insanlarla etkileşim içine girmek						
Faktörler	Std. β	t	p	R²	Ayar. R²	F
Ortak hedef	0,361	9,30	0,000*	0,420	0,416	96,967
Amaç odaklı	0,276	6,22	0,000*			
Dış faktörler	-0,052	-1,281	0,201			
Sorumluluk	-0,479	-12,288	0,000*			
Sabit		198,806	0,000*			
* $p<0,05$						

Gönüllü motivasyonu faktörlerinin zamanı değerlendirebilecek başka bir etkinlik olmaması üzerine etkisi

Gönüllü motivasyonu faktörlerinin zamanı değerlendirebilecek başka bir etkinlik olmaması bağımlı değişkeni ile ilişkilerini incelemek için uygulanan regresyon analizinde istatistiksel olarak anlamlı olduğu ortaya çıkmıştır ($F=74,778$; $p<0,05$). Gönüllü motivasyonu faktörleri zamanı değerlendirebilecek başka bir etkinlik olmaması bağımlı değişkeninin % 35'ini açıklamaktadır. Standadize edilmiş beta değerlerine bakıldığında; en güçlü ve ters etkinin ortak hedef faktöründe olduğu görülmektedir. Bu faktörü amaç odaklı ve dış faktörler takip etmektedir. Sorumluluk faktöründe zamanı değerlendirebilecek başka bir etkinlik olmaması bağımlı değişkeninin de anlamlı bir etkiye sahip değildir.

Çizelge 16. Gönüllü motivasyonu faktörlerinin zamanı değerlendirebilecek başka bir etkinlik olmaması üzerine etkisi

Bağımlı Değişken						
Zamanı değerlendirebilecek başka bir etkinlik olmaması						
Faktörler	Std. β	t	p	R²	Ayar. R²	F
Ortak hedef	-0,461	-12,285	0,000*	0,359	0,354	74,778
Amaç odaklı	0,305	6,537	0,000*			
Dış faktörler	0,327	7,662	0,000*			

Sorumluluk	0,031	0,760	0,448			
Sabit		65,813	0,000*			
*p<0,05						

Gönüllü motivasyonu faktörlerinin oyunlardaki spor dallarından biriyle bizzat ilgileniyor olma üzerine etkisi

Gönüllü motivasyonu faktörlerinin “oyunlardaki spor dallarından biriyle bizzat ilgileniyor olmak” bağımlı değişkeni ile ilişkilerini incelemek için regresyon analizi uygulanmış ve istatistiksel olarak anlamlı olduğu ortaya çıkmıştır (F=35,834; p<0,05). Her bir faktör, oyunlardaki spor dallarından biriyle bizzat ilgileniyor olmak bağımlı değişkeninin % 20’sini açıklamaktadır. Standadize edilmiş beta değerlerine göre en güçlü etkinin sorumluluk faktöründe olduğu görülmektedir. Ortak hedef faktöründe anlamlı bir etki bulunmamaktadır.

Çizelge 17. Gönüllü motivasyonu faktörlerinin oyunlardaki spor dallarından biriyle bizzat ilgileniyor olma üzerine etkisi

Bağımlı Değişken						
Oyunlardaki spor dallarından biriyle bizzat ilgileniyor olmak						
Faktörler	Std. β	t	p	R²	Ayar. R²	F
Ortak hedef	0,092	2,031	0,043*	0,211	0,205	35,834
Amaç odaklı	-0,112	-2,159	0,031*			
Dış faktörler	-0,155	-3,271	0,001*			
Sorumluluk	0,535	11,760	0,000*			
Sabit		65,813	0,000*			
*p<0,05						

Gönüllü motivasyonu faktörlerinin, bir akraba veya arkadaşın gençlik olimpiyatlarındaki branşlardan biriyle aktif olarak ilgileniyor olması üzerine etkisi

Gönüllü motivasyonu faktörlerinin, bir akraba veya arkadaşın gençlik olimpiyatlarındaki branşlardan biriyle aktif olarak ilgileniyor olması bağımlı değişkeni ile ilişkilerini incelemek için regresyon analizi uygulanmıştır. Buna göre dört faktör bağımlı değişkenin % 8’ini açıklamaktadır. Standadize edilmiş beta değerlerine bakıldığında; en yüksek ve ters etkinin ortak hedef faktöründe olduğu görülmektedir. Bunun yanında, amaç odaklı ve sorumluluk faktörleri de anlamlı bir etkiye sahipken, dış faktörler bağımlı değişken üzerinde anlamlı bir etkiye sahip değildir.

Çizelge 18. Gönüllü motivasyonu faktörlerinin, bir akraba veya arkadaşın gençlik olimpiyatlarındaki branşlardan biriyle aktif olarak ilgileniyor olması üzerine etkisi

Bağımlı Değişken						
Bir akraba veya arkadaşın gençlik olimpiyatlarındaki branşlardan biriyle aktif olarak ilgileniyor olması						
Faktörler	Std. β	t	p	R²	Ayar. R²	F
Ortak hedef	-0,206	-4,249	0,000*	0,093	0,087	13,762
Amaç odaklı	-0,129	-2,332	0,020*			
Dış faktörler	0,023	0,458	0,647			
Sorumluluk	0,168	3,445	0,001*			
Sabit		65,813	0,000*			
*p<0,05						

Gençlik Olimpiyatlarına Gönüllü Katılımcıların Demografik Özelliklerine Göre Her Bir Maddenin Anlamlılık Testi

Bu bölümde katılımcıların her bir madde (item) için verdikleri cevapların, demografik özelliklere göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermedikleri Ki-Kare testi ile ortaya konmaya çalışılmış, bu amaç doğrultusunda çapraz tablolar oluşturularak Ki-Kare test istatistikleri hesaplanmıştır. Burada çapraz tablo oluşturulurken gözelerdeki frekansın 5 den küçük olmaması gerekliliğini sağlayabilmek adına, kullanılan beşli likert ölçeği (1= Kesinlikle Katılmıyorum, 2= Katılmıyorum 3= Ne katılıyorum, Ne katılmıyorum, 4= Katılıyorum 5= Kesinlikle katılıyorum), üçlü likert ölçeğine (1= Katılmıyorum, 2= Ne katılıyorum, Ne katılmıyorum, 3= Katılıyorum) SPSS’de yeniden kodlama ile dönüştürülmüştür. 27 maddenin her birine verilen cevapların 9 demografik özelliğe göre farklılık gösterip göstermediği incelenmiş ve 0.05 anlamlılık düzeyine göre elde edilen ki-kare sonuçları aşağıdaki gibi yorumlanmıştır.

Katılımcıların Her Bir Maddeye Verdikleri Yanıtların Cinsiyete Göre Anlamlılık Testi

Çizelge 19. Her Bir maddeye verilen yanıtların Cinsiyete Göre Ki-Kare Testi Sonuçları

MADDE	Ki-Kare	p
1.Gönüllü olarak diğer insanlarla ilişkiler kurmak istedim.	17,195611	,000
2.Gönüllülük yoluyla, farklı insanlarla bir arada çalışmak istedim.	17,195611	,000
3.Uygulamaya yönelik deneyimler kazanmak istedim.	5,021493	,025
4.Ufkumu genişletmek istedim.	13,189767	,000
5.Diğer insanlarla etkileşim içine girmek istedim	22,562599	,000
6.Bu, hayatım boyunca bir kez karşılaşılabileceğim bir deneyimdi.	9,529254	,009
7.Oyunlara gönüllü olmayı eğitici bir faaliyet olarak gördüm.	12,786253	,000
8.Sporcularla tanışmak ve oyunları izlemek istedim.	86,824816	,000
9.Zamanımı değerlendirebileceğim başka bir etkinlik yoktu.	29,445626	,000

10.Gönüllülük, daha iyi bir toplum yaratır.	23,179650	,000
11.Oyunların bir parçası olduğumu hissetmek istedim.	16,300310	,000
12.Yaşadığım topluma bir şeyler katmak istedim.	32,234054	,000
13.Bir şekilde organizasyona yardımcı olmak istedim.	12,044083	,001
14.Kayda değer bir şeyler yapmak istedim.	8,883666	,012
15.Gençlik olimpiyatlarında gönüllü olmak kendimi daha iyi hissetmemi sağlıyor.	43,149236	,000
16.Boş zamanım fazla olduğu için gönüllü olmayı istedim.	72,114939	,000
17.Yaptığım işi aynı şekilde yapabilecek başka biri olmadığı için gönüllü oldum.	19,640935	,000
18.Katıldığım aktiviteleri çeşitlendirmek istedim.	42,113814	,000
19.Burada becerilerime ihtiyaç duyulduğunu düşündüm.	7,194751	,027
20.Geçmişte benzer çalışmalarda deneyimlerim olduğu için gönüllü oldum.	112,396452	,000
21.Oyunların başarıya ulaşmasına yardımcı olmak istedim.	22,672351	,000
22.Cevrem tarafından gönüllü olmam bekleniyordu	2,638775	,267
23.Oyunlardaki spor dallarından biriyle bizzat ilgileniyorum.	67,485880	,000
24.Çevremdeki çoğu insan etkinliklere gönüllü olarak katılmaktadır.	38,692786	,000
25.Bir akraba veya arkadaşım gençlik olimpiyatlarındaki branşlardan biriyle aktif olarak ilgileniyor.	44,063365	,000
26.Arkadaşlarım veya akrabalarım da gönüllü olmaktadır.	162,302149	,000
27.Gönüllü olarak, ilgili bir aile geleneğini devam ettirmek istedim.	5,748227	,056

Çizelge 19. da görüldüğü gibi, “Çevrem tarafından gönüllü olmam bekleniyordu” şeklindeki ifadeden oluşan 22. madde ile “Gönüllü olarak, ilgili bir aile geleneğini devam ettirmek istedim.” şeklindeki 27. madde dışındaki tüm maddelerin cinsiyete göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık gösterdikleri saptanmıştır.

Katılımcuların Her Bir Maddeye Verdikleri Yanıtların Yaşa Göre Anlamlılık Testi

Çizelge 20. Her Bir maddeye verilen yanıtların Yaşa Göre Ki-Kare Testi Sonuçları

MADDE	Ki-Kare	p
1.Gönüllü olarak diğer insanlarla ilişkiler kurmak istedim.	215,198020	,000
2.Gönüllülük yoluyla, farklı insanlarla bir arada çalışmak istedim.	215,198020	,000
3.Uygulamaya yönelik deneyimler kazanmak istedim.	116,441314	,000
4.Ufkumu genişletmek istedim.	13,283422	,004
5.Diğer insanlarla etkileşim içine girmek istedim	40,785386	,000
6.Bu, hayatım boyunca bir kez karşılaşılabileceğim bir deneyimdi.	97,502619	,000
7.Oyunlara gönüllü olmayı eğitici bir faaliyet olarak gördüm.	80,839487	,000
8.Sporcularla tanışmak ve oyunları izlemek istedim.	13,617269	,034
9.Zamanımı değerlendirebileceğim başka bir etkinlik yoktu.	90,178762	,000

10.Gönüllülük, daha iyi bir toplum yaratır.	38,352941	,000
11.Oyunların bir parçası olduğumu hissetmek istedim.	167,444853	,000
12.Yaşadığım topluma bir şeyler katmak istedim.	238,933420	,000
13.Bir şekilde organizasyona yardımcı olmak istedim.	7,093090	,000
14.Kayda değer bir şeyler yapmak istedim.	23,778346	,001
15.Gençlik olimpiyatlarında gönüllü olmak kendimi daha iyi hissetmemi sağlıyor.	33,343693	,000
16.Boş zamanım fazla olduğu için gönüllü olmayı istedim.	225,885456	,000
17.Yaptığım işi aynı şekilde yapabilecek başka biri olmadığı için gönüllü oldum.	86,815984	,000
18.Katıldığım aktiviteleri çeşitlendirmek istedim.	43,992377	,000
19.Burada becerilerime ihtiyaç duyulduğunu düşündüm.	85,904863	,000
20.Geçmişte benzer çalışmalarda deneyimlerim olduğu için gönüllü oldum.	108,438201	,000
21.Oyunların başarıya ulaşmasına yardımcı olmak istedim.	75,969084	,000
22.Cevrem tarafından gönüllü olmam bekleniyordu	117,785062	,000
23.Oyunlardaki spor dallarından biriyle bizzat ilgileniyorum.	83,804228	,000
24.Çevremdeki çoğu insan etkinliklere gönüllü olarak katılmaktadır.	53,811604	,000
25.Bir akraba veya arkadaşım gençlik olimpiyatlarındaki branşlardan biriyle aktif olarak ilgileniyor.	109,833363	,000
26.Arkadaşlarım veya akrabalarım da gönüllü olmaktadır.	82,728753	,000
27.Gönüllü olarak, ilgili bir aile geleneğini devam ettirmek istedim.	73,171478	,000

Çizelge 20. incelendiğinde ise, katılımcıların her bir maddeye verdikleri yanıtların yaşa göre anlamlı bir farklılık gösterdiği, 27 farklı test sonucunun olasılık değerinin 0.05 anlamlılık düzeyinden küçük olması nedeniyle söylenebilir.

Katılımcıların Her Bir Maddeye Verdikleri Yanıtların Medeni Duruma Göre Anlamlılık Testi

Katılımcıların tümünün bekar olması nedeniyle medeni duruma göre ki-kare testi sonuçları hesaplanamamıştır.

Katılımcıların Her Bir Maddeye Verdikleri Yanıtların Eğitim Durumuna Göre Anlamlılık Testi

Çizelge 21. Her Bir maddeye verilen yanıtların Eğitim Durumuna Göre Ki-Kare Testi Sonuçları

MADDE	Ki-Kare	p
1.Gönüllü olarak diğer insanlarla ilişkiler kurmak istedim.	141,635463	,000
2.Gönüllülük yoluyla, farklı insanlarla bir arada çalışmak istedim.	141,635463	,000
3.Uygulamaya yönelik deneyimler kazanmak istedim.	41,251001	,000
4.Ufkumu genişletmek istedim.	10,480082	,000
5.Diğer insanlarla etkileşim içine girmek istedim	361,323529	,000

6.Bu, hayatım boyunca bir kez karşılaşabileceğim bir deneyimdi.	75,988255	,000
7.Oyunlara gönüllü olmayı eğitici bir faaliyet olarak gördüm.	25,077856	,000
8.Sporcularla tanışmak ve oyunları izlemek istedim.	29,167822	,000
9.Zamanımı değerlendirebileceğim başka bir etkinlik yoktu.	46,411790	,000
10.Gönüllülük, daha iyi bir toplum yaratır.	38,426966	,000
11.Oyunların bir parçası olduğumu hissetmek istedim.	163,923540	,000
12.Yaşadığım topluma bir şeyler katmak istedim.	187,069500	,000
13.Bir şekilde organizasyona yardımcı olmak istedim.	140,319817	,000
14.Kayda değer bir şeyler yapmak istedim.	10,326542	,035
15.Gençlik olimpiyatlarında gönüllü olmak kendimi daha iyi hissetmemi sağlıyor.	188,947794	,000
16.Boş zamanım fazla olduğu için gönüllü olmayı istedim.	27,447441	,000
17.Yaptığım işi aynı şekilde yapabilecek başka biri olmadığı için gönüllü oldum.	111,088866	,000
18.Katıldığım aktiviteleri çeşitlendirmek istedim.	59,979900	,000
19.Burada becerilerime ihtiyaç duyulduğunu düşündüm.	63,643223	,000
20.Geçmişte benzer çalışmalarda deneyimlerim olduğu için gönüllü oldum.	77,654233	,000
21.Oyunların başarıya ulaşmasına yardımcı olmak istedim.	99,864765	,000
22.Cevrem tarafından gönüllü olmam bekleniyordu	123,455943	,000
23.Oyunlardaki spor dallarından biriyle bizzat ilgileniyorum.	48,539326	,000
24.Çevremdeki çoğu insan etkinliklere gönüllü olarak katılmaktadır.	133,320916	,000
25.Bir akraba veya arkadaşım gençlik olimpiyatlarındaki branşlardan biriyle aktif olarak ilgileniyor.	128,329412	,000
26.Arkadaşlarım veya akrabalarım da gönüllü olmaktadır.	91,128660	,000
27.Gönüllü olarak, ilgili bir aile geleneğini devam ettirmek istedim.	48,860702	,000

Çizelge 21' de görüldüğü gibi, tüm maddelerin eğitim durumuna göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık gösterdikleri saptanmıştır.

Katılımcıların Her Bir Maddeye Verdikleri Yanıtların Gelir Durumuna Göre Anlamlılık Testi

Çizelge 22. Her Bir maddeye verilen yanıtların Gelir Durumuna Göre Ki-Kare Testi Sonuçları

MADDE	Ki-Kare	p
1.Gönüllü olarak diğer insanlarla ilişkiler kurmak istedim.	263,149752	.000
2.Gönüllülük yoluyla, farklı insanlarla bir arada çalışmak istedim.	263,149752	,000
3.Uygulamaya yönelik deneyimler kazanmak istedim.	113,804873	,000
4.Ufkumu genişletmek istedim.	147,290909	,000
5.Diğer insanlarla etkileşim içine girmek istedim	97,822266	,000
6.Bu, hayatım boyunca bir kez karşılaşabileceğim bir deneyimdi.	128,313911	,000

7.Oyunlara gönüllü olmayı eğitici bir faaliyet olarak gördüm.	163,325380	,000
8.Sporcularla tanışmak ve oyunları izlemek istedim.	302,707915	,000
9.Zamanımı değerlendirebileceğim başka bir etkinlik yoktu.	212,254221	,000
10.Gönüllülük, daha iyi bir toplum yaratır.	40,090741	,000
11.Oyunların bir parçası olduğumu hissetmek istedim.	284,105391	,000
12.Yaşadığım topluma bir şeyler katmak istedim.	364,435955	,000
13.Bir şekilde organizasyona yardımcı olmak istedim.	18,021845	,000
14.Kayda değer bir şeyler yapmak istedim.	150,476550	,000
15.Gençlik olimpiyatlarında gönüllü olmak kendimi daha iyi hissetmemi sağlıyor.	117,574204	,000
16.Boş zamanım fazla olduğu için gönüllü olmayı istedim.	149,743001	,000
17.Yaptığım işi aynı şekilde yapabilecek başka biri olmadığı için gönüllü oldum.	133,279325	,000
18.Katıldığım aktiviteleri çeşitlendirmek istedim.	94,395247	,000
19.Burada becerilerime ihtiyaç duyulduğunu düşündüm.	204,733791	,000
20.Geçmişte benzer çalışmalarda deneyimlerim olduğu için gönüllü oldum.	97,110382	,000
21.Oyunların başarıya ulaşmasına yardımcı olmak istedim.	116,431108	,000
22.Cevrem tarafından gönüllü olmam bekleniyordu	89,676118	,000
23.Oyunlardaki spor dallarından biriyle bizzat ilgileniyorum.	108,324424	,000
24.Çevremdeki çoğu insan etkinliklere gönüllü olarak katılmaktadır.	48,403350	,000
25.Bir akraba veya arkadaşım gençlik olimpiyatlarındaki branşlardan biriyle aktif olarak ilgileniyor.	54,219656	,000
26.Arkadaşlarım veya akrabalarım da gönüllü olmaktadır.	100,231453	,000
27.Gönüllü olarak, ilgili bir aile geleneğini devam ettirmek istedim.	130,339882	,000

Çizelge 22. de verilen ki-kare testi sonuçlarıyla, 27 maddenin her birine verilen cevapların gelir durumuna göre anlamlı bir farklılık gösterdiği sonucuna varılmıştır.

Katılımcıların Her Bir Maddeye Verdikleri Yanıtların Çalışılan Departmana Göre Anlamlılık Testi

Çizelge 23. Her Bir maddeye verilen yanıtların Çalışılan Departmana Göre Ki-Kare Testi Sonuçları

MADDE	Ki-Kare	p
1.Gönüllü olarak diğer insanlarla ilişkiler kurmak istedim.	139,263492	,000
2.Gönüllülük yoluyla, farklı insanlarla bir arada çalışmak istedim.	139,263492	,000
3.Uygulamaya yönelik deneyimler kazanmak istedim.	39,530774	,000
4.Ufkumu genişletmek istedim.	101,454545	,000
5.Diğer insanlarla etkileşim içine girmek istedim	97,881670	,000
6.Bu, hayatım boyunca bir kez karşılaşabileceğim bir deneyimdi.	267,804381	,000

7.Oyunlara gönüllü olmayı eğitici bir faaliyet olarak gördüm.	50,023812	,000
8.Sporcularla tanışmak ve oyunları izlemek istedim.	108,865746	,000
9.Zamanımı değerlendirebileceğim başka bir etkinlik yoktu.	276,841127	,000
10.Gönüllülük, daha iyi bir toplum yaratır.	188,758893	,000
11.Oyunların bir parçası olduğumu hissetmek istedim.	252,776645	,000
12.Yaşadığım topluma bir şeyler katmak istedim.	244,270729	,000
13.Bir şekilde organizasyona yardımcı olmak istedim.	102,471315	,000
14.Kayda değer bir şeyler yapmak istedim.	400,896603	,000
15.Gençlik olimpiyatlarında gönüllü olmak kendimi daha iyi hissetmemi sağlıyor.	305,658852	,000
16.Boş zamanım fazla olduğu için gönüllü olmayı istedim.	292,603305	,000
17.Yaptığım işi aynı şekilde yapabilecek başka biri olmadığı için gönüllü oldum.	225,564679	,000
18.Katıldığım aktiviteleri çeşitlendirmek istedim.	212,678016	,000
19.Burada becerilerime ihtiyaç duyulduğunu düşündüm.	242,093003	,000
20.Geçmişte benzer çalışmalarda deneyimlerim olduğu için gönüllü oldum.	356,342638	,000
21.Oyunların başarıya ulaşmasına yardımcı olmak istedim.	116,959999	,000
22.Cevrem tarafından gönüllü olmam bekleniyordu	316,861410	,000
23.Oyunlardaki spor dallarından biriyle bizzat ilgileniyorum.	409,150120	,000
24.Çevremdeki çoğu insan etkinliklere gönüllü olarak katılmaktadır.	210,208384	,000
25.Bir akraba veya arkadaşım gençlik olimpiyatlarındaki branşlardan biriyle aktif olarak ilgileniyor.	264,566002	,000
26.Arkadaşlarım veya akrabalarım da gönüllü olmaktadır.	210,592808	,000
27.Gönüllü olarak, ilgili bir aile geleneğini devam ettirmek istedim.	250,412600	,000

Yine tüm maddeler için verilen yanıtların çalışılan departmana göre anlamlı bir farklılık gösterdiği Çizelge 23.'deki ki-kare test sonuçlarına dayanarak söylenebilir.

Katılımcıların Her Bir Maddeye Verdikleri Yanıtların Aileden Gönüllünün Olmasına Göre Anlamlılık Testi

Çizelge 24. Her Bir maddeye verilen yanıtların Aileden gönüllünün Olmasına Göre Ki-Kare Testi Sonuçları

MADDE	Ki-Kare	p
1.Gönüllü olarak diğer insanlarla ilişkiler kurmak istedim.	540,000000	,000
2.Gönüllülük yoluyla, farklı insanlarla bir arada çalışmak istedim.	540,000000	,000
3.Uygulamaya yönelik deneyimler kazanmak istedim.	231,156222	,000
4.Ufkumu genişletmek istedim.	2,383054	,000
5.Diğer insanlarla etkileşim içine girmek istedim	209,708738	,000
6.Bu, hayatım boyunca bir kez karşılaşabileceğim bir deneyimdi.	108,599168	,000

7.Oyunlara gönüllü olmayı eğitici bir faaliyet olarak gördüm.	176,005548	,000
8.Sporcularla tanışmak ve oyunları izlemek istedim.	5,596160	,000
9.Zamanımı değerlendirebileceğim başka bir etkinlik yoktu.	10,553524	,000
10.Gönüllülük, daha iyi bir toplum yaratır.	8,737864	,000
11.Oyunların bir parçası olduğumu hissetmek istedim.	540,000000	,000
12.Yaşadığım topluma bir şeyler katmak istedim.	540,000000	,000
13.Bir şekilde organizasyona yardımcı olmak istedim.	1,272504	,000
14.Kayda değer bir şeyler yapmak istedim.	8,737864	,000
15.Gençlik olimpiyatlarında gönüllü olmak kendimi daha iyi hissetmemi sağlıyor.	176,005548	,000
16.Boş zamanım fazla olduğu için gönüllü olmayı istedim.	108,599168	,000
17.Yaptığım işi aynı şekilde yapabilecek başka biri olmadığı için gönüllü oldum.	25,260371	,000
18.Katıldığım aktiviteleri çeşitlendirmek istedim.	87,029126	,000
19.Burada becerilerime ihtiyaç duyulduğunu düşündüm.	21,770610	,000
20.Geçmişte benzer çalışmalarda deneyimlerim olduğu için gönüllü oldum.	48,288196	,000
21.Oyunların başarıya ulaşmasına yardımcı olmak istedim.	91,747573	,000
22.Cevrem tarafından gönüllü olmam bekleniyordu	68,155340	,000
23.Oyunlardaki spor dallarından biriyle bizzat ilgileniyorum.	11,037302	,004
24.Çevremdeki çoğu insan etkinliklere gönüllü olarak katılmaktadır.	59,576346	,000
25.Bir akraba veya arkadaşım gençlik olimpiyatlarındaki branşlardan biriyle aktif olarak ilgileniyor.	27,202784	,000
26.Arkadaşlarım veya akrabalarım da gönüllü olmaktadır.	41,192788	,000
27.Gönüllü olarak, ilgili bir aile geleneğini devam ettirmek istedim.	31,563305	,000

Çizelge 24.'e bakıldığında, aileden gönüllünün olmasına göre katılımcıların her maddeye verdikleri yanıtların istatistiksel anlamda farklılık gösterdikleri görülmektedir.

Katılımcıların Her Bir Maddeye Verdikleri Yanıtların Arkadaşlarından Gönüllünün Olmasına Göre Anlamlılık Testi

Çizelge 25. Her Bir maddeye verilen yanıtların Arkadaşlarından Gönüllünün Olmasına Göre Ki-Kare Testi Sonuçları

MADDE	Ki-Kare	p
1.Gönüllü olarak diğer insanlarla ilişkiler kurmak istedim.	35,616146	,000
2.Gönüllülük yoluyla, farklı insanlarla bir arada çalışmak istedim.	35,616146	,000
3.Uygulamaya yönelik deneyimler kazanmak istedim.	2,810756	,094
4.Ufkumu genişletmek istedim.	61,174825	,000
5.Diğer insanlarla etkileşim içine girmek istedim	25,961538	,000
6.Bu, hayatım boyunca bir kez karşılaşabileceğim bir deneyimdi.	27,773726	,000

7.Oyunlara gönüllü olmayı eğitici bir faaliyet olarak gördüm.	19,797054	,000
8.Sporcularla tanışmak ve oyunları izlemek istedim.	132,809730	,000
9.Zamanımı değerlendirebileceğim başka bir etkinlik yoktu.	31,180819	,000
10.Gönüllülük, daha iyi bir toplum yaratır.	37,230769	,000
11.Oyunların bir parçası olduğumu hissetmek istedim.	73,785425	,000
12.Yaşadığım topluma bir şeyler katmak istedim.	180,121724	,000
13.Bir şekilde organizasyona yardımcı olmak istedim.	68,155340	,000
14.Kayda değer bir şeyler yapmak istedim.	138,94314	,000
15.Gençlik olimpiyatlarında gönüllü olmak kendimi daha iyi hissetmemi sağlıyor.	48,852843	,000
16.Boş zamanım fazla olduğu için gönüllü olmayı istedim.	75,700423	,000
17.Yaptığım işi aynı şekilde yapabilecek başka biri olmadığı için gönüllü oldum.	4,791489	,000
18.Katıldığım aktiviteleri çeşitlendirmek istedim.	42,159831	,000
19.Burada becerilerime ihtiyaç duyulduğunu düşündüm.	116,036451	,000
20.Geçmişte benzer çalışmalarda deneyimlerim olduğu için gönüllü oldum.	21,001518	,000
21.Oyunların başarıya ulaşmasına yardımcı olmak istedim.	106,057942	,000
22.Cevrem tarafından gönüllü olmam bekleniyordu	97,855870	,000
23.Oyunlardaki spor dallarından biriyle bizzat ilgileniyorum.	0,792510	,000
24.Çevremdeki çoğu insan etkinliklere gönüllü olarak katılmaktadır.	77,547749	,000
25.Bir akraba veya arkadaşım gençlik olimpiyatlarındaki branşlardan biriyle aktif olarak ilgileniyor.	13,533701	,001
26.Arkadaşlarım veya akrabalarım da gönüllü olmaktadır.	50,061938	,000
27.Gönüllü olarak, ilgili bir aile geleneğini devam ettirmek istedim.	59,545354	,000

Çizelge 25.'de görüldüğü gibi, "Uygulamaya yönelik deneyimler kazanmak istedim" şeklindeki ifadeden oluşan 3. madde dışındaki tüm maddelerin arkadaşlarından gönüllünün olmasına göre, istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık gösterdikleri saptanmıştır.

Katılımcıların Her Bir Maddeye Verdikleri Yanıtların Başka Etkinlikte Gönüllü Olmasına Göre Anlamlılık Testi

Çizelge 26. Her Bir maddeye verilen yanıtların Başka Etkinlikte Gönüllü Olmasına Göre Ki-Kare Testi Sonuçları

MADDE	Ki-Kare	p
1.Gönüllü olarak diğer insanlarla ilişkiler kurmak istedim.	38,349835	,000
2.Gönüllülük yoluyla, farklı insanlarla bir arada çalışmak istedim.	38,349835	,000
3.Uygulamaya yönelik deneyimler kazanmak istedim.	4,217432	,040
4.Ufkumu genişletmek istedim.	16,363636	,000

5.Diğer insanlarla etkileşim içine girmek istedim	40,000000	,000
6.Bu, hayatım boyunca bir kez karşılaşabileceğim bir deneyimdi.	12,652944	,002
7.Oyunlara gönüllü olmayı eğitici bir faaliyet olarak gördüm.	0,547112	,459
8.Sporcularla tanışmak ve oyunları izlemek istedim.	14,884965	,001
9.Zamanımı değerlendirebileceğim başka bir etkinlik yoktu.	72,467532	,000
10.Gönüllülük, daha iyi bir toplum yaratır.	29,711934	,000
11.Oyunların bir parçası olduğumu hissetmek istedim.	8,745939	,013
12.Yaşadığım topluma bir şeyler katmak istedim.	33,626374	,000
13.Bir şekilde organizasyona yardımcı olmak istedim.	8,737864	,003
14.Kayda değer bir şeyler yapmak istedim.	30,398998	,000
15.Gençlik olimpiyatlarında gönüllü olmak kendimi daha iyi hissetmemi sağlıyor.	31,304348	,000
16.Boş zamanım fazla olduğu için gönüllü olmayı istedim.	37,636142	,000
17.Yaptığım işi aynı şekilde yapabilecek başka biri olmadığı için gönüllü oldum.	44,415584	,000
18.Katıldığım aktiviteleri çeşitlendirmek istedim.	37,052055	,000
19.Burada becerilerime ihtiyaç duyulduğunu düşündüm.	38,768163	,000
20.Geçmişte benzer çalışmalarda deneyimlerim olduğu için gönüllü oldum.	12,061404	,002
21.Oyunların başarıya ulaşmasına yardımcı olmak istedim.	22,207792	,000
22.Cevrem tarafından gönüllü olmam bekleniyordu	168,818713	,000
23.Oyunlardaki spor dallarından biriyle bizzat ilgileniyorum.	42,017544	,000
24.Çevremdeki çoğu insan etkinliklere gönüllü olarak katılmaktadır.	12,613101	,002
25.Bir akraba veya arkadaşım gençlik olimpiyatlarındaki branşlardan biriyle aktif olarak ilgileniyor.	7,683019	,021
26.Arkadaşlarım veya akrabalarım da gönüllü olmaktadır.	19,422799	,000
27.Gönüllü olarak, ilgili bir aile geleneğini devam ettirmek istedim.	0,445034	,801

“Oyunlara gönüllü olmayı eğitici bir faaliyet olarak gördüm.” şeklindeki ifadede oluşan 7. madde dışındaki tüm maddelere katılımcıların verdikleri yanıtların başka etkinlikte gönüllü olmalarına göre anlamlı bir farklılık gösterdiği Çizelge 26.’ya bakılarak söylenebilir.

GÜVENİRLİK ANALİZİ

Yapı Geçerliliği

Gönüllü Motivasyonu ölçeğinin yapı geçerliğinin belirlenmesi için öncelikle ölçeğin iç tutarlılığı Pearson Momentler Çarpım Korelasyon Katsayısı ile belirlenecektir. Daha sonra; ölçeği oluşturan maddelerin ölçme aracına ne kadar katkıda bulduklarını belirlemek amacıyla madde analizi, maddelere verilen yanıtların, ölçeğin yapı geçerliğine uygunluğunu belirlemek amacıyla da faktör analizi uygulanacaktır.

Madde Toplam Test Korelasyonları

Çizelge 27. Gönüllü Motivasyonu Ölçeği Madde-Toplam Test Korelasyonları

Madde	r
1.Gönüllü olarak diğer insanlarla ilişkiler kurmak istedim.	0,377
2.Gönüllülük yoluyla, farklı insanlarla bir arada çalışmak istedim.	0,498
3.Uygulamaya yönelik deneyimler kazanmak istedim.	0,489
4.Ufkumu genişletmek istedim.	0,442
6.Bu, hayatım boyunca bir kez karşılaşılabileceğim bir deneyimdi.	0,313
7.Oyunlara gönüllü olmayı eğitici bir faaliyet olarak gördüm.	0,511
8.Sporcularla tanışmak ve oyunları izlemek istedim.	0,527
10.Gönüllülük, daha iyi bir toplum yaratır.	0,286
11.Oyunların bir parçası olduğumu hissetmek istedim.	0,628
12.Yaşadığım topluma bir şeyler katmak istedim.	0,697
13.Bir şekilde organizasyona yardımcı olmak istedim.	0,661
14.Kayda değer bir şeyler yapmak istedim.	0,558
15.Gençlik olimpiyatlarında gönüllü olmak kendimi daha iyi hissetmemi sağlıyor.	0,622
16.Boş zamanım fazla olduğu için gönüllü olmayı istedim.	0,598
17.Yaptığım işi aynı şekilde yapabilecek başka biri olmadığı için gönüllü oldum.	0,300
18.Katıldığım aktiviteleri çeşitlendirmek istedim.	0,470
19.Burada becerilerime ihtiyaç duyulduğunu düşündüm.	0,441
20.Geçmişte benzer çalışmalarda deneyimlerim olduğu için gönüllü oldum.	0,543
21.Oyunların başarıya ulaşmasına yardımcı olmak istedim.	0,586
22.Cevrem tarafından gönüllü olmam bekleniyordu	0,410
24.Çevremdeki çoğu insan etkinliklere gönüllü olarak katılmaktadır.	0,493
26.Arkadaşlarım veya akrabalarım da gönüllü olmaktadır.	0,483
27.Gönüllü olarak, ilgili bir aile geleneğini devam ettirmek istedim.	0,360

Bu sonuçlara göre; r'si 0,25'nin altında kalan 5, 9, 23 ve 25. maddeler ölçekten çıkarılmıştır. Diğer maddelerin ise birbirleriyle ve ölçek puanlarıyla yüksek korelasyon değerlerine sahip olduğu ve ölçekte bulunmaları gerektiği görülmüştür. Ölçekte kalan 23 madde ve r değerleri Çizelge 27'de verilmiştir.

Çizelge 28. Erkekler ve Kadınlar Arasında Ölçek Ve Alt Boyutları Bakımından Farklılık Olup Olmadığının İncelenmesi (Bağımsız Örneklem T Testi)

Ölçek ve Alt Boyutlar	Cinsiyet	Kişi Sayısı	Ortalama	Std. Sapma	t	p
Ortak Hedefler	Erkek	170	4,48	0,604	1,04	0,296

	Kadın	370	4,43	0,578	6	
Amaç Odaklı	Erkek	170	4,19	0,499	4,18	0,000
	Kadın	370	3,94	0,710	2	*
Dış Faktörler	Erkek	170	3,15	0,561	0,68	0,491
	Kadın	370	3,09	0,982	9	
Sorumluluk	Erkek	170	3,25	0,976	1,52	0,128
	Kadın	370	3,12	0,928	4	
Gönüllü Motivasyonu Ölçeği	Erkek	170	3,94	0,433	2,76	0,006
	Kadın	370	3,80	0,480	4	*

Ortak Hedefler alt boyutu için erkeklerin düzeyi 4,48 iken, kadınların düzeyi 4,43'tür. Uygulanan bağımsız örneklem t testi sonucunda, erkekler ile kadınlar arasında Ortak Hedefler alt boyutu bakımından anlamlı farklılık bulunmamaktadır (t:1,046, p>0,05).

Amaç Odaklı alt boyutu için erkeklerin düzeyi 4,19 iken, kadınların düzeyi 3,94'tür. Uygulanan bağımsız örneklem t testi sonucunda, erkekler ile kadınlar arasında Amaç Odaklı alt boyutu bakımından anlamlı farklılık bulunmaktadır (t:4,182, p<0,05). Buna göre erkeklerin Amaç Odaklı alt boyutu düzeyi, kadınların düzeyinden anlamlı derecede daha yüksektir.

Dış Faktörler alt boyutu için erkeklerin düzeyi 3,15 iken, kadınların düzeyi 3,09'dur. Uygulanan bağımsız örneklem t testi sonucunda, erkekler ile kadınlar arasında Dış Faktörler alt boyutu bakımından anlamlı farklılık bulunmamaktadır (t:0,689, p<0,05).

Sorumluluk alt boyutu için erkeklerin düzeyi 3,25 iken, kadınların düzeyi 3,12'dir. Uygulanan bağımsız örneklem t testi sonucunda, erkekler ile kadınlar arasında Sorumluluk alt boyutu bakımından anlamlı farklılık bulunmamaktadır (t:1,524, p>0,05).

Gönüllü Motivasyonu ölçeği için erkeklerin düzeyi 3,94 iken, kadınların düzeyi 3,80'dir. Uygulanan bağımsız örneklem t testi sonucunda, erkekler ile kadınlar arasında Gönüllü Motivasyonu bakımından anlamlı farklılık bulunmaktadır (t:2,764, p<0,05). Buna göre erkeklerin Gönüllü Motivasyonu ölçeği düzeyi, kadınların düzeyinden anlamlı derecede daha yüksektir.

Çizelge 29. Farklı Yaş Gruplarındaki Kişiler Arasında Ölçek Ve Alt Boyutları Bakımından Farklılık Olup Olmadığının İncelenmesi (ANOVA)

Ölçek ve Alt Boyutlar	Yaş Grupları	Kişi Sayısı	Ortalama	Std. Sapma	F	p	Fark
Ortak Hedefler	24 Yaş ve Altı	435	4,51	0,509	17,995	0,000*	1-2
	25-29 Yaş	80	4,11	0,882			
	30-34 Yaş	25	4,28	0,000			
Amaç Odaklı	24 Yaş ve Altı	435	4,06	0,660	11,394	0,000*	2-1,3
	25-29 Yaş	80	3,71	0,685			

	30-34 Yaş	25	4,25	0,000			
Dış Faktörler	24 Yaş ve Altı	435	3,20	0,851	40,013	0,000*	1-2,3 2-3
	25-29 Yaş	80	2,42	0,725			
	30-34 Yaş	25	3,80	0,000			
Sorumluluk	24 Yaş ve Altı	435	3,21	0,890	26,880	0,000*	1-2,3 2-3
	25-29 Yaş	80	2,60	1,088			
	30-34 Yaş	25	4,00	0,000			
Gönüllü Motivasyonu Ölçeği	24 Yaş ve Altı	435	3,91	0,513	37,803	0,000*	2-1,3
	25-29 Yaş	80	3,41	0,474			
	30-34 Yaş	25	4,13	0,000			

Ortak Hedefler alt boyutu için 24 yaş ve altı yaşındaki kişilerin düzeyi 4,51 iken, 25-29 yaşındaki kişilerin düzeyi 4,11 ve 30-34 yaşındaki kişilerin düzeyi ise 4,28'dir. Uygulanan tek yönlü varyans analizi sonucunda, farklı yaş grubundaki kişiler arasında Ortak Hedefler alt boyutu bakımından anlamlı farklılık bulunmaktadır (F:17,995, $p<0,05$). Buna göre, 24 yaş ve altındakilerin Ortak Hedefler alt boyutu düzeyi, 25-29 yaşındakilerin düzeyinden anlamlı derecede daha yüksektir.

Amaç Odaklı alt boyutu için 24 yaş ve altı yaşındaki kişilerin düzeyi 4,06 iken, 25-29 yaşındaki kişilerin düzeyi 3,71 ve 30-34 yaşındaki kişilerin düzeyi ise 4,25'tir. Uygulanan tek yönlü varyans analizi sonucunda, farklı yaş grubundaki kişiler arasında Amaç Odaklı alt boyutu bakımından anlamlı farklılık bulunmaktadır (F:11,394, $p<0,05$). Buna göre, 25-59 yaşındakilerin Amaç Odaklı alt boyutu düzeyi, 24 yaş altındakilerin ve 30 yaş üstündekilerin düzeyinden anlamlı derecede daha düşüktür.

Dış Faktörler alt boyutu için 24 yaş ve altı yaşındaki kişilerin düzeyi 3,20 iken, 25-29 yaşındaki kişilerin düzeyi 2,42 ve 30-34 yaşındaki kişilerin düzeyi ise 3,80'dir. Uygulanan tek yönlü varyans analizi sonucunda, farklı yaş grubundaki kişiler arasında Dış Faktörler alt boyutu bakımından anlamlı farklılık bulunmaktadır (F:40,013, $p<0,05$). Buna göre, 25-59 yaşındakilerin Dış Faktörler alt boyutu düzeyi, 24 yaş altındakilerin ve 30 yaş üstündekilerin düzeyinden anlamlı derecede daha düşük, 24 yaş altındakilerin Dış Faktörler alt boyutu düzeyi, 30 yaş üstündekilerin düzeyinden anlamlı derecede daha düşüktür.

Sorumluluk alt boyutu için 24 yaş ve altı yaşındaki kişilerin düzeyi 3,21 iken, 25-29 yaşındaki kişilerin düzeyi 2,60 ve 30-34 yaşındaki kişilerin düzeyi ise 4'tür. Uygulanan tek yönlü varyans analizi, farklı yaş grubundaki kişiler arasında Sorumluluk alt boyutu bakımından anlamlı farklılık bulunmaktadır (F:26,880, $p<0,05$). Buna göre, 25-59 yaşındakilerin Sorumluluk alt boyutu düzeyi, 24 yaş altındakilerin ve 30 yaş üstündekilerin düzeyinden anlamlı derecede daha düşük, 24 yaş altındakilerin Sorumluluk alt boyutu düzeyi, 30 yaş üstündekilerin düzeyinden anlamlı derecede daha düşüktür.

Gönüllü Motivasyonu ölçeği için 24 yaş ve altı yaşındaki kişilerin düzeyi 3,84 iken, 25-29 yaşındaki kişilerin düzeyi 3,31 ve 30-34 yaşındaki kişilerin düzeyi ise 4,04'dür. Uygulanan tek yönlü varyans analizi sonucunda, farklı yaş grubundaki

kişiler arasında Gönüllü Motivasyonu bakımından anlamlı farklılık bulunmaktadır (F:37,803, p<0,05). Buna göre, 25-59 yaşındakilerin Gönüllü Motivasyonu ölçeği düzeyi, 24 yaş altındakilerin ve 30 yaş üstündekilerin düzeyinden anlamlı derecede daha düşüktür.

Çizelge 30. Farklı Gelir Gruplarındaki Kişiler Arasında Ölçek Ve Alt Boyutları Bakımından Farklılık Olup Olmadığının İncelenmesi (ANOVA)

Ölçek ve Alt Boyutlar	Gelir Durumu	Kişi Sayısı	Ortalama	Std. Sapma	F	p	Fark
Ortak Hedefler	0-750 TL	320	4,66	0,404	82,601	0,000*	1-2,3 2-3
	750-1500 TL	125	4,30	0,499			
	1501 TL Ve Üzeri	95	3,91	0,791			
Amaç Odaklı	0-750 TL	320	4,00	0,655	11,975	0,000*	1-2,3 2-3
	750-1500 TL	125	4,24	0,458			
	1501 TL Ve Üzeri	95	3,81	0,817			
Dış Faktörler	0-750 TL	320	3,17	0,683	6,207	0,002*	3-1,2
	750-1500 TL	125	3,16	1,200			
	1501 TL Ve Üzeri	95	2,83	0,880			
Sorumluluk	0-750 TL	320	3,11	0,993	1,066	0,345	
	750-1500 TL	125	3,22	0,755			
	1501 TL Ve Üzeri	95	3,24	1,001			
Gönüllü Motivasyonu Ölçeği	0-750 TL	320	3,91	0,444	17,865	0,000*	3-1,2
	750-1500 TL	125	3,90	0,264			
	1501 TL Ve Üzeri	95	3,56	0,656			

Ortak Hedefler alt boyutu için aylık geliri 0-750 TL olan kişilerin düzeyi 4,66 iken, 750-1500 TL olan kişilerin düzeyi 4,30 ve 1501 TL ve üzeri olan kişilerin düzeyi ise 3,91'dir. Uygulanan tek yönlü varyans analizi sonucunda, farklı gelir grubundaki kişiler arasında Ortak Hedefler alt boyutu bakımından anlamlı farklılık bulunmaktadır (F:82,601, p<0,05). Buna göre, 0-750 TL geliri olanların Ortak Hedefler alt boyutu düzeyi, 750-1500 TL ve 1501 TL ve üzeri geliri olanların düzeyinden anlamlı derecede daha yüksek, 750-1500 TL geliri olanların düzeyi, 1501 TL ve üzeri geliri olanların düzeyinden anlamlı derecede daha yüksektir.

Amaç Odaklı alt boyutu için aylık geliri 0-750 TL olan kişilerin düzeyi 4 iken, 750-1500 TL olan kişilerin düzeyi 4,24 ve 1501 TL ve üzeri olan kişilerin düzeyi ise 3,81'dir. Uygulanan tek yönlü varyans analizi sonucunda, farklı gelir grubundaki kişiler arasında Amaç Odaklı alt boyutu bakımından anlamlı farklılık bulunmaktadır (F:11,975, p<0,05). Buna göre, 0-750 TL geliri olanların Amaç Odaklı alt boyutu düzeyi, 750-1500 TL ve 1501 TL ve üzeri geliri olanların düzeyinden anlamlı derecede daha yüksek, 750-1500 TL geliri olanların düzeyi, 1501 TL ve üzeri geliri olanların düzeyinden anlamlı derecede daha yüksektir.

Dış Faktörler alt boyutu için aylık geliri 0-750 TL olan kişilerin düzeyi 3,17 iken, 750-1500 TL olan kişilerin düzeyi 3,16 ve 1501 TL ve üzeri olan kişilerin düzeyi

ise 2,83'tür. Uygulanan tek yönlü varyans analizi sonucunda, farklı gelir grubundaki kişiler arasında Dış Faktörler alt boyutu bakımından anlamlı farklılık bulunmaktadır (F:6,207, p<0,05). Buna göre, 1501 TL ve üzeri geliri olanların Dış Faktörler alt boyutu düzeyi, 0-750 TL ve 750-1500 TL arasında geliri olanların düzeyinden anlamlı derecede daha düşüktür.

Sorumluluk alt boyutu için aylık geliri 0-750 TL olan kişilerin düzeyi 3,11 iken, 750-1500 TL olan kişilerin düzeyi 3,22 ve 1501 TL ve üzeri olan kişilerin düzeyi ise 3,24 'tür. Uygulanan tek yönlü varyans analizi sonucunda, farklı gelir grubundaki kişiler arasında Sorumluluk alt boyutu bakımından anlamlı farklılık bulunmamaktadır (F:1,066, p>0,05).

Gönüllü Motivasyonu ölçeği için aylık geliri 0-750 TL olan kişilerin düzeyi 3,91 iken, 750-1500 TL olan kişilerin düzeyi 3,90 ve 1501 TL ve üzeri olan kişilerin düzeyi ise 3,56'dır. Uygulanan tek yönlü varyans analizi sonucunda, farklı gelir grubundaki kişiler Gönüllü Motivasyonu ölçeği bakımından anlamlı farklılık bulunmaktadır (F:17,865, p<0,05). Buna göre, 1501 TL ve üzeri geliri olanların Gönüllü Motivasyonu ölçeği düzeyi, 0-750 TL ve 750-1500 TL arasında geliri olanların düzeyinden anlamlı derecede daha düşüktür.

Çizelge 31. Farklı Eğitim Gruplarındaki Kişiler Arasında Ölçek Ve Alt Boyutları Bakımından Farklılık Olup Olmadığının İncelenmesi(Bağımsız Örneklem T Testi)

Ölçek ve Alt Boyutlar	Eğitim Durumu	Kişi Sayısı	Ortalama	Std. Sapma	t	P
Ortak Hedefler	Lise	10	5,00	0,000	3,023	0,003*
	Üniversite(Ön Lisans/Lisans)	530	4,43	0,587		
Amaç Odaklı	Lise	10	4,50	0,000	2,298	0,022*
	Üniversite(Ön Lisans/Lisans)	530	4,01	0,664		
Dış Faktörler	Lise	10	1,00	0,000	-8,205	0,000*
	Üniversite(Ön Lisans/Lisans)	530	3,15	0,829		
Sorumluluk	Lise	10	1,66	0,000	-5,174	0,000*
	Üniversite(Ön Lisans/Lisans)	530	3,19	0,931		
Gönüllü Motivasyonu Ölçeği	Lise	10	3,52	0,000	-1,949	0,052
	Üniversite(Ön Lisans/Lisans)	530	3,84	0,532		

Ortak Hedefler alt boyutu için lise mezunu kişilerin düzeyi 5,00 iken, Üniversite (Ön Lisans/Lisans) mezunu kişilerin düzeyi ise 4,43'tür. Uygulanan bağımsız örneklem t testi sonucunda, farklı eğitim durumlarındaki kişiler arasında Ortak Hedefler alt boyutu bakımından anlamlı farklılık bulunmaktadır (t: 3,023, p<0,05).

Amaç Odaklı alt boyutu için lise mezunu kişilerin düzeyi 4,50 iken, Üniversite (Ön Lisans/Lisans) mezunu kişilerin düzeyi ise 4,01'dir. Uygulanan bağımsız örneklem t testi sonucunda, farklı eğitim durumlarındaki kişiler arasında Amaç Odaklı alt boyutu bakımından anlamlı farklılık bulunmaktadır (t: 2,298, p<0,05).

Buna göre Üniversite (Ön Lisans/Lisans) mezunu kişilerin Amaç Odaklı alt boyutu düzeyi, lise mezunu kişilerin düzeyinden anlamlı derecede yüksektir.

Dış Faktörler alt boyutu için lise mezunu kişilerin düzeyi 1,00 iken, Üniversite (Ön Lisans/Lisans) mezunu kişilerin düzeyi ise 3,15'dir. Uygulanan bağımsız örneklem t testi sonucunda, farklı eğitim durumlarındaki kişiler arasında Dış Faktörler alt boyutu bakımından anlamlı farklılık bulunmaktadır (t: -8,205, p<0,05). Buna göre lise mezunu kişilerin Dış Faktörler alt boyutu düzeyi, Üniversite (Ön Lisans/Lisans) mezunu kişilerin düzeyinden anlamlı derecede düşüktür.

Sorumluluk alt boyutu için lise mezunu kişilerin düzeyi 1,66 iken, Üniversite (Ön Lisans/Lisans) mezunu kişilerin düzeyi ise 3,19'dur. Uygulanan bağımsız örneklem t testi sonucunda, farklı eğitim durumlarındaki kişiler arasında Sorumluluk alt boyutu bakımından anlamlı farklılık bulunmaktadır (t: -5,174, p<0,05). Buna göre lise mezunu kişilerin Sorumluluk alt boyutu düzeyi, Üniversite (Ön Lisans/Lisans) mezunu kişilerin düzeyinden anlamlı derecede yüksektir.

Gönüllü Motivasyonu Ölçeği için lise mezunu kişilerin düzeyi 3,52 iken, Üniversite (Ön Lisans/Lisans) mezunu kişilerin düzeyi ise 3,84'dir. Uygulanan bağımsız örneklem t testi sonucunda, farklı eğitim durumlarındaki kişiler arasında Gönüllü Motivasyonu Ölçeği bakımından anlamlı farklılık bulunmamaktadır (t: -1,949, p>0,05).

Çizelge 32. Gönüllü Olarak Çalışanların Departmanları Arasında Ölçek Ve Alt Boyutları Bakımından Farklılık Olup Olmadığının İncelenmesi (ANOVA)

Ölçek ve Alt Boyutlar	Departman	Kişi Sayısı	Ortalama	Std. Sapma	F	P	Fark
Ortak Hedefler	Yönetim	110	4,29	0,663	26,955	0,000*	1-3,5,6 2-3,5,6 4-3,5,6
	Halkla İlişkiler	150	4,14	0,554			
	Tesis Malzeme Desteği	115	4,72	0,562			
	Sağlık Hizmetleri	30	4,29	0,517			
	Kültür/Turizm	55	4,71	0,23			
	Diğer	80	4,74	0,314			
Amaç Odaklı	Yönetim	110	3,70	0,896	8,504	0,000*	1-2,3,5,6
	Halkla İlişkiler	150	4,18	0,612			
	Tesis Malzeme Desteği	115	4,09	0,591			
	Sağlık Hizmetleri	30	3,83	0,522			
	Kültür/Turizm	55	4,11	0,547			
	Diğer	80	4,09	0,381			
Dış Faktörler	Yönetim	110	2,85	1,072	6,319	0,000*	1-2,3 2-5,6
	Halkla İlişkiler	150	3,35	0,712			
	Tesis Malzeme	115	3,23	0,888			

		Destegi					
	Sağlık Hizmetleri	30	3,27	0,944			
	Kültür/Turizm	55	2,85	0,621			
	Diğer	80	2,99	0,791			
Sorumluluk	Yönetim	110	3,39	1,076			
	Halkla İlişkiler	150	3,22	0,784			
	Tesis Malzeme Desteği	115	3,25	1,078	7,475	0,000*	6-1,2,3,5
	Sağlık Hizmetleri	30	2,89	0,423			
	Kültür/Turizm	55	3,27	0,67			
	Diğer	80	2,65	0,945			
	Gönüllü Motivasyon u Ölçeği	Yönetim	110	3,66	0,706		
Halkla İlişkiler		150	3,86	0,483			
Tesis Malzeme Desteği		115	3,98	0,552	5,144	0,000*	1-2,3,5
Sağlık Hizmetleri		30	3,72	0,418			
Kültür/Turizm		55	3,91	0,294			
Diğer		80	3,86	0,36			

Ortak Hedef alt boyutu için yönetim departmanında görev alanların düzeyi 4,29 iken, halkla ilişkiler departmanında görev alanların düzeyi 4,14, tesis malzeme desteği departmanında görev alanların düzeyi 4,72, sağlık hizmetleri departmanında görev alanların düzeyi 4,29, kültür/turizm departmanında görev alanların düzeyi 4,71 ve diğer departmanlarda görev alanların düzeyi ise 4,74'tür. Uygulanan tek yönlü varyans analizi sonucunda, farklı departmanlarda görev alanlar arasında Ortak Hedef alt boyutu bakımından anlamlı farklılık bulunmaktadır (F:26,955, p<0,05). Buna göre yönetim, halkla ilişkiler ve sağlık hizmetleri departmanlarında görev alanların Ortak Hedef düzeyi, diğer departmanlarda görev alanların Ortak Hedef düzeyinden anlamlı derecede daha düşüktür.

Amaç Odaklı alt boyutu için yönetim departmanında görev alanların düzeyi 3,7 iken, halkla ilişkiler departmanında görev alanların düzeyi 4,18, tesis malzeme desteği departmanında görev alanların düzeyi 4,09, sağlık hizmetleri departmanında görev alanların düzeyi 3,83, kültür/turizm departmanında görev alanların düzeyi 4,11 ve diğer departmanlarda görev alanların düzeyi ise 4,09'dur. Uygulanan tek yönlü varyans analizi sonucunda, farklı departmanlarda görev alanlar arasında Amaç Odaklı alt boyutu bakımından anlamlı farklılık bulunmaktadır (F:8,504, p<0,05). Buna göre yönetim departmanında görev alanların Amaç Odaklı alt boyutu düzeyi, halkla ilişkiler, tesis malzeme desteği, kültür/turizm ve diğer departmanlar görev alanların Amaç Odaklı alt boyutu düzeyinden anlamlı derecede daha düşüktür.

Dış Faktörler alt boyutu için yönetim departmanında görev alanların düzeyi 2,85 iken, halkla ilişkiler departmanında görev alanların düzeyi 3,35, tesis malzeme

desteği departmanında görev alanların düzeyi 3,23, sağlık hizmetleri departmanında görev alanların düzeyi 3,27, kùltùr/turizm departmanında görev alanların düzeyi 2,85 ve diğer departmanlarda görev alanların düzeyi ise 2,99'dir. Uygulanan tek yönlü varyans analizi sonucunda, farklı departmanlarda görev alanlar arasında Dış Faktörler alt boyutu bakımından anlamlı farklılık bulunmaktadır (F:6,319, $p<0,05$). Buna göre, yönetim departmanında görev alanların Dış Faktörler alt boyutu düzeyi, halkla ilişkiler ve tesis malzeme desteği departmanında görev alanların Dış Faktörler alt boyutu düzeyinden anlamlı derecede daha düşük, hakla ilişkiler departmanında görev alanların Dış Faktörler alt boyutu düzeyi, kùltùr/turizm ve diğer departmanlarda görev alanların düzeyinden anlamlı derecede daha yüksektir

Sorumluluk alt boyutu için yönetim departmanında görev alanların düzeyi 3,39 iken, hakla ilişkiler departmanında görev alanların düzeyi 3,22, tesis malzeme desteği departmanında görev alanların düzeyi 3,25, sağlık hizmetleri departmanında görev alanların düzeyi 2,89, kùltùr/turizm departmanında görev alanların düzeyi 3,27 ve diğer departmanlarda görev alanların düzeyi ise 2,65'dir. Uygulanan tek yönlü varyans analizi sonucunda, farklı departmanlarda görev alanlar arasında Sorumluluk alt boyutu bakımından anlamlı farklılık bulunmaktadır (F:7,475, $p<0,05$). Buna göre diğer departmanlarda görev alanların Sorumluluk alt boyutu düzeyi, yönetim, halkla ilişkiler, tesis malzeme desteği ve kùltùr/turizm departmanlarında görev alanların Sorumluluk alt boyutu düzeyinden anlamlı derecede daha düşüktür.

Gönüllü Motivasyonu ölçeği için yönetim departmanında görev alanların düzeyi 3,66 iken, hakla ilişkiler departmanında görev alanların düzeyi 3,86, tesis malzeme desteği departmanında görev alanların düzeyi 3,98, sağlık hizmetleri departmanında görev alanların düzeyi 3,72, kùltùr/turizm departmanında görev alanların düzeyi 3,91 ve diğer departmanlarda görev alanların düzeyi ise 3,86'dir. Uygulanan tek yönlü varyans analizi sonucunda, farklı departmanlarda görev alanlar arasında Gönüllü Motivasyonu ölçeği bakımından anlamlı farklılık bulunmaktadır (F:5,144, $p<0,05$). Buna göre, yönetim departmanında görev alanların Gönüllü Motivasyonu ölçeği düzeyi, halkla ilişkiler, tesis malzeme ve kùltùr/turizm departmanlarında görev alanların düzeyinden anlamlı derecede daha düşüktür.

Çizelge 33. Ailesinde Başka Gönüllü Olarak Çalışan Durumuna Göre Kişiler Arasında Ölçek Ve Alt Boyutları Bakımından Farklılık Olup Olmadığının İncelenmesi (Bağımsız Örneklem T Testi)

Ölçek ve Alt Boyutlar	Çalışan Var Mı?	Kişi Sayısı	Ortalama	Std. Sapma	t	P
Ortak Hedefler	Hayır	515	4,51	0,523	13,060	0,000*
	Evet	25	3,14	0,000		
Amaç Odaklı	Hayır	515	4,08	0,625	9,628	0,000*
	Evet	25	2,87	0,000		
Dış Faktörler	Hayır	515	3,16	0,856	6,818	0,000*
	Evet	25	2,00	0,000		

Sorumluluk	Hayır	515	3,12	0,949	-4,615	0,000*
	Evet	25	4,00	0,000		
Gönüllü Motivasyonu Ölçeği	Hayır	515	3,89	0,499	9,767	0,000*
	Evet	25	2,91	0,000		

Ortak Hedef alt boyutu için ailesinde gönüllü başka biri bulunmayanların düzeyi 4,51 iken, bulunanların düzeyi 3,14'tür. Uygulanan bağımsız örneklem t testi sonucunda, ailesinde gönüllü başka biri bulunan ve bulunmayanlar arasında Ortak Hedef alt boyutu bakımından anlamlı farklılık bulunmaktadır (t:13,060, p<0,05). Buna göre; ailesinde gönüllü başka biri bulunmayanların Ortak Hedef düzeyi, bulunanların Ortak Hedef düzeyinden anlamlı derecede daha yüksektir.

Amaç Odaklı alt boyutu için ailesinde gönüllü başka biri bulunmayanların düzeyi 4,08 iken, bulunanların düzeyi 2,87'dir. Uygulanan bağımsız örneklem t testi sonucunda, ailesinde gönüllü başka biri bulunan ve bulunmayanlar arasında Amaç Odaklı alt boyutu bakımından anlamlı farklılık bulunmaktadır (t:9,628, p<0,05). Buna göre; ailesinde gönüllü başka biri bulunmayanların Amaç Odaklı düzeyi, bulunanların Amaç Odaklı düzeyinden anlamlı derecede daha yüksektir.

Dış Faktörler alt boyutu için ailesinde gönüllü başka biri bulunmayanların düzeyi 3,16 iken, bulunanların düzeyi 2'dir. Uygulanan bağımsız örneklem t testi sonucunda, ailesinde gönüllü başka biri bulunan ve bulunmayanlar arasında Dış Faktörler alt boyutu bakımından anlamlı farklılık bulunmaktadır (t:6,818, p<0,05). Buna göre; ailesinde gönüllü başka biri bulunmayanların Dış Faktörler düzeyi, bulunanların Dış Faktörler düzeyinden anlamlı derecede daha yüksektir.

Sorumluluk alt boyutu için ailesinde gönüllü başka biri bulunmayanların düzeyi 3,12 iken, bulunanların düzeyi 4'tür. Uygulanan bağımsız örneklem t testi sonucunda, ailesinde gönüllü başka biri bulunan ve bulunmayanlar arasında Sorumluluk alt boyutu bakımından anlamlı farklılık bulunmaktadır (t:-4,615, p<0,05). Buna göre; ailesinde gönüllü başka biri bulunmayanların Sorumluluk düzeyi, bulunanların Sorumluluk düzeyinden anlamlı derecede daha düşüktür.

Gönüllü alt boyutu için ailesinde gönüllü başka biri bulunmayanların düzeyi 3,89 iken, bulunanların düzeyi 2,91'dir. Uygulanan bağımsız örneklem t testi sonucunda, ailesinde gönüllü başka biri bulunan ve bulunmayanlar arasında Gönüllü alt boyutu bakımından anlamlı farklılık bulunmaktadır (t:9,767, p<0,05). Buna göre; ailesinde gönüllü başka biri bulunmayanların gönüllü düzeyi, bulunanların Gönüllü düzeyinden anlamlı derecede daha yüksektir.

Çizelge 34. Gönüllü Olarak Çalışan Arkadaş Durumuna Göre Kişiler Arasında Ölçek Ve Alt Boyutları Bakımından Farklılık Olup Olmadığının İncelenmesi (Bağımsız Örneklem T Testi)

Ölçek ve Alt Boyutlar	Çalışan Var Mı?	Kişi Sayısı	Ortalama	Std. Sapma	t	P
Ortak Hedefler	Hayır	150	4,12	0,572	-8,862	0,000*
	Evet	390	4,58	0,542		
Amaç Odaklı	Hayır	150	3,50	0,608	-13,139	0,000*
	Evet	390	4,23	0,564		

Dış Faktörler	Hayır	150	2,83	0,876	-4,862	0,000*
	Evet	390	3,23	0,846		
Sorumluluk	Hayır	150	2,54	0,808	-10,322	0,000*
	Evet	390	3,40	0,885		
Gönüllü Motivasyonu Ölçeği	Hayır	150	3,42	0,535	-13,407	0,000*
	Evet	390	4,01	0,425		

Ortak Hedef alt boyutu için gönüllü olarak çalışan arkadaşı bulunmayanların düzeyi 4,12 iken, bulunanların düzeyi 4,58'dir. Uygulanan bağımsız örneklem t testi sonucunda, gönüllü olarak çalışan arkadaşları bulunan ve bulunmayanlar arasında Ortak Hedef alt boyutu bakımından anlamlı farklılık bulunmaktadır (t:-8,622, p<0,05). Buna göre; gönüllü olarak çalışan arkadaşı bulunmayanların Ortak Hedef düzeyi, bulunanların Ortak Hedef düzeyinden anlamlı derecede daha düşüktür.

Amaç Odaklı alt boyutu için gönüllü olarak çalışan arkadaşı bulunmayanların düzeyi 3,5 iken, bulunanların düzeyi 4,23'dir. Uygulanan bağımsız örneklem t testi sonucunda, gönüllü olarak çalışan arkadaşları bulunan ve bulunmayanlar arasında Amaç Odaklı alt boyutu bakımından anlamlı farklılık bulunmaktadır (t:-13,139, p<0,05). Buna göre; gönüllü olarak çalışan arkadaşı bulunmayanların Amaç Odaklı düzeyi, bulunanların Amaç Odaklı düzeyinden anlamlı derecede daha düşüktür.

Dış Faktörler alt boyutu için gönüllü olarak çalışan arkadaşı bulunmayanların düzeyi 2,83 iken, bulunanların düzeyi 3,23'dir. Uygulanan bağımsız örneklem t testi sonucunda, gönüllü olarak çalışan arkadaşları bulunan ve bulunmayanlar arasında Dış Faktörler alt boyutu bakımından anlamlı farklılık bulunmaktadır (t:-4,862, p<0,05). Buna göre; gönüllü olarak çalışan arkadaşı bulunmayanların Dış Faktörler düzeyi, bulunanların Dış Faktörler düzeyinden anlamlı derecede daha düşüktür.

Sorumluluk alt boyutu için gönüllü olarak çalışan arkadaşı bulunmayanların düzeyi 2,54 iken, bulunanların düzeyi 3,4'dir. Uygulanan bağımsız örneklem t testi sonucunda, gönüllü olarak çalışan arkadaşları bulunan ve bulunmayanlar arasında Sorumluluk alt boyutu bakımından anlamlı farklılık bulunmaktadır (t:-10,322, p<0,05). Buna göre; gönüllü olarak çalışan arkadaşı bulunmayanların Sorumluluk düzeyi, bulunanların Sorumluluk düzeyinden anlamlı derecede daha düşüktür.

Gönüllü alt boyutu için gönüllü olarak çalışan arkadaşı bulunmayanların düzeyi 3,42 iken, bulunanların düzeyi 4,01'dir. Uygulanan bağımsız örneklem t testi sonucunda, gönüllü olarak çalışan arkadaşları bulunan ve bulunmayanlar arasında Gönüllü alt boyutu bakımından anlamlı farklılık bulunmaktadır (t:-13,407, p<0,05). Buna göre; gönüllü olarak çalışan arkadaşı bulunmayanların Gönüllü düzeyi, bulunanların Gönüllü düzeyinden anlamlı derecede daha düşüktür.

Çizelge 35. Başka Bir Etkinlikte Görev Yapma Durumuna Göre Kişiler Arasında Ölçek Ve Altı Boyutları Bakımından Farklılık Olmadığının İncelenmesi (Bağımsız Örneklem T Testi)

Ölçek ve Alt Boyutlar	Görev Yapma Durumu	Kişi Sayısı	Ortalama	Std. Sapma	t	P
Ortak Hedefler	Hayır	405	4,40	0,594	-3,327	0,001*
	Evet	135	4,59	0,538		
Amaç Odaklı	Hayır	405	3,98	0,715	-2,690	0,007*
	Evet	135	4,15	0,442		
Dış Faktörler	Hayır	405	3,06	0,897	-2,231	0,026*
	Evet	135	3,25	0,776		
Sorumluluk	Hayır	405	3,08	0,901	-3,496	0,001*
	Evet	135	3,40	1,031		
Gönüllü Motivasyonu Ölçeği	Hayır	405	3,79	0,550	-3,932	0,000*
	Evet	135	3,99	0,422		

Ortak Hedef alt boyutu için daha önce başka etkinliklerde gönüllü olmayanların düzeyi 4,4 iken, gönüllü olanlar düzeyi 4,59'dir. Uygulanan bağımsız örneklem t testi sonucunda, daha önce başka etkinliklerde gönüllü olmayanlar ile olanlar arasında Ortak Hedef alt boyutu bakımından anlamlı farklılık bulunmaktadır (t:-3,327, p<0,05). Buna göre; daha önce başka etkinliklerde gönüllü olmayanların Ortak Hedef düzeyi, gönüllü olanlar Ortak Hedef düzeyinden anlamlı derecede daha düşüktür.

Amaç Odaklı alt boyutu için daha önce başka etkinliklerde gönüllü olmayanların düzeyi 3,98 iken, gönüllü olanlar düzeyi 4,16'dir. Uygulanan bağımsız örneklem t testi sonucunda, daha önce başka etkinliklerde gönüllü olmayanlar ile olanlar arasında Amaç Odaklı alt boyutu bakımından anlamlı farklılık bulunmaktadır (t:-2,690, p<0,05). Buna göre; daha önce başka etkinliklerde gönüllü olmayanların Amaç Odaklı düzeyi, gönüllü olanlar Amaç Odaklı düzeyinden anlamlı derecede daha düşüktür.

Dış Faktörler alt boyutu için daha önce başka etkinliklerde gönüllü olmayanların düzeyi 3,07 iken, gönüllü olanlar düzeyi 3,26'dir. Uygulanan bağımsız örneklem t testi sonucunda, daha önce başka etkinliklerde gönüllü olmayanlar ile olanlar arasında Dış Faktörler alt boyutu bakımından anlamlı farklılık bulunmaktadır (t:-2,231, p<0,05). Buna göre; daha önce başka etkinliklerde gönüllü olmayanların Dış Faktörler düzeyi, gönüllü olanlar Dış Faktörler düzeyinden anlamlı derecede daha düşüktür.

Sorumluluk alt boyutu için daha önce başka etkinliklerde gönüllü olmayanların düzeyi 3,08 iken, gönüllü olanlar düzeyi 3,41'dir. Uygulanan bağımsız örneklem t testi sonucunda, daha önce başka etkinliklerde gönüllü olmayanlar ile olanlar arasında Sorumluluk alt boyutu bakımından anlamlı farklılık bulunmaktadır (t:-3,496, p<0,05). Buna göre; daha önce başka etkinliklerde gönüllü olmayanların Sorumluluk düzeyi, gönüllü olanlar Sorumluluk düzeyinden anlamlı derecede daha düşüktür.

Gönüllü alt boyutu için daha önce başka etkinliklerde gönüllü olmayanların düzeyi 3,79 iken, gönüllü olanlar düzeyi 4'dir. Uygulanan bağımsız örneklem t testi sonucunda, daha önce başka etkinliklerde gönüllü olmayanlar ile olanlar arasında Gönüllü alt boyutu bakımından anlamlı farklılık bulunmaktadır (t:-3,932, p<0,05). Buna göre; daha önce başka etkinliklerde gönüllü olmayanların Gönüllü düzeyi, gönüllü olanlar Gönüllü düzeyinden anlamlı derecede daha düşüktür.

TARTIŞMA VE SONUÇ

Tüm dünya genelinde olduğu gibi Türkiye’de de önemi son yıllarda giderek artan etkinlik yönetimi kavramının ve buna bağlı olarak gönüllü yönetiminin daha iyi anlaşılması açısından yapılan tez çalışmasının bu bölümünde gönüllü yönetimi sürecinin nasıl gerçekleştiği ve etkinlikte görev yapan gönüllülerin motivasyonunu etkileyen faktörlerin neler olduğu ortaya koyulmuştur. Ayrıca bu faktörlerinde katılımcıların demografik özelliklerine göre farklılaşma durumları elde edilen bulgulara göre literatür çerçevesinde tartışılmıştır.

Araştırma kapsamında katılımcıların demografik özellikleri incelendiğinde, büyük çoğunluğunun kadın gönüllü katılımcılardan, 20-24 yaş aralığında ve tüm katılımcıların bekar olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca bu katılımcıların hem gönüllülük hem de motivasyon unsurlarına daha yakın bir tavır gösterdikleri ortaya çıkmıştır. Bunun yanında tamamlanmamış bir kariyerde gönüllülük ve göreve motivasyon algılarının öne çıktığını da ifade etmek doğru olacaktır. Katılımcıların çok büyük bir oranı lisans seviyesinde eğitim durumuna sahip olmakla beraber çoğunluğu halkla ilişkiler departmanında gönüllü pozisyonunda görev almışlardır. Bu durum da daha çok eğitim seviyesi yüksek olan katılımcıların bu departmanda gönüllülük ile ilgili daha fazla pozisyonda görev aldığı sonucunu ortaya çıkarmaktadır. Bunun yanında katılımcıların aylık gelir durumlarındaki dağılım incelenmiş ve yoğunluğun 0-750 TL aralığında olduğu belirlenmiştir. Bunun katılımcıların tamamen gönüllülük esasına göre maddi karşılık beklemeden, motivasyonunu geliştirerek spor etkinliğinde görev aldıklarının bir göstergesi olduğu söylenebilir. Ayrıca elde edilen bulgular doğrultusunda araştırma katılımcılarının çok büyük bir çoğunluğunun, aile içerisinde herhangi bir bireyin gönüllü katılımcı olmadığı ortaya çıkmıştır. Bu da katılımcıların ailelerindeki bireylerin herhangi bir etkinliğe gönüllü katılımcı olmamalarından etkilenmiyor olduklarını ortaya çıkarmaktadır. Fakat bunun yanında, katılımcıların büyük çoğunluğunun gönüllü olarak herhangi bir görevde yer alan arkadaşlarının olduğu belirlenmiştir. Bu doğrultuda, katılımcıların gönüllü olarak çalışan arkadaşlarının var olmasının katılımcıların gönüllü olmalarında arkadaş çevrelerinin etkisini ortaya koyduğu belirtilmektedir.

Bireylerin spor etkinliklerine gönüllü olarak katılmasını sağlayan motivasyonların temelinde yatan boyutları belirlemek amacı ile gerçekleştirilen bu çalışmada uygulanan faktör analizi sonucunda, gönüllü motivasyonu 4 faktöre ayrılmaktadır. Bu faktörler; *ortak hedef*, *amaç odaklı*, *dış faktörler* ve *sorumluluk* olarak isimlendirilmektedir. Benzer şekilde, Twynam ve ark. (2002) özel spor etkinliklerinde gönüllü motivasyonunu ölçmek amacıyla yaptıkları çalışmada da “solidary”, “purposive”, “commitment” ve son olarak “external traditions” olarak 4 faktör ortaya çıkmıştır. Ortaya çıkan 4 faktörün, yapılan bu çalışmayla paralel olarak solidary ortak hedefler faktörüyle, purposive amaç odaklı faktörüyle,

external traditions dış faktörlerle ve commitment sorumluluk faktörüyle içerdiği ifadeler doğrultusunda uyumluluk gösterdiği belirlenmiştir. Ayrıca Twynam ve ark. (2002) dış faktörlerin haricinde kalan diğer üç faktörün gönüllü motivasyonunda daha güçlü bir etkiye sahip olduğunu belirtmişlerdir. Bunun yanında, yapılan bu çalışmada da ortak hedef faktörünün diğer faktörlere göre daha güçlü bir etkiye sahip olduğu görülmektedir. Bunun yanında Hardin ve ark. (2007) gönüllü motivasyonunu belirlemek için yaptıkları çalışmada “self-interest”, “external”, “purposive” ve “escapism” olarak 4 faktör ortaya çıkarmışlardır. Bu faktörlerden external ve purposive faktörü bu çalışmadaki dış faktörler ve amaç odaklı faktörü ile uyum göstermektedir. Diğer bir yandan bu çalışmadan farklı olarak self-interest ve escapism faktörünü ortaya koymuşlardır. Bu çalışmada ise ortak hedef ve sorumluluk faktörü farklılık göstermektedir. Dolayısıyla, bu faktörlerin yapılan bu çalışmada ön plana çıktığını söylemek mümkündür.

Birinci faktör olan ortak hedef 7 değişkenden oluşmakta, ikinci faktör olan amaç odaklı 8 değişkenden oluşmakta, üçüncü faktör 5 değişkenden oluşmakta ve son faktör olan sorumluluk 3 değişkenden oluşmaktadır. Ortak hedefler olarak isimlendirilen birinci faktör, bireylerin farklı insanlarla etkinliklere katılmasını ve kişisel gelişimlerine katkı sağlamasına yönelik ifadeler içermektedir. İkinci faktör olan amaç odaklı faktörde ise bireyin katıldığı etkinliğe ve aynı zamanda ülkenin etkinliğin gerçekleştirilmesi ile ilgili performansına fayda sağlamak ve bireyin sosyal sorumluluğuna yönelik ifadeler bulunmaktadır. Bu ifadeler göz önünde bulundurulduğunda, birçok ülkede insanların ulusal takımlarının da müsabakalara katıldığı kendi ülkelerinde gerçekleştirilen uluslararası spor etkinliklerinde ülkelerini desteklemek için son derece hassas olabildiği aşikardır (Kellas, 1991; Jarvie, 1993: Akt. Chun, 2003). Birçok ülke ile kıyaslandığında Türk milliyetçilik duygusu çok üst düzey olan ülkemizde, bu bulgu etkinliğin yerel veya ulusal çapta olması durumunda gönüllülerin motivasyonunun daha farklı olabileceğini söylemek mümkündür. Bunun yanında Misener ve ark. (2010), 65 yaş ve üzeri gönüllü katılımcıların deneyimlerini belirlemek üzerine yaptıkları çalışmada, katkıda bulunmayı gönüllülerin pozitif deneyimleri arasında olduğunu ortaya koymuşlardır. Üçüncü faktör olan dış faktörlerde de bireylerin çevrelerindeki insanlardan etkilenmelerini ve daha önce farklı etkinliklere katılımlarını içeren ifadeler bulunmaktadır. Son faktör olan sorumluluk faktörünü ise bireylerin çevrelerindeki insanlara ve ailesine duyduğu sorumluluğa yönelik ifadeler oluşturmaktadır.

Ortaya çıkan dört faktörün toplam açıklanan varyansı % 66,173 olarak bulunmuştur. Alt boyutlar incelendiğinde ortak hedef faktörünün açıklanan varyansın büyük bir çoğunluğunu oluşturduğu ortaya çıkmaktadır. Bunu sırasıyla amaç odaklı, dış faktörler ve sorumluluk faktörü izlemektedir. Bu doğrultuda ortak hedefin, bireylerin etkinliklere gönüllü olarak katılım gösterme motivasyonunda önemli bir faktör olduğunu söylemek mümkündür. Ortak hedef faktöründeki “gönüllülük yoluyla, farklı insanlarla bir arada çalışmak istedim” ifadesi en yüksek faktör yüküne sahiptir. Dolayısıyla, farklı insanlarla bir arada çalışmak gönüllü motivasyonunu etkileyen önemli bir nokta olduğu düşünülebilir. Toplam ölçeğin Cronbach Alpha değeri 0,885 olarak bulunmuştur. Buna göre ölçeğin güvenilirliğinin yüksek olduğu söylenebilir. Her bir faktörün Cronbach

Alpha değeri incelendiğinde, ortak hedef faktörünün diğer faktörler arasında en yüksek güvenilirliğe sahip olduğu ortaya çıkmaktadır.

Gönüllü motivasyonu ölçeğinde bulunan her bir maddenin katılımcıların demografik özelliklerine göre farklılaşma durumunu incelemek için yapılan Ki-Kare testi sonucunda “çevrem tarafından gönüllü olmam bekleniyordu” ve “gönüllü olarak, ilgili bir aile geleneğini devam ettirmek istedim” şeklindeki iki maddede cinsiyete göre anlamlı farklılık göstermediği ortaya konmuştur. Bu maddeler yapılan faktör analizi sonucunda sorumluluk faktörü altında toplandığı görülmektedir. Buna göre sorumluluk faktöründe genel olarak cinsiyete göre farklılaşma olmadığını söylemek mümkündür.

Katılımcıların yaş grupları, eğitim seviyeleri, gelir durumları gibi demografik özelliklerinin her bir maddeye göre farklılaşma durumu incelendiğinde tüm maddelerin anlamlı farklılık gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır. Bu da her bir faktörün bahsi geçen demografik özelliklere göre anlamlı farklılık gösterdiğini ortaya çıkarmaktadır. Pauline ve ark. (2009)’nın yaptıkları çalışmada cinsiyet ve yaş gruplarının gönüllü motivasyonunda anlamlı farklılık göstermediği sonucuna ulaşmışlardır.

Görev alınan departmanlara göre her bir maddenin farklılaşma durumunda da tüm maddelerin dolayısıyla tüm faktörlerin anlamlı bir farklılık gösterdiğini ortaya çıkarmaktadır. Ayrıca katılımcıların ailelerinde gönüllü olmasına yönelik her bir maddeye göre farklılaşma durumunda yine tüm maddelerde anlamlı bir farklılık gösterdiği görülmektedir. Fakat katılımcıların arkadaşları arasında gönüllü olmasına yönelik her bir maddenin farklılaşma durumu incelendiğinde, “uygulamaya yönelik deneyimler kazanmak istedim” ifadesinin anlamlı bir farklılık göstermediği ortaya çıkmıştır. Bu madde ortak hedef faktörü içerisinde değerlendirilmektedir. Bu bağlamda uygulamaya yönelik deneyim kazanma hedefinde bireyin arkadaşları arasında gönüllü olmasının bir kriter olmadığını söylemek mümkündür.

Katılımcıların gönüllü olarak başka bir etkinlikte yer aldıklarına yönelik her bir maddenin farklılaşma durumunda “oyunlara gönüllü olmayı eğitici bir faaliyet olarak gördüm” ve “gönüllü olarak, ilgili bir aile geleneğini devam ettirmek istedim” maddelerinde anlamlı bir farklılık göstermediği bulunmuştur. İlk madde ortak hedef faktörü içerisinde değerlendirilirken, diğer madde sorumluluk faktörü içerisinde yer almaktadır. Burada, bireyin etkinliklere katılımını eğitici olarak görmesi ve gönüllü görev almasının ailesinden kaynaklanması gibi durumların bireyin herhangi bir etkinlikte yer almasına sebep olmadığı görülmektedir. Pauline ve ark. (2009)’nın profesyonel tenis etkinliğine katılımında demografik özelliklerin gönüllü motivasyonuna etkilerini araştırdıkları çalışmada, katılımcıların daha önce tenise katılmış olmalarının motivasyonlarına olumlu etki gösterdiklerini öne sürmüşlerdir. Benzer şekilde, Atçı ve ark. (2014) Akdeniz Oyunları’na katılan gönüllülerin, gönüllü olma nedenlerini araştırdıkları çalışmalarında “kariyer yönelimi”, “topluma yönelik duyarlılık”, “kişisel gelişim”, “kişiler arası ilişkiler”, “spor sevgisi”, “dışsal ödüller” olarak altı faktör ortaya çıkmıştır. Bu faktörlerden, kariyer yönelimi faktörü katılımcıların daha önce bir etkinlikte yer almalarında istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermiştir. Kariyer yönelimi faktörü, yapılan bu çalışmada amaç odaklı faktörü ile uyum göstermektedir. Bu çalışmada elde

edilen veriler değerlendirildiğinde, bu ölçekte bir uluslararası spor etkinliğinin daha önce Trabzon şehrinde az sayıda gerçekleştirilmiş olması çalışmaya katılan gönüllülerin geçmişte gönüllülük deneyimine sahip olmamalarının bu etkinliğe gönüllü olmalarında anlamlı bir farklılık yaratmamıştır.

Araştırma kapsamında ortaya çıkan faktörlerden sadece amaç odaklı faktörü cinsiyete göre anlamlı farklılık göstermektedir. Bu faktördeki ortalamalar incelendiğinde erkeklerin ortalamasının kadınlara oranla çok daha yüksek olduğu görülmektedir. Bunun yanında, Chun (2003)'un 2002 Kore/Japonya FIFA Futbol Dünya Kupasında gönüllülerin motivasyonu ve tatmini üzerinde yaptığı çalışmada ortaya çıkan motivasyon faktörlerinin cinsiyete göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermediğini ortaya koymuştur. Ayrıca, aynı çalışmada yaş grupları incelenmiş ve ortaya çıkan tüm faktörlerde anlamlı bir farklılık bulunmazken, bu çalışmada yaş grupları değerlendirildiğinde, tüm faktörlerde anlamlı farklılık olduğu ortaya çıkmaktadır. Bu çalışmaya göre özellikle 20-24 yaş aralığının herhangi bir etkinliğe gönüllü katılım göstermede önemli bir etken olduğu söylenebilir. Palabıyık (2011) da genç nüfusun görece daha fazla olduğu kalkınmakta olan ülkelerde ise gençlerin etkin vatandaşlık, bilgi ve tecrübe kazanma, kariyer arayışı ve diğer ahlaki nedenlerle gönüllü programlara katılımının sağlanması ve geliştirilmesi konularına odaklandığını ifade etmektedir. Dote ve ark. (2006) da üniversite çağındaki öğrencilerinin diğer yaş gruplarına göre daha fazla gönüllü etkinliklere katıldıklarını belirtmişlerdir.

Birçok insan gönüllü deneyimlerini, profesyonel becerilerini ve yeterliliklerini geliştirmek için kullanmak istegindedir. Bu bulgu üniversite çağlarındaki gönüllüler üzerine Eley ve Kirk (2002)'ın yaptıkları çalışmadaki bulgularıyla benzerlik göstermektedir. Üniversite çağlarındaki gönüllüler yapılan bu çalışmada da Trabzon'da gerçekleştirilen gençlik olimpiyatlarına katılan gönüllülerin çoğunluğunu oluşturmaktadır. Uluslararası bir etkinliğin büyük miktarlarda tanıtılması, özendirilmesi, direkt devlet desteği ve karmaşık seçme ve eğitim süreçleri, yüksek motivasyonları olan gönüllülerin uluslararası spor etkinliğinin çekiciliğine katkı sağlayabilir. Bu bulgular göz önünde bulundurulduğunda uluslararası spor organizasyonları ve etkinlik yöneticileri gönüllüleri seçerken ve eğitirken bu araştırmada ortaya çıkan dört faktöre önem göstermelidir. Gönüllü seçimi aşamasında gönüllü yöneticileri, bireysel motivasyon seviyelerini değerlendirmek ve başvuran gönüllüler arasından gönüllü motivasyonunu açıklayan dört faktörün ileri sürdüğü önermelere en çok uyan gönüllülerin seçilmesine dikkat edebilirler. Aynı zamanda gönüllülerin seçimi aşamasından sonra etkinlik yöneticileri gerçekleştirilecek etkinlik sırasında gönüllülerin motivasyonel ihtiyaçlarını karşılayacak bir atmosfer yaratırken uygun destek de sağlamalıdır.

Kim ve ark. (2010) uluslararası organizasyonlar ve etkinlik organizatörleri sıklıkla gönüllülerin yabancı dil ve teknik becerilere sahip olmalarını tercih etmekte olduğunu ifade etmişlerdir. Üniversite çağlarındaki öğrenciler bu alanlarda diğer yaş gruplarına göre daha büyük olasılıkla gerekli yeterliliklere sahip olma eğilimindedir. İtalya ve İspanya gibi Akdeniz ülkelerinde olduğu gibi ülkemizde de turistlerin yoğun olarak ziyaret ettiği bölgeler haricinde eğitimin bir gerekliliği olarak yabancı dil öğrenen bireylerin yabancı insanlarla karşılaşma olasılıklarının az olmasının doğurduğu bir sonuç olarak yabancı dil bilmeleri fakat

konuşamamaları durumu ile sıklıkla karşılaşmaktadır. Gençlik olimpiyatları gibi uluslararası etkinlikler Trabzon gibi turistlerin az olduğu şehirlerde yabancı dil konuşma pratiği yapabilmeye olası sunması açısından önemlidir.

Gönüllü motivasyonunu etkileyen faktörlerden biri olan sorumluluk faktörünün katılımcıların gelir durumlarına göre anlamlı farklılık göstermediği bulunmuştur. Çalışmanın bir diğer değişkeni olan katılımcıların eğitim durumlarına ilişkin t-testi sonucu incelendiğinde, ortak hedefler faktörü anlamlı bir farklılık göstermemektedir. Atçı ve ark. (2014) bu çalışmadaki amaç odaklı faktörü ile uyum gösteren kariyer yönelimli faktörünün, çalışmalarında en önemli faktör olarak ortaya çıkmasını gönüllülerin büyük oranda üniversite öğrencilerinden ve gençlerden oluşmakta olmasının bir sonucu olduğunu belirtmiştir. Ayrıca, üniversite öğrencilerinin henüz iş hayatına atılmamış, ancak atılma evresinde olan ve bu yüzden gelecekteki kariyerlerine odaklanan insanlar oldukları düşünüldüğünde bu sonucu doğal olarak yorumlamışlardır.

Ortaya çıkan her bir faktörde, çalışılan departmanlara göre anlamlı bir farklılık gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca her bir faktör, katılımcıların ailesinde herhangi bir etkinliğe gönüllü olarak katılan bireyin ve gönüllü olan arkadaşlarının bulunmasına göre anlamlı farklılık göstermektedir. Chun (2003) da çalışmasında gönüllülerin farklı insanlarla birlikte çalıştıklarında ortak hedef faktörüne olumlu etki ettiğini belirtmiştir. Bu da bireylerin herhangi bir etkinliğe gönüllü olarak tek başına katılımından ziyade, bir arkadaşı ya da aile bireyleri ile katılmayı tercih ettiklerini göstermektedir. Ayrıca katılımcıların daha önce başka bir etkinlikte gönüllü olarak yer almaları da her bir faktöre göre anlamlı farklılık göstermektedir.

Öneriler

Uygulayıcılara Yönelik Öneriler

Yapılan bu çalışma spor organizasyonları ve spor etkinlikleri açısından önemli bulgular içermektedir. Bu yüzden gönüllü motivasyonu ile ilgili konuların spor yöneticilerinin başarılı spor etkinlikleri düzenleyebilmeleri için detaylı bir şekilde incelenmesi gerektiğini ortaya çıkarmaktadır. Gönüllü motivasyonu konusunu incelemek spor yöneticilerine gönüllülerin spor etkinliklerine/organizasyonlarına gönüllü olarak katılma isteklerini algılayıp gönüllü seçme aşamalarında yardımcı olacaktır. Bu ayrıca spor yöneticilerinin spor etkinliklerini gönüllülerin katılımlarını tatminle sonuçlandırmak üzere geliştirebilmelerini sağlayacaktır.

Gönüllülerin, görev yaptığı etkinliğe dair olumlu hisler geliştirmelerinin, ülkedeki sonraki dönemde gerçekleştirilecek tüm spor etkinliklerinin gönüllü ihtiyacının karşılanmasında anahtar bir rolü vardır. Elbette ki uluslararası boyutta katılımın olduğu büyük çaplı organizasyonlarda, etkinlik yönetiminin tüm aşamalarında olabileceği gibi gönüllü yönetimi sürecinde de zaman zaman bazı sıkıntıların yaşanması çok olağandır. Trabzon'da düzenlenen Avrupa Gençlik Olimpiyatları'nda da önceki bölümde ayrıntılarıyla ifade edilen birtakım problemler tespit edilmiştir.

Beslenme ve konaklama gibi temel ihtiyaçların organizasyonu, gönüllülerin görev alanlarının belirlenmesi ve onlara verilen eğitimler ile gönüllülerle kurulan iletişim ve faaliyetlerin koordinasyonunda yaşanan aksaklıklar bu etkinliğin

gönüllü yönetim sürecinde karşılaşılan temel sorunlar olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu noktada gönüllülerin temel ihtiyaçlarının karşılanması konusu var olan fiziksel olanaklarla doğru orantılı bir husus olduğundan, bu durumu doğrudan gönüllü yönetimi sürecinin bir zaafı olarak değerlendirmemek gerekir.

Bununla birlikte gönüllülere görev yaptıkları etkinlikler kapsamında daha iyi barınma, beslenme vs. olanaklarının sağlanması, onların etkinliklere karşı olumlu hisler geliştirmelerinde büyük öneme sahip olacağı düşünülmektedir. Ayrıca EYOF'ta görev yapan gönüllü yöneticilerinin üzerinde en çok durduğu problemlerden bir diğeri de gönüllülerin görev dağılımında yaşanan sıkıntılardır. Burada her bir gönüllü pozisyonunun belirli, bir başka ifadeyle sınırlı bir kontenjana sahip olduğu akıldan çıkarılmamalıdır.

Dolayısıyla gönüllü yöneticilerince her ne kadar gönüllüler istekleri doğrultusunda pozisyonlara atanmaya çalışılsalar da, istek ya da beklentilerden farklı görevlendirmeler olması da kaçınılmazdır. Bu noktada temel konu bu görevlendirmelerin gerçekten gönüllü adaylarının nitelikleri göz önünde bulundurularak ve adaletli bir biçimde yapılıp yapılmadığıdır.

Diğer yandan, etkinlik gönüllülerince EYOF'taki gönüllülük deneyimlerine ilişkin olarak ifade edilen bir başka sorun da kendilerine verilen eğitimlerin yeterli olmaması olarak belirlenmiştir. Ancak kısıtlı bir sürede, üstelik 1500 kişilik bir grubun ciddi bir eğitime tabi tutulamaması da olağan karşılanması gereken bir durumdur. Bununla birlikte bazı kritik pozisyonlarda görevlendirilen gönüllülerin ülkeyi temsil etme vb. manevi sorumlulukları da üstlendikleri düşünülürse, onlara özellikle bu noktada iletişim becerileri ve hitabet sanatı gibi konularda daha spesifik ve görev odaklı eğitimler verilmesi gerektiği açıktır.

Ayrıca etkinlik süresince, gönüllülerin çalıştığı departmanlardaki yöneticilerin gönüllülerle kurduğu iletişimde bazı problemler olduğu da belirlenmiştir. Etkinliğe her hangi bir ücret ya da doğrudan bir menfaat gözetmeksizin gönüllü olan insanlar, çalışmalarını sırasında kendileriyle kurulan iletişimde sanki ücretli çalışanmış ya da aralarında bir hiyerarşi varmış gibi yapılan yaklaşımlardan rahatsızlık duyduklarını belirtmişlerdir. Doğrudan gönüllü yöneticilerinden çok, gönüllülerin görev yaptıkları departmanlarda yaşadıkları sıkıntılardır. Bu yüzden gönüllü yöneticilerince, gönüllülerin departmanlardaki yöneticilerine de, etkinlik gönüllülerine ne şekilde yaklaşmaları gerektiği konusunda bir bilgilendirme yapılması önemli olacaktır. Gönüllülerin etkinlikler için en büyük ücretsiz iş gücü kaynağı olmalarının yanı sıra, yapılan işi sevdikleri için orada oldukları, bu yüzden karşılığında bir ücret talep etmedikleri halde canla başla sorumluluklarını yerine getirmeye çalıştıkları akıllardan çıkarılmamalıdır.

Etkinlikle ilgili olumsuz görüşler belirten pek çok gönüllü de “her şeye rağmen” güzel bir deneyim yaşadıklarını belirtmektedirler. Burada ön plana çıkan temel unsurlarınsa bu etkinliğin bir parçası olma ve bir amaç için işbirliği içinde çalışma gibi faktörler olduğu, ayrıca yeni insanlar/farklı kültürler tanıma, yabancı dili geliştirme vb. faktörlerin de bu alanda gönüllüleri en fazla motive eden konuların başında geldiği göze çarpmaktadır. Bu bağlamda gerçekleştirilecek etkinlikler öncesinde muhtemel gönüllülere yönelik, gönüllü olmanın faydalarını algılayabilecekleri iletişim çalışmaları yapılması daha çok gönüllü katılımı sağlayacaktır.

İleri Araştırmalara Yönelik Öneriler

Gelecek araştırmalarda, gönüllü motivasyonlarını belirlemeye yönelik ulusal etkinlik gösteren çalışmaların da yapılıp, ulusal ve uluslararası platformlardaki bu etkinliklerin gönüllü motivasyonunu etkileyen kültürel farklılıkları incelenebilir. Bunun yanında çalışmaya daha fazla örneklem dahil edilerek daha genellenebilir sonuçlar elde edilebilir. Ayrıca, bu çalışma gönüllü katılımcıların sadece motivasyonlarını ele almıştır. Bu yüzden, ileri ki çalışmalarda gönüllü katılımcıların motivasyonlarının yanı sıra elde ettikleri kazanımlar, tatmin gibi farklı boyutlar açısından da değerlendirip aralarındaki ilişkiler incelenebilir. Bunun yanında anket tekniğinin yanı sıra, gözlem ve görüşme tekniği de kullanılarak hem gönüllülerle hem de gönüllülerin seçilmesi, eğitilmesi ve işe koşulması gibi süreçlerde önemli roller üstlenen gönüllü yöneticileri ile de veri toplama çalışması yapmak gönüllü yönetimi ve motivasyonları konularında daha farklı boyutların algılanmasına katkı sağlayabilir.

Trabzon'da düzenlenen Avrupa Gençlik Olimpiyatları'na katılan sporcuların yaş grupları göz önünde bulundurulduğunda, katılımcıların dünya kupası, yaz ve kış olimpiyat oyunları örneklerindeki gibi üst düzey spor etkinliklerindeki elit sporcu katılımcılara göre tanınıyor olma ihtimallerinin çok zayıf olması gönüllülerin motivasyonlarında farklılıklar gösterebilir. Örneğin, ülkemizin gerçekleştirmek için aday olduğu Avrupa Futbol Şampiyonası veya yaz olimpiyat oyunları gibi tanınmış elit sporcuların yer aldığı etkinlikler üzerine gönüllü motivasyonu çalışması uygulanırsa gönüllü motivasyonlarında daha farklı sonuçlar göstermesi muhtemeldir.

Gerçekleştirilen bu çalışmada, ulaşılan spor gönüllülerinin büyük oranlarda genç ve üniversite eğitimi alan öğrencilerden oluştuğunu görülmektedir. Bu sebeple, konu ile ilgili gerçekleştirilecek gelecekteki çalışmalarda daha üst ve alt yaş gruplarının ve daha düşük eğitimi bireylerin gönüllülük motivasyonlarının farklılık gösterip göstermediğine bakılarak daha genel sonuçlara ulaşılabilir.

Gençlik olimpiyatlarının Trabzon'da gerçekleştirilmesi ve etkinliğin gerçekleştirildiği şehrin bu ve benzeri ölçekte uluslararası spor etkinliklerine daha önce ev sahipliği yapmamış olmasının gönüllü motivasyonlarında olumlu ya da olumsuz etkileri olabileceğini söylemek mümkündür. Örneğin, gençlik olimpiyatları önceki yıllarda fazla sayıda uluslararası spor etkinliğine ev sahipliği yapmış İstanbul, Ankara ve İzmir gibi büyük şehirlerde düzenlenmiş olsaydı çalışmaya katılan ya da katılması muhtemel olan gönüllülerin motivasyonlarında farklılık gösterebilir. Bu sebeple büyük şehirlerde gerçekleştirilecek olan organizasyonlarda benzer çalışmanın yapılması önerilir.

KAYNAKÇA

Balcı, A. Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntem, Teknik ve İlkeler, Ankara: Pegem Akademi, 2009.

Bang, H. "The Direct and Indirect Influences of Sporting Event Organization's Reputation on Volunteer Commitment", *Event Management*, Vol. 13, 2009.

Bang, H., Won, D., Kim, Y. "Motivations, Commitment and Intentions to Continue Volunteering for Sporting Events", *Event Management*, Vol. 13, 2009.

Bang, H., Ross, S.D. "Volunteer Motivation and Satisfaction", *Journal of Venue and Event Management*, Vol. 1, No. 1, 2009.

Baum, T., Lockstone, L. "Volunteers And Mega Sporting Events: Developing A Research Framework", *International Journal of Event Management Research* Vol. 3, No. 1, 2007.

Beamish, R. (1985). Sport executives and volunteer associations: A review of literature and introduction to some theoretical issues. *Sociology of Sport Journal*, 2, 218-232.

Büyüköztürk, Ş. Sosyal Bilimler İçin Veri Analizi El Kitabı, Ankara: Pegem Akademi.

Chalip, L. (2000). Sydney 2000: Volunteers and the organization of the Olympic Games: Economic and formative aspects. In M. de Moragas, A.B. Moreno, & N. Puig (Eds.), *Volunteers, global society and the Olympic Movement* (pp. 205-214). Lausanne, Switzerland: International Olympic Committee.

Chun, H. A study of volunteers' motivation and satisfaction, in the 2002 FIFA World Cup Korea Japan, Yüksek Lisans Tezi, United States Sports Academy, 2003.

Costa, C. A., Chalip, L., Green, B. C. ve Simes, C. (2006). Reconsidering the role of training in event volunteers' satisfaction. *Sport Management Review*, 9, 165-182.

Cuskelly, G., McIntyre, N. ve Boag, A. (1998). A longitudinal study of the development of organizational commitment amongst volunteer sport administrators. *Journal of Sport Management*, 12, 181-202.

D'Astous, A., Bitz, P. "Consumer Evaluations of Sponsorship Programmes", *European Journal of Marketing*, Vol. 29, No. 12, 1995.

Doherty, A. "The volunteer legacy of a major sport event", *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events*, Vol. 1, No. 3, Kasım 2009.

Downward, P.M., Ralston, R. "The Sports Development Potential of Sports Event Volunteering: Insights from the XVII Manchester Commonwealth Games", *European Sport Management Quarterly*, Vol. 6, No. 4, Aralık 2006.

Downward, P.M., Lumdson, L., Ralston, R. "Gender differences in sports event volunteering: insights from Crew 2002 at the XVII Commonwealth Games", *Managing Leisure* Vol. 10, Ekim 2005.

Eckerstein, A. Evaluation of Event Marketing, Yüksek Lisans Tezi, Göteborg University, School of Economics and Commercial Law, 2002.

Eisenhauer, S. Sports Events and Risk Management in New Zealand: How safe is safe enough?, Yüksek Lisans Tezi, University of Otago, Yeni Zelanda, 2005.

Emery, P.R. "Bidding to host a major sports event: the local organising committee perspective", *The International Journal of Public Sector Management*, Vol. 15, No. 4, 2002.

Eriksson, J., Hjalmsö, A. Event Marketing as a Promotional Tool, Yüksek Lisans Tezi, Lulea University of Technology, Department of Business Administration and Social Sciences, 2000.

http-1 Developing the Volunteer Motivation Inventory, <http://www.morevolunteers.com/resour06.htm>(22.03.2013).

Farrell, J., Johnston, M.E., Twynam, G.D. "Volunteer Motivation, Satisfaction and Management at an Elite Sporting Competition", *Journal of Sport Management*, Vol. 12, 1998.

Fairley, S., Kellett, P., Green, B.C. "Volunteering Abroad: Motives for Travel to Volunteer at the Athens Olympic Games", *Journal of Sport Management*, Vol. 21, 2007.

Fredline, E. Host Community Reactions to Major Sporting Events: The Gold Coast Indy and The Australian Formula One Grand Prix in Melbourne, Doktora Tezi, Griffith University, Faculty of Commerce and Management, 2000.

Getz, D. Event Management and Event Tourism, New York: Cognizant Communications Corporation, 1997.

Green, B.C. ve Chalip, L. (1998a). Sport volunteers: Research agenda and application. *Sport Marketing Quarterly*, 7(2), 14-23.

Guttman, A. The Olympics: A history of the modern games, University of Illinois Press, 2002.

Kotler, P., Armstrong, G. Principles of Marketing, Prentice Hall Inc., 1994.

Leopkey, B. Risk Management Issues And Strategies In Large-Scale Sporting Events: A Stakeholder Perspective, Yüksek Lisans Tezi, University of Ottawa, School of Human Kinetics, 2007.

Manzenreiter, W. "The Benefits of Hosting: Japanese Experiences from the 2002 Football World Cup", *Asian Business & Management*, No. 7, 2008.

Masterman, G. Strategic Sports Event Management, Elsevier BH, Oxford, 2004.

Mc Carville, D.E., Flood, C.M., Froats, T.A. "Effectiveness of Selected Promotions on a Nonprofit Sporting Event Sponsor", *Journal of Sport Management*, Vol. 12, No. 1, Ocak, 1998.

Milgrom, J. "Two decades of Event Marketing and Sponsorship, I have good and Bad news", *Event Marketing Strategies*, May 13, 2002.

Moragas, M. de, Moreno, A.B. ve Paniagua, R. (2000). The evolution of volunteers at the Olympic Games. In M. de Moragas, A.B. Moreno, & N. Puig

(Eds.), *Volunteers, global society and the Olympic Movement* (pp. 133-154). Lausanne, Switzerland: International Olympic Committee.

Nilsson, J., Ostrom, T. "Communicating Image through Event Sponsorship", Lisans Tezi, Lulea University, Department of Business Administration and Social Sciences, 2004.

Nordin, L. "Economic Impacts of Sport Events, Case study of the European Championships in Figure Skating Malmö City 2003", Yüksek Lisans Tezi, Jönköping International Business School, Economics, 2008.

O'Brien, D., Chalip, L. "Executive training exercise in sport event leverage", International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research, Vol. 1, No. 4, 2007.

Oldenboom, E.R. "Costs and benefits of major sports events, A Case-study of Euro 2000", MeerWaarde Onderzoeksadvies Yayını, Amsterdam, Hollanda, 2006.

Pauline G., Pauline, J.S. "Volunteer motivation and demographic influences at a professional tennis event", Team Performance Management, Vol. 15, No. 3/4, 2009.

Rofner, A. Critical Success Factors of International Sport Events from the Perspective of Project Management, Yüksek Lisans Tezi, Umea University School of Business, 2009.

Sandler, D.M., Shani, D. "Olympic Sponsorship vs. "Ambush" Marketing: Who Gets the Gold", Journal of Advertising Research, Vol. 29, Issue 4, 1989.

Sandler, D.M., Shani, D. " Sponsorship and the Olympic Games: the Consumer Perspective", Sport Marketing Quarterly, Vol. 2, No. 3, 1993.

Tavşancıl, E. Tutumların Ölçülmesi ve SPSS ile Veri Analizi, Ankara: Nobel Yayın Dağıtım, 2006.

Trabzon 2011 Avrupa Gençlik Olimpik Oyunları Gönüllü Yönetimi Direktörlüğü Sonuç Raporu

Williams, P.W., Dossa, K.B. ve Tompkins, L. (1995). Volunteerism and special event management: A case study of Whistler's Men's World Cup of Skiing. *Festival Management & Event Tourism*, 3, 83-95.

Xueqing, C., Gibson, H.J., Zhang, J.J. "Perceptions of Risk and Travel Intentions: The Case of China and the Beijing Olympic Games", Journal of Sport & Tourism, Vol. 14, No. 1, Şubat 2009.