



T.C.  
KASTAMONU ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ  
İKTİSAT ANABİLİM DALI

**KASTAMONU'DAKİ ÖZEL FİTNESS  
MERKEZLERİNE DEVAM EDEN  
BİREYLERİN SPOR EKONOMİSİNE  
KATKISI**

(YÜKSEK LİSANS TEZİ)

ELDAR ALİZADE

DANIŞMAN

Prof Dr. Serkan DİLEK

KASTAMONU 2022

**T.C.**  
**KASTAMONU ÜNİVERSİTESİ**  
**SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**  
**İKTİSAT ANABİLİM DALI**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**KASTAMONU'DAKİ ÖZEL FITNESS MERKEZLERİNE**  
**DEVAM EDEN BİREYLERİN SPOR EKONOMİSİNE**  
**KATKISI**

**ELDAR ALİZADA**

**Danışman Prof. Dr. Serkan DİLEK**

**Jüri Üyesi Dr. Öğr. Üyesi Sultan SALUR**

**Jüri üyesi Dr. Öğr. Üyesi M. Yunus ÇELİK**

**KASTAMONU 2022**

## **TAAHHÜTNAME**

Tez içindeki bütün bilgilerin etik davranış ve akademik kurallar çerçevesinde elde edilerek sunulduğunu, ayrıca tez yazım kurallarına uygun olarak hazırlanan bu çalışmada bana ait olmayan her türlü ifade ve bilginin kaynağına eksiksiz atıf yapıldığını bildirir ve taahhüt ederim.

Eldar ALİZADA

## ÖZET

Yüksek Lisans Tezi

### KASTAMONU'DAKİ ÖZEL FİTNESS MERKEZLERİNE DEVAM EDEN BİREYLERİN SPOR EKONOMİSİNE KATKISI

Eldar ALİZADA  
Kastamonu Üniversitesi  
Sosyal Bilimler Enstitüsü  
İktisat Anabilim Dalı

Danışman: Prof. Dr. Serkan DİLEK

Günümüzdeki spor salonları ve fitness merkezleri giderek yaygınlaşmaktadır. Spor ile uğraşan ve fitness merkezlerine üye bireylerin spor ekonomisine olan katkılarını değişik başlıklar altında incelenmesi konu alınmıştır.

Araştırmacı tarafından yapılan bu çalışmanın amacı bireylerin kişisel yıllık spor harcamalarının analizi yapılarak kişisel (demografik) ve diğer etkenlere göre harcamalarının farklılık düzeylerinin olup olmadığını belirlemek ve spor ekonomisine olan katkısını incelemektedir. Yapılan araştırma Kastamonu merkez ilçesinde bulunan özel spor merkezlerine kayıtlı üyelerin katılımlarıyla elde edilen verilerle oluşturulmuştur.

Elde edilen veriler istatistik paket programı kullanılarak analiz edilmiştir. Analiz aşamasında parametrik ve non parametrik testler uygulanmıştır. Yapılan testler sonucunda özel fitness merkezlerine üye olan bireylerin kişisel yıllık spor harcamalarının yaş, eğitim durumu, medeni durum, meslek, yapılan spor aktivitesi ve düzenli spor yapma sıklığı değişkenlerine göre anlamlı farklılık gösterdiği sonucuna varılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Fitness, Özel Spor Merkezleri, Fitness Merkezi, Spor Ekonomisi

**2021, 58 Sayfa**  
**Bilim Kodu**

## ABSTRACT

MSc. Thesis

### CONTRIBUTION OF THE INDIVIDUALS WHO ATTEND TO PRIVATE FITNESS CENTERS IN KASTAMONU TO SPORTS ECONOMICS

Eldar ALIZADA  
Kastamonu University  
Institute for Social Sciences  
Department of Economy Management

Supervisor: Assist. Prof. Dr. Serkan DİLEK

**Abstract:** Gyms and fitness centers are becoming more and more common today. The contribution of individuals who are involved in sports and who are members of fitness centers to the economy of sports has been examined under different headings.

The purpose of this study conducted by the researcher is to determine whether there are differences in the individual (demographic) and other factors of their expenditures by analyzing the private sports centers in Kastamonu province and individuals' personal annual sports expenditures, and to examine their contribution to the sports economy. The research was created with the data obtained with the participation of members registered in private sports centers in Kastamonu central district.

The data obtained were analyzed using a statistical package program. During the analysis phase, parametric and non-parametric tests were applied. As a result of the tests, it was concluded that the personal annual sports expenditures of individuals who are members of private fitness centers differ significantly according to the variables of age, educational status, marital status, occupation, sports activity and the frequency of regular sports.

**Key Words:** Fitness, Special Sports Centers, Fitness Center, Sports Economy

**2021, 58 Pages**

**Science Cod**

## ÖNSÖZ

Öncelikle tez çalışmam boyunca yardımlarını hiçbir zaman esirgemeyen yoğun iş temposuna rağmen her zaman beraber çalışma fırsatı sunan güler yüzlülüğü ve fedakârlığından dolayı Prof Dr. Serkan Dilek hocama çok teşekkür ediyorum.

Mesleğimin ve iş hayatımın yoğun temposuna rağmen eğitimimi de bunlarla birlikte sürdürebilmeme yardımcı olan İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi değerli tüm öğretim üyelerine teşekkürlerimi sunuyorum.

Sporcu ve antrenör kimliğimin de içinde bulunacağı bu araştırmayı yapmama yardımcı olan resmi ve özel kurum, kuruluşlardaki değerli müdürlerime ve dostlarıma teşekkürü bir borç bilirim.

Ayrıca en büyük destekçim eşime araştırmam boyunca anlayışı, yardımları ve hoşgörüsünden dolayı teşekkürlerimi ve sevgilerimi sunarım.

Eldar ALİZADA

Kastamonu, Mart, 2021

## İÇİNDEKİLER

	Sayfa
<b>ÖZET</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>v</b>
<b>ÖNSÖZ</b> .....	<b>vi</b>
<b>İÇİNDEKİLER</b> .....	<b>vii</b>
<b>ŞEKİLLER DİZİNİ</b> .....	<b>ix</b>
<b>TABLolar DİZİNİ</b> .....	<b>x</b>
<b>1. GİRİŞ</b> .....	<b>1</b>
<b>2. SPOR EKONOMİSİ</b> .....	<b>5</b>
2.1. EKONOMİ TANIMI VE GELİŞİMİ .....	5
2.2. SPOR VE SPOR EKONOMİSİ.....	5
2.3. SPOR VE EKONOMİ İLİŞKİSİNİN GELİŞİMİ, SPOR EKONOMİSİ.....	9
2.4. SPOR EKONOMİSİNİN TARİHSEL GELİŞİMİ .....	13
2.4.1. <i>Spor Organizasyonları</i> .....	21
2.4.2 <i>Spor İşletmeleri</i> .....	23
2.4.2. <i>Spor Medyası</i> .....	24
2.4.3. <i>Spor Teşkilatı</i> .....	26
2.4.4. <i>Spor Ürünleri</i> .....	28
2.4.5. <i>Spor Teknolojileri</i> .....	31
2.4.6. <i>Spor Pazarlaması</i> .....	32
2.5 SPOR EKONOMİSİNDE GÜNCEL GELİŞMELER .....	34
<b>3. SPOR MERKEZLERİ, FİTNESS SALONLARI</b> .....	<b>36</b>
3.1 FİTNESS SEKTÖRÜNÜN GELİŞİMİ .....	38
<b>4. FİTNESS SALONLARI VE SPOR HARCAMALARININ DEMOGRAFİK DEĞİŞKENLERE GÖRE ANALİZİ</b> .....	<b>43</b>
4.1 ARAŞTIRMANIN GEREKÇESİ VE ÖNEMİ.....	43
4.2 ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ.....	44
5 ARAŞTIRMANIN MODELİ.....	45
4.3 VERİ TOPLAMA YÖNTEM VE ARACI.....	45
<b>4.4 BULGULAR</b> .....	<b>46</b>
<b>4.5 Algılanan Hizmet Kalitesinin Demografik verilerle İlişkisi</b> .....	<b>63</b>
<b>4.6. Etkileşim Kalitesinin Demografik Verilerle Analizi</b> .....	<b>66</b>

<b>4.7. Çıktı Kalitesi İle Demografik Veriler Arası İlişkiler .....</b>	<b>69</b>
<b>4.12. Korelasyon Analizi.....</b>	<b>84</b>
<b>5 TARTIŞMA ve SONUÇ .....</b>	<b>86</b>
<b>KAYNAKÇA .....</b>	<b>90</b>
<b>EKLER.....</b>	<b>97</b>
<b>Ek-1. Bilgi Formu .....</b>	<b>97</b>
<b>6.Bu Fitness Salonunun spor eğitmenleri/antrenörleri hareketlerin nasıl yapılacağı hakkında bilgi verirler .....</b>	<b>100</b>

## ŞEKİLLER DİZİNİ

Şekil 1. Ekonomi ve Sporun İlişkisi.....	20
Şekil 2. Spor Ekonomisinin Alt Unsurları .....	21

## TABLOLAR DİZİNİ

	Sayfa
Tablo 4.1. Örneklem grubuna ait cinsiyete dağılımları.....	46
Tablo 4.2. Örneklemin yaş grubuna göre gösterimi.....	46
Tablo 4.3. Örneklemin eğitim durumlarının gösterimi.....	47
Tablo 4.4. Örneklemin ailelerinin ortalama maddi gelir durumları.....	47
Tablo 4.5. Örnekleimde bulunan kişilerin çalıştıkları süreler.....	48
Tablo 4.6. Örnekleimde bulunan kişilerin medeni durumları.....	48
Tablo 4.7. Örneklem grubunun mesleklerine göre dağılımı.....	49
Tablo 4.8. Örnekleimde bulunan kişilerin “siz dahil ailenizde kaç kişi var? Sorusuna ilişkin verdiği cevapların dağılımı.....	49
Tablo 4.9. Örnekleimde bulunan kişilerin spor yaptığınız zaman dilimi hangisidir? Sorusuna ilişkin verdiği cevapların dağılımı.....	50
Tablo 4.10. Örnekleimde bulunan kişilerin kaç çeşit spor aktivitesi yapmaktasınız? Sorusuna ilişkin verdiği cevapların dağılımı.....	50
Tablo 4.11. Örnekleimde bulunan kişilerin genellikle hangi spor aktivitesini yapmaktasınız? Sorusuna ilişkin verdiği cevapların dağılımı.....	51
Tablo 4.12. Örnekleimde bulunan kişilerin hangi sıklıkta spor yapıyorsunuz, şeklindeki soruya verdikleri cevap dağılımı.....	52
Tablo 4.13. Örnekleimde bulunan kişilerin aileniz içinde sizden başka fitness merkezlerine giden kimse sayısı nedir? Sorusuna ilişkin verdiği cevapların dağılımı.....	53
Tablo 4.14. Örnekleimde bulunan kişilerin size sunulan spor hizmetinden ne derece memnunsunuz? Sorusuna ilişkin verdiği cevapların dağılımı.....	53
Tablo 4.15. Örnekleimde bulunan kişilerin fiziki görünüşünüzden ne derece memnunsunuz? Şeklindeki soruya verdikleri cevaplar.....	54
Tablo 4.16. “Beden sağlığınıza ne derece memnunsunuz” sorusuna verilen cevapların dağılımı.....	54
Tablo 4.17. “Örneklem grubunun ne kadar zamandır düzenli spor yapmaktasınız?” Sorusuna ilişkin verdiği cevapların dağılımı.....	55
Tablo 4. 18. Örnekleimde bulunan kişilerin fitness merkezine üye olmanızın en önemli nedeni nedir? Sorusuna ilişkin verdiği cevapların dağılımı.....	56

## 1. GİRİŞ

Türk Dil Kurumu'na göre spor, beden veya zihni geliştirmek amacıyla gerçekleştirilen, bazı kural ve kaidelere göre uygulanan hareketlerin tümüdür (TDK, 2021). Spor camiasında bunu zevk için bir hobi olarak yapanlar ve geçim kaynağı yani maddi gelir elde edilen bir meslek olarak profesyonelce yapanlar bulunmaktadır. Zevk için yapanlar amatör, meslek için yapanlar ise profesyonel sporcu olarak tanımlanmaktadır.

Spor, birçok araştırmacı tarafından farklı türde yorumlanmış ve insanlara faydaları üzerinde durulmuştur. Spor genel olarak kişilerin fiziki, zihni, duygu ve yaşanan çevreye uyum sağlamalarına katkı yapan, bilişsel kabiliyet ve lider olma özelliklerinde gelişim göstermelerine neden olan bir faktördür. Spor içerik olarak bireyin disipline özelliğini de geliştirir. Spor ülke ekonomisine de önemli katkılarda bulunmaktadır. Spor branşlarında elde edilen ulusal ve uluslararası dereceler ülke düzeyinde toplumun günlük hayatında ve moral seviyesinin artmasına katkı sağlamaktadır. Ayrıca ülkenin Dünya çapında tanıtılmasına, ülkenin ihraç ürünlerine olan talebin artışına katkı sağlamaktadır. Bununla beraber spor önemli boyutlar kazanmıştır. Spor yapmak herhangi bir sportif faaliyette (aktivitede) bulunmak, iyi bir insan olmanın gerektirdiği özelliklerden birisi olmuştur. Bundan dolayı devletlerin spora olan ilgisini güçlendirmiş yaygınlaştırılması ve bununla gerekli önlem ve çalışmaları ilerletmesi önemli hale gelmiştir (Sunay ve Saraçoğlu, 2003, s.43-48).

Spor birçok açıdan ülke ekonomisi için katkı sağlamaktadır. Birincisi; spor amacıyla ülkenin turizminde hareketlilik yaşanmasıdır. Uluslararası organizasyonlara ev sahipliği yapan ülkeleri çok sayıda sporcu ve taraftar ziyaret etmektedir. Ayrıca gelişen kitle iletişim araçları sayesinde ev sahibi ülkelerin tarihi ve turistik yerlerinin ve kültürünün tanıtımı yapılmakta ve gelecek yıllarda turizm faaliyetleri için pozitif etki görülmektedir. İkincisi; organizasyonlara katılan ülkelerin adları duyulmakta ve bu ülkelerin ihraç mallarının pazarı açısından olumlu intibalar vermektedir. Özellikle başarılı olan sporcuların ülkelerin mallarına olan talepte artış meydana gelmektedir.

Spor uluslararası alanda dil, din, ırkı ve mezhebi farklı olan insanın birleşmesini, kaynaşmasını sağlamakta ve Dünya'da barış ortamının sağlanmasına katkıda

bulunmaktadır. Uluslararası alanda ülkelerin kendilerine sempati oluşturmalarına neden olmakta ve yumuşak güç politikaları uygulamalarını kolaylaştırmaktadır, ayrıca ülkeler arası savaşların önlenmesi açısından da fayda sağlamaktadır.

Sporun kişiler üzerinde bireysel açıdan olumlu yönde etkileri bulunmaktadır. İlk olarak kişilerin bedensel sağlıklarını korumalarına yardımcı olmaktadır. İkincisi; insanların streslerini azaltmalarını ve moral motivasyonlarını artırmalarını sağlamaktadır. Toplu ortamda aktivite yaparak sosyal yaşantılarını düzene sokmalarına, takım çalışmalarına uyum sağlamalarına, sosyal ilişkiler kurmalarına neden olmaktadır. Ayrıca bireysel motivasyonunu güçlendirmekte ve moral kazandırmaktadır. Diğer bir deyişle sporun birçok yararı bir arada barındırdığı söylenebilir.

Koruç'un (1997) görüşüne göre; spor yaşadığımız dönemde iki değişik yönden incelenebilmektedir. Bu yönlerden ilki "elit spor" olarak tanımlanan performans sporudur. Bu spor var olan performansı üst düzeye çıkartmak ve yarışmalarda derece yapmak esasına dayanır. Bu biçimdeki spor ülke çapında başarılı olanları yazan ve uluslararası alanda tanınan kabiliyetlerin ortaya çıkmasıyla "daha hızlı daha yükseğe daha kuvvetli" prensibine varmak için uğraşır. İkinci yaklaşım şekli ise "rekreasyon sporu" kişinin kendini baştan oluşturması sağlıklı şekilde yaşam kalitesini yükseltmesi ve yabancılaşmadan uzaklaşmayı temin etmek için gerçekleştirilen "herkes için spor" sloganında yapılan spor düşüncesidir (Koruç, 1997, s.115-118).

Bilimsel olarak spor insanları son yıllarda spor sözcüğüne karşılık eş anlamlı olarak "beden eğitimi" ifadesinin kullanımı uygun görülmemektedir. Çünkü beden kelimesi, canlının yalnızca fiziki tarafını ele almaktadır. Oysa bir kişinin gelişimi bir bütün olarak devam etmektedir ve biyolojik, zihinsel ve ruhsal gelişimi birbirinden etkilenmektedir (Yılmaz, 2010, s.278). Bireydeki gelişim bir bütün olarak ele alındığı için bir yön diğer bir yönden bağımsız olarak ele alınamaz. Spor eğitimi beden kelimesinin daha da ötesinde amaçlar kapsamaktadır. Bu düşüncelerden anlaşıldığı üzere spor kişinin gelişimini bir bütün olarak ele almaktadır.

Sonuçta beden eğitimi, beden gelişiminin yanı sıra daha kapsamlı olmasından dolayı, spor bilim adamları bu sözcüğün yerine “spor eğitimi” sözcüğünün kullanılmasını uygun görmüşlerdir. Spor kültürü ile hareket beraberliği beden eğitiminden spor eğitimine geçmeyi sağlamıştır. Bununla birlikte 1900’lü yılların sonlarında “Spor bilimleri” ismi verilen yeni bir bilim dalı ortaya çıkmaktadır.

Türkiye’de spor bilimlerinin gelişimi açısından tanzimat bir milat olarak kabul edilebilir. Tanzimat öncesinde spor, savaş eğitiminin bir parçası olarak kabul edilmiştir. Geleneksel sporların eğitiminin yapıldığı üç yer bulunmaktadır. Bunlar Enderun mektebi, askeri kurumlar ve spor tekkeleridir. Sporun toplumun geniş kesimine yayılması için tekkeler kritik öneme sahip kurumlardır. Bu nedenle Osmanlı devleti spor tekkelerine büyük önem vermiş ve desteklemiştir. Tanzimat sonrasında spor tekkeleri işlevlerini kaybettiler. Bunun nedenleri arasında sportif faaliyetin ülke savunması için araç olarak değerlendirilmesi, spor dallarının kısıtlı olması, batı kökenli spor dallarının toplum tarafından bilinmemesi vb bulunmaktadır. Tanzimat toplumun sadece eğitim, bilim ve kültür alanlarında değil spor alanında da köklerinden uzaklaşmasına neden olmuştur. 1860’lı yıllarda “beden terbiyesi” dersi askeri okulların müfredatına girmiştir. Galatasaray mektebi sultanisinde jimnastik dersleri çağdaş spora geçişin ilk aşamaları olmuştur. M.Curel, Türkiye’de jimnastik ve modern sporun gelişimine önemli katkılarda bulunan isim olarak kabul edilmektedir. II.Abdülhamit zamanında okullaşma artmış ve beden eğitimi derslerine verilen önem artmıştır. 1895 yılında İzmir Bornova semtinde ticaretle uğraşan İngilizler futbolu Türkiye’ye getirmiştir. 1903 yılında “Beşiktaş Basiret Osmanlı Jimnastik Kulübü” ve “Moda Futbol Kulübü”, 1905 yılında “Galatasaray Futbol Kulübü” ve 1907 yılında “Fenerbahçe Spor Kulübü” faaliyete geçmişlerdir (Ceylan vd. 2020, s.175-178).

22 Mayıs 1922 tarihinde kurulan “Türkiye İdman Cemiyetleri İttifakı (TİCİ)” ilk spor örgütü olarak kabul edilmektedir. Bağımsız spor yönetimine örnek teşkil edebilecek olan TİCİ, Kulüpler arasındaki tartışmalar nedeni ile uzun ömürlü olmamıştır. 1936 yılında Türk Spor Kurumu (TSK) kurulmuştur. 1938 yılında 3530 sayılı kanunla “Beden Terbiyesi Genel Müdürlüğü (BTGM)” kurulmuş ve siyasetin spor üzerinde önemli ağırlığı hissedilmeye başlanmıştır. BTGM, 1942 yılında Milli Eğitim Bakanlığı’na bağlanmıştır. Daha sonraki yıllarda ise başbakanlığa, Gençlik ve Spor

Bakanlığı'na bağlanmıştır. 1989 yılında ismi “Gençlik ve Spor Genel Müdürlüğü” olmuştur. Spor dallarına ait özerk federasyonların kurulması ise 1990’lı yıllarda gerçekleşmiştir (İmamoğlu, 2011, s.3-6).

Spor eğitimi açısından ise Gazi Mustafa Kemal zamanında Selim Sırrı Tarcan Çapa öğretmen okulunda beden eğitimi öğretmenleri yetiştirilmeye başlanması önemli bir adımdır. Beden eğitimi eğitimi verilmesi amacıyla 1932’de Gazi Eğitim Enstitüsü, 1967’de Atatürk Eğitim Enstitüsü, 1974’de İzmir Buca Eğitim Enstitüleri, 1975’de Ankara 19 Mayıs Gençlik ve Spor Akademileri ve 1977’de Ege Üniversitesi Beden Eğitimi Spor Yüksekokulu ve 1978’de Diyarbakır Eğitim Enstitüsü kurulmuştur (Bayar, 2010, s.131-132).

21. yy’da Türkiye yüksek öğretim sisteminin gelişimine paralel olarak spor eğitimi veren yüksek öğretim kurumlarının sayısı artış kaydetmiştir. 2021 YKS kılavuzunda 31 üniversitenin ( Ağrı İbrahim Çeçen, Akdeniz, Yıldırım Beyazıt, Çoruh, Atatürk, Bandırma 17 Eylül, Bartın, Burdur Mehmet Akif Ersoy, Çukurova, Dokuz Eylül, Eskişehir Teknik, Fırat, Gazi, İnönü, Kahramanmaraş Sütçü İmam, Karamanoğlu Mehmet bey, Kırıkkale, Kocaeli, Munzur, Muş, Alparslan, Niğde Ömer Halisdemir, Ondokuz Mayıs Pamukkale, Recep Tayip Erdoğan, Sakarya Uygulamalı Bilimler, Sinop Süleyman Demirel, Trabzon, Uşak, Yalova, Fenerbahçe, Bilgi, Lokman Hekim, Girne Amerikan, Yakındoğu) Spor Bilim Fakültesi ve 9 üniversitenin Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokulu ( Gümüşhane, Iğdır, Karabük, Van Yüzüncü Yıl, Zonguldak Bülent Ecevit, Kıbrıs Sağlık ve Toplum bilimleri, Lefke Avrupa, Uluslararası Final, Uluslararası Kıbrıs) yer almaktadır (osmy.gov.tr).

## 2. SPOR EKONOMİSİ

### 2.1. Ekonomi Tanımı ve Gelişimi

İnsanlar yaşamsal fonksiyonlarını devam ettirmek için birtakım kaynaklara gereksinim göstermektedir. Ancak insanların bu gereksinimleri karşılayacak kaynakları kısıtlıdır. İnsan yaşamı için temel zorunluluk sağlanan kaynaklar sınırlı sayıda olması başlı başına sorun oluşturmaktadır oluşan bu sorunların çözüme kavuşulmasıyla ilgilenen bilim dalı “ekonomi” olarak adlandırılmaktadır. Kısaca ekonomi veya diğer adıyla iktisat insanların sınırsız ihtiyaçlarının kısıtlı kaynakları ile karşılanmasını araştırmaktadır.

Bireyler ve toplumların sınırsız ihtiyaçları bulunmakla beraber kıt kaynakları bulunmaktadır. Ekonomi ise kıt kaynaklar ile sınırsız ihtiyaçların karşılanmasını inceleyen bilim dalı olarak ele alınmaktadır (Dilek ve Figan, 2017, s.2).

Dinler (2014, s.149),e göre ekonomi; İnsanların sınırlı kaynaklar karşısında, sınırsız gereksinimlerini karşılayabilmekle toplumun tatmin düzeylerini en yükseği ulaştırmanın yolunu aramaktadırlar.

### 2.2. Spor ve Spor Ekonomisi

Spor kelimesi günlük hayatta sıkça kullandığımız ve anlam bütünlüğü olarak hayatın birçok alanında karşılaştığımız bir kavramdır. İlk çağlardaki insanların avlanmak hayatın devamlılığını sağlamak ve kendilerini gelebilecek tehlikelerden korumak için kullandıkları hareketlerin sporda temel oluşturdukları düşünülmektedir. Antik çağda insanlar savaşçıların ve avcılarının becerilerini geliştirmek ve dini ayinlerinde kutlamalar yapmak amacıyla sportif hareketler yapmaktaydı. Eski Yunan site devletlerinde Sportif faaliyetlere, yarışmalara kadınlar katılamıyor, hatta seyirci bile olamıyorlardı (Memiş & Yıldırım, 2011, s.19).

Büyük devletler kuran Türkler, millî tarihlerini askerî zaferlerle süslemişlerdir. Barış zamanlarında da çok iyi sporcu olmaları, başarı sırlarından biridir. Bedenî

kabiliyetlerinin üstün şekilde gelişmesi, her cins harp silahlarını kullanmadaki maharetleri sayesinde, çoğu zaman bire iki, bire üç oranındaki kalabalık düşmanlarına karşı parlak meydan savaşları kazanmışlardır. Sporun toplumsal hayat içerisindeki önemi Türklerin harplerde rakiplerine karşı üstünlük kurmalarına imkan vermiştir. Türklerde ön plana çıkan spor dalları binicilik, okçuluk ve güreştir (Dever & İslam, 2015, s.47). MÖ. 200 yıllarında bile Türk çocukları binicilik, güreş, okçuluk, kılıç kalkan, avcılık, mızrak sporları dallarında eğitim almaktaydı (İmamoğlu vd. 1997, s.140). Eski Türklerin ilgilendiği spor dallarının genellikle savaş ile ilgili olduğu ve bundan dolayı Türklerin harp alanlarında çok başarılı oldukları görülmektedir. Diğer bir deyişle Türklerin savaşlarda başarılı olması tesadüf değil, spora ve beden eğitimine verdikleri önemin bir sonucudur. Bozkırda ayakta kalmak için de insanların beden sağlığının önemi açıktır.

MÖ. 3000 yıllarında Orta Asya’da Türklerin yaşamında atın büyük önemi olduğunu görmekteyiz. Çocukların çok küçük yaşta at eğitimine başladığı o dönemin belgelerinde rastlanmaktadır. Bu uğraşta kadınların da yeri vardı. Binicilik, tepük (futbola benzer bir spor), okçuluk gibi sporları kadınların da yaptıkları bilinmektedir. Dönemin diğer toplumlarının tersine spor, Türkler için toplumsal bir olaydı. Türklerin binicilikteki ustalıklarına, atla oynanan ve sportif değer taşıyan türlü oyun ve yarışlarla ulaştılar. Biniciliğin gelişmesi “At üzerindeki Türk değilse yüküdür” sözü de Türklerin binicilikte geldiği noktayı ifade etmektedir. Günümüzde de Orta Asya ve Anadolu’nun bazı yörelerinde oynanan kaçma-kovalama nitelikli Gök-Börü, Kız-Börü ve Beyge oyunlarıyla, bir çeşit atlı hokey oyunu olan Çögen ve de savaş oyunu olan attaki cirit atma oyunlarında rastlamaktayız (İmamoğlu vd. 1997, s.141).

Dede Korkut hikayelerinde Bamsı Beyrek ile Banu Çiçek’in güreş tutması kadınların da spor faaliyetlerine aktif biçimde katıldığını göstermektedir. Spor, Türklerin hayatının içinde bulunmuş ve eğlence halini almıştır. Bir genç evlenmeden evvel güreş ve binicilikte hünelerini kanıtlaması gerekli idi (Deniz, 2007, s.15).

Olimpiyatlara yönelik olarak ilk kaynaklar MÖ. 776 yılına aittir. Bu tarihten önce de Olympia’da çeşitli sporlar yapılmaktaydı. Olimpiyatların adı Yunanlıların sözde tanrılarının yaşadığı Olympus dağından gelmektedir. Olimpiyatların siyasi amacı

Yunan site devletleri arasındaki savaşları engellemektir. Önceleri sekiz yılda bir düzenlenen etkinlikler daha sonra dört yılda bir yapılmaya başlanmıştır. MÖ. 776 ve 393 yılları arasında dört yılda bir yapılmaya başlanmıştır. Olimpiyatlarda koşu, disk atma, cirit atma, uzun atlama, güreş, boks, pankration (bir dövüş sporu) ve at yarışları gibi spor dalları yer almıştır (Tekin & Tekin, 2014, s.128-131).

İlerleyen zamanlarda gelişmemiş toplulukların dini ayinlerinde spor aktiviteleri yapılmaya başlanmıştır. Bu süreçte yapılan ayin ve törenlerde yapılan faaliyetler zamanla değişerek Roma İmparatorluğu'nda gladyatör gösterilerinin şeklini almıştır. (Schoof, 1995). Gladyatör kelimesinin kökeni Latince kılıç anlamına gelen Gladius kelimesinden kaynaklanmaktadır. İyi kılıç kullanan, dövüşmeyi iyi bilen gladyatörler kalabalık izleyici önünde ölümüne birbirleri ile dövüşürlerdi. Roma İmparatorluğu'nda ilk gladyatör dövüşleri MÖ. 264 yılında Fulvius ve Cladius konsül iken gerçekleşmiştir. Gladyatör oyunlarının Roma'ya Etrüsk devletinden geçtiği tahmin edilmektedir. İmparatorluk zamanında Gladyatör oyunlarına gösterilen ilgi giderek artmış, cenaze defini esnasındaki rutin bir gösteri olmaktan çıkmıştır. Roma imparatorluğunda atlı araba yarışları ve vahşi hayvanlarla dövüşler de önem verilen diğer spor dalları olmuştur. Bu spor dalları günümüz stadyumlarına benzer collesium gibi yapılar içinde yapılmaktaydı. Günümüzde stadyum veya kapalı spor salonlarında yapılan spor müsabakalarının köklerinin Roma İmparatorluğu'nda yapılan Gladyatör oyunlarına dayandığı söylenebilir (Uzunaslın, 2005, s.16-19).

Ortaçağ'da Avrupa'da spor sadece şövalyelerin bir uğraşısı olarak kalmıştır. Bu dönemde kilise egemenliğinde Avrupa'da beden eğitimi şeytan işi olarak görülmekte idi. Skolastik felsefeye göre ruh ve beden ikiliğinin düşmanlık ilişkisi içinde kavramsallaştırılmaktadır. şövalyelerin spor eğitimi yapmalarına izin verilme nedeni ise tanrı tarafından Hıristiyanlığın savunulması için görevlendirildiğine inanılmasıdır. Ortaçağda şövalyelerin ata binme, yüzme, okçuluk, kılıç, avcılık gibi alanlarında beden eğitimi yapmalarına önem verilmekteydi. Feodal sistemde şövalye, vassalların ödediği ücret ile yaşamakta, vassallara itaat etmekte ve emniyeti sağlamaktadır. şövalyelik kurumu, kilise ve soyluların desteği ile ortaya çıkmıştır. Köylülerin spor faaliyetleri ise koşu, top ve çocuk oyunları ile sınırlı kalmıştır. Önemli günlerde şövalyeler ve soyluların katıldığı turnuvalar da bu döneme damgasını vuran spor

faaliyetleri idi. Turnuvalarda çeşitli silahlarla donatılmış şövalyeler birbirleri ile atlı veya yaya olarak savaşırlardı ve bu oyunların bazıları ölümle sonuçlanırdı (Akkurt & Şinoforoğlu, 2020, s.14-20).

İslamiyet sonrasında Türklerin devlet kurmalarından sonra da sporun Türklerin yaşamında önemi devam etmiştir. İslamiyetin de sporu teşvik etmesinin bunda rolü büyüktür. Türkler yaşadıkları yerleşim birimlerinin civarında çimenlik ve düz arazileri güreş ve cirit oyun alanı olarak seçmişlerdir. Büyük Selçuklu Devletinde Türkler, sportif faaliyetler ile ilgilenen çeşitli örgütler kurmuştur. Selçuklu türbelerinde 19 ve 9 kilo ağırlıklarında lobutlar “Pehlivan Taşı” adındaki halter bulunmuştur. Bu da Selçuklularda sporun geldiği noktayı göstermektedir. Atlı sporlar, çevgen, top oynama, kılıç gibi sporlar da yaygın olarak yapılırdı. Selçuklu’da hanedan üyeleri için de sporda başarılı olmak önemli idi. Şehzadeler küçük yaştan itibaren önemli spor alanlarında ciddi eğitime tabi tutulurlardı. Alpaslan ve Alaeddin Keykubat çok başarılı çevgen oyuncularını idi. Ayrıca Alpaslan okçulukta da çok başarılı idi. Şehzadelerin de katıldığı cirit, çevgen oyunları halk tarafından da ilgi ile seyredilirdi. Cuma günleri de halk kendi aralarında spor yaparlardı. Selçuklularda ilgi gören spor dalları güreş, binicilik, avcılık, okçuluk, göbörü ve çevgen oyunları idi (Deniz, 2007, s. 19-22).

Osmanlı İmparatorluğu’nda da sportif faaliyetlere önem verilmiştir. Sporun gelişmesi ve halkın spora ilgisinin artması amacıyla spor tekkeleri kurulmuştur. Spor tekkeleri, dini tekkelerden farklıdır. Spor tekkeleri günümüzün spor kulüplerinin karşılığıdır. Spor tekkelerinin sporcuları tekke içinde yaşıyor, eğitim alıyor ve yarışmalara katılıyorlardı. Osmanlı İmparatorluğu’nda tekkelerin giderleri vakıflar aracılığıyla karşılanmaktaydı. Spor tekkelerinin başkanlarına “Şeyh” adı verilirdi ve devlet tarafından görevlendirilirdi. Şeyhlerin başarılı sporcular olmalarına dikkat edilirdi. En fazla tanınan tekkeler arasında Atıcılar tekkesi (Ok meydanı), Güreşçiler tekkesi (Bursa), Şeyh Cemaleddin Güreşçiler tekkesi (Edirne), Güreşçiler Tekkesi (Manisa), Pehlivan Demir Güreşçiler tekkesi (İstanbul) bulunmaktadır. Kanuni sultan Süleyman zamanında spor tekkeleri desteklenmiş, yeniçeri askerlerinin spor tekkelerine yazılmaları serbest bırakılmış, Anadolu şehirlerinde de spor tekkeleri açılmıştır (Gölbaşı, 2018, s.41-44).

Sanayi devrimi ile beraber ekonomik olarak ilerleyen Avrupa’da sportif faaliyetlerin de artış göstermiştir. Günümüzde futbolun benzeri İngiltere’de 16.yy’da oynanmaya başlanmıştır. 1820’li yıllarda “hurling” ve “rugby” isimli oyunların futbola benzerliği dikkat çekmeye başlamıştır. Farklı kurallar ile oynanan futbolun her yerde geçerli standart kurallarının olması amacıyla 1848 yılında “Camebridge Kuralları” adı altında standart futbol kuralları konmuş, 1857 yılında “Sheffield Club” adı altında ilk resmi futbol kulübü kurulmuştur. 11 futbol kulübü 26 Ekim 1863 yılında Londra’da toplanmış ve İngiltere Futbol Federasyonu (Football Association) kurulmuştur. Bu tarih aynı zamanda modern futbolun doğum tarihi olarak kabul edilmektedir (Devecioğlu vd., 2014, s.37) .

23 Haziran 1894 tarihinde Uluslararası Olimpiyat Komitesi kurulmuş ve 1896’da ilk modern olimpiyatlar Atina’da gerçekleşmiştir. Kurucusu ise Baron Pierre de Coubertin’dir. Olimpiyatlar daha sonra dört senede bir Dünya’nın başka bir şehrinde düzenlenmeye başlamıştır. 1900 Paris ve 1904 St.Louis olimpiyatlarına katılım sınırlı kalmıştır, ancak 1908 Londra ve 1912 Stockholm olimpiyatları geniş katılımlı ve başarılı olmuştur. Dünya savaşları nedeniyle 1916, 1940 ve 1944 olimpiyatları yapılamadı. Fakat diğer yıllarda bazı siyasi boykotlar ve ufak sorunlar haricinde düzenli biçimde gerçekleştirilmiştir (Yıldıran, 2014, s.569). 2020 yılında gerçekleşmesi planlanan Tokyo olimpiyatları pandemi nedeniyle bir sene ertelenerek 2021 yılında gerçekleşmiştir. Sonraki olimpiyatların 2024 yılında Paris’te yapılması planlanmaktadır.

Sporun yaygın biçimde yapılması yeni spor dallarının ortaya çıkışını da desteklemiştir. Örneğin; ABD Springfield eyaletinde Training School’da beden eğitimi öğretmeni olan James Naismith, atlet ve beyzbolcuların kışın etkin antrenman yapmalarını sağlamak amacıyla basketbol oyununu keşfetmiştir.

### **2.3. Spor ve Ekonomi İlişkisinin Gelişimi, Spor Ekonomisi**

Olimpiyatlar haricinde ülkelerin milli ligleri kurulmuş ve uluslararası turnuvalar yaygınlaşmıştır. Olimpiyatlar, şampiyonalar ve yarışmalar nedeniyle para kazanmak amacıyla spor yapan bir kitle ortaya çıkmış ve bu kitle profesyonel olarak

adlandırılmıştır. 1872 yılında İngiltere ve İskoçya arasında ilk milli futbol maçı oynanmıştır. 1896 yılında ilk olimpiyatlar düzenlenmiştir. 1888 yılında İngiltere futbol ligi 12 takımla başlamıştır. Bu turnuvada şampiyon olan Preston North End takımının başarısının nedeni ise İngiltere, İskoçya ve Galler'in en başarılı atletlerini ücret karşılığında transfer etmesi veya futbol dışında iyi maaş getiren işler bulmayı başarmasıdır. Bu ise aslında futbolun profesyonelleşmesi olarak karşımıza çıkmaktadır. Daha sonra futbol giderek daha fazla seyirci tarafından izlenen bir spor dalı olmaya başlamıştır. Demiryolları ve ulaşımın kolaylaşması da futbol taraftarlarının sayısının artmasına yardımcı olmuştur. İngiltere dışında diğer ülkelerde de futbol ligleri kurulmaya başlamıştır. 1889'da Danimarka ve 1892 yılında Arjantin ligleri kurulmuştur. (futolekonomi.com, 2021).

Günümüzde sadece futbolda değil pek çok spor dalında sporcular yaptıkları faaliyetler karşılığında ücret almaktadırlar. Ancak sporun profesyonel hale gelmesinde futbol liderlik etmektedir. Ayrıca sporculara yardımcı olarak antrenörler, psikyatristler, doktorlar, malzemeciler, menajerler vb gibi pek çok meslek dalı daha ücret karşılığında çalışmaktadırlar. Bu işgücü ücretlerinin finansmanı ise maçları seyretmeye gelen seyirciler, televizyon ve medya kuruluşları (dolayısıyla TV'den maçı seyredenler), sporcuya ait spor ürünlerini alanlar, sponsorlar aracılığıyla sağlanmaktadır.

Futbol Türkiye'de de 19. Yüzyılın sonlarına doğru İngiliz ve Rumlar tarafından oynanan bir oyun iken daha sonra Türk gençlerin de futbola ilgi gösterdiği görülmüştür. Günümüzde en başarılı spor kulüpleri de Beşiktaş Jimnastik Kulübü (1903), Galatasaray (1905) ve Fenerbahçe (1907) kurulduktan sonra futbola ilgi giderek artmıştır. Türkiye Futbol federasyonu 23 Nisan 1923'de kurulmuş ve 1962 yılında UEFA'ya üye olmuştur. Günümüzde futbol, Türkiye'de en çok sevilen spor dalı olarak görülmektedir (Karamatov, 2019, s.240).

Günümüzde spor kulüpleri futbol sahalarının yanında ekonomik alanlarda da birbirleri ile rekabet halindedirler. Zira en iyi sporcuları transfer etmek için yüksek paralar ödemek ve ekonomik açıdan güçlü olmak gereklidir. Avrupa futbol şampiyonalarında ekonomik açıdan daha zengin olan ülkelerin futbol takımlarının (İspanya, İngiltere,

İtalya, Almanya) daha başarılı oldukları ve kupalar kazandıkları görülmektedir (Dilek ve Kesgingöz, 2020, s.977).

Kuşkusuz en çok ilgi gören ve dolayısıyla ekonomik açıdan en güçlü profesyonel spor dalı futboldur. Futbolun ekonomik açıdan gücünü göstermesi açısından Deloitte'nin yayınladığı Football Money League çalışmaları önemlidir. Tablo 1'de 2019-2020 döneminde Dünyanın en yüksek gelire sahip futbol takımları ve gelirleri yer almaktadır. Covid19 pandemisi futbol takımlarının da gelirlerini etkilemiş ve 2018-2019 dönemine göre futbol takımlarının gelirleri düşüş kaydetmiştir.

**Tablo 1. Dünyanın En Yüksek Gelirli Takımları ve Gelirleri (2019-2020)**

Sıra	Takım	Gelir (Milyon Avro)
1	FC Barcelona (İspanya)	715.1
2	Real Madrid (İspanya)	691.8
3	Bayern Munich (Almanya)	634.1
4	Manchester United (İngiltere)	580.4
5	Liverpool (İngiltere)	558.6
6	Manchester City(İngiltere)	549.2
7	Paris Saint Germain (Fransa)	540.6
8	Chelsea (İngiltere)	469.7
9	Tottenham Hotspur (İngiltere)	445.7
10	Juventus (İtalya)	397.9
11	Arsenal (İngiltere)	388.0
12	Borussia Dortmund (Almanya)	365.7
13	Atletico de Madrid (İspanya)	331.8
14	FC Internazionale Milano (İtalya)	291.5
15	FC Zenit (Rusya)	236.5
16	Schalke 04 (Almanya)	222.8
17	Everton (İngiltere)	212.0
18	Olimpique Lyonnais (Fransa)	180.7
19	SSC Napoli (İtalya)	176.3
20	Eintracht Frankfurt (Almanya)	174.0

Kaynak: Deloitte Football Money League 2021.

Tablo 1’de ilk iki sırayı İspanyol takımları paylaşmaktadır. Bu kulüplerin arasında 7 İngiliz, 4 Alman, 3 İspanyol, 3 İtalyan, 2 Fransız, 1 Rus futbol kulübü bulunmaktadır. FC Zenit ve Eintracht Frankfurt, 20 takım arasına bu sene katılmıştır. Bu kulüpler aynı zamanda Şampiyonlar Ligi ve UEFA gibi kupalarda en fazla başarı kazanan takımlar arasında yer almaktadır. Bu da ekonomik açıdan başarılı ile sportif başarının arasında pozitif korelasyon olduğunu ortaya çıkarmaktadır.

Geçen süreler zarfında ekonomik ve kültürel değişimler, spor kitlelerini ve toplum üzerindeki düşünceleri giderek artırmıştır (Atalay ve Ay, 1996, s.11). İnsanın yaşam şekillerinin ilerlemesi, refah düzeylerinin yükselmesi, siyasi, ekonomi ve gelişmeler bireyleri değişik anlayışlara yöneltmiştir. Yeni anlayışlar kişilerin kendisine özel vakit ayırmasına ve kendisi için bir şeyler yapma düşünceleri ile birleşmiş ve sporun gündelik sporun önemi ortaya çıkmıştır. Günümüzde insanlar zayıflamak, sağlıklı bir vücuda sahip olmak, sosyalleşmek gibi amaçlarla spor yapmakta, spor salonlarına gitmektedirler. Para kazanmak amacıyla değil eğlenmek, sağlıklı bir bedene sahip olmak amacıyla yapan kişilere de amatör sporcu denmektedir.

Amatör sporcuların varlığı ve sayısının artması da sporun ekonomik yönünün ilerlemesine neden olmaktadır. Amatör sporculara, antrenman desteği verecek koçlar, spor malzemeleri, spor yapma imkanı veren spor salonları için ekonomik boyutunu oluşturmaktadır. Spor kendi dışında diğer alanları oluşturduğu bütünden etkilenen ve bütünü etkileyen etkileyen bir parçası halindedir. Özellikle gelişmiş ve zengin ülkelerde spora katılım isteği çoğaldığı görülmektedir (Talimciler, 2002). Amatör spor yapma isteğinin lüks mal olarak değerlendirilebilmesi de gelir arttıkça amatör sporla ilgilenme, spor salonlarına gitme oranlarını artırmaktadır. Son zamanlarda Türkiye’de spor salonu işletmeleri sayısının artması ile kişi başına milli gelirin yükselmesi arasında bağlantı kurmak da mümkündür.

Sporun diğer bilim dallarıyla olan etkileşimi ve ekonomiyle bağlantısı hakkında literatürde yeteri kadar araştırmanın bulunmadığı görülmektedir (Tutar vd., 2015, s.312-332).

Ekonominin en önemli sorunsalı insanların sınırsız ihtiyaçlarının karşılanmasıdır. Spor da temel ihtiyaç olarak insan hayatında yerini almıştır (Güneydoğu ve Devocioğlu, 2008). İnsan ihtiyaçlarını karşılamasına üretilen çözümlerin yanı sıra spora yönelik ekonomik çözümlerin de göz ardı edilmemesi gerekmektedir.

Spor ekonomisi, uygulamalı yönden ekonomi biliminin bir alt disiplindir. Spor bilimlerinin teorik yönü ile iktisat arasındaki ilişkisi hakkındaki araştırmalar devam etmektedir (Haag, 2002).

Ekonomi okuryazarlığın girişimcilik niyetini artırdığı bilimsel çalışmalarla tesbit edilmiştir ki bu da ekonomi eğitiminin bireylerin spor işletmesi (özel fitness salonu, vb.) açmasını kolaylaştıracağı aşıkardır(Dilek vd. 2019)

#### **2.4. Spor Ekonomisinin Tarihsel Gelişimi**

20. Yüzyıldan itibaren hem profesyonel spor faaliyetlerinin hem de geniş çapta amatörlerin spora ilgilerinin arttığı görülmektedir. İnsanlar profesyonel spor faaliyetlerini izlemek, destek verdikleri takımları ve sporcuları desteklemek için daha yüksek harcama yapmaya isteklidirler. Öte yandan kendi vücut ve ruh sağlıklarını daha iyi hale getirmek için kendileri de spor yapmaya istekli hale gelmişlerdir. Yapılan araştırmalarda üzerinde durulan bir diğer konuda sporcu yetiştirmek, spor malzemesi üretmek için yapılan harcamalarda ortaya çıkan değişikliklerdir. Kanada, Japonya, ABD ve İngiltere’de sporcu yetiştirmek ve spor malzemesi üretmek için gerçekleştirilen bütçe harcamaları yıllar arası değişimleri incelendiğinde spor endüstrisinin hızlı gelişim gösterdiği açıkça görülmektedir. Örnek olarak Kanada alındığında, toplamda ve orta düzey ekonomik gelire sahip bir ailenin çocuklarının spor eğitimi için ayırdıkları yıllık bütçeleri ve bunların piyasadaki oranı gözden geçirildiğinde aşağıdaki bilgilere ulaşılmıştır. Kanada’da ortalama bir ailenin bir yıl içinde spor bütçelerinde 1996 harcamaları ve 1992 yılı harcamaları karşılaştırılmıştır. Ulaşılan sonuçta spor için yapılan harcamaların gelir içindeki yüzdelerinin %1.37’den %1.46’ya çıktığı görülmüştür. Aile bütçesinden ayrılan bu giderler spor kıyafetleri, spor malzemeleri, canlı spor izleme, spor besinlerinden, reaksiyon imkanlarından faydalanma ve üyelik aidatları içerir (Naoyukı vd., 2003).

Türkiye’de de profesyonel futbolun ve sporun giderek geliştiği görülmektedir. Trabzonspor 1994’de; Fenerbahçe 1998’de; Galatasaray 2000’de ve Beşiktaş 2001 yılında şirketleşme adımlarını atmıştır (Karamatov vd. 2019, s.240). İngiltere, İspanya, İtalya gibi ülkelerde futbol kulüplerinin şirketleşmesi sonucunda bazı futbol kulüplerinin Rus, Arap, ABD yatırımcıları tarafından satın alındığı görülmüştür. Türkiye’de de Fenerbahçe, Galatasaray, Beşiktaş ve Trabzonspor’un Borsa İstanbul’a kota oldukları ve işlem gördükleri görülmektedir.





Sponsorluk müesseseleri de zaman içerisinde gelişmiştir. Dünya futbol şampiyonası sadece rakip takımlar arasında rekabet anlamına gelmemektedir. Ayrıca bu futbol kulüplerine sponsor olan firmalar açısından da rekabet anlamına gelmektedir. Örneğin; 1998 Dünya futbol şampiyonası sadece Fransa ile Brezilya arası rekabet anlamına gelmemektedir. Ayrıca Fransa'nın sponsoru Adidas ile Brezilya'nın sponsoru Nike arasında rekabet anlamına gelmektedir. Bundan sonraki Dünya futbol şampiyonaları için de sponsorlar arası rekabet göze çarpmaktadır. Adidas, Nike, Puma gibi sponsor firmalar destekledikleri takımların şampiyon olması için uğraşmaktadırlar (Papatya ve Geniş, 2013, s.49).

Günümüzde profesyonel futbol kulüplerinin gelir kalemleri üç sınıfta incelemektedir. Bunlar; maç günü gelirleri, ticari gelirler ve yayın hakkı gelirleridir. Yayıncılığın gelişmesi ile beraber yayın hakkı gelirlerinin diğerlerinin önüne geçtiği görülmektedir. Ancak son yıllarda ticari gelirlerdeki artış oranları da dikkati çekmektedir (Saatçioğlu ve Çakmak, 2019, s.335).

Sadece futbol değil diğer spor dallarının ekonomisinde de önemli artışlar görülmüştür. Olimpiyat oyunları gelirlerinin zaman içerisinde artış gösterdiği görülmektedir. Sporun ekonomik boyutunun gelişmesine paralel olarak akademik olarak spor ekonomisine olan ilgi de artış kaydetmiştir. *Journal of Sport Management* ve *European Journal of Sport Management* isimli akademik dergiler yayınlanmaya başlamıştır. Almanya ve ABD’de spor ekonomisi alanında lisans seviyesinde eğitimler de başlamıştır (Cerrahoğlu, 2016, s.317-321).

İnsanların spora ayırdıkları zamanın, önemin ve bütçenin her geçen gün daha da arttığı görülmektedir. Kişiler sağlıklı yaşamak için bedenlerinin spor yapma ihtiyacının farkına varmaktadır. Öte yandan modern şehir yaşamı da insanların daha az hareket etmelerine ve sağlık açısından sıkıntı yaşamalarına neden olmaktadır. Kişilerin refahının (kişi başına düşen milli gelir) artması da rekreasyonel açıdan spor etkinliklerine olan talebini artırmaktadır. Bu nedenle ticari amaç güden müşterilerine sportif rekreasyonel hizmeti sunan spor salonları yatırımlarının da giderek arttığı gözlenmektedir. Dünyada çok sayıda kişi bu spor merkezlerindeki imkanları kullanarak sağlıklı yaşamlarını kontrolde tutmakta ve spor ekonomisine olan katkısını sağlamaktadır (Mahony, 2001, s.64-66).

Modern şehir yaşamı, teknoloji, otomobil kullanımının artması vb nedenlerle insanların hareketliliği sınırlanmıştır. Bu ise aslında insan tabiatına aykırı bir durumdur ve insan sağlığını da olumsuz yönde etkilemektedir. Spor bu açıdan insanların sağlığını korumaları açısından önemli bir araçtır. Bu nedenle hangi yaşta olursa olsun bilimsel temellere uygun biçimde gerçekleştirilen spor, insan sağlığı açısından önemli bir faktördür. Spor aynı zamanda bireyin sosyal yaşamda uyumlu, başarılı ve mutlu olmasını da sağlamakta, moralini yüksek tutmasına yardımcı olmaktadır. Spor yapmanın temel amacı hareketsiz şehir yaşantısının neden olduğu sağlık sorunlarını önlemek, psikolojik açıdan bireyi desteklemektir. Türkiye Cumhuriyeti 1982 anayasasının 59. Maddesi de her yaştaki vatandaşlar için beden

eğitiminin sağlanmasını devletin görevleri arasında saymaktadır. Bu nedenle çoğu yerlerde belediyeler insanların yürüyüş yapabilecekleri parkurlar, bisikletlilere özel yollar, parklarda jimnastik aletleri gibi imkanları sunmaya başlamışlardır. Ayrıca devlet farklı sloganlarla vatandaşlarını spor yapmaya teşvik etmektedir. Boş zamanını spor yaparak değerlendiren bireylerin daha verimli olacakları ve dolayısıyla makro ekonomik açıdan da ülke ekonomisini olumlu yönde etkileyeceği düşünülmektedir. Türkiye’de de spora olan ilginin giderek arttığı görülmektedir. 2018 yılı itibariyle Türkiye’de lisanslı sporcu sayısı 4.907.955’dir ve bunun 3.261.853’ü erkek ve 1.646.102 tanesi kadındır. Türkiye’de spora olan ilginin artması kazanılan uluslararası başarıyı da artırmaktadır. 2002 yılında Türkiye’nin uluslararası organizasyonlarda kazandığı madalya sayısı 1481 iken 2019 yılında bu rakam 8808’e yükselmiştir (Gençlik ve Spor Bakanlığı, 2021).

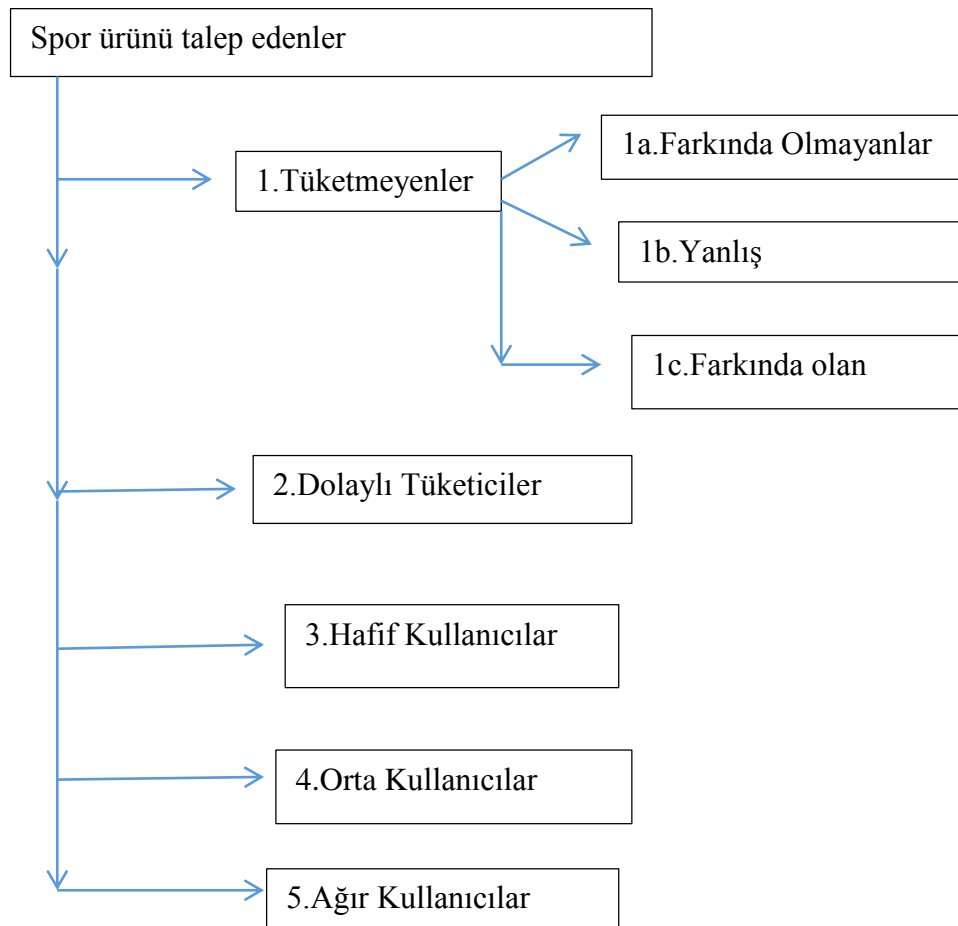
Özel spor salonlarının giderek sayısının artması aynı zamanda spor salonları arasında rekabetin de giderek artmasına neden olmuştur. Bu rekabette spor salonlarının sundukları hizmet kalitesine önem vermelerine neden olmuştur. Spor salonlarının başarılı olması için yüksek kalitede hizmet sunması gerekmektedir. Yüksek hizmet kalitesi sunan spor salonu ağızdan ağıza iletişim yoluyla müşterilerini artırma ve rekabette başarılı olma imkanı bulmaktadır (Esentaş vd. 2020, s.13-14). Bununla beraber özel spor salonu pazarında Türkiye’nin potansiyeli çok daha büyüktür. Obezite başta olmak üzere sağlık sorunlarının önüne geçmek ve fit kalmak amacıyla bir yaşam biçimi haline gelen fitness sektörüne olan ilgi Türkiye’de artış kaydetmiştir. Avrupa’ya göre spor yapma oranları daha düşük olmakla beraber 2014 yılına göre %2 olan spor yapma oranının 2019 yılında %30'lara çıktığı görülmektedir. Türkiye’nin Dünya’da en fazla potansiyele sahip ülkelerden biri olarak değerlendirilmektedir (Hurriyet, 2019).

Özel spor salonlarının sayısının artması rekabet baskısını artırmaktadır. Rekabet baskısı, firmanın rekabet nedeniyle yapamadıkları veya yapmak zorunda kaldıkları aksiyonlardır. Rekabet baskısı altındaki firmanın serbestlik derecesi düşüktür (Dilek, 2017, s.198-199). Özel spor salonlarının bu rekabet ortamında fiyatlarını uygun tuttukları, reklama önem verdikleri, hizmet kalitesini artırmaya çalıştıkları gözlenmektedir.

Birçok ticari faaliyetlerin alanlarına kıyasla spor endüstrisi farklılıklar içermektedir. Normal bir mal veya hizmete kıyasla spor ürünleri ve hizmetlerine olan talep birbirinden farklıdır. Ekonomik olarak bu farklılığın nedenleri olarak toplumun demografik unsurları (yaş, cinsiyet, medeni durum), ekonomik düzey, mesai saatleri, spora ayrılabilir zaman sıralanabilir (Naoyukı vd., 2003).

Spor ürünü talep edenler merdiven teoremine (Schwarz ve Hunter merdiven teoremi) göre beş sınıfa ayrılmaktadır (Erten, 2013, s.7-10).

Şekil 1. Spor Ürünü Talep Edenler



Kaynak: Erten (2013, s.7-10)

Spor ürünü talep edenler beş ayrı sınıfa ayrılır. Bunlar tüketmeyenler, Dolaylı Tüketiciler, Hafif kullanıcılar, Orta kullanıcılar ve Ağır kullanıcılarıdır. Herhangi bir spor ürünü kullanmayan, talep etmeyenler ise tüketmeyenler sınıfı içinde

değerlendirilmektedir. Tüketmeyenler grubu kendi içinde üç ayrı sınıfa ayrılmaktadır. Farkında olmayan, yanlış bilgilendirilmiş ve farkında olan tüketmeyenlerdir. Farkında olmayan tüketmeyenler spor ürünlerinin varlığından haberdar olmadığı için kullanmamaktadır. Bu kesimin ürün hakkında bilgilendirilmesi gereklidir. Yanlış bilgilendirilmiş tüketmeyenler ise spor ürününden haberdar olmasına rağmen yanlış bilgilere sahiptir ve bu yanlış bilgi nedeniyle spor ürününü talep etmemektedir. Bu grubun sahip olduğu yanlış algıları silmeli ve doğru bilgiler verilmelidir. Farkında olan tüketmeyenler ise spor ürününü bilmekte ve faydalarından haberdardır. Ama ürünü kullanmamayı tercih etmektedirler. Dolaylı tüketiciler spor ürününü ara fırsatların yardımıyla kullanmaktadır. Örneğin; Televizyonda spor karşılaşmasını seyretmektedir. Hafif kullanıcılar, dolaylı tüketicilerden farklı olarak nadiren (senede bir iki kez) etkinliklere katılmaktadır. Orta kullanıcılar etkinliklere daha çok katılmaktadır ve katılım oranları orta seviyededir. Ağır kullanıcılar ise en yüksek seviyededir. Katılım oranları diğer gruplara nazaran en yüksek seviyededir (Erten, 2013, s.7-10).

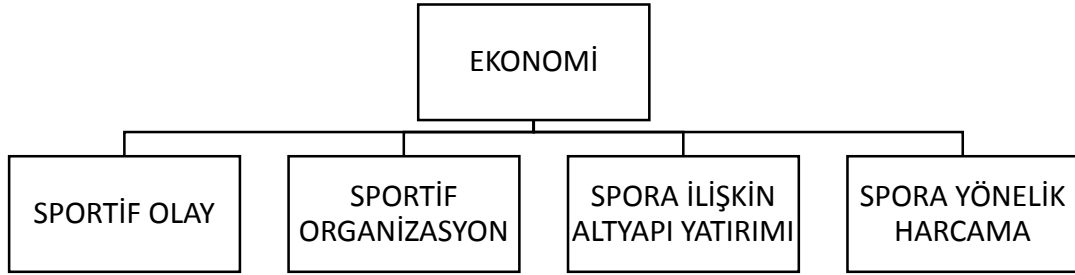
Spor Endüstrilerine konu alınan ürün ve hizmete oluşan taleplerde söz konusu değişkenler önem arz etmektedir. Spor endüstrisi ve turizmi, ticari ürünlerin, inşa edilen tesislerin ve işletme maliyet giderleri, organizasyon sağlanan etkinlikler ve bu etkinliklerin ekonomik katkıları olarak incelendiğinde gelişmiş ülkelerin spora daha büyük önem verdikleri görülmektedir. Buna karşılık sporun ülke ekonomisine katkısının da önemli olduğu görülmektedir. Örnek olarak incelediğimizde Karahüseyinoğlu vd. (2005) araştırmalarındaki belirlenenlere göre ABD'nin savunma sanayisindeki ekonomik gelirleri birinci sırayı alırken ikinci büyük ekonomik gelir kaynağı olarak da spor endüstrisi gelmektedir.

Sporu meydana getiren ve destekleyen birçok sektör ekonomiyi canlandırmaktadır. Sporla birlikte büyük bir ekonomik hacmi ulaşmalarının bazı nedenleri şunlar olabilir (Katırcı vd. 2013):

1. Yapılan yeni etkinliklerin değişik spor faaliyetlerine dönüştürülerek kitle artışı.
2. Bireylerin kendilerini ayırabilecekleri serbest zaman düzeyinin artması
3. Spor ürünlerinin pazarlanmasındaki artış ve teknoloji ile birleştirilip gelişime gitmek

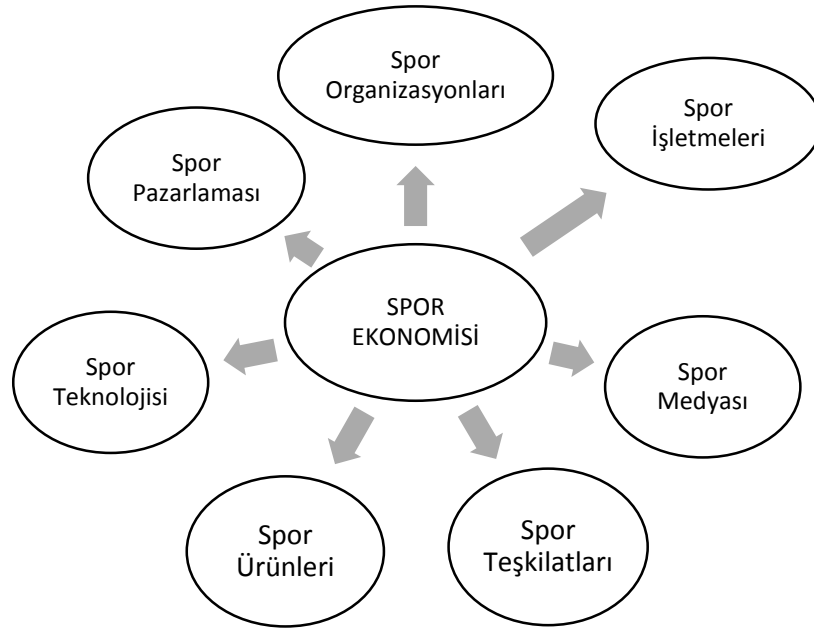
4. Sporun yönetimi pazarlama alanı ve ekonomik altyapısını kapsayan alt alanlarını ve eğitim olanaklarını çoğaltarak, profesyonel anlamda kademe atlaya bilmeleri için destek hizmetlerinin oluşturulması
5. Sporun küresel bir metot haline getirilmesi

Yukarıdaki yorumlardan da görüldüğü gibi birçok araştırmada da ulaşılan sonuçları açıklayacak olursak ekonomi ve sporun ilişkisi ana başlıklar altında aşağıdaki şekilde görülebilmektedir.



Şekil 1. Ekonomi ve Sporun İlişkisi

Ekonomi ve spor ilişkisini açıklarken bu durumun biraz daha geliştirilmiş detaylı halini düşünecek olur isek aşağıdaki tabloyu en iyi açıklamayı verecektir.



Şekil 2. Spor Ekonomisinin Alt Unsurları

#### 2.4. Spor Ekonomisinin Öğeleri

Spor ekonomisi çeşitli öğelerden oluşmaktadır. Bunlar spor organizasyonları, spor işletmeleri, spor medyası, spor teşkilatı, spor ürünleri, spor pazarlaması, spor teknolojisi ve sporcular olarak ele alınmıştır.

##### 2.4.1. Spor Organizasyonları

Spor organizasyonları deyince akla uluslararası turnuvalar, şampiyonalar gelmektedir. Sportif faaliyeti kapsayan bu tip organizasyonlar sporcuların ve seyircilerin bir araya geldiği platformlardır. Sporcular performanslarını üst seviyede gösterirken seyircilerin bundan zevk alması ve hoş vakit geçirebileceği ortam sağlanmaktadır. Bütün organizasyonlarda planlama iş dağılımı yönetme koordinasyon ve denetim aşamaları olarak düşünüldüğünde birçok kişinin bu organizasyonlarda yer aldığı ve çalıştığı görülmektedir.

En büyük spor organizasyonları dört senede bir yapılan olimpiyatlardır. İlk modern olimpiyatlar 1896 senesinde Atina'da gerçekleştirilmiştir. Savaş dönemleri haricinde olimpiyatlar düzenli olarak gerçekleşmektedir. Olimpiyat oyunlarında ev sahibi

ülkelerin büyük maliyetlere katıldığı bilinmektedir. 2000 Sidney oyunlarında 1.8 milyar \$, 2004 Atina oyunlarında 1.4 milyon\$, 2008 Pekin oyunlarında 1.6 milyar \$, 2012 Londra oyunlarında 1.9 milyar \$ kar elde edilmiş iken 2016 Rio oyunlarında 2.1 milyar\$ zarar elde edilmiştir (Çolakoğlu ve Peçenek, 2020, s.8).

Dünyanın en çok ilgi gören sporunun futbol olması hasediyle futbol şampiyonaları da ekonomik açıdan en önemli organizasyonlardır. Dünya futbol şampiyonası milli takımlar arasında en çok ilgi gören futbol organizasyonudur. İlk Dünya futbol şampiyonası 1930 yılında Uruguay’da düzenlenmiş ve ev sahibi ülkenin şampiyonluğu ile sonuçlanmıştır. Bu şampiyonalarda Brezilya, Almanya ve İtalya en başarılı milli takımlar olarak dikkat çekmektedir. 2018 Dünya Kupası’nın Rusya ekonomisine 14.6 milyar\$ katkı sağladığı belirtilmektedir (Milliyet, 2018).

Kulupler bazında Avrupa Şampiyonlar Ligi UEFA'nın en prestijli kulüpler arası organizasyonudur. Eski adı Avrupa Şampiyon Kulüpler Kupası olan kupanın adı 1992-93 sezonunda bugünkü şekline ve adına kavuştu. UEFA Şampiyonlar Ligi, eski ismi Şampiyon Kulüpler Kupası olan, 1992/1993 sezonunda ismi Şampiyonlar Ligi olarak değiştirilen UEFA tarafından düzenlenen Avrupa'nın kulüpler bazındaki en büyük futbol turnuvası. Fransız spor gazetesi L'Equipe'in önerisiyle başlayan bu futbol şöleninde ilk final 13 Haziran 1956'da Real Madrid ile Stade Reims (Fransa) arasında oynandı ve Real Madrid 4-3 lük bir skorla kupanın ilk sahibi oldu. Real Madrid ilk beş sezon kupayı kazanarak Avrupa futboluna damga vurdu. Aradan geçen yarım yüzyılda Şampiyon Kulüpler Kupası'nın çehresi çok değişti, adı Şampiyonlar Ligi haline geldi. Yeni adıyla Şampiyonlar Ligi'nde İspanyol, İngiliz, İtalyan, Alman takımlarının başarısı dikkat çekmektedir.

Futbol dışındaki spor dallarında da önemli organizasyonların ekonomik değeri dikkat çekmektedir. Amerikan Ulusal Basketbol Ligi (NBA) bu organizasyonlardan biridir. Pandemiye rağmen 2020 yılında NBA takımlarının gelirlerinin 4.6 milyar\$ ile 1.3 milyar\$ arasında artış göstermiştir (Eurosport, 2020). Amerikan futbolu finalinin 2020 yılında ABD ekonomisine katkısı 17 milyar\$ olarak gerçekleşmiştir (Anadolu Ajansı, 2020).

## 2.4.2 Spor İşletmeleri

Spor işletmeleri iki kısma ayrılabilir. Birincisi; profesyonel sportif alanda faaliyet gösteren işletmelerdir. Örneğin; Futbol takımlarının çoğu günümüzde artık birer firmadır. Deloitte Football Money League'e göre FC Barcelona'nın yıllık geliri 715.1 milyon Avro'yu bulmaktadır (Deloitte, 2019). Türkiye'de Fenerbahçe, Galatasaray, Beşiktaş ve Trabzonspor Borsa İstanbul'a kote olmuş ve borsada işlem görmektedir. İkincisi ise toplumun sportif ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla sportif ürünlerini satan firmalar ile spor yapan bireylere hizmet veren spor salonları gibi merkezlerdir.

Sporun uygulandığı yerlere sportif alan, ticari amaç ile sporun yapıldığı yerleri ise spor işletmeleri olarak adlandırılmaktadır. Fitness merkezleri de topluma spor yapma imkanı büyük ölçüde sunan işletmelerdendir. 2019 yılında Türkiye'de Fitness merkezlerinin ekonomik boyutunun 3.5 milyar TL'ya ulaştığı belirtilmektedir (Hürriyet, 2019). Spora olan toplumsal ilginin artması ile hem profesyonel spor kulüpleri (firmaları) hem de sportif ürünleri satan, fitness salonlarının sayısının ve ekonomik gücünün arttığı görülmektedir.

1920'li yıllarda spor ayakkabısı üreten küçük bir atölye sahibi olan Adolf ve Rudolf Daesler, zaman içerisinde firmalarını geliştirmişlerdir. Daesler kardeşler ayakkabı firması ilk çivili spor ayakkabılarını üretmişlerdir. Amsterdam olimpiyatlarında Adidas marka spor ayakkabıları tercih etmesi, Adidas spor ayakkabısı ile koşan Jesse Owens'in rekorlar kırarak başarılı olması Adidas'ın sportif ürünler pazarında ön plana çıkmasına neden olmuştur. 1948 yılında Rudolf Daesler, kardeşinden ayrılmış ve Puma markasını oluşturarak kardeşi Adolf'a rakip olmuştur. Bu açıdan Adidas ve Puma markaları arasındaki spor ürünleri piyasasındaki rekabet ilgi çekmektedir (Çubukçu ve Kaymak, 2020, s.61-62). 1948 yılından sonra Adidas ve Puma arasındaki rekabet, ekonomi araştırmacıları tarafından ilgiyle izlenmektedir. 1958 yılında Puma ayakkabıları giyen Brezilya milli takımının şampiyon olması, Dünyanın en başarılı futbolcuları Eusebio ve Pele'nin Puma ayakkabılarını tercih etmesi Puma'nın piyasada başarısına katkıda bulunmuştur. Phil Knight ve Bill Bowerman ortaklığıyla kurulan Blue Ribbon Sports firması zaman içerisinde Nike adını almıştır. Günümüzde de Nike, Adidas, Puma ve Kinetix gibi markalar arasındaki rekabet devam etmektedir.

Sporcu besin destekleri ya da ergojenik yardım olarak kullanılan bir takım besinsel destekleyici ürünler sporcular tarafından kullanılmaktadır. Sporcuların performanslarını arttırmak amacıyla doğal yetenek ve antrenman haricinde bir takım madde ve malzemeleri kullanması ergojenik yardım olarak adlandırılmaktadır (Ünal, 2005).

Fitness aletleri üzerinde üretim yapan birçok firma haklarında sundukları düşünceler buldukları çağda insanları iş hayatlarının dışında bir nebze olsa spora vakit ayırmaları için gerekli kaliteli ve kullanışlı spor aletleri ve ekipmanlarını üretebilmek ve bu konuda tüm gelişmeleri yakından takip ederek uygulamak, bu gelişmeleri , müşterilere paylaşmak bir ekip ruhuyla en iyi hizmeti ve en iyi servisi hedeflemek, hedefe ulaşırken istikrarlı,planlı,özverili ve dürüst olmak, Kazandığımız dostluk ve arkadaşlıklara ve kazanacaklarımıza layık ve kalıcı olmayı benimsemişlerdir.

#### **2.4.2. Spor Medyası**

Medyanın toplum üzerindeki etkileme gücü bireylerin davranış ve düşüncelerindeki değişikliği etkilediği görülmektedir. Spor olaylarının halka duyurulması görevini üstlenen spor medyası insanları etkilemesi ve kamuoyunu oluşturmadaki rolü büyüktür ve yazılı görsel medyasını kapsamaktadır (Ünsal ve Ramazanoğlu, 2013)

Spor; salgını koruma ve zinde kalma amacıyla gelişen bir hizmet sektörüdür. Bir diğer yandan yaygınlaşan ulaşım ve iletişim araçlarıyla ve basın gücüyle fayda sağlayan tanıtım yöntemi olarak da kullanılıyor. Geniş kitlenin dikkati altında gösteri ve eğlence faaliyetlerinde tüketim göstererek, girişimciler içinde finansal hareketliliği yaşandı aslında çekici ekonomi faaliyeti branşı şekline gelmiştir (Biçer, 1994).

Spor medyasının Kitle iletişim araçları ile tüm yazılı ve görsel basın (gazete, dergi, radyo, televizyon, film vb. ) bağlantılı ilerlemektedir. Ancak radyo ve özellikle televizyon her evde bulunduğu ve günümüzün gelişmiş teknolojisi sayesinde çok uzaklardaki olayları bile canlı olarak tüm ayrıntısıyla görüntülü olarak karşımıza getirdiği için en etkili olanlarıdır. Televizyonun bu etkisi spor faaliyetlerine olan ilgiyi

de arttırmıştır. Hayatlarında hiç spor yapmamış insanlar bile televizyon sayesinde spor karşılaşmalarına ilgi duymaya başlamışlardır.

Kitle iletişim araçlarının ve yapımcılarının görevleri ise halka haber ve bilgi vermek, eğitime ve eğlenceye katkıda bulunmak olarak sıralanabilir. Ancak hızla gelişen teknolojiye bağlı olarak kitle iletişim araçlarının nitelik ve niceliğinde ortaya çıkan artışlar, bunlar arasındaki rekabeti de arttırmıştır. Sonuçta tiraj kaygısı bilgi verme ve eğitime katkıda bulunma görevini unutturmaya başlamıştır.

Özel TV kanallarının giderek artması, spor yayıncılığında hibrit ve tecimsel kanalların çıkmasını sağlamıştır. CNN Türk, NTV, Habertürk gibi haber kanallarının spor programı ve bültenleri bulunmaktadır. Tecimsel spor yayıncılığında ise Digtürk grubunun Lig TV seri kanalları Süper Lig yayın haklarını alarak uzun bir dönem maç yayını gerçekleştirmiştir. Lig TV süper lig maçları için abonelik ve dekoder sistemi açarak ücretli bir yayıncılık anlayışı benimsemiştir. Aydın Doğan'ın sahibi olduğu Doğan TV, D-Smart platformunu kurmuş, D Spor kanalı ile futbol 1.lig yayın hakları ve voleyboldan hentbola birçok spor dalında yayınlar yapmıştır. D-Smart Fenerbahçe, Galatasaray ve Beşiktaş gibi büyük takımlarla anlaşarak sezon öncesi hazırlık maçları ve Avrupa ligi maçlarının yayın haklarını satın almıştır. Televizyon platformları varlıklarını naklen maç yayınlarına dayandırmış ve yayın hakları alınmadığında giderek gözden düşmüş ve abone sayıları azalmıştır.

Türkiye'de gazetelerin spor haberlerinde erkek sporlarının özellikle de futbolun ön planda olduğu görülmektedir. Ancak diğer spor dallarının uzun dönemli başarılarının bu gerçeği değiştirebileceği düşünülmektedir. Kastamonu yerel gazeteleri üzerinde gerçekleştirilen bir araştırmada Kastamonu kız hentbol takımının uluslararası başarıları nedeniyle futboldan sonra ikinci sırada hentbol haberlerinin yer aldığı görülmüştür (Çimen ve Meşeci, 2019).

Türkiye'de spor medyasının önemli sorunlarından biri de asparagas haber üretimidir. Spor gazeteleri bu asparagas haberler ile sayfalarını doldurma imkanı bulmuş, spor kulüpleri de borsa değerlerinin yükselmesi, spor malzemelerinin satışı gibi ekonomik

çıkarlar elde etmişlerdir. Spor gazetelerinin bu yolla tirajlarını artırdıkları da görülmektedir (İnce, 2017).

### 2.4.3. Spor Teşkilatı

Spor teşkilatı da spor işletmeleri gibi özel ve kamu olacak şekilde ikiye ayrılmıştır. Kamuda spor teşkilatları her ülkede değişiklik göstermekte ve ülkemizde üst kurul olarak bakanlık makamı ile yürütülmektedir. Ülkemizde üst makam olarak gençlik ve Spor bakanlığı adı altında yürütülse de bu Avrupa'da sağlık ve eğitim bakanlığı alt birimlerinde de teşkilatlandıkları görülmektedir.

Federasyonlar ise genel kapsamıyla kamu (Bakanlığı) bağlı kalmakla birlikte içişlerinde yapılan faaliyetlerde bağımsızlardır. Federasyonların bağlı buldukları ve kendi faaliyetlerini düzenledikleri teşkilatlanmalar vardır. IOC, İFMA, UEFA, FIFA... vb. Uluslararası teşkilatlanmalara verilecek örneklerdir.

Uluslararası Olimpiyat Komitesi ( İng. *IOC*), 23 Haziran 1894 günü Pierre de Coubertin'in önderliğinde kurulmuş olan ve Olimpiyat Oyunları'nı düzenleyen organizasyondur. Komitenin merkezi İsviçre'nin Lozan kentindedir.

MÖ 776 ile MÖ 396 yılları arasında düzenlenen antik olimpiyat oyunlarının tekrar düzenlenmesi amacı ile kurulan komitenin ilk kuruluşu 1894 yılının Haziran ayı ortasında, Sorbonne Üniversitesi'nde düzenlenen bir kongrede gerçekleşmiştir. 37 spor kuruluşunu temsilen 78 kişi ve 9 ülkeden 20 delegenin de yer aldığı 2000'i aşkın bir davetli topluluğunu "International Athletic Congress" adlı toplantının gündeminde gündeminde amatörlük kavramının anlamı, uygulaması ve Olimpiyatlar konuları vardı. "Olympism" diye adlandırılan ikinci komitenin başında, Yunan Demitrios Vikelas ve üyeler arasında da Amerikalı Dr. William M. Sloane vardı. Coubertin, Kongre'den bir hafta önce Revue de Paris dergisinde yayınladığı bir makalede canlandırmasını istediği olimpiyatların temel ilkelerini sıraladı. Oyunların kongreden iki yıl sonra Atina'da başlaması ve Olimpizmin temel ilkeleri kongrede karara bağlandı.

IOC, 1896 yılında başlayan Modern Yaz Olimpiyat Oyunlarının yanı sıra ilki 1924 yılında Fransa'da gerçekleştirilen Kış Olimpiyatları'nı da organize etmektedir (tr.wikipedia.org).

Muay Thai Federasyonunu üyesi olduğu uluslararası birliğin yapısı, (IFMA);1989 yılında tarihinde 20 ülke federasyonu ile kurulan IFMA, günümüze kadar yüzlerce faaliyet gerçekleştirerek 2006 yılında Uluslararası Olimpiyat Komitesi altında kurulmuş olan (GAISF) Uluslararası Spor Federasyonları Genel Birliği, IFMA'yı Uluslararası Muay Thai Federasyonu olarak resmen tanınması ve Olimpiyat komitesi altında faaliyet yapan GAISF'in ve IOC'nin tek üyesi olması sebebi ile IFMA'ya 2007 yılında 102 Ülke federasyonu üyeliğini güncelleştirdi ve tam destek verilen uluslararası federasyon oldu(<http://muaythai.gov.tr/>).

Muay Thai şimdi ise IOC (Uluslararası Olimpiyat Komitesi) tarafından tanınan spor dalıdır. Uluslararası Üniversite Sporları Federasyonu (FISU), Dünya Oyunları Birliğinin (IWGA) resmi üyesidir. 2024 Paris Olimpiyat Oyunlarına aday spor dalıdır. Ring sporlarının Kralı, dünyada seyircisi, mistik müziği, koreografik dansı ile sanatın, savaşın ve mücadelenin sergilendiği en iyi spor dallarından biridir(<http://muaythai.gov.tr/>).

Ülkemizde spora ve faaliyetlere verilen önemin artmasındaki en büyük desteği Gençlik ve Spor Bakanlığı göstermektedir. Sportif faaliyetlerin artması ülkenin spor düzeyindeki artışıda gösterecektir. Bakanlığın bu konuda yaptığı çalışmalar aşağıda bahsedilmektedir.

Spor faaliyetlerine gençleri yönlendirilmesi, belirlenen programların uygun mevzuata bağlı olarak yürütülmesinin sağlanması, spor faaliyetlerinin gelişim göstermesini ve giderek yaygınlaşmasını sağlamak adına teşvik edici kampanyalar düzenlenmesi, spor faaliyetleri esnasında devreye sokulacak olan tüm politikaların tespit edilmesi, sporla ilgilenen gençlerin bir araya gelmesine katkı sağlanması, federasyonların bağımsızlığının sağlanması, eğitimler verilmesi, spor tesislerinin açılması, sponsor bulması, sporcuların sağlığının korunması ve ülkelerarası faaliyetlerin koordine edilmesi, değerlendirilerek kontrol edilmesi, spor kuruluşlarının açılmasını sağlayarak, açılma evresinde ilgili usul ve

esasların belirlenmesi, gençlik ve spor kulüplerini, başarılı sporcuları ve antrenörleri destekleyecek çalışmalarda bulunulmasıdır.

İstanbul Futbol Birliği, Türkiye’de kurulan ilk spor teşkilatıdır. Bu spor teşkilatının görevleri arasında futbol maçlarının aksaksız biçimde belirlenen takvimde oynanması, futbol kulüpleri arasındaki anlaşmazlıkların çözülmesi, lige alınacak kulüplerin tespiti vardı. Ancak Türk uyruklular tarafından kurulan kulüplerin lige alınmaması ama yabancı uyruklular tarafından kurulan kulüplerin lige alınması, kulüpler arasındaki anlaşmazlıklarda tarafsızlık ilkesinin uygulanmaması nedeniyle 1903 yılında kurulan teşkilat ortadan kalkmış ve yerine 1913 yılında İstanbul Futbol Kulüpleri Birliği kurulmuştur. İstanbul Futbol Kulüpleri Birliği’ne bazı okul kulüpleri alınmayınca onlar da alternatif olarak Cuma ligi kurulmuştur. İstanbul Futbol Kulüpleri Ligi ise değişerek Pazar Ligi kurulmuştur. Bir süre hem Cuma Ligi hem de Pazar Ligi birlikte oynanmıştır. 1914-1915 senesinde her ikisi birleşerek Cuma Birliği kurulmuş ve 1918 yılına dek maçlar düzenli olarak oynanmıştır. 1919 yılında maçlar oynanamamış ve 1920 yılında yabancı uyruklu kulüpler tekrar Pazar Liginin kurmuşlardır. 1922 yılında Türkiye İdman Cemiyetleri birliği ve 1923 yılında Türkiye Futbol Federasyonu kurulmuştur. Böylece Türkiye’de spor teşkilatlanmasında önemli bir aşama tamamlanmıştır (Ekenci ve Seraslan, 1997, s.73-74).

Türkiye’de spor teşkilatlarının öncüllerinin spor tekkeleri oldukları söylenebilir. Osmanlı İmparatorluğu zamanında askerlerin savaşa hazırlanması ve padişahların spora olan merakı nedeniyle spor tekkeleri yaygın biçimde kurulmuştur. I.Orhan zamanında başlayan spor tekkeleri, II.Abdülhamit devrine kadar faaliyetlerine devam etmiştir. Sporcular yaşamlarının neredeyse tamamını tekkede sürdürüyorlar ve sürekli idman yapmaktaydılar. Tekkelerin giderleri ise vakıflar aracılığıyla karşılanıyordu (Gölbaşı, 2018).

#### **2.4.4. Spor Ürünleri**

Kuşkusuz sağlıklı spor yapabilmek için sportif mal ve hizmetlerden faydalanmak gereklidir. Sporda başarılı olabilmek için kullanılan ürünün kalitesi de önemlidir. Ürünler hizmet üretimi ile başlayarak aşamalardan geçerek topluma sunulacak duruma gelmektedir. Geleneksel ürünlerden farklı yanı kendi özgü niteliklere sahip ürünlerin

özel olarak üretilmesidir. Spor kulüplerinin uzun zaman lisanssız taklit ürünler nedeniyle uğradığı hak kayıpları 21.yüzyılda çıkartılan kanunlarla giderilmiştir.

Karamatov vd. (2019) yaptıkları çalışmada spor takımı lisanslı ürünleri alışveriş eğilimini etkileyen unsurlar incelenmiştir ve sonuç olarak maçları takip, haz alma, estetik ve eğlence faktörlerinin alışveriş eğilimini yüksek derecede etkilediği ortaya çıkmıştır. Ayrıca ekonomi-sportif başarı ilişkisi ve mal kalitesinin de orta düzeyde etkili olduğu ortaya çıkmıştır.

Spor yapan kimselerin sarfettikleri efor karşısında ştışyaçlarını tamamlaması i.in ekstra spor ürünleri kullanması gerekmektedir.

### **Multivitamin/Mineral Takviyesi**

Bu listede başta multivitamin/mineral takviyesi geliyor. Yoğun spor yaptığınızda veya işte yorulduğunuzda bu ürün sizin için bir sigorta gibidir, amacınız kas yapmak, yağ yakmak ya da her ikisi olsa da bu sayede ihtiyacınız olan tüm kritik besinleri almış olursunuz. Bu, özellikle kas toparlanması ve genel sağlığa faydalar sağlayan antioksidanlar içeren, yeterli meyve ve sebze yemediğiniz zamanlarda geçerlidir.

### **Balık Yağı**

Balık yağında bulunan omega-3'ün (EPA ve DHA yağ asitleri) sağlığa ve performansa sayısız katkıları bulunur. Bu temel yağ asitleri, kalp hastalığı ve felç riskini azaltır, bağışıklık sistemi ve beyin işlevlerini güçlendirmek gibi pek çok faydaları vardır. Ek olarak kas kaybını önler, büyümeyi, eklem sağlığını ve yağ yakmayı artırır.

### **Glutamin**

Bu amino asit, sunduğu sayısız fayda nedeniyle yıllardır hemen her sporcunun takviye listesinde baş köşeye yerleşmiştir. Glutamin kaslardaki leucine (bir BCAA) seviyesini artırarak kas büyümesini teşvik eder. Böylece kasın glutamin seviyesini yüksek tutarak kaslarınızın yağmalanmasını önler. Antrenmandan önce alındığında kaslardaki,

normalde egzersizler sırasında artan ve kas liflerinin kasılma yeteneğini azaltan, asitlenmeyi engelleyerek yorgunluğu önler.

### **Karnitin**

Çok popüler olan karnitin bunu hak etmiştir çünkü hem etkili bir yağ yakıcı hem de güçlü bir anabolik takviyedir. Yağın yakıt olarak yakılacağı hücrenin mitokondri'sine (hücrenin enerji fabrikasına) taşınmasına yardımcı olur ve yapılan araştırmalara göre karnitin sadece egzersiz yaparken değil dinlenirken de yağ yakımını arttırdığını ortaya koymuştur.

### **Beef Proteini (sığır eti proteini)**

Sporcuların kullandığı protein tozlarından biri olan beef proteini; susuz ve işlenmiş sığır etinden sağlanan bir protein tozudur. Vücudun kas dokusunu geliştirmek amacıyla kas yapısını artıran takviyelerden biri olarak içerdiği vitaminler, niasin, pantotenik asit, B6 ve B12, riboflavin, thiamin, selenyum, demir ve bağışıklık artırıcı çinko yönünden oldukça zengin besin değerlerine sahiptir.

### **Beta-Alanin**

Bu amino asit vücutta bir diğer amino asit olan histidine'le birleşerek carnosine'e dönüşür. Araştırmaya göre, beta-alanin tüketen sporcuların kaslarındaki yüksek carnosine seviyesi nedeniyle güç ve dayanıklılığı artmaktadır. Beta-alanin'i kreatin ile birlikte tüketmek hem daha fazla kas kütlesi kazanmanızı hem de daha fazla yağ yakmanızı sağlar.

### **Arjinin**

Çok popüler bir diğer amino asit olan arginine, piyasadaki tüm etkili nitrik oksit (NO) artırıcıların ana maddesidir. Arjinin vücutta kolayca, kas büyümesini (hipertrofi) düzenleyen, kas gücünü ve hatta yağ yakımını artırdığı araştırmalarla ispatlanmış olan,

NO'ya dönüşür. NO'nun en önemli özelliği kan damarlarını genişletmesidir. Böylece kaslara giden kan miktarı artar ve daha büyük kas şişkinliği (pump) sağlanır, kaslara daha fazla oksijen, besin ve anabolik hormon gider.

### **Kreatin**

Kreatin gelmiş geçmiş en etkili takviyelerden birisidir. Kas büyümesini ve gücü artırdığını ortaya koymuş yüzlerce araştırma yapılmıştır. Kreatin kaslarınızı antrenmanda tekrar üstüne tekrar yapabilmemiz için gerekli olan hızlı enerjiyle doldurarak sizi daha güçlü yapar. Ayrıca kas hücrelerine su çeker ve onlara hacim kazanmasını sağlayacak avantajı sağlar.

### **Whey Proteini**

Bu, onsuz yaşayamayacağınız bir takviyedir. Tüm zamanların bir numaralı takviyesi olan whey'in temel özelliği bulabileceğiniz en hızlı sindirilen protein olmasıdır. Bu nedenle antrenmanlardan önce ve sonra alındığında whey, kas büyümesini artıran en etkili proteindir. Whey ayrıca BCAA yönünden de zengindir ve yeni bir araştırmada whey'in içinde peptid denen ve kaslara giden kan akışını artıran parçacıkların olduğu keşfedilmiştir. Eğer tek bir takviye seçmek zorunda kalsanız bu kesinlikle whey olurdu.

#### **2.4.5. Spor Teknolojileri**

Teknolojinin spor alanında kullanılması profesyonel olarak kırılan rekorların daha ileri düzeylere getirilmesi için kullanıldığı gibi, bireylerin sağlık faaliyetlerindeki bilgi seviyelerinin gelişimine de imkân sağlamaktadır. Teknoloji sayesinde bireylerin spordan elde ettiği kazanımlar artmaktadır.

Teknolojide meydana gelen değişimler spor dallarını da kökünden etkilemiştir. Sportif ürünlerin (top, spor giysileri, ayakkabılar vb) üretimi artık endüstri mühendislerinin denetiminde gerçekleştirilmekte ve bu ürünler için yoğun Araştırma-Geliştirme (Ar-Ge) ve inovasyon etkinlikleri düzenlenmektedir. Rekabet sadece sporcular, spor kulüpleri arasında değil, sportif ürünleri üreten firmalar arasında da yaşanmaktadır.

Artık spor dallarında başarılı olmak için Endüstri 4.0 uygulamalarının başarılı biçimde uygulanması gerekmektedir (Tekin ve Karakuş, 2018).

Adidas'ın şampiyona için ürettiği top da farklı teknolojilerle donatılmıştır. Fransızca 'Güzel Oyun' anlamına gelen "Beau Jeu" adını taşıyan top, yeni geliştirilen üst dokusuyla daha fazla tutuş sağlamaktadır. Üzerindeki renkler de kaleciler için büyük önem taşıyan ve topun uçuş esnasındaki hareketlerin daha iyi takip edilmesini sağlayan göz alıcı tonlardan seçilmiştir. Adidas'ın birkaç yıl önce piyasaya çıkardığı miCoach, FIFA onaylı bir akıllı top, iç kısmında hız, dönüş, vuruş sertliği ve uçuş güzergâhını tespit edebilen algılayıcılara sahiptir. Bunlardan gelen veriler, eş zamanlı şekilde akıllı telefondaki uygulamaya aktarılabilir. Topun neresine, ne şiddetle vurulduğu, oyuncunun son vuruşları, ortaları, hatta frikik, korner gibi ölü toplara vuruşları da yeniden biçimlendirmek mümkün olabilmektedir (Müge Demir, 2020).

#### **2.4.6. Spor Pazarlaması**

Pazarlama faaliyeti kısa süreli bir faaliyet değildir. Uzun süreli bir süreci kapsamaktadır. Pazarlama işlemi birçok tanım ve görüşlerle açıklanmaktadır. Örneğin bir spor işletmesinin amacına ulaşabilmesi için ve amaçlarına ilişkin kişilerin isteklerini ihtiyaçlarını yerine getirebilmesi işletmenin üretmesi, üretime dağıtma geçirmesi ve işletmenin reklamını yaparak faaliyetlerin devamlılığını duyulması gerekmektedir. Bu süreci spor pazarlamasının bir özeti olarak düşünebiliriz. Ayrıca değişim işlemleri ile spor tüketicilerinin gereksinimlerini ve talep ettiklerini karşılayabilmek amacıyla oluşturulmuş organizasyonları kapsamaktadır. Sportif ürünlerin pazarlanmasında iki tür etki bulunmaktadır. (Balcı, 2005).

Karamatov vd. (2019) yaptıkları çalışmada futbol lisanslı ürünleri alışveriş eğilimini etkileyen faktörlerin sportif faaliyetleri takip, maçlardan haz alma, futbol estetiği ve eğlence, ekonomi-sportif başarı ilişkisi ve sportif ürünlerin kalitesi gibi unsurlar olduğunu ortaya koymuştur.

### 2.4.7. Sporcular

Sporun belki de en önemli unsurlarından biri de sporculardır. Sporu para kazanmak amacıyla yapan ve karşılığında ücret alan kişilere profesyonel sporcu denmektedir. Ancak para kazanmak dışındaki saiklerle spor yapan kişilere de amatör sporcu adı verilmektedir. Türkiye’de lisanslı sporcu sayıları tabloda verilmiştir.

Tablo. Lisanslı Sporcu Sayıları (2018)

İl	Lisanslı Erkek	Lisanslı Kadın	Lisanslı Toplam
Genel Toplam	3.261.853	1.646.102	4.907.955
İstanbul	448.149	207.103	655.252
Ankara	207.601	97.970	305.571
Bursa	147.702	70.976	218.678
İzmir	138.731	73.886	212.617
Kocaeli	111.143	70.270	181.413
Antalya	96.014	55.981	151.995

Kaynak: <https://shgm.gsb.gov.tr/Sayfalar/175/105/Istatistikler>

2018 yılı itibariyle Türkiye’de toplam 4.9 milyon lisanslı sporcu bulunmaktadır. En fazla lisanslı sporcuya sahip iller sırasıyla İstanbul, Ankara, Bursa, İzmir ve Kocaeli’dir. Lisanslı kadın sporcu sayısında 2002 yılına göre 25 katlık bir artış görülmüştür (AA, 2021). Buna rağmen lisanslı erkek sporcu sayısı, kadın sporcu sayısından daha fazladır.

Lisanslı erkek ve kadın sporcu sayısında meydana gelen artış spor işletmeleri, fitness salonları için önemli bir fırsattır.

Günümüzde başarılı sporcuların önemli gelir kaynaklarından biri de sponsorluk anlaşmalarıdır. Bu sponsorluk anlaşmaları firmalar açısından da önemli kazançlar sağlamaktadır. Ünlü tenisçi Andre Agassi ve Basketbolcu Micheal Jordan ile yaptığı anlaşmalardan dolayı Nike, sportif ürünler pazarında güçlenmiştir (Ekiz ve Kızılkaya, 2020, s.42). Günümüzde de ünlü Portekizli futbolcu Cristiano Ronaldo, Nike ile sponsorluk anlaşması yapmış ve 2026 yılına kadar 162 milyon Avro kazanç elde etmeyi başarmıştır (NTVspor, 2019). Arjantinli futbolcu Lionel Messi de sponsorları olan Adidas, Pepsi ve Mastercard sayesinde 2020 yılında toplam 126 milyon Dolar kazanmıştır (Hürriyet, 2020).

## 2.5 Spor Ekonomisinde Güncel Gelişmeler

Spor ekonomisi her geçen gün artan hızda gelişme kaydetmektedir. Aktif ve pasif bir üyelerin katılımıyla birlikte üyelik ücretlerine verilen ödenekler, spor malzemeleri ve tekstil harcamaları vb. Yatırım için ayrılan bütçeler de bunlarla birlikte artmaktadır. Ulusal ve uluslararası düzeyde ekonomide bu gelişmelerden etkilenmektedir. Bu durumun ekonomik katkısına maddi yönden bakılacak olur isek net sonuçlara ulaşmak oldukça zordur. Ölçümü yapılması bir hayli zordur.

Görüldüğü üzere insan ihtiyaçlarının sınırsızlığına karşılık bu ihtiyaçları karşılamakta bir o kadar kısıtlı durumdadır. Kısıtlı olan bu kaynakların kullanımları alternatif kullanım şekliyle düzenlenmelidir. Düzenlenen kullanımlar rasyonel prensiple yapılmalıdır. Günümüzde spor da insanlar için önemli gelişme kaydeden ihtiyaçlardan biridir.

Ekonomik prensip ise; yapılan harcamalarla en yüksek verimi ulaşım ve ulaşılan deyimde en az malzeme kullanımıyla sağlanması istenir. Yani verimliliğin sağlanması istenmektedir. Ekonominin temel düşüncesi artık sporu da içine almış bulunmaktadır (Cerrahoğlu,2016).

Geçmişte sadece devlet tarafından organize edilen spor faaliyetleri günümüzdeki gelişmelerle beraber özel sektörlerin sunduğu imkanlarla yerine geniş bir kitlenin ihtiyaç ve beklentisine uygun şekle getirilmiştir.

Birçok alanda yaşanan bu değişimler spor ve sportif faaliyetleri de etkilemektedir. Değişimlerle toplumun spora olan ilgisi spordan beklentileri değişim gösterdiği gibi sportif organizasyonlarda, sportif yaşanan olaylarda, altyapı, yatırım vb. durumlarda değişkenliklerden etkilenmektedir. Buna örnek olarak

Vücut Geliştirme > Fitness > Wellness

Kavramlarına yönelik gelişmeler verilebilir.

Freyer (2003)'e göre zamanda meydana gelen beklentiler şu şekilde sıralanmıştır.

1. Spor kulüpleri ve federasyonlar kar amacı gütmeyen hizmete devamlılık sağlayacaklar.
2. Ticari doğrultuda yeni spor hizmet bölümlere sunulacak.
3. Spor pazarından ziyade toplumun bireysel uygulayacağı spor dallara gelişim gösterip yatırımların yönü değişecek.
4. Spor malzemesi üretim hanelere gelişim gösterip genişleme sağlayacak.
5. Sporun medya üzerindeki pazar payı büyüme gösterip yaygınlaşacak.
6. Spor etkinlik pazarları farklılık göstermesi ile gelişecektir (Freyer, 2003).

### 3. SPOR MERKEZLERİ, FİTNESS SALONLARI

Günümüzde spora olan toplumsal ilginin artışı nedeniyle bireylere spor yapma imkanı veren özel spor salonları fitness salonları açılmaya başlanmıştır. Bunların giderek yaygınlaşması ile ekonomik değer ortaya çıkarmışlardır.

#### 3.1.Fitness kavramı, Fitness salonu

Fitness aslında birçok spor dalını bir arada barındırmaktadır. Aslında insan kaslarının aletli veya aletsiz olarak çalıştırılması, sıkılaştırılması amaçlanmaktadır. Vücutta ağırlıklı kullanılan kas gruplarına kondisyon kazandırılması, bireylerin fiziksel olarak formda ve sağlıklı olmasına çalışılmaktadır. Fitness halk arasında vücut geliştirme ile aynı anlamda kabul edilebilmektedir, ama aslında fitness daha kapsamlı ve zengin içeriğe sahiptir. İnsanların Fitness salonlarına gelme, düzenli spor yapma nedenleri arasında sağlıklı olmak, stres atmak, kilo vermek gibi nedenler ön planda bulunmaktadır (Aydın, 2019, s.65).

Fitness kelime anlamı olarak “Sağlıklı ve formda olmak”dır. Birçok egzersize dayalı bir spordur. Diğer bütün sporlardan farklı olarak temelde kasların tek tek aletli ya da aletsiz çalıştırılmasıyla sıkılaştırılması ve güçlendirilmesi amaçlanır. Esasen bütün sporların temelidir. Çünkü spor dalında vücutta ağırlıklı kullanılan kas grupları vardır. Bu kas gruplarına kondisyon kazandırılması için fitness egzersizlerine başvurulur. Ruh ve beden sağlığı fitness sayesinde düzene girer ve sağlıklı bir yaşam tarzını ortaya koyar.

Fitness branşı çoğu zaman vücut geliştirme branşı ile karşılaştırılıp, karşılaştırılmaktadır. Temel olarak fitness vücut geliştirme iki ayrı bir karşılamaktadır. Fitness; kasların gücünü artırmaktan ziyade temelinde sağlıklı yaşamın amacı plan özellikleri taşımaktadır. İkinci farklı yanı ise fitness çalışma programlarında kardiyo planı yüksek (koşmak, pedal çevirmek, nefes seviyesi en yükseği çıkararak kan dolaşımını hızlandırmak). Yani kardiyovasküler sistemi ağırlık çalışması ile

birleştiriliyor. Bu alışma planlarıyla kas kütlesi büyüme yerine sıkılaşa ve fit görünüme kavuşur.

Birçok branşın içeriğinde Fitness'ta kullanılan temel hareketler de kullanılmaktadır. Her spor dalında özel çalıştırılması gereken kas grupları vardır. Kas gruplarını çalıştırırken kondisyon yükseltimine özel yapılan çalışmalar fitness'ın temel eksersizlerini karşılar.

Sağlıklı kalmanın de formu kurmanın kelime anlamı fitness olarak adlandırılmaktadır. Sporun içeriğı birçok egzersizi kapsamaktadır (Özer, 2001).

Bir başka değişle Amerika'dan doğan ve Avrupa'ya yaygınlaşan fitness vücut geliştirme olarak adlandırılan zamanla insan ihtiyaçlarını karşılamayla değişime uğramıştır.

Fitness'in güç egzersizleri ile gerçekleşen faydaları bulunmaktadır. Kas gücünü, kas kütlesini artırır ve güzel bir görünüm kazandırır. Esneklik, denge, kemik gücü ve yoğunluğunu korumayı sağlarken yaşam süresini ve kalitesini arttırır. Kilo kontrolüne yardımcı olur ve daha etkili yağ yakımını sağlar.

Spor merkezleri yasal prosedürler doğrultusunda toplum hizmetlerine yönelik açılan merkezlerdir. Bu merkezlere gelen üyelerin uyması gereken kurallar ve yapması gereken sorumluluklar vardır. Bu merkezlerde amatör ve profesyonel anlamda sporcular, bireylerin yetiştirilmesi hedeflenmektedir. Gelişim gösterebilmeleri için merkezde araç ve gereçlerin yeterliliğı önemlidir.

Günümüzde toplum katılımına göre spor aktiviteleri birçok alanda boy göstermektedir. Böylelikle spor aktivitelerinin çeşitlenmesi ve sportif faaliyetlerin uygulanma alanlarının nitelik değiştirmesi spor merkezi olarak ele alınması sağlanmıştır.

Özel spor merkezleri; geçmişten günümüze gelen sportif faaliyetlerin, istenilen seviyelere ulaşması, profesyonelleşmesi gibi planların ön hazırlıkları ve seviye yükseltebilmesi için antrenman programlarının yapıldığı alandır.

Fitness merkezleri antrenör, sporcu, hizmet verenleri kapsayan ve soyunma odaları, duş, ısınma, ısıtma, havalandırma, temizlik gibi ihtiyaçların karşılanması amacıyla devlet tarafından uygun görülmüş kapalı spor alanları olarak adlandırılan yer tanımındadır (Sel, 1991).

Özel salonların 3530 sayılı kanununun 25.maddesine göre açılması Gençlik ve Spor Genel Müdürlüğünün iznine tabidir. Ayrıca bir özel salon 8\*12=96 m<sup>2</sup> alana sahip olmalıdır. Bu alanda bir defada maksimal 25, normalde 20 kişinin çalışması uygun görülmüştür (Odabaş, 1998).

### 3.1 Fitness Sektörünün Gelişimi

Toplumun hayat koşullarındaki değişiklikler bireylerin fiziksel uygunluk seviyelerini de önemli ölçüde artırmıştır. Fitness sektörünün gelişimine bakacak olursak 21. yüzyılın başlangıcından itibaren büyük ölçüde fark görülmektedir. Günümüzde insanlar birbirlerini fiziksel olarak görmek yerine sosyal medya ve kitle iletişim araçları ile sohbet etmekte, yakın mesafelere bile otomobille gitmekte, halı sahada veya sokakta futbol oynamak yerine Play station oynamakta, masa başı işlerde çalışmaktadır. Teknoloji insanları daha hareketsiz bir yaşama sürüklemektedir. Bu yaşam tarzı ise insanların sağlığını olumsuz etkilemekte; obezite, yüksek tansiyon, şeker, kalp gibi çeşitli rahatsızlıkları beraberinde getirmektedir. Öte yandan bireyler dış görünüşlerine eskiye kıyasla daha fazla önem vermektedir. Özellikle kadınlar açısından dış görünüş çok büyük önem arz etmektedir. Bireyin iş bulması için bile prezantabl olması koşullardan biri olarak karşımıza çıkmaktadır. Bütün bu faktörler fitness salonlarının ortaya çıkması ve gelişmesi için uygun ortamları ortaya çıkarmıştır.

Fitness programları insanlar üzerindeki etkilerine yönelik fitness düzeyinin artmasına ve kronik kalp ve benzeri rahatsızlıklarının azalması bilinen bir gerçek haline gelmiştir. Son araştırmalarda sağlık maliyetlerinde de azalma olduğu görülmektedir (Pavan, 2011).

İşletme sahipleri fitness kavramını her geçen gün daha çok insana hitap ettiğini anlamaları uzun sürmemiştir. Popüleritenin yüksek olması sağlıklı bir bedene sahip olma, sosyalleşme gibi unsurların artış göstermesi fitness merkezlerinin de artış göstermesine başlamıştır. Ülkemizde bu isteğin artması ile oluşan boşluğu yabancı vatandaşlar fark ederek yatırımlarını ülkemizde sağlamışlardır. Yerli sermaye yatırımı yapanlar sektördeki gelişimleri ayak uydurman onları büyük çaplı, zincir tesisler olarak büyümesine engel olmuştur.

Türkiye’de ilk spor salonları gayrimüslimler tarafından açılmıştır. Boks sporu ile iştigal eden çeşitli sporcular 20.yüzyılın başlarında Pera’da (Beyoğlu) spor salonlarında özel dersler vermişlerdir. Türkiye’nin ilk beden eğitimi öğretmenlerinden Faik Üstün, Selim Sırrı Tarcan gibi spor adamları daha sonra spor salonları hakkında girişimlerde bulunmuştur. 5 Ekim 1974 tarih ve 15027 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren yönetmelikle özel spor salonları açılmaya başlanmıştır. 1974 yılından sonra Uzakdoğu kökenli dövüş sporlarının askeriyede kabul görmesi ve eğitimin bir parçası kabul edilmesi, Hongkong menşeli sinema filmleri de dövüş sporlarına Türk gençlerinin ilgisini artırmıştır. Bu ilgi sonucunda İstanbul, Ankara ve İzmir’de özel spor salonlarının sayısı artış göstermiştir. Son zamanlarda kentleşme ve hareketsiz yaşam gibi unsurlar da özel spor salonlarının, fitness salonlarının artışını desteklemiştir (Eser, 2015, s.15).

Bir ülkede refahın ve kişi başı milli gelirin artması ile beraber lüks mallara olan talebin arttığı bilinmektedir (Dilek ve Çolakoğlu, 2011). Türkiye’de 21. Yüzyılda kişi başına milli gelirden ve refahta meydana gelen büyük artış spora olan ilginin ve fitness salonlarına olan talebin artmasına neden olmuştur. Şu anda ülkemizde büyük çaplı ve birçok bayiliği sahip zincir tesisler kuranların çoğunu yabancı yatırımcılardır.

Ülkemizin spor alanında gelişmesini ve sporun kitlelere yaydırılabilmesi için özel Beden Eğitimi ve Spor Tesisleri Yönetmeliği çıkarılmıştır. Bu yönetmeliğin amacı; Türk sporunun geliştirilmesi ve yaygınlaştırılması için sporla ilgili bütün kaynakların en etkili şekilde devreye sokulmasını sağlamak, gerçek ve tüzel kişilerinde Türk sporuna katkılarını arttırmaktır. Bu yönetmelik sayesinde açılacak olan özel spor salonları hem halkın spora yönelmesini sağlamakta hem de spor yapanların sağlığını ve

psikojik gelişimini düzenlemektedir. 1989 yılından önce açılan spor salonlarında Uzakdoğu branşları yapılırken daha sonraları aerobik, vücut geliştirme, kilo alma, zayıflama gibi hizmetlerin verildiği görülmektedir (Kartal, 2003). Spor bir hizmet özelliği göstermektedir. Spor bir hizmet özelliği gösterdiğine göre; birçok ülkede sporun yaygınlaştırılması ve sunulmasında, kısacası spor hizmetlerinin oluşmasında herkes için spor kavramı da önemli görülmektedir. Genel toplum sağlığını ve yaşam kalitesini arttırmak, boş zamanları değerlendirmek fonksiyonu ile yola çıkarak yaşam boyu spor veya herkes için spor birer spor hizmeti niteliği taşımaktadır (Güler, 1994). Amerika'da insanlara hizmet veren 33.000'den fazla sağlık ve fitness kuruluşu bulunmaktadır (Kutlu,2006).

Menevşe (2019) yaptığı çalışmada kamu ve özel sektörde çalışanların düzenli spor yapma konusunda yeterince farkındalık sahibi olmadıklarını ama kamu çalışanlarının daha yüksek beklentilere sahip olduklarını ortaya çıkarmıştır.

Spor ve sağlık bölümleri hızla gelişip büyümektedirler. 21. yüzyılın başlangıcından itibaren birçok kurumun destekleriyle insanlar spora yani fitness ve boş zaman aktivitelerine katılımını yükseltmiştir. Bununla birlikte fitness ve sağlık kulüpleri hizmet sektörünün öncüleri olmuştur (Kutlu, 2006).

Toplum şartlarında insanların hareketlerinin sınırlandığı döngüden kurtarıp daha hareketli bir döngü yönlendirmeye fitness salonlarının önemi oldukça büyümeye başlamıştır. Fitness merkezleri insanları günün geniş bir zaman diliminde hizmet sunması insanların istekleri doğrultusunda belirledikleri zaman diliminde gelmeleri ve uzman kişiler tarafından uygun egzersiz programları doğrultusunda çalışmalarını ve çalışmalar sonucunda güzel sonuçlar almaları onları motivasyon olarak güçlendirmektedir.

Özel işletmelerin üyelerine en önemli bıraktığı misyon spora karşı bakış açılarını genişletmek ve onlara özel vücut fonksiyonlarına karşılık ilgilenmeleri dahası onları sağlıklı yaşama karşılık uygun beslenme alışkanlıklarının teşvikleri ile yardımcı olmuştur (Karatosun, 2006).

Fitness antrenman programları düzenli uygulanan bir program değildir. Her bireyde farklılık gösterebilmektedir. Çünkü bireyin çalışma amaçları, yaşı, yaşam düzeni ve vücut yapısı farklılık gösterir. Uzmanlar tarafından bu durumlar takip edilerek doğru programın uygulanması ve sakatlığın en az da indirilmesi sağlanmaktadır.

Kişi başına gelirin artması, kentleşme, obezite ve toplumsal bilincin artması gibi nedenlerden ötürü Türkiye’de fitness salonlarına olan ilgi artmaktadır. Türkiye’de kişiler Fitness salonu seçiminde eve-işe olan uzaklık, arkadaş tavsiyesi, eğitmenler ve hizmet kalitesi gibi unsurları dikkate almaktadır. Fitness salonlarının hizmet kalitesi, müşteri memnuniyeti açısından önem arz etmektedir (Altun vd. 2020, s.39).

Fitness salonlarının artması ve fitness salonlarına gidenlerin sayılarının da artışı bağımlılık riskinin artışı gibi sonuçlara neden olmuştur. Erkeklerin, aerobik yapanların egsersiz bağımlılık riskinin daha yüksek olduğu gözlenmiştir (Kayhan vd. 2021).

2016 yılında 56 milyondan fazla kişi fitness salonlarına üye olmuştur ve fitness salonu gelirleri 26.3 milyar Avro gibi muazzam bir büyüklüğe ulaşmıştır. Fitness salonu üyeliklerine göre Avrupa’da ilk beş Pazar Almanya (10.1 milyon üye), Birleşik Krallık (9.3 milyon üye), Fransa (5.5 milyon üye), İtalya (5.3 milyon üye) ve İspanya (5.1 milyon üye) olarak belirlenmiştir (İnan ve Özel, 2019, s.283).

2020 yılında meydana gelen pandemi ve pandemi kaynaklı kısıtlamaları Fitness salonlarını da olumsuz yönde etkilemiştir.

### **3.2 Spor Hizmeti**

Fitness salonlarının verdiği spor hizmetinin normal mal ve hizmetlerden çeşitli farklılıkları bulunmaktadır. Bilindiği gibi mallar somut iken hizmet soyut bir kavramı temsil etmektedir ve her ikisi de tüketici ihtiyaçlarını karşılamaktadır. Hizmetler üretildiği anda tüketilebilmektedir, ayrıca depolanamamakta ve dayanıksızdır. Spor hizmetlerinin satın alınmasını etkileyen unsurlar arasında personel yeterliliği, fitness salonuna ulaşım imkanları, fitness salonunun dış görünümü ve çekiciliği, spor hizmetinin verildiği zaman gibi unsurlar bulunmaktadır (Tumay, 2019, s.32).

Fitness hizmetleri kalitesi ölçeği ise 9 unsurdan meydana gelmektedir. Bunlar; personelin iletişimi, görev etkileşimi, program, hizmet ortamının iklimi, yönetimin hizmetin kalitesine yönelik olan sadakati, hizmet işletmesinin fiziksel çevresi, öteki müşteriler, hizmetin iyileştirmeleri ve algılanan kalitedir (Tumay, 2019, s.35).

## 4. FİTNESS SALONLARI VE SPOR HARCAMALARININ DEMOGRAFİK DEĞİŞKENLERE GÖRE ANALİZİ

### 4.1 Araştırmanın Gerekçesi ve Önemi

Araştırmada spor, bir ticaret faaliyeti olarak ele alınıp, bu alanda özel spor merkezlerinden ürün veya hizmetler tüketenlerin yanı sıra spor yapan kişilerin davranışları analiz edilmektedir. (Üçışık, Erken, 2000).

Spor, hizmet verme boyutuyla ve üretimi tüketimi kapsayan süper boyutlarıyla işletmecilik ve spor işletmeciliği bölümlerinin inceleme konularını kapsamaktadır (Biçer,1994).

Özel spor merkezleri spor ekonomisine katkıları incelendiğinde yapılan araştırmanın hedefleri şu şekilde sıralanmaktadır;

1. Değişik sosyo demokratik özelliklere sahip kişilerin özel spor merkezlerine olan özellikleriyle spor ekonomisine yapılan katkıları incelemek
2. Bu alanda yapılan literatür ve taramalarına katkı sağlamak.
3. Fitness Salonlarında müşteri memnuniyetini ölçmek.

Bu bölümde Kastamonu'daki özel fitness salonlarına gelen bireylerin spor ekonomisine katkılarını etki eden unsurları üyelerimize yöneltilen görüşmelerle araştırıldı. Evren ve örneklemini seçerken Kastamonu merkez ilçesinde ve isminde fitness kelimesi olarak adlandırılanları seçilmiştir. Bununla birlikte bireylerin kişisel harcamalarında yıllık spor için harcamalarına ve konu hakkındaki düşünceleri belirlenilmeye çalışılmıştır.

## 4.2 Araştırmanın Yöntemi

Araştırmada nüfus bilimsel olarak ve diğer birçok etkinliğe özel fitness salonlarına tercih ederek üye olan bireylerin yıllık spor harcamaları üzerindeki etkisi araştırılmıştır. Bununla birlikte bireylerin kişisel bütçelerinden yıllık spor harcamalarına nasıl yaptıkları ve ne oranda etkilediği incelenmeye çalışılmıştır.

Veriler doğrultusunda araştırmada sağlıklı sonuçlara ulaşılabilmesi için tezin amacı üyelere anlatılarak gönüllü olarak katılım sağlayan üyelere yapılmıştır. Anket formu üyelere göre uygun zaman dilimi içerisinde yaptırılıp spor saatlerinden ödün vermemeleri istenmiştir. Araştırma sonuçlarının sadece akademik olarak kullanılacağı ve başka kişiler ve kurumlar ile paylaşılmayacağı belirtilmiştir. Anket, spor merkezlerinin bekleme salonlarında doldurulması sağlanmıştır.

Araştırmada birinci bölümde katılımcılar hakkında demografik bilgiler yer almaktadır ve ikinci bölümde katılımcılar hakkında genel bilgiler yer almaktadır. Üçüncü bölümde ise katılımcıların Fitness Salonundan müşteri memnuniyetine dair sorular yer almaktadır.

## 4.2 Araştırmanın Amacı ve Önemi

Bu araştırmada özel fitness salonları üyelerinin yıllık spor harcamalarının deneysel olarak analiz yapılması istenmiştir. Katılımcıların nüfus bilimsel olarak ve diğer etkenlerin etkilerine göre bireylerin kişisel bütçelerinden yıllık spor harcamaları üzerindeki farklılık düzeyinin olup olmadığına ulaşılmak istenmektedir. Üyelerin spor harcamaları için ayırdıkları bütçelerle ilgili geri bildirim ve spor harcamalarını etkileyen olumsuz etkenlerin tespiti ile çözüm yollarının üretilmesi önemli katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Ayrıca çalışma Fitness salonu müşterilerinin müşteri memnuniyet düzeyleri hakkında bize bilgi verecektir.

## 5 Araştırmanın Modeli

Fitness salonlarına üye olan bireylerin yıllık spor bütçelerine ilişkin verileri toplarken birçok yöntem kullanılmıştır bu araştırma çeşidinde iki değişkenlik gösteren durumlar tablo haline getirilmiştir

Kişisel özellik etkenleri: İyi olan bireylerin cinsiyeti, yaşı, eğitim düzeyi, mesleki durumu, aylık gelir düzeyi ve medeni hali ile alınmıştır.

Diğer etkenler: Bu bölümde üyelerin bireyin yaptığı spor aktivitesinde birden çok dala uğraşıyor olabilecekleri ve düzenli şekilde spor yapma süreleridir.

Bu etkenlerden yola çıkarak bireylerin spor ekonomisine yaptıkları katkıları ulaşıyor buradaki değerlendirme ve analizlerle sonuçlar ortaya çıkmaktadır.

### 4.3 Veri Toplama Yöntem ve Aracı

Araştırmalarda kullanılan veri analizlerinin güvenilir ve faydalı da veriler olması yeterli olmayıp bu veriler için kullanılan analiz tekniklerinin önemi daha büyüktür (Altınışik ve ark., 2002).

Birinci kısma katılımcı bireylerin kişisel demografik bilgilerini öğrenmeye yönelik sorular hazırlanmıştır. Kişisel bilgi olarak yaş, cinsiyet, eğitim düzeyi, medeni hali ve gelir düzeyi gibi sorulardır.

İkinci kısmında ise, katılımcıların diğer etkenleri belirlemek amacıyla olan sorular yöneltilmiştir. Yöneltilen sorular katılımcıların ne sıklıkla spor yaptıkları, yaptıkları spor türleri, spor yapmalarındaki nedenler, sporda durdukları süre ve üyelik sağladıkları fitness merkezleri hakkındaki düşünceleri gibi sorular cevaplandırılmıştır.

## 4.4 BULGULAR

### 4.5 Örneklem Grubuna Ait Demografik Özellik Bulguları

Örneklem grubu cinsiyet bakımından dağılım tablosu Tablo 4.1'de ele alınmıştır.

Tablo 4.1. Örneklem grubuna ait cinsiyete dağılımları

	<b>Frekans</b>	<b>Yüzde (%)</b>
Kadın	67	34,89
Erkek	125	65,10
<b>Toplam</b>	<b>192</b>	<b>100</b>

Araştırmaya katılan bireylerde kadınlar %34,89, erkekler %65,10 olmuştur. Erkeklerin katılımının kadınlara oranla daha yüksek olduğu görülmektedir.

Örneklemin yaşa bakılarak dağılım durumu Tablo 4.2.'de ele alınmıştır.

Tablo 4.2. Örneklemin yaş grubuna göre gösterimi

	<b>Frekans</b>	<b>Yüzde (%)</b>
20 yaş ve 20 yaş altı	41	21,35
21 yaş - 30 yaş arası	75	39,06
31 yaş - 40 yaş arası	47	24,47
41 yaş ve üzeri	29	15,1
<b>Toplam</b>	<b>192</b>	<b>100</b>

Araştırmaya katılan kişilerin %21,35'i 20 yaş ve arasında, %39,06'sı 21-30 yaş arasında, %24,47'si 31-40 yaş arasında ve %15,10'u 41 yaş ve üzeri yaş aralığında olmaktadır. Örneklemin eğitim seviyelerini gösteren veriler Tablo 4.3.'de ele alınmıştır. En yoğun yaş grubunun 21-30 yaş olduğu görülmektedir.

Tablo 4.3. Örneklemin eğitim durumlarının gösterimi.

	<b>Frekans</b>	<b>Yüzde (%)</b>
Ortaokul	10	5,2
Lise	63	32,76
Ön Lisans	25	13
Lisans	69	35,88
Lisansüstü	25	13
<b>Toplam</b>	<b>192</b>	<b>100</b>

Araştırmaya katılan kişilerin %5,2'si ortaokul, %32,76'sı lise, %13'ü ön lisans, %35,88'i lisans ve %13,0'ü lisansüstü eğitim düzeyine sahiptir. Diğer bir ifadeyle katılımcıların %61,88'i önlisans, lisans ve lisansüstü eğitim almıştır.

Örneklem grubunun ailelerinin ortalama maddi gelirler durumları Tablo 4.4.'de gösterilmektedir.

Tablo 4.4. Örneklemin ailelerinin ortalama maddi gelir durumları

	<b>Frekans</b>	<b>Yüzde (%)</b>
0 TL - 2.000 TL	16	8,33
2.001 TL - 3.000 TL	52	27,08
3.001 TL - 4.000 TL	41	21,35
4.001 TL - 5.000 TL	37	19,27
5.001 TL ve üzeri	46	23,95
<b>Toplam</b>	<b>192</b>	<b>100</b>

Araştırmaya katılanların %8,33'ü 0-2000 TL arasında, %27,8'i 2001-3000 TL arasında, %21,35'i 3001 TL ile 4000 TL aralığında, %19,27'si 4001-5000 TL aralığında ve %23,95'i 5001 TL'den daha fazla gelire sahiptir.

Örnekleimde bulunan kişilerin çalışma için harcadıkları süre Tablo 4.5 'de verilmiştir.

Tablo 4.5. Örnekleme bulunan kişilerin çalıştıkları süreler

	<b>Frekans</b>	<b>Yüzde (%)</b>
0 - 5 yıl	57	29,64
6 yıl - 10 yıl	85	44,2
11 yıl - 15 yıl	22	11,44
16 yıl - 20 yıl	15	7,8
21 yıl ve daha fazlası	13	6,76
<b>Toplam</b>	<b>192</b>	<b>100</b>

Araştırmaya katılan kişilerin %29,64'u 0-5 yıl aralığında, %44,2'si 6 yıl - 10 yıl aralığında, %11,44'ü 11 yıl - 15 yıl aralığında, %7,8'i 16 yıl - 20 yıl aralığında ve %6,76'sı 21 yılın üzeri bir süre boyunca çalışmaktadırlar. Diğer bir deyişle katılımcıların %73,84'ü 10 seneden daha kısa süredir Fitness salonunda çalışmaktadır. Bu da Fitness salonu kültürünün Türkiye'de yeni yeni oluşmaya başlamasının bir sonucudur.

Örnekleme bulunanların medeni halleri Tablo 6.6.'da ele alınmıştır.

Tablo 4.6. Örnekleme bulunan kişilerin medeni durumları

	<b>Frekans</b>	<b>Yüzde (%)</b>
Evli	66	34,32
Bekar	126	65,52
<b>Toplam</b>	<b>192</b>	<b>100</b>

Araştırmaya katılanların %34,32'si evli, %65,52'si bekar katılımcılardan oluşmaktadır. Bekarların daha yüksek oranda Fitness salonlarına gittikleri görülmektedir.

Örnekleme bulunan kişilerin meslek bilgileri Tablo 4.7.'de görüldüğü gibidir.

Tablo 4.7. Örneklem grubunun mesleklerine göre dağılımı

	<b>Frekans</b>	<b>Yüzde (%)</b>
Esnaf	10	5,2
Ev hanımı	6	3,12
İşçi	26	13,52
Memur	21	10,92
Öğrenci	56	29,12
Serbest Meslek	21	10,92
Diğer	52	27,04
<b>Toplam</b>	<b>192</b>	<b>100</b>

Araştırmaya katılanların %4,16'sı akademisyen, %5,2'si esnaf, %3,12'si ev hanımı, %13,52'si işçi, %6,76'sı memur, %29,12'si öğrenci, %10,92'si serbest meslek ve %27,04'dü diğer mesleklerde çalışmaktadır. Öğrencilerin katılımcılar arasındaki yüzdesinin yüksek olduğu görülmektedir.

#### 4.6 Örneklem Grubunun Cevaplarına İlişkin Bulgular

Araştırmaya katılanların “Siz dahil ailenizde kaç kişi var?” şeklindeki soruya verdikleri cevapların bilgileri Tablo 4.8.'de görülmektedir.

Tablo 4.8. Örneklemde bulunan kişilerin “siz dahil ailenizde kaç kişi var? Sorusuna ilişkin verdiği cevapların dağılımı

	<b>Frekans</b>	<b>Yüzde (%)</b>
Bir kişi	13	6,76
İki kişi	26	13,52
Üç - dört kişi	116	60,32
Beş kişi ve üzeri	37	19,24
<b>Toplam</b>	<b>192</b>	<b>100</b>

Araştırmaya katılanların %6,76'sı bir kişi, %13,52'si iki kişi, %60,32'si üç-dört kişi ve %19,24'ü beş ve üzerinde ailesinde kişi olduğunu ifade etmiştir.

Araştırmaya katılanların “spor yaptığınız zaman dilimi hangisidir?” şeklinde sorulan soruya verdikleri cevaplar Tablo 4.9.'da görüldüğü gibidir.

Tablo 4.9. Örnekleimde bulunan kişilerin spor yaptığınız zaman dilimi hangisidir? Sorusuna ilişkin verdiği cevapların dağılımı

	Frekans	Yüzde (%)
Öğleden önce	20	10,4
Öğlen saatleri	35	18,2
Öğleden sonra	42	21,84
Akşam saatleri	95	49,4
<b>Toplam</b>	<b>192</b>	<b>100</b>

Araştırmaya katılanların %10,4'ü öğleden önce, %18,2'si öğle saatlerinde, %21,84'ü öğleden sonra ve %49,4'si akşam saatlerinde spor yaptığını ifade etmiştir.

Araştırmaya katılanların “kaç çeşit spor aktivitesi yapmaktasınız?” şeklindeki soruya verdikleri cevaplar Tablo 4.10.'da görülmektedir.

Tablo 4.10. Örnekleimde bulunan kişilerin kaç çeşit spor aktivitesi yapmaktasınız? Sorusuna ilişkin verdiği cevapların dağılımı

	Frekans	Yüzde (%)
Bir çeşit	40	20,8
İki çeşit	90	46,8
Üç çeşit	41	21,32
Dört ve daha fazla	21	10,92
<b>Toplam</b>	<b>192</b>	<b>100</b>

Araştırmaya katılanların %20,8'i bir çeşit, %46,8'i iki çeşit, %21,32'si üç çeşit ve %10,92'si dört ve daha fazla sayıda spor yaptığını ifade etmiştir.

Araştırmaya katılanların “genellikle hangi spor aktivitesini yapmaktasınız?” şeklindeki soruya verdikleri cevaplar Tablo 4.11.'de görülmektedir.

Tablo 4.11. Örnekleimde bulunan kişilerin genellikle hangi spor aktivitesini yapmaktasınız? Sorusuna ilişkin verdiği cevapların dağılımı

	Frekans	Yüzde (%)
Futbol	6	3,12
Basketbol	12	6,24
Vücut geliştirme	21	10,92
Yürüme	37	19,24
Futbol, vücut geliştirme, yürüme	12	6,24
Vücut Geliştirme, yürüme	16	8,32
Vücut Geliştirme, yüzme	12	6,24
Vücut geliştirme, yürüme, yüzme	11	5,72
Yüzme, yürüme	18	9,36
Futbol, voleybol, vücut geliştirme	5	2,6
Yürüme, diğer	6	3,12
Vücut geliştirme, diğer	12	6,24
Futbol, voleybol, yüzme, vücut geliştirme, diğer	6	3,12
Diğer	18	9,36
<b>Toplam</b>	<b>192</b>	<b>100</b>

Araştırmaya katılanların %3,12'si futbol, %6,24'ü basketbol, %10,92'si vücut geliştirme, %19,24'ü yürüme, %6,24'ü futbol-vücut geliştirme-yürüme, %8,32'si vücut geliştirme-yürüme, %6,24'dü vücut geliştirme-yüzme, %5,72'si vücut geliştirme yürüme-yüzme, %9,36'sı yüzme-yürüme, %2,6'sı futbol-voleybol-vücut geliştirme, %3,12'si yürüme-diğer, %6,24'dü vücut geliştirme-diğer, %3,12'si futbol-

voleybol yüzme-vücut geliştirme-diğer, %9,36'sı diğer spor aktivitelerine katıldıklarını ifade etmiştir.

Araştırmaya katılanların “ne sıklıkta spor yapıyorsunuz?” şeklinde sorulan soruya verdikleri cevapların bilgileri Tablo 4.12.'de görülmektedir.

Tablo 4.12. Örneklemde bulunan kişilerin hangi sıklıkta spor yapıyorsunuz, şeklindeki soruya verdikleri cevap dağılımı

	<b>Frekans</b>	<b>Yüzde (%)</b>
Haftada bir gün	7	3,64
Haftada iki-üç gün	79	41,08
Haftada dört, beş ve altı kez	88	45,76
Her gün	18	9,36
<b>Toplam</b>	<b>192</b>	<b>100</b>

Araştırmaya katılanların %3,64'dü haftada bir gün, %41,08'i haftada iki-üç gün, %45,76'sı haftada dört-beş-altı gün, %9,36'sı her gün spor yaptığını ifade etmiştir.

Araştırmaya katılanların “ailenizde sizin dışınızda özel fitness merkezine devam eden kişi sayısı nedir?” şeklinde sorulan soruya verdikleri cevapları Tablo 4.13.'de görülmektedir.

Tablo 4.13. Örneklemede bulunan kişilerin aileniz içinde sizden başka fitness merkezlerine giden kimse sayısı nedir? Sorusuna ilişkin verdiği cevapların dağılımı

	<b>Frekans</b>	<b>Yüzde (%)</b>
Yok	65	33,8
Bir kişi	91	47,32
İki kişi	27	14,04
Üç kişi ve üzeri	9	4,68
<b>Toplam</b>	<b>192</b>	<b>100</b>

Araştırmaya katılanların %33,8'i kişi olmadığını, %47,32'si bir kişi, %14,04'ü iki kişi, %4,68'i üç kişi ve üzeri özel fitness merkezine devam eden kişi olduğunu ifade etmiştir.

Araştırmaya katılanların “size sunulan spor hizmetinden ne derece memnunsunuz?” şeklindeki soruya verdikleri cevaplar Tablo 4.14.'deki gibidir.

Tablo 4.14. Örneklemede bulunan kişilerin size sunulan spor hizmetinden ne derece memnunsunuz? Sorusuna ilişkin verdiği cevapların dağılımı

	<b>Frekans</b>	<b>Yüzde (%)</b>
Memnun değilim	11	5,72
Kısmen memnunum	60	31,2
Oldukça memnunum	121	62,92
<b>Toplam</b>	<b>192</b>	<b>100</b>

Araştırmaya katılanların %5,72'si memnun olmadığını, %31,2'si kısmen memnun olduğunu, 62,92'si oldukça memnun olduğunu ifade etmiştir.

Araştırmaya katılanların “fiziki görünüşünüzden ne derece memnunsunuz?” şeklindeki soruya verdikleri cevaplar Tablo 4.15.'de görülmektedir.

Tablo 4.15. Örnekleimde bulunan kişilerin fiziki görünüşünüzden ne derece memnunsunuz? Şeklindeki soruya verdikleri cevaplar.

	Frekans	Yüzde (%)
Memnun değilim	7	3,64
Kısmen memnunum	91	47,32
Oldukça memnunum	94	48,88
<b>Toplam</b>	<b>192</b>	<b>100</b>

Araştırmaya katılanların %3,64'dü memnun olmadığını, %47,32'si kısmen memnun olduğunu, 48,88'i oldukça memnun olduğunu ifade etmiştir.

Araştırmaya katılanların “beden sağlığınıza ne derece memnunsunuz?” şeklinde sorulan soruya verdikleri cevaplar Tablo 4.16.'da görülmektedir.

Tablo 4.16. “Beden sağlığınıza ne derece memnunsunuz” sorusuna verilen cevapların dağılımı

	Frekans	Yüzde (%)
Kısmen memnunum	69	35,88
Oldukça memnunum	123	63,96
<b>Toplam</b>	<b>192</b>	<b>100</b>

Araştırmaya katılanların %35,88 oranındaki kişi kısmen memnunken, 63,96 oranında kişi oldukça memnun olduklarını belirtmişleridir.

Araştırmaya katılanların “ne kadar zamandır düzenli spor yapmaktasınız?” şeklinde sorulan soruya verdikleri cevaplar Tablo 4.17.'de görülmektedir.

Tablo 4.17. “Örneklem grubunun ne kadar zamandır düzenli spor yapmaktasınız?” Sorusuna ilişkin verdiği cevapların dağılımı

	<b>Frekans</b>	<b>Yüzde (%)</b>
1 yıl ve 1 yıldan az	56	29,12
1 yıldan fazla - 3 yıl arası	69	35,88
3 yıl üzeri	67	34,84
<b>Toplam</b>	<b>192</b>	<b>100</b>

Araştırmaya katılanların %29,12’si bir yıl ve daha az, %35,88’i bir yıldan fazla-üç yıl aralığında, %34,84’ü üç yıl ve üzeri zamandır düzenli spor yaptığını ifade etmiştir.

Araştırmaya katılanların “fitness merkezine üye olmanızın en önemli nedeni nedir?” şeklinde sorulan soruya verdikleri cevaplar Tablo 4.18.’de görülmektedir.

Tablo 4. 18. Örneklemede bulunan kişilerin fitness merkezine üye olmanızın en önemli nedeni nedir? Sorusuna ilişkin verdiği cevapların dağılımı

	Frekans	Yüzde (%)
Beden sağlığını korumak	62	32,24
Kilolarımdan kurtulmak	24	12,48
Kendime güvenimi artırmak	17	8,84
Sosyal çevremi geliştirmek	16	8,32
Beden sağlığını korumak-kilolarımdan kurtulmak	13	6,76
Beden sağlığını korumak, fazla kilolarımdan kurtulmak, kendime güvenimi artırmak	19	9,88
Beden sağlığını korumak, kilolarımdan kurtulmak, kendime güvenimi artırmak, ruh sağlığını korumak	12	6,24
Beden sağlığını korumak- fazla kilolarımdan kurtulmak- kendime güvenimi artırmak-ruh sağlığını korumak- sosyal çevremi geliştirmek	13	6,76
Beden sağlığını korumak-ruh sağlığını korumak	26	13,52
<b>Toplam</b>	<b>192</b>	<b>100</b>

Araştırmaya katılanların %32,24'dü beden sağlığını korumak, %12,48'i kilolarımdan kurtulmak, %8,84'dü kendime güvenimi artırmak, %8,32'si sosyal çevremi geliştirmek, %6,76'sı beden sağlığını korumak-kilolarımdan kurtulmak, %9,88'i beden sağlığını korumak-kilolarımdan kurtulmak-kendime güvenimi artırmak, %6,24'dü beden sağlığını korumak-kilolarımdan kurtulmak-kendime güvenimi artırmak-ruh sağlığını korumak, %6,76'sı beden sağlığını korumak kilolarımdan kurtulmak-kendime güvenimi artırmak-ruh sağlığını korumak-sosyal çevremi geliştirmek, %13,52'si beden sağlığını korumak-ruh sağlığını korumak için fitness salonuna üye olduğunu ifade etmiştir.

**Tablo 4. 19. Bireylerin spor harcamaları**

	<b>Frekans</b>	<b>Yüzde (%)</b>	<b>Skewness</b>	<b>Kurtosis</b>
0-500 TL	29	15,1	-0,547	+0,151
501-1000 TL	36	18,8	-0,923	+0,049
1001 TL- 1500 TL	51	26,6	-0,876	+0,491
1501-2000 TL	43	22,4	-0,781	-0,298
2001 TL +	33	17,2	-0,692	+0,223
<b>Toplam</b>	<b>192</b>	<b>100</b>		

Katılımcıların %15,1'i 0-500 TL, %18,8'i 501-1000 TL, %26,6'sı 1001-1500 TL, %22,4'ü 1501-2000 TL ve %17,2'si de 2001 TL ve üstü harcamaktadır. Ortalama harcama tutarı 1332,25 TL'dir.

#### **4.3 Örneklem grubunun bireysel bir senede spor harcama tutarlarının demografik ve diğer değişkenler bakımından farklılıkları**

Araştırmada ele alınan demografik etkenler ve diğer etkenlerle ölçekte yer alan değişkenler arasındaki farkı tespit etmek için bazı testler yapılmış ve elde edilen sonuçlardaki farklılıklar değerlendirilmiştir.

#### **H1. Yaş ile bireysel spor harcama tutarları arasında ilişki bulunmaktadır.**

Örnekleme Skewness ve Kurtosis Değerlerinin (-2, +2) değerleri arasında olması nedeniyle dağılımın normal kabul edilebileceğinden hareket edilmiş ve parametrik testlerin uygulanmasına karar verilmiştir. Bu hipotezin test edilmesi amacıyla One Way Anova testi uygulanmış ve gruplar arasında farklılık olduğu ortaya çıkmıştır

(sig:0,000). 20 ve alt yaş grubunun ortalaması 975 TL, 21-30 yaş grubunun ortalaması 1555 TL, 31-40 yaş grubunun ortalaması 1399 TL, 41 ve üst yaş grubunun ortalaması ise 1155 TL'dir. Varyanslar homojen değildir (Levene, sig:0,000). Tamhane's T2 testi ise a) 20 Yaş ve altı grupta 21-30 yaş grubu arasında (sig:0,000) b)20 Yaş ve altı grupta 31-40 yaş grubu arasında (sig:0,001) %5 anlamlılık düzeyinde farklılık olduğunu ortaya çıkarmıştır.

## **H2. Eğitim Seviyesi ile spor harcama tutarları arasında ilişki bulunmaktadır.**

Örnekleme Skewness ve Kurtosis Değerleri (-2, +2) değerleri arasındadır. Bundan dolayı dağılımın normal kabul edilebilir ve dolayısıyla parametrik testler uygulanabilir. H2 hipotezinin test edilmesi için parametrik testlerden One Way anova kullanılmıştır. Test sonucunda gruplar arasında farklılık tespit edilmiştir (sig:0,000). Varyanslar homojendir (Levene, sig:0,287). Ortaokul mezunlarının ortalaması 915 TL, Lise mezunlarının ortalaması 1265 TL, önlisans mezunlarının ortalaması 1241 TL, lisans mezunlarının ortalaması 1341 TL, yüksek lisans ve üstü mezunlarının ortalaması ise 1740 TL'dir. Tukey HSD testi sonucunda ortaokul mezunları ile yüksek lisans ve üstü mezunların ortalaması arasında %5 seviyesinde farklılık tespit edilmiştir (sig:0,002).

## **H3. Gelir ile spor harcama tutarları arasında ilişki bulunmaktadır.**

Örnekleme Skewness ve Kurtosis Değerleri (-2, +2) değerleri arasında bulunmaktadır. Bundan dolayı dağılımın normal kabul edilebilir ve dolayısıyla parametrik testler uygulanabilir. H3 hipotezinin test edilmesi için parametrik testlerden One Way Anova tercih edilmiştir. Test sonucunda gruplar arasında farklılık tespit edilmiştir (sig:0,000). Varyanslar homojendir (Levene, sig:0,366). 2000 TL altı gelir grubunun ortalaması 820 TL, 2001-3000 TL gelir grubunun ortalaması 1179 TL, 3001-4000 TL gelir grubunun ortalaması 1361 TL, 4001-5000 TL gelir grubunun ortalaması 1453 TL, 5001 TL ve üstü gelir grubunun ortalaması ise 1561 TL'dir. Tukey HSD testi sonucunda a)2000 TL altı gelir grubu ile 3001-4000 TL gelir grubu arasında (sig:0,000), b)2000 TL altı gelir grubu ile 4001-5000 TL gelir grubu arasında

(sig:0,000) c)2000 TL altı gelir grubu ile 5001 TL ve üstü gelir grubu arasında (sig:0,004) %5 anlamlılık düzeyinde farklılık tespit edilmiştir.

#### **H4. Medeni durum ile spor harcama tutarları arasında ilişki bulunmaktadır.**

Örnekleme Skewness ve Kurtosis Değerleri (-2, +2) değerleri arasında olduğundan parametrik testler uygulanmalıdır. Ancak bu sefer iki grup arası farklılık araştırıldığından Independent Sample T test tercih edilmiştir. Evlilerin ortalaması 1328 TL iken bekarların ortalaması 1345 TL'dir. Varyanslar homojen dağılmıştır (sig:0.765). Independent Sample T test sonucu evli ve bekarlar arasında %5 anlamlılık düzeyinde önemli bir farklılık bulunmadığını ortaya çıkarmıştır (sig:0.341).

#### **H5. Düzenli Spor Yapma ile spor harcama tutarları arasında ilişki bulunmaktadır.**

Örnekleme Skewness ve Kurtosis Değerleri (-2, +2) değerleri arasında bulunmaktadır. Bundan dolayı dağılımın normal kabul edilebilir ve dolayısıyla parametrik testler uygulanabilir. H5 hipotezinin test edilmesi için parametrik testlerden One Way Anova kullanılmıştır. Test sonucunda gruplar arasında %5 anlamlılık düzeyinde farklılık olduğu tespit edilmiştir (sig:0,000). Varyanslar homojendir (Levene, sig:0,487). Haftada birkez spor yapanların ortalaması 755 TL, Haftada 2-3 kez yapanların ortalaması 1157 TL, haftada 4 ve daha fazla kez yapanların ortalaması 1443 TL ve her gün yapanların ortalaması 1789 TL'dir. Tukey HSD testi sonucunda a) haftada birkez yapanlar ile her gün spor yapanlar (sig:0.000), b) haftada bir kez yapanlar ile haftada iki-üç kez yapanlar (sig:0.000), c) Haftada bir kez yapanlar ile haftada 4 veya daha fazla yapanlar (sig:0,000), d) haftada 2-3 kez yapanlar ile her gün yapanlar arasında (sig:0.004) %5 anlamlılık düzeyinde farklılık tespit edilmiştir.

#### **H6. Cinsiyet ile spor harcama tutarları arasında ilişki bulunmaktadır.**

Örnekleme Skewness ve Kurtosis Değerleri (-2, +2) değerleri arasında olduğundan parametrik testler uygulanmalıdır. Ancak bu sefer iki grup arası farklılık araştırıldığından Independent Sample T test tercih edilmiştir. Erkeklerin ortalaması 1336 TL iken kadınların ortalaması 1325 TL'dir. Varyanslar homojen dağılmıştır

(sig:0.520). Independent Sample T test sonucu erkek ve kadınlar arasında %5 anlamlılık düzeyinde önemli bir farklılık bulunmadığını ortaya çıkarmıştır (sig:0.891).

#### **H7. Spor Yapma Süresi ile spor harcama tutarları arasında ilişki bulunmaktadır.**

Örnekleme Skewness ve Kurtosis Değerleri (-2, +2) değerleri arasında bulunmaktadır. Bundan dolayı dağılımın normal kabul edilebilir ve dolayısıyla parametrik testler uygulanabilir. H7 hipotezinin test edilmesi için parametrik testlerden One Way Anova kullanılmıştır. Test sonucunda gruplar arasında %5 anlamlılık düzeyinde farklılık olmadığı tespit edilmiştir (sig:0,205). Varyanslar homojendir (Levene, sig:0,388). 1 yıl veya daha az yapanların ortalaması 1302 TL, bir yıldan fazla üç yıl arası spor yapanların ortalaması 1354 TL, üç yıldan fazla spor yapanların ortalaması ise 1336 TL'dir.

#### **H8. Ailesinde Spor yapan kişi sayısı ile spor harcama tutarları arasında ilişki bulunmaktadır.**

Örnekleme Skewness ve Kurtosis Değerleri (-2, +2) değerleri arasında bulunmaktadır. Bundan dolayı dağılımın normal kabul edilebilir ve dolayısıyla parametrik testler uygulanabilir. Ailesinde spor yapan 3 kişi ve üzeri kişi sayısı sadece 9'dur ve gruplar arasında ilişkinin incelenmesinde istatistiksel açıdan sıkıntı yaşanmaması için bu grup ailesinde 2 kişi bulunanlar ile birleştirilmiş ve "ailesinde spor yapan 2 ve üzeri kişi sayısı" olarak ele alınmıştır. H8 hipotezinin test edilmesi için parametrik testlerden One Way Anova kullanılmıştır. Test sonucunda gruplar arasında %5 anlamlılık düzeyinde farklılık olmadığı tespit edilmiştir (sig:0,126). Varyanslar homojendir (Levene, sig:0,189). Ailesinde spor yapan başkası olmayanların harcama ortalaması 1322 TL, 1 kişi olanların ortalaması 1339 TL, ailesinde spor yapan iki ve üzeri kişi sayısı olanların ortalaması ise 1333 TL'dir.

#### **H9. Fiziki Görünüşünden Memnun olma Derecesi ile spor harcama tutarları arasında ilişki bulunmaktadır.**

Örnekleme Skewness ve Kurtosis Değerleri (-2, +2) değerleri arasında bulunmaktadır. Bundan dolayı dağılımın normal kabul edilebilir ve dolayısıyla

parametrik testler uygulanabilir. H9 hipotezinin test edilmesi için parametrik testlerden One Way Anova kullanılmıştır. Test sonucunda gruplar arasında %5 anlamlılık düzeyinde farklılık olmadığı tespit edilmiştir (sig:0,341). Varyanslar homojendir (Levene, sig:0,796). Fiziksel görünüşünden hiç memnun olmayanların harcama ortalaması 1474 TL, kısmen memnun olanların harcama ortalaması 1300 TL ve tamamen memnun olanların harcama ortalaması da 1336 TL'dir.

#### **4.4 Fitness Salonu müşterilerinin Müşteri memnuniyeti**

Fitness Salonu müşterilerinin müşteri memnuniyetini ölçmek amacıyla Uçan (2007)'den alınan Algılanan Hizmet Kalitesi Ölçeği kullanılmıştır. Ölçekte altı boyut bulunmaktadır. Bu boyutlar; Etkileşim Kalitesi, Çıktı Kalitesi, Fiziksel Çevre Kalitesi, Egzersiz Alet-ekipmanları kalitesi, program kalitesi ve ortam koşulları kalitesi boyutlarıdır. Bu boyutları ölçmek amacıyla toplam 31 madde bulunmaktadır. Etkileşim kalitesi (10 madde), Çıktı kalitesi (5 madde), fiziksel çevre koşulları (7 madde), egzersiz alet ve ekipmanları (3 madde), program kalitesi ve ortam koşulları (3 madde). Uçan (2007) tarafından ölçeğin yapı geçerliliği faktör analizi ile gerçekleştirilmiştir, ancak güvenilirlik açısından keşfedici faktör analizi tarafımızdan uygulanmıştır.

Kaiser-Meier-Olkin (KMO) testi (0.911) ve Bartlett's test of Sphericity testi (Kikare:14788,360; df:405; sig:0,000) sonuçları verilerin faktör analizi için yeterli olduğunu göstermiştir. KMO test sonucunun 0.50 skorundan yüksek olması ve Bartlett test skorunun 0,05'ten küçük veya eşit olması faktör analizi gerçekleştirilebileceğini göstermiştir. Maddelerden hiçbirinin çıkarılmasına gerek kalmamıştır. Principal Component Analysis ve Quartimax rotasyonu sonucunda altı temel faktörün toplam varyansın %73,202'sini açıklamaktadır. Birinci madde toplam varyansın %28,891'ini; ikinci madde %19,796'sını; üçüncü madde %9,235'ini; dördüncü madde %6,411'ini; beşinci madde %5,622'sini ve altıncı madde %3,246'sını açıklamaktadır. Bu sonuçlar Uçan (2007) çalışmasındaki faktör analizi sonuçlarını doğrulamaktadır. Söz konusu çalışmadaki gibi boyutlar Etkileşim Kalitesi, Çıktı Kalitesi, Fiziksel Çevre Kalitesi, Egzersiz Alet-ekipmanları kalitesi, program kalitesi ve ortam koşulları kalitesi olarak adlandırılmıştır.

Ölçeğin Cronbach Alfa katsayılarının da 0.724 ile 0.894 arasında değiştiği, tamamının 0.60'tan yüksek olması dolayısıyla güvenilir oldukları görülmüştür. Bu sonuçlar uygulanan anketin altı faktörü ölçtüğü sonucunu desteklemektedir. Söz konusu altı maddenin normal dağılım gösterip göstermediği Skewness ve Kurtosis değerlerine bakılarak incelenebilir. Bu amaçla altı maddenin Skewness ve Kurtosis değerleri incelenmiştir.

**Tablo 4.20. Algılanan Hizmet Kalitesi Skewness-Kurtosis Değerleri**

	Ortalama	Skewness	Kurtosis
Algılanan Hizmet Kalitesi	3.91	0.981	0.864
Etkileşim Kalitesi	3.88	0.874	0.673
Çıktı Kalitesi	3.97	0.924	0.707
Fiziksel Çevre Kalitesi	4.04	0.761	0.522
Egzersiz Alet ve Ekipman	3.72	1.144	0.904
Program Kalitesi	3.89	0.772	0.726
Ortam Koşulları	3.96	1.251	1.044

Tablo 4.20'de Skewness ve Kurtosis değerlerinin -2 ile +2 aralığında buldukları ve dolayısıyla normal dağılım gösterdiklerinin kabul edilebileceği görülmektedir. Bu nedenle de parametrik testler uygulanabilir. Ayrıca ortalamaların hepsinin 3.67 değerinden yüksek olduğu ve dolayısıyla Algılanan Hizmet Kalitesi ve alt faktörlerinin hepsinin yüksek dereceli oldukları görülmektedir. Diğer bir ifadeyle katılımcıların algıladıkları hizmet kalitesi yüksek değerlidir.

#### 4.5 Algılanan Hizmet Kalitesinin Demografik verilerle İlişkisi

Algılanan Hizmet Kalitesi ile demografik veriler arasında anlamlı istatistiksel ilişki bulunup bulunmadığı hipotez testleri ile araştırılmış ve hipotezler ile ilgili sonuçlar aşağıda incelenmiştir.

##### **H1. Yaş ile Algılanan Hizmet Kalitesi arasında ilişki bulunmaktadır.**

Örnekleme Skewness ve Kurtosis Değerlerinin (-2, +2) değerleri arasında olması nedeniyle dağılımın normal kabul edilebileceğinden hareket edilmiş ve parametrik testlerin uygulanmasına karar verilmiştir. Bu hipotezin test edilmesi amacıyla One Way Anova testi uygulanmış ve gruplar arasında istatistiksel açıdan farklılık olmadığı ortaya çıkmıştır (sig:0,187). 20 ve alt yaş grubunun ortalaması 3.84, 21-30 yaş grubunun ortalaması 3.98, 31-40 yaş grubunun ortalaması 4.06, 41 ve üst yaş grubunun ortalaması ise 3.99'dur.

##### **H2. Eğitim seviyesi ile Algılanan Hizmet Kalitesi arasında ilişki bulunmaktadır.**

Örnekleme Skewness ve Kurtosis Değerleri (-2, +2) değerleri arasındadır. Bundan dolayı dağılımın normal kabul edilebilir ve dolayısıyla parametrik testler uygulanabilir. H2 hipotezinin test edilmesi için parametrik testlerden One Way anova kullanılmıştır. Test sonucunda gruplar arasında farklılık olmadığı tespit edilmiştir (sig:0,451). Ortaokul mezunlarının ortalaması , Lise mezunlarının ortalaması 4.02, önlisans mezunlarının ortalaması 3.89, lisans mezunlarının ortalaması 3.84, yüksek lisans ve üstü mezunlarının ortalaması ise 3.93'dır.

##### **H3. Gelir ile Algılanan Hizmet Kalitesi arasında ilişki bulunmaktadır.**

Örnekleme Skewness ve Kurtosis Değerleri (-2, +2) değerleri arasında bulunmaktadır. Bundan dolayı dağılımın normal kabul edilebilir ve dolayısıyla parametrik testler uygulanabilir. H3 hipotezinin test edilmesi için parametrik testlerden One Way Anova tercih edilmiştir. Test sonucunda gruplar arasında farklılık olmadığı tespit edilmiştir (sig:0,382). 2000 TL altı gelir grubunun ortalaması 4.04,

2001-3000 TL gelir grubunun ortalaması 3.96, 3001-4000 TL gelir grubunun ortalaması 3.83, 4001-5000 TL gelir grubunun ortalaması 3.87, 5001 TL ve üstü gelir grubunun ortalaması ise 3.84'dur.

#### **H4. Medeni durum ile Algılanan Hizmet Kalitesi arasında ilişki bulunmaktadır.**

Örnekleme Skewness ve Kurtosis Değerleri (-2, +2) değerleri arasında olduğundan parametrik testler uygulanmalıdır. Ancak bu sefer iki grup arası farklılık araştırıldığından Independent Sample T test tercih edilmiştir. Evlilerin ortalaması 3.95 iken bekarların ortalaması 4.05'dir. Varyanslar homojen dağılmıştır (sig:0.345). Independent Sample T test sonucu evli ve bekarlar arasında %5 anlamlılık düzeyinde önemli bir farklılık bulunmadığını ortaya çıkarmıştır (sig:0.486).

#### **H5. Düzenli Spor Yapma ile Algılanan Hizmet Kalitesi arasında ilişki bulunmaktadır.**

Örnekleme Skewness ve Kurtosis Değerleri (-2, +2) değerleri arasında bulunmaktadır. Bundan dolayı dağılımın normal kabul edilebilir ve dolayısıyla parametrik testler uygulanabilir. H5 hipotezinin test edilmesi için parametrik testlerden One Way Anova kullanılmıştır. Test sonucunda gruplar arasında %5 anlamlılık düzeyinde farklılık olmadığı tespit edilmiştir (sig:0,481). Varyanslar homojendir (Levene, sig:0,399). Haftada bir kez spor yapanların ortalaması 3.88, Haftada 2-3 kez yapanların ortalaması 3.95, haftada 4 ve daha fazla kez yapanların ortalaması 3.98 ve her gün yapanların ortalaması 3.90'dır.

#### **H6. Cinsiyet ile Algılanan Hizmet Kalitesi arasında ilişki bulunmaktadır.**

Örnekleme Skewness ve Kurtosis Değerleri (-2, +2) değerleri arasında olduğundan parametrik testler uygulanmalıdır. Ancak bu sefer iki grup arası farklılık araştırıldığından Independent Sample T test tercih edilmiştir. Erkeklerin ortalaması 3.89 iken kadınların ortalaması 3.94'dir. Varyanslar homojen dağılmıştır (sig:0.720). Independent Sample T test sonucu erkek ve kadınlar arasında %5 anlamlılık düzeyinde önemli bir farklılık bulunmadığını ortaya çıkarmıştır (sig:0.988).

**H7. Spor Yapma Süresi ile Algılanan Hizmet Kalitesi arasında ilişki bulunmaktadır.**

Örnekleme Skewness ve Kurtosis Değerleri (-2, +2) değerleri arasında bulunmaktadır. Bundan dolayı dağılımın normal kabul edilebilir ve dolayısıyla parametrik testler uygulanabilir. H7 hipotezinin test edilmesi için parametrik testlerden One Way Anova kullanılmıştır. Test sonucunda gruplar arasında %5 anlamlılık düzeyinde farklılık olmadığı tespit edilmiştir (sig:0,205). 1 yıl veya daha az yapanların ortalaması 3.92, bir yıldan fazla üç yıl arası spor yapanların ortalaması 3.93, üç yıldan fazla spor yapanların ortalaması ise 3.98'dir.

**H8. Ailesinde Spor yapan kişi sayısı ile Algılanan Hizmet Kalitesi arasında ilişki bulunmaktadır.**

Örnekleme Skewness ve Kurtosis Değerleri (-2, +2) değerleri arasında bulunmaktadır. Bundan dolayı dağılımın normal kabul edilebilir ve dolayısıyla parametrik testler uygulanabilir. Ailesinde spor yapan 3 kişi ve üzeri kişi sayısı sadece 9'dur ve gruplar arasında ilişkinin incelenmesinde istatistiksel açıdan sıkıntı yaşanmaması için bu grup ailesinde 2 kişi bulunanlar ile birleştirilmiş ve "ailesinde spor yapan 2 ve üzeri kişi sayısı" olarak ele alınmıştır. H8 hipotezinin test edilmesi için parametrik testlerden One Way Anova kullanılmıştır. Test sonucunda gruplar arasında %5 anlamlılık düzeyinde farklılık olmadığı tespit edilmiştir (sig:0,761). Varyanslar homojendir (Levene, sig:0,233). Ailesinde spor yapan başkası olmayanların harcama ortalaması 3,96, 1 kişi olanların ortalaması 3,93, ailesinde spor yapan iki ve üzeri kişi sayısı olanların ortalaması ise 3,81'dir.

**H9. Fiziki Görünüşünden Memnun olma Derecesi ile Algılanan Hizmet Kalitesi arasında ilişki bulunmaktadır.**

Örnekleme Skewness ve Kurtosis Değerleri (-2, +2) değerleri arasında bulunmaktadır. Bundan dolayı dağılımın normal kabul edilebilir ve dolayısıyla parametrik testler uygulanabilir. H9 hipotezinin test edilmesi için parametrik testlerden One Way Anova kullanılmıştır. Test sonucunda gruplar arasında %5 anlamlılık düzeyinde farklılık olduğu tespit edilmiştir (sig:0,000). Varyanslar

homojendir (Levene, sig:0,430). Fiziksel görünüşünden hiç memnun olmayanların ortalaması 3,76, kısmen memnun olanların harcama ortalaması 3,98 ve tamamen memnun olanların harcama ortalaması da 4,01'dir. Tukey HSD testi sonucunda fiziksel görünüşünden hiç memnun olmayanlar ile kısmen memnun olanlar arasında istatistiksel açıdan anlamlı fark tespit edilmiştir.

#### **4.6. Etkileşim Kalitesinin Demografik Verilerle Analizi**

Etkileşim Kalitesinin Demografik Verilere göre farklılık içerip içermediği test edilmiştir.

##### **H1. Yaş ile Etkileşim Kalitesi arasında ilişki bulunmaktadır.**

Örnekleme Skewness ve Kurtosis Değerlerinin (-2, +2) değerleri arasında olması nedeniyle dağılımın normal kabul edilebileceğinden hareket edilmiş ve parametrik testlerin uygulanmasına karar verilmiştir. Bu hipotezin test edilmesi amacıyla One Way Anova testi uygulanmış ve gruplar arasında istatistiksel açıdan farklılık olmadığı ortaya çıkmıştır (sig:0,482). 20 ve alt yaş grubunun ortalaması 3.94, 21-30 yaş grubunun ortalaması 4.08, 31-40 yaş grubunun ortalaması 3.86, 41 ve üst yaş grubunun ortalaması ise 3.89'dur.

##### **H2. Eğitim seviyesi ile Etkileşim Kalitesi arasında ilişki bulunmaktadır.**

Örnekleme Skewness ve Kurtosis Değerleri (-2, +2) değerleri arasındadır. Bundan dolayı dağılımın normal kabul edilebilir ve dolayısıyla parametrik testler uygulanabilir. H2 hipotezinin test edilmesi için parametrik testlerden One Way anova kullanılmıştır. Test sonucunda gruplar arasında farklılık olmadığı tespit edilmiştir (sig:0,190). Ortaokul mezunlarının ortalaması, Lise mezunlarının ortalaması 4.12, önlisans mezunlarının ortalaması 3.80, lisans mezunlarının ortalaması 3.81, yüksek lisans ve üstü mezunlarının ortalaması ise 3.89'dır.

### **H3. Gelir ile Etkileşim Kalitesi arasında ilişki bulunmaktadır.**

Örnekleme Skewness ve Kurtosis Değerleri (-2, +2) değerleri arasında bulunmaktadır. Bundan dolayı dağılımın normal kabul edilebilir ve dolayısıyla parametrik testler uygulanabilir. H3 hipotezinin test edilmesi için parametrik testlerden One Way Anova tercih edilmiştir. Test sonucunda gruplar arasında farklılık olmadığı tespit edilmiştir (sig:0,651). 2000 TL altı gelir grubunun ortalaması 4.04, 2001-3000 TL gelir grubunun ortalaması 3.96, 3001-4000 TL gelir grubunun ortalaması 3.83, 4001-5000 TL gelir grubunun ortalaması 3.87, 5001 TL ve üstü gelir grubunun ortalaması ise 3.84'dur.

### **H4. Medeni durum ile Etkileşim Kalitesi arasında ilişki bulunmaktadır.**

Örnekleme Skewness ve Kurtosis Değerleri (-2, +2) değerleri arasında olduğundan parametrik testler uygulanmalıdır. Ancak bu sefer iki grup arası farklılık araştırıldığından Independent Sample T test tercih edilmiştir. Evlilerin ortalaması 3.96 iken bekarların ortalaması 4.04'dır. Varyanslar homojen dağılmıştır (sig:0.555). Independent Sample T test sonucu evli ve bekarlar arasında %5 anlamlılık düzeyinde önemli bir farklılık bulunmadığını ortaya çıkarmıştır (sig:0.274).

### **H5. Düzenli Spor Yapma ile etkileşim Kalitesi arasında ilişki bulunmaktadır.**

Örnekleme Skewness ve Kurtosis Değerleri (-2, +2) değerleri arasında bulunmaktadır. Bundan dolayı dağılımın normal kabul edilebilir ve dolayısıyla parametrik testler uygulanabilir. H5 hipotezinin test edilmesi için parametrik testlerden One Way Anova kullanılmıştır. Test sonucunda gruplar arasında %5 anlamlılık düzeyinde farklılık olmadığı tespit edilmiştir (sig:0,788). Varyanslar homojendir (Levene, sig:0,399). Haftada bir kez spor yapanların ortalaması 3.98, Haftada 2-3 kez yapanların ortalaması 3.91, haftada 4 ve daha fazla kez yapanların ortalaması 3.89 ve her gün yapanların ortalaması 3.87'dir.

#### **H6. Cinsiyet ile Etkileşim Kalitesi arasında ilişki bulunmaktadır.**

Örnekleme Skewness ve Kurtosis Değerleri (-2, +2) değerleri arasında olduğundan parametrik testler uygulanmalıdır. Ancak bu sefer iki grup arası farklılık araştırıldığından Independent Sample T test tercih edilmiştir. Erkeklerin ortalaması 3.98 iken kadınların ortalaması 3.88'dir. Varyanslar homojen dağılmıştır (sig:0.560). Independent Sample T test sonucu erkek ve kadınlar arasında %5 anlamlılık düzeyinde önemli bir farklılık bulunmadığını ortaya çıkarmıştır (sig:0.568).

#### **H7. Spor Yapma Süresi ile Etkileşim Kalitesi arasında ilişki bulunmaktadır.**

Örnekleme Skewness ve Kurtosis Değerleri (-2, +2) değerleri arasında bulunmaktadır. Bundan dolayı dağılımın normal kabul edilebilir ve dolayısıyla parametrik testler uygulanabilir. H7 hipotezinin test edilmesi için parametrik testlerden One Way Anova kullanılmıştır. Test sonucunda gruplar arasında %5 anlamlılık düzeyinde farklılık olmadığı tespit edilmiştir (sig:0,198). 1 yıl veya daha az yapanların ortalaması 3.94, bir yıldan fazla üç yıl arası spor yapanların ortalaması 3.90, üç yıldan fazla spor yapanların ortalaması ise 3.89'dır.

#### **H8. Ailesinde Spor yapan kişi sayısı ile Etkileşim Kalitesi arasında ilişki bulunmaktadır.**

Örnekleme Skewness ve Kurtosis Değerleri (-2, +2) değerleri arasında bulunmaktadır. Bundan dolayı dağılımın normal kabul edilebilir ve dolayısıyla parametrik testler uygulanabilir. Ailesinde spor yapan 3 kişi ve üzeri kişi sayısı sadece 9'dur ve gruplar arasında ilişkinin incelenmesinde istatistiksel açıdan sıkıntı yaşanmaması için bu grup ailesinde 2 kişi bulunanlar ile birleştirilmiş ve "ailesinde spor yapan 2 ve üzeri kişi sayısı" olarak ele alınmıştır. H8 hipotezinin test edilmesi için parametrik testlerden One Way Anova kullanılmıştır. Test sonucunda gruplar arasında %5 anlamlılık düzeyinde farklılık olmadığı tespit edilmiştir (sig:0,444). Varyanslar homojendir (Levene, sig:0,289). Ailesinde spor yapan başkası olmayanların harcama ortalaması 3,95, 1 kişi olanların ortalaması 3,92, ailesinde spor yapan iki ve üzeri kişi sayısı olanların ortalaması ise 3,80'dir.

**H9. Fiziki Görünüşünden Memnun olma Derecesi ile Etkileşim Kalitesi arasında ilişki bulunmaktadır.**

Örneklemede Skewness ve Kurtosis Değerleri (-2, +2) değerleri arasında bulunmaktadır. Bundan dolayı dağılımın normal kabul edilebilir ve dolayısıyla parametrik testler uygulanabilir. H9 hipotezinin test edilmesi için parametrik testlerden One Way Anova kullanılmıştır. Test sonucunda gruplar arasında %5 anlamlılık düzeyinde farklılık olmadığı tespit edilmiştir (sig:0,000). Fiziksel görünüşünden hiç memnun olmayanların ortalaması 3,86, kısmen memnun olanların harcama ortalaması 3,99 ve tamamen memnun olanların harcama ortalaması da 3,90'dır.

**4.7. Çıktı Kalitesi İle Demografik Veriler Arası İlişkiler**

Çıktı kalitesinin demografik verilere göre değişip değişmediği hipotez testleri kullanılarak araştırılmıştır.

**H1. Yaş ile Çıktı Kalitesi arasında ilişki bulunmaktadır.**

Örneklemede Skewness ve Kurtosis Değerlerinin (-2, +2) değerleri arasında olması nedeniyle dağılımın normal kabul edilebileceğinden hareket edilmiş ve parametrik testlerin uygulanmasına karar verilmiştir. Bu hipotezin test edilmesi amacıyla One Way Anova testi uygulanmış ve gruplar arasında istatistiksel açıdan farklılık olmadığı ortaya çıkmıştır (sig:0,572). 20 ve alt yaş grubunun ortalaması 3.95, 21-30 yaş grubunun ortalaması 4.04, 31-40 yaş grubunun ortalaması 3.96, 41 ve üst yaş grubunun ortalaması ise 3.99'dur.

**H2. Eğitim seviyesi ile Çıktı Kalitesi arasında ilişki bulunmaktadır.**

Örneklemede Skewness ve Kurtosis Değerleri (-2, +2) değerleri arasındadır. Bundan dolayı dağılımın normal kabul edilebilir ve dolayısıyla parametrik testler uygulanabilir. H2 hipotezinin test edilmesi için parametrik testlerden One Way anova kullanılmıştır. Test sonucunda gruplar arasında farklılık olmadığı tespit edilmiştir

(sig:0,394). Ortaokul mezunlarının ortalaması, Lise mezunlarının ortalaması 4.02, önlisans mezunlarının ortalaması 3.90, lisans mezunlarının ortalaması 3.94, yüksek lisans ve üstü mezunlarının ortalaması ise 3.99'dır.

### **H3. Gelir ile Çıktı Kalitesi arasında ilişki bulunmaktadır.**

Örnekleme Skewness ve Kurtosis Değerleri (-2, +2) değerleri arasında bulunmaktadır. Bundan dolayı dağılımın normal kabul edilebilir ve dolayısıyla parametrik testler uygulanabilir. H3 hipotezinin test edilmesi için parametrik testlerden One Way Anova tercih edilmiştir. Test sonucunda gruplar arasında farklılık olmadığı tespit edilmiştir (sig:0,871). 2000 TL altı gelir grubunun ortalaması 4.03, 2001-3000 TL gelir grubunun ortalaması 3.90, 3001-4000 TL gelir grubunun ortalaması 4.02, 4001-5000 TL gelir grubunun ortalaması 4.01, 5001 TL ve üstü gelir grubunun ortalaması ise 3.94'dur.

### **H4. Medeni durum ile Çıktı Kalitesi arasında ilişki bulunmaktadır.**

Örnekleme Skewness ve Kurtosis Değerleri (-2, +2) değerleri arasında olduğundan parametrik testler uygulanmalıdır. Ancak bu sefer iki grup arası farklılık araştırıldığından Independent Sample T test tercih edilmiştir. Evlilerin ortalaması 3.98 iken bekarların ortalaması 4.05'dir. Varyanslar homojen dağılmıştır (sig:0.873). Independent Sample T test sonucu evli ve bekarlar arasında %5 anlamlılık düzeyinde önemli bir farklılık bulunmadığını ortaya çıkarmıştır (sig:0.489).

### **H5. Düzenli Spor Yapma ile Çıktı Kalitesi arasında ilişki bulunmaktadır.**

Örnekleme Skewness ve Kurtosis Değerleri (-2, +2) değerleri arasında bulunmaktadır. Bundan dolayı dağılımın normal kabul edilebilir ve dolayısıyla parametrik testler uygulanabilir. H5 hipotezinin test edilmesi için parametrik testlerden One Way Anova kullanılmıştır. Test sonucunda gruplar arasında %5 anlamlılık düzeyinde farklılık olmadığı tespit edilmiştir (sig:0,562). Haftada bir kez spor yapanların ortalaması 3.99, Haftada 2-3 kez yapanların ortalaması 3.94, haftada 4 ve daha fazla kez yapanların ortalaması 3.99 ve her gün yapanların ortalaması 3.87'dir.

### **H6. Cinsiyet ile Çıktı Kalitesi arasında ilişki bulunmaktadır.**

Örnekleme Skewness ve Kurtosis Değerleri (-2, +2) değerleri arasında olduğundan parametrik testler uygulanmalıdır. Ancak bu sefer iki grup arası farklılık araştırıldığından Independent Sample T test tercih edilmiştir. Erkeklerin ortalaması 4.00 iken kadınların ortalaması 3.92'dir. Varyanslar homojen dağılmıştır (sig:0.840). Independent Sample T test sonucu erkek ve kadınlar arasında %5 anlamlılık düzeyinde önemli bir farklılık bulunmadığını ortaya çıkarmıştır (sig:0.749).

### **H7. Spor Yapma Süresi ile Çıktı Kalitesi arasında ilişki bulunmaktadır.**

Örnekleme Skewness ve Kurtosis Değerleri (-2, +2) değerleri arasında bulunmaktadır. Bundan dolayı dağılımın normal kabul edilebilir ve dolayısıyla parametrik testler uygulanabilir. H7 hipotezinin test edilmesi için parametrik testlerden One Way Anova kullanılmıştır. Test sonucunda gruplar arasında %5 anlamlılık düzeyinde farklılık olmadığı tespit edilmiştir (sig:0,235). 1 yıl veya daha az yapanların ortalaması 4.01, bir yıldan fazla üç yıl arası spor yapanların ortalaması 3.92, üç yıldan fazla spor yapanların ortalaması ise 3.99'dır.

### **H8. Ailesinde Spor yapan kişi sayısı ile Çıktı Kalitesi arasında ilişki bulunmaktadır.**

Örnekleme Skewness ve Kurtosis Değerleri (-2, +2) değerleri arasında bulunmaktadır. Bundan dolayı dağılımın normal kabul edilebilir ve dolayısıyla parametrik testler uygulanabilir. Ailesinde spor yapan 3 kişi ve üzeri kişi sayısı sadece 9'dur ve gruplar arasında ilişkinin incelenmesinde istatistiksel açıdan sıkıntı yaşanmaması için bu grup ailesinde 2 kişi bulunanlar ile birleştirilmiş ve "ailesinde spor yapan 2 ve üzeri kişi sayısı" olarak ele alınmıştır. H8 hipotezinin test edilmesi için parametrik testlerden One Way Anova kullanılmıştır. Test sonucunda gruplar arasında %5 anlamlılık düzeyinde farklılık olmadığı tespit edilmiştir (sig:0,333). Varyanslar homojendir (Levene, sig:0,481). Ailesinde spor yapan başkası olmayanların harcama ortalaması 3,97, 1 kişi olanların ortalaması 3,99, ailesinde spor yapan iki ve üzeri kişi sayısı olanların ortalaması ise 3,90'dır.

**H9. Fiziki Görünüşünden Memnun olma Derecesi ile Çıktı Kalitesi arasında ilişki bulunmaktadır.**

Örneklemede Skewness ve Kurtosis Değerleri (-2, +2) değerleri arasında bulunmaktadır. Bundan dolayı dağılımın normal kabul edilebilir ve dolayısıyla parametrik testler uygulanabilir. H9 hipotezinin test edilmesi için parametrik testlerden One Way Anova kullanılmıştır. Test sonucunda gruplar arasında %5 anlamlılık düzeyinde farklılık olmadığı tespit edilmiştir (sig:0,582). Fiziksel görünüşünden hiç memnun olmayanların ortalaması 3,96, kısmen memnun olanların harcama ortalaması 4.00 ve tamamen memnun olanların harcama ortalaması da 3,94'dır.

**4.8. Fiziksel Çevre Kalitesi**

Fiziksel Çevre kalitesinin demografik verilerle olan ilişkisi ortalamalar arası farkların incelendiği testler aracılığıyla incelenmiştir.

**H1. Yaş ile Fiziksel Çevre Kalitesi arasında ilişki bulunmaktadır.**

Örneklemede Skewness ve Kurtosis Değerlerinin (-2, +2) değerleri arasında olması nedeniyle dağılımın normal kabul edilebileceğinden hareket edilmiş ve parametrik testlerin uygulanmasına karar verilmiştir. Bu hipotezin test edilmesi amacıyla One Way Anova testi uygulanmış ve gruplar arasında istatistiksel açıdan farklılık olmadığı ortaya çıkmıştır (sig:0,844). 20 ve alt yaş grubunun ortalaması 4.10, 21-30 yaş grubunun ortalaması 4.00, 31-40 yaş grubunun ortalaması 4.04, 41 ve üst yaş grubunun ortalaması ise 3.99'dur.

**H2. Eğitim seviyesi ile Fiziksel Çevre Kalitesi arasında ilişki bulunmaktadır.**

Örneklemede Skewness ve Kurtosis Değerleri (-2, +2) değerleri arasındadır. Bundan dolayı dağılımın normal kabul edilebilir ve dolayısıyla parametrik testler uygulanabilir. H2 hipotezinin test edilmesi için parametrik testlerden One Way anova kullanılmıştır. Test sonucunda gruplar arasında farklılık olmadığı tespit edilmiştir (sig:0,722). Ortaokul mezunlarının ortalaması, Lise mezunlarının ortalaması 4.07,

önlisans mezunlarının ortalaması 4.01, lisans mezunlarının ortalaması 3.98, yüksek lisans ve üstü mezunlarının ortalaması ise 4.06'dır.

### **H3. Gelir ile fiziksel Çevre Kalitesi arasında ilişki bulunmaktadır.**

Örneklemede Skewness ve Kurtosis Değerleri (-2, +2) değerleri arasında bulunmaktadır. Bundan dolayı dağılımın normal kabul edilebilir ve dolayısıyla parametrik testler uygulanabilir. H3 hipotezinin test edilmesi için parametrik testlerden One Way Anova tercih edilmiştir. Test sonucunda gruplar arasında farklılık olmadığı tespit edilmiştir (sig:0,387). 2000 TL altı gelir grubunun ortalaması 4.07, 2001-3000 TL gelir grubunun ortalaması 3.99, 3001-4000 TL gelir grubunun ortalaması 4.04, 4001-5000 TL gelir grubunun ortalaması 4.07, 5001 TL ve üstü gelir grubunun ortalaması ise 4.05'dur.

### **H4. Medeni durum ile Fiziksel Çevre Kalitesi arasında ilişki bulunmaktadır.**

Örneklemede Skewness ve Kurtosis Değerleri (-2, +2) değerleri arasında olduğundan parametrik testler uygulanmalıdır. Ancak bu sefer iki grup arası farklılık araştırıldığından Independent Sample T test tercih edilmiştir. Evlilerin ortalaması 4.02 iken bekarların ortalaması 4.06'dır. Varyanslar homojen dağılmıştır (sig:0.549). Independent Sample T test sonucu evli ve bekarlar arasında %5 anlamlılık düzeyinde önemli bir farklılık bulunmadığını ortaya çıkarmıştır (sig:0.714).

### **H5. Düzenli Spor Yapma ile Fiziksel Çevre Kalitesi arasında ilişki bulunmaktadır.**

Örneklemede Skewness ve Kurtosis Değerleri (-2, +2) değerleri arasında bulunmaktadır. Bundan dolayı dağılımın normal kabul edilebilir ve dolayısıyla parametrik testler uygulanabilir. H5 hipotezinin test edilmesi için parametrik testlerden One Way Anova kullanılmıştır. Test sonucunda gruplar arasında %5 anlamlılık düzeyinde farklılık olmadığı tespit edilmiştir (sig:0,890). Haftada bir kez spor yapanların ortalaması 4.02, Haftada 2-3 kez yapanların ortalaması 4.07, haftada 4 ve daha fazla kez yapanların ortalaması 4.06 ve her gün yapanların ortalaması 3.91'dir.

### **H6. Cinsiyet ile fiziksel Çevre Kalitesi arasında ilişki bulunmaktadır.**

Örnekleme Skewness ve Kurtosis Değerleri (-2, +2) değerleri arasında olduğundan parametrik testler uygulanmalıdır. Ancak bu sefer iki grup arası farklılık araştırıldığından Independent Sample T test tercih edilmiştir. Erkeklerin ortalaması 4.07 iken kadınların ortalaması 3.99'dır. Varyanslar homojen dağılmıştır (sig:0.761). Independent Sample T test sonucu erkek ve kadınlar arasında %5 anlamlılık düzeyinde önemli bir farklılık bulunmadığını ortaya çıkarmıştır (sig:0.658).

### **H7. Spor Yapma Süresi ile Fiziksel Çevre Kalitesi arasında ilişki bulunmaktadır.**

Örnekleme Skewness ve Kurtosis Değerleri (-2, +2) değerleri arasında bulunmaktadır. Bundan dolayı dağılımın normal kabul edilebilir ve dolayısıyla parametrik testler uygulanabilir. H7 hipotezinin test edilmesi için parametrik testlerden One Way Anova kullanılmıştır. Test sonucunda gruplar arasında %5 anlamlılık düzeyinde farklılık olmadığı tespit edilmiştir (sig:0,397). 1 yıl veya daha az yapanların ortalaması 4.07, bir yıldan fazla üç yıl arası spor yapanların ortalaması 4.01, üç yıldan fazla spor yapanların ortalaması ise 4.10'dır.

### **H8. Ailesinde Spor yapan kişi sayısı ile Fiziksel Çevre Kalitesi arasında ilişki bulunmaktadır.**

Örnekleme Skewness ve Kurtosis Değerleri (-2, +2) değerleri arasında bulunmaktadır. Bundan dolayı dağılımın normal kabul edilebilir ve dolayısıyla parametrik testler uygulanabilir. Ailesinde spor yapan 3 kişi ve üzeri kişi sayısı sadece 9'dur ve gruplar arasında ilişkinin incelenmesinde istatistiksel açıdan sıkıntı yaşanmaması için bu grup ailesinde 2 kişi bulunanlar ile birleştirilmiş ve "ailesinde spor yapan 2 ve üzeri kişi sayısı" olarak ele alınmıştır. H8 hipotezinin test edilmesi için parametrik testlerden One Way Anova kullanılmıştır. Test sonucunda gruplar arasında %5 anlamlılık düzeyinde farklılık olmadığı tespit edilmiştir (sig:0,391). Varyanslar homojendir (Levene, sig:0,480). Ailesinde spor yapan başkası olmayanların harcama ortalaması 4.00, 1 kişi olanların ortalaması 4.06, ailesinde spor yapan iki ve üzeri kişi sayısı olanların ortalaması ise 4.07'dir.

**H9. Fiziki Görünüşünden Memnun olma Derecesi ile fiziksel Çevre Kalitesi arasında ilişki bulunmaktadır.**

Örneklemede Skewness ve Kurtosis Değerleri (-2, +2) değerleri arasında bulunmaktadır. Bundan dolayı dağılımın normal kabul edilebilir ve dolayısıyla parametrik testler uygulanabilir. H9 hipotezinin test edilmesi için parametrik testlerden One Way Anova kullanılmıştır. Test sonucunda gruplar arasında %5 anlamlılık düzeyinde farklılık olmadığı tespit edilmiştir (sig:0,615). Fiziksel görünüşünden hiç memnun olmayanların ortalaması 4.06, kısmen memnun olanların harcama ortalaması 4.04 ve tamamen memnun olanların harcama ortalaması da 4.01'dir.

**4.9. Egzersiz Alet ve Ekipman**

Egzersiz alet ve ekipman kalitesi ile demografik veriler arası ilişkilerin incelenmesi amacıyla hipotez testleri uygulanmıştır.

**H1. Yaş ile Egzersiz alet ve ekipman Kalitesi arasında ilişki bulunmaktadır.**

Örneklemede Skewness ve Kurtosis Değerlerinin (-2, +2) değerleri arasında olması nedeniyle dağılımın normal kabul edilebileceğinden hareket edilmiş ve parametrik testlerin uygulanmasına karar verilmiştir. Bu hipotezin test edilmesi amacıyla One Way Anova testi uygulanmış ve gruplar arasında istatistiksel açıdan farklılık olmadığı ortaya çıkmıştır (sig:0,488). 20 ve alt yaş grubunun ortalaması 3.62, 21-30 yaş grubunun ortalaması 3.77, 31-40 yaş grubunun ortalaması 3.72, 41 ve üst yaş grubunun ortalaması ise 3.79'dur.

**H2. Eğitim seviyesi ile Egzersiz alet ve ekipman Kalitesi arasında ilişki bulunmaktadır.**

Örneklemede Skewness ve Kurtosis Değerleri (-2, +2) değerleri arasındadır. Bundan dolayı dağılımın normal kabul edilebilir ve dolayısıyla parametrik testler uygulanabilir. H2 hipotezinin test edilmesi için parametrik testlerden One Way anova kullanılmıştır. Test sonucunda gruplar arasında farklılık olmadığı tespit edilmiştir

(sig:0,623). Ortaokul mezunlarının ortalaması, Lise mezunlarının ortalaması 3.59, önlisans mezunlarının ortalaması 3.80, lisans mezunlarının ortalaması 3.75, yüksek lisans ve üstü mezunlarının ortalaması ise 3.69'dır.

### **H3. Gelir ile Egzersiz alet ve ekipman Kalitesi arasında ilişki bulunmaktadır.**

Örnekleme Skewness ve Kurtosis Değerleri (-2, +2) değerleri arasında bulunmaktadır. Bundan dolayı dağılımın normal kabul edilebilir ve dolayısıyla parametrik testler uygulanabilir. H3 hipotezinin test edilmesi için parametrik testlerden One Way Anova tercih edilmiştir. Test sonucunda gruplar arasında farklılık olmadığı tespit edilmiştir (sig:0,437). 2000 TL altı gelir grubunun ortalaması 3.79, 2001-3000 TL gelir grubunun ortalaması 3.69, 3001-4000 TL gelir grubunun ortalaması 3.76, 4001-5000 TL gelir grubunun ortalaması 3.77, 5001 TL ve üstü gelir grubunun ortalaması ise 3.84'dur.

### **H4. Medeni durum ile Egzersiz alet ve ekipman Kalitesi arasında ilişki bulunmaktadır.**

Örnekleme Skewness ve Kurtosis Değerleri (-2, +2) değerleri arasında olduğundan parametrik testler uygulanmalıdır. Ancak bu sefer iki grup arası farklılık araştırıldığından Independent Sample T test tercih edilmiştir. Evlilerin ortalaması 3.66 iken bekarların ortalaması 3.77'dir. Varyanslar homojen dağılmıştır (sig:0.620). Independent Sample T test sonucu evli ve bekarlar arasında %5 anlamlılık düzeyinde önemli bir farklılık bulunmadığını ortaya çıkarmıştır (sig:0.829).

### **H5. Düzenli Spor Yapma ile Egzersiz alet ve ekipman Kalitesi arasında ilişki bulunmaktadır.**

Örnekleme Skewness ve Kurtosis Değerleri (-2, +2) değerleri arasında bulunmaktadır. Bundan dolayı dağılımın normal kabul edilebilir ve dolayısıyla parametrik testler uygulanabilir. H5 hipotezinin test edilmesi için parametrik testlerden One Way Anova kullanılmıştır. Test sonucunda gruplar arasında %5 anlamlılık düzeyinde farklılık olmadığı tespit edilmiştir (sig:0,674). Haftada bir kez spor yapanların ortalaması 3.79, Haftada 2-3 kez yapanların ortalaması 3.71, haftada

4 ve daha fazla kez yapanların ortalaması 3.77 ve her gün yapanların ortalaması 3.68'dir.

#### **H6. Cinsiyet ile Egzersiz alet ve ekipman Kalitesi arasında ilişki bulunmaktadır.**

Örnekleme Skewness ve Kurtosis Değerleri (-2, +2) değerleri arasında olduğundan parametrik testler uygulanmalıdır. Ancak bu sefer iki grup arası farklılık araştırıldığından Independent Sample T test tercih edilmiştir. Erkeklerin ortalaması 3.74 iken kadınların ortalaması 3.67'dir. Varyanslar homojen dağılmıştır (sig:0.910). Independent Sample T test sonucu erkek ve kadınlar arasında %5 anlamlılık düzeyinde önemli bir farklılık bulunmadığını ortaya çıkarmıştır (sig:0.238).

#### **H7. Spor Yapma Süresi ile Egzersiz alet ve ekipman Kalitesi arasında ilişki bulunmaktadır.**

Örnekleme Skewness ve Kurtosis Değerleri (-2, +2) değerleri arasında bulunmaktadır. Bundan dolayı dağılımın normal kabul edilebilir ve dolayısıyla parametrik testler uygulanabilir. H7 hipotezinin test edilmesi için parametrik testlerden One Way Anova kullanılmıştır. Test sonucunda gruplar arasında %5 anlamlılık düzeyinde farklılık olmadığı tespit edilmiştir (sig:0,456). 1 yıl veya daha az yapanların ortalaması 3.76, bir yıldan fazla üç yıl arası spor yapanların ortalaması 3.62, üç yıldan fazla spor yapanların ortalaması ise 3.73'dir.

#### **H8. Ailesinde Spor yapan kişi sayısı ile Egzersiz alet ve ekipman Kalitesi arasında ilişki bulunmaktadır.**

Örnekleme Skewness ve Kurtosis Değerleri (-2, +2) değerleri arasında bulunmaktadır. Bundan dolayı dağılımın normal kabul edilebilir ve dolayısıyla parametrik testler uygulanabilir. Ailesinde spor yapan 3 kişi ve üzeri kişi sayısı sadece 9'dur ve gruplar arasında ilişkinin incelenmesinde istatistiksel açıdan sıkıntı yaşanmaması için bu grup ailesinde 2 kişi bulunanlar ile birleştirilmiş ve "ailesinde spor yapan 2 ve üzeri kişi sayısı" olarak ele alınmıştır. H8 hipotezinin test edilmesi için parametrik testlerden One Way Anova kullanılmıştır. Test sonucunda gruplar arasında %5 anlamlılık düzeyinde farklılık olmadığı tespit edilmiştir (sig:0,764).

Varyanslar homojendir (Levene, sig:0,411). Ailesinde spor yapan başkası olmayanların harcama ortalaması 3.77, 1 kişi olanların ortalaması 3,69, ailesinde spor yapan iki ve üzeri kişi sayısı olanların ortalaması ise 3,71'dir.

**H9. Fiziki Görünüşünden Memnun olma Derecesi ile Egzersiz alet ve ekipman Kalitesi arasında ilişki bulunmaktadır.**

Örneklemede Skewness ve Kurtosis Değerleri (-2, +2) değerleri arasında bulunmaktadır. Bundan dolayı dağılımın normal kabul edilebilir ve dolayısıyla parametrik testler uygulanabilir. H9 hipotezinin test edilmesi için parametrik testlerden One Way Anova kullanılmıştır. Test sonucunda gruplar arasında %5 anlamlılık düzeyinde farklılık olmadığı tespit edilmiştir (sig:0,654). Fiziksel görünüşünden hiç memnun olmayanların ortalaması 3.81, kısmen memnun olanların harcama ortalaması 3.71 ve tamamen memnun olanların harcama ortalaması da 3.63'dir.

**4.10. Egzersiz Alet ve Ekipman**

Program kalitesi ile demografik veriler arası ilişkilerin incelenmesi amacıyla hipotez testleri uygulanmıştır.

**H1. Yaş ile Program Kalitesi arasında ilişki bulunmaktadır.**

Örneklemede Skewness ve Kurtosis Değerlerinin (-2, +2) değerleri arasında olması nedeniyle dağılımın normal kabul edilebileceğinden hareket edilmiş ve parametrik testlerin uygulanmasına karar verilmiştir. Bu hipotezin test edilmesi amacıyla One Way Anova testi uygulanmış ve gruplar arasında istatistiksel açıdan farklılık olmadığı ortaya çıkmıştır (sig:0,938). 20 ve alt yaş grubunun ortalaması 3.95, 21-30 yaş grubunun ortalaması 3.87, 31-40 yaş grubunun ortalaması 3.83, 41 ve üst yaş grubunun ortalaması ise 3.88'dir.

## **H2. Eğitim seviyesi ile Program Kalitesi arasında ilişki bulunmaktadır.**

Örneklemede Skewness ve Kurtosis Değerleri (-2, +2) değerleri arasındadır. Bundan dolayı dağılımın normal kabul edilebilir ve dolayısıyla parametrik testler uygulanabilir. H2 hipotezinin test edilmesi için parametrik testlerden One Way anova kullanılmıştır. Test sonucunda gruplar arasında farklılık olmadığı tespit edilmiştir (sig:0,311). Ortaokul mezunlarının ortalaması, Lise mezunlarının ortalaması 3.99, önlisans mezunlarının ortalaması 3.77, lisans mezunlarının ortalaması 3.88, yüksek lisans ve üstü mezunlarının ortalaması ise 3.76'dır.

## **H3. Gelir ile Program Kalitesi arasında ilişki bulunmaktadır.**

Örneklemede Skewness ve Kurtosis Değerleri (-2, +2) değerleri arasında bulunmaktadır. Bundan dolayı dağılımın normal kabul edilebilir ve dolayısıyla parametrik testler uygulanabilir. H3 hipotezinin test edilmesi için parametrik testlerden One Way Anova tercih edilmiştir. Test sonucunda gruplar arasında farklılık olmadığı tespit edilmiştir (sig:0,822). 2000 TL altı gelir grubunun ortalaması 3.75, 2001-3000 TL gelir grubunun ortalaması 3.88, 3001-4000 TL gelir grubunun ortalaması 3.96, 4001-5000 TL gelir grubunun ortalaması 4.00, 5001 TL ve üstü gelir grubunun ortalaması ise 3.86'dur.

## **H4. Medeni durum ile Program Kalitesi arasında ilişki bulunmaktadır.**

Örneklemede Skewness ve Kurtosis Değerleri (-2, +2) değerleri arasında olduğundan parametrik testler uygulanmalıdır. Ancak bu sefer iki grup arası farklılık araştırıldığından Independent Sample T test tercih edilmiştir. Evlilerin ortalaması 3.86 iken bekarların ortalaması 3.95'dir. Varyanslar homojen dağılmıştır (sig:0.564). Independent Sample T test sonucu evli ve bekarlar arasında %5 anlamlılık düzeyinde önemli bir farklılık bulunmadığını ortaya çıkarmıştır (sig:0.361).

## **H5. Düzenli Spor Yapma ile Program Kalitesi arasında ilişki bulunmaktadır.**

Örneklemede Skewness ve Kurtosis Değerleri (-2, +2) değerleri arasında bulunmaktadır. Bundan dolayı dağılımın normal kabul edilebilir ve dolayısıyla

parametrik testler uygulanabilir. H5 hipotezinin test edilmesi için parametrik testlerden One Way Anova kullanılmıştır. Test sonucunda gruplar arasında %5 anlamlılık düzeyinde farklılık olmadığı tespit edilmiştir (sig:0,783). Haftada bir kez spor yapanların ortalaması 3.89, Haftada 2-3 kez yapanların ortalaması 3.81, haftada 4 ve daha fazla kez yapanların ortalaması 3.86 ve her gün yapanların ortalaması 4.01'dir.

#### **H6. Cinsiyet ile Program Kalitesi arasında ilişki bulunmaktadır.**

Örnekleme Skewness ve Kurtosis Değerleri (-2, +2) değerleri arasında olduğundan parametrik testler uygulanmalıdır. Ancak bu sefer iki grup arası farklılık araştırıldığından Independent Sample T test tercih edilmiştir. Erkeklerin ortalaması 3.86 iken kadınların ortalaması 3.94'dir. Varyanslar homojen dağılmıştır (sig:0.619). Independent Sample T test sonucu erkek ve kadınlar arasında %5 anlamlılık düzeyinde önemli bir farklılık bulunmadığını ortaya çıkarmıştır (sig:0.562).

#### **H7. Spor Yapma Süresi ile Program Kalitesi arasında ilişki bulunmaktadır.**

Örnekleme Skewness ve Kurtosis Değerleri (-2, +2) değerleri arasında bulunmaktadır. Bundan dolayı dağılımın normal kabul edilebilir ve dolayısıyla parametrik testler uygulanabilir. H7 hipotezinin test edilmesi için parametrik testlerden One Way Anova kullanılmıştır. Test sonucunda gruplar arasında %5 anlamlılık düzeyinde farklılık olmadığı tespit edilmiştir (sig:0,382). 1 yıl veya daha az yapanların ortalaması 3.86, bir yıldan fazla üç yıl arası spor yapanların ortalaması 3.92, üç yıldan fazla spor yapanların ortalaması ise 3.93'dir.

#### **H8. Ailesinde Spor yapan kişi sayısı ile Program Kalitesi arasında ilişki bulunmaktadır.**

Örnekleme Skewness ve Kurtosis Değerleri (-2, +2) değerleri arasında bulunmaktadır. Bundan dolayı dağılımın normal kabul edilebilir ve dolayısıyla parametrik testler uygulanabilir. Ailesinde spor yapan 3 kişi ve üzeri kişi sayısı sadece 9'dur ve gruplar arasında ilişkinin incelenmesinde istatistiksel açıdan sıkıntı yaşanmaması için bu grup ailesinde 2 kişi bulunanlar ile birleştirilmiş ve "ailesinde

spor yapan 2 ve üzeri kişi sayısı” olarak ele alınmıştır. H8 hipotezinin test edilmesi için parametrik testlerden One Way Anova kullanılmıştır. Test sonucunda gruplar arasında %5 anlamlılık düzeyinde farklılık olmadığı tespit edilmiştir (sig:0,751). Varyanslar homojendir (Levene, sig:0,467). Ailesinde spor yapan başkası olmayanların harcama ortalaması 3.87, 1 kişi olanların ortalaması 3.80, ailesinde spor yapan iki ve üzeri kişi sayısı olanların ortalaması ise 3,91’dir.

**H9. Fiziki Görünüşünden Memnun olma Derecesi ile Program Kalitesi arasında ilişki bulunmaktadır.**

Örnekleme Skewness ve Kurtosis Değerleri (-2, +2) değerleri arasında bulunmaktadır. Bundan dolayı dağılımın normal kabul edilebilir ve dolayısıyla parametrik testler uygulanabilir. H9 hipotezinin test edilmesi için parametrik testlerden One Way Anova kullanılmıştır. Test sonucunda gruplar arasında %5 anlamlılık düzeyinde farklılık olmadığı tespit edilmiştir (sig:0,549). Fiziksel görünüşünden hiç memnun olmayanların ortalaması 3.87, kısmen memnun olanların harcama ortalaması 3.93 ve tamamen memnun olanların harcama ortalaması da 3.96’dır.

**4.11. Ortam Koşulları Kalitesi**

Ortam Koşulları ile demografik veriler arası ilişkilerin incelenmesi amacıyla hipotez testleri uygulanmıştır.

**H1. Yaş ile Ortam Koşulları Kalitesi arasında ilişki bulunmaktadır.**

Örnekleme Skewness ve Kurtosis Değerlerinin (-2, +2) değerleri arasında olması nedeniyle dağılımın normal kabul edilebileceğinden hareket edilmiş ve parametrik testlerin uygulanmasına karar verilmiştir. Bu hipotezin test edilmesi amacıyla One Way Anova testi uygulanmış ve gruplar arasında istatistiksel açıdan farklılık olmadığı ortaya çıkmıştır (sig:0,338). 20 ve alt yaş grubunun ortalaması 4.01, 21-30 yaş grubunun ortalaması 3.88, 31-40 yaş grubunun ortalaması 3.92, 41 ve üst yaş grubunun ortalaması ise 3.97’dur.

**H2. Eğitim seviyesi ile Ortam Koşulları Kalitesi arasında ilişki bulunmaktadır.**

Örnekleme Skewness ve Kurtosis Değerleri (-2, +2) değerleri arasındadır. Bundan dolayı dağılımın normal kabul edilebilir ve dolayısıyla parametrik testler uygulanabilir. H2 hipotezinin test edilmesi için parametrik testlerden One Way anova kullanılmıştır. Test sonucunda gruplar arasında farklılık olmadığı tespit edilmiştir (sig:0,391). Ortaokul mezunlarının ortalaması, Lise mezunlarının ortalaması 3.97, önlisans mezunlarının ortalaması 3.86, lisans mezunlarının ortalaması 3.99, yüksek lisans ve üstü mezunlarının ortalaması ise 4.01'dir.

**H3. Gelir ile Ortam Koşulları arasında Kalitesi ilişki bulunmaktadır.**

Örnekleme Skewness ve Kurtosis Değerleri (-2, +2) değerleri arasında bulunmaktadır. Bundan dolayı dağılımın normal kabul edilebilir ve dolayısıyla parametrik testler uygulanabilir. H3 hipotezinin test edilmesi için parametrik testlerden One Way Anova tercih edilmiştir. Test sonucunda gruplar arasında farklılık olmadığı tespit edilmiştir (sig:0,751). 2000 TL altı gelir grubunun ortalaması 3.94, 2001-3000 TL gelir grubunun ortalaması 4.04, 3001-4000 TL gelir grubunun ortalaması 3.98, 4001-5000 TL gelir grubunun ortalaması 3.92, 5001 TL ve üstü gelir grubunun ortalaması ise 3.88'dur.

**H4. Medeni durum ile Ortam Koşulları Kalitesi arasında ilişki bulunmaktadır.**

Örnekleme Skewness ve Kurtosis Değerleri (-2, +2) değerleri arasında olduğundan parametrik testler uygulanmalıdır. Ancak bu sefer iki grup arası farklılık araştırıldığından Independent Sample T test tercih edilmiştir. Evlilerin ortalaması 3.97 iken bekarların ortalaması 3.95'dir. Varyanslar homojen dağılmıştır (sig:0.349). Independent Sample T test sonucu evli ve bekarlar arasında %5 anlamlılık düzeyinde önemli bir farklılık bulunmadığını ortaya çıkarmıştır (sig:0.592).

**H5. Düzenli Spor Yapma ile Ortam Koşulları Kalitesi arasında ilişki bulunmaktadır.**

Örnekleme Skewness ve Kurtosis Değerleri (-2, +2) değerleri arasında bulunmaktadır. Bundan dolayı dağılımın normal kabul edilebilir ve dolayısıyla parametrik testler uygulanabilir. H5 hipotezinin test edilmesi için parametrik testlerden One Way Anova kullanılmıştır. Test sonucunda gruplar arasında %5 anlamlılık düzeyinde farklılık olmadığı tespit edilmiştir (sig:0,901). Haftada bir kez spor yapanların ortalaması 3.91, Haftada 2-3 kez yapanların ortalaması 3.98, haftada 4 ve daha fazla kez yapanların ortalaması 4.01 ve her gün yapanların ortalaması 3.99'dır.

**H6. Cinsiyet ile Ortam Koşulları Kalitesi arasında ilişki bulunmaktadır.**

Örnekleme Skewness ve Kurtosis Değerleri (-2, +2) değerleri arasında olduğundan parametrik testler uygulanmalıdır. Ancak bu sefer iki grup arası farklılık araştırıldığından Independent Sample T test tercih edilmiştir. Erkeklerin ortalaması 3.97 iken kadınların ortalaması 3.94'dır. Varyanslar homojen dağılmıştır (sig:0.440). Independent Sample T test sonucu erkek ve kadınlar arasında %5 anlamlılık düzeyinde önemli bir farklılık bulunmadığını ortaya çıkarmıştır (sig:0.222).

**H7. Spor Yapma Süresi ile Ortam Koşulları Kalitesi arasında ilişki bulunmaktadır.**

Örnekleme Skewness ve Kurtosis Değerleri (-2, +2) değerleri arasında bulunmaktadır. Bundan dolayı dağılımın normal kabul edilebilir ve dolayısıyla parametrik testler uygulanabilir. H7 hipotezinin test edilmesi için parametrik testlerden One Way Anova kullanılmıştır. Test sonucunda gruplar arasında %5 anlamlılık düzeyinde farklılık olmadığı tespit edilmiştir (sig:0,829). 1 yıl veya daha az yapanların ortalaması 3.99, bir yıldan fazla üç yıl arası spor yapanların ortalaması 3.90, üç yıldan fazla spor yapanların ortalaması ise 3.98'dir.

**H8. Ailesinde Spor yapan kişi sayısı ile Ortam Koşulları Kalitesi arasında ilişki bulunmaktadır.**

Örneklemede Skewness ve Kurtosis Değerleri (-2, +2) değerleri arasında bulunmaktadır. Bundan dolayı dağılımın normal kabul edilebilir ve dolayısıyla parametrik testler uygulanabilir. Ailesinde spor yapan 3 kişi ve üzeri kişi sayısı sadece 9'dur ve gruplar arasında ilişkinin incelenmesinde istatistiksel açıdan sıkıntı yaşanmaması için bu grup ailesinde 2 kişi bulunanlar ile birleştirilmiş ve "ailesinde spor yapan 2 ve üzeri kişi sayısı" olarak ele alınmıştır. H8 hipotezinin test edilmesi için parametrik testlerden One Way Anova kullanılmıştır. Test sonucunda gruplar arasında %5 anlamlılık düzeyinde farklılık olmadığı tespit edilmiştir (sig:0,330). Varyanslar homojendir (Levene, sig:0,295). Ailesinde spor yapan başkası olmayanların harcama ortalaması 3.91, 1 kişi olanların ortalaması 3.96, ailesinde spor yapan iki ve üzeri kişi sayısı olanların ortalaması ise 3,99'dır.

**H9. Fiziki Görünüşünden Memnun olma Derecesi ile Ortam Koşulları Kalitesi arasında ilişki bulunmaktadır.**

Örneklemede Skewness ve Kurtosis Değerleri (-2, +2) değerleri arasında bulunmaktadır. Bundan dolayı dağılımın normal kabul edilebilir ve dolayısıyla parametrik testler uygulanabilir. H9 hipotezinin test edilmesi için parametrik testlerden One Way Anova kullanılmıştır. Test sonucunda gruplar arasında %5 anlamlılık düzeyinde farklılık olmadığı tespit edilmiştir (sig:0,496). Fiziksel görünüşünden hiç memnun olmayanların ortalaması 3.97, kısmen memnun olanların harcama ortalaması 3.93 ve tamamen memnun olanların harcama ortalaması da 3.94'dır.

#### **4.12. Korelasyon Analizi**

Algılanan Hizmet Kalitesi (AHK), Etkileşim Kalitesi (EK), Çıktı Kalitesi (ÇK), Fiziksel Çevre Kalitesi (FÇK), Egzersiz Alet ve Ekipman Kalitesi (EAEK), Program Kalitesi (PK) ve Ortam Koşulları Kalitesi (OKK) hakkında korelasyon analizi yapılmış ve sonuçları Tablo 4.21'de paylaşılmıştır.

**Tablo 4.21. Hizmet Kalitesi Korelasyon Analizi**

	AHK	EK	ÇK	FÇK	EAEK	PK	OKK
AHK	1 0.000	0.607** 0.000	0.492** 0.000	0.549** 0.000	0.344** 0.000	0.495** 0.000	0.365** 0.000
EK	0.607** 0.000	1	0.739** 0.000	0.591** 0.000	0.724** 0.000	0.562** 0.000	0.622** 0.000
ÇK	0.492** 0.000	0.739** 0.000	1	0.811** 0.000	0.482** 0.000	0.293** 0.000	0.433** 0.000
FÇK	0.549** 0.000	0.591** 0.000	0.811** 0.000	1	0.563** 0.000	0.498** 0.000	0.829** 0.000
EAEK	0.344** 0.000	0.724** 0.000	0.482** 0.000	0.563** 0.000	1	0.302** 0.000	0.428** 0.000
PK	0.495** 0.000	0.562** 0.000	0.293** 0.000	0.498** 0.000	0.302** 0.000	1	0.555** 0.000
OKK	0.365** 0.000	0.622** 0.000	0.433** 0.000	0.829** 0.000	0.428** 0.000	0.555** 0.000	1

Korelasyon katsayısının 0.80 üzeri olması çok kuvvetli ilişkiyi; 0.60 ile 0.80 arasında olması kuvvetli ilişkiyi ifade ederken, 0.40 ile 0.60 arasında olması orta dereceli ilişkiyi; 0.20 ile 0.40 arasında olması durumunda zayıf ilişki durumu mevcuttur (Küçük, 2016, s.250).

Bu durumda AHK ile EK; EK ile ÇK; EK ile EAEK; EK ile OKK; arasında güçlü ilişki vardır. ÇK ile FÇK ve FÇK ile OKK arasında ise çok güçlü ilişki mevcuttur. AHK ile PK; EK ile FÇK; EK ile PK; ÇK ile AHK; ÇK ile EAEK; ÇK ile OKK; FÇK ile AHK; FÇK ile EK; FÇK ile EAEK; FÇK ile PK; EAEK ile OKK; PK ile OKK arasında güçlü ilişki bulunmaktadır. AHK ile EAEK; ÇK ile PK; EAEK ile PK arasında zayıf yönlü ilişki bulunmaktadır.

## 5 TARTIŞMA ve SONUÇ

Bireyler gerek günlük hayatlarında gerekse çalışma hayatlarında birçok sorunla karşı karşıya kalmaktadırlar. Bu sorunlarla etkin mücadele için zinde ve sağlıklı olmaları gerekmektedir. Bu zinde ve sağlıklı olma durumu ise en kolay ve en hızlı spor faaliyetleriyle sağlanabilmektedir. Spor faaliyetlerinin yapılabilirliği noktasında ulaşım, zaman, vb sorunlar bireyleri özel fitness merkezlerine yöneltmektedir. Özel fitness merkezleri ücretli olmaları nedeniyle bireylerin spor ekonomisine katkı yaptığı önemli merkezler arasında yer almaktadır. Ekonomik büyüme, teknoloji ile beraber insanlar daha az hareket etmekte ve kilo almaktadır. Özel fitness merkezi üyelerinin toplam bireysel senelik spor harcamalarına etki eden değişkenler belirlenerek, bu değişkenlerle ilgili çözümler üretilirse toplumun obezleşmesinin önüne geçilebileceği düşünülmektedir.

Özel fitness merkezi üyelerinin toplam bireysel senelik spor giderlerinin bazı demografik değişkenlere göre ve diğer etkenlere göre gösterdiği farklılığın anlamlı olduğu sonucuna varılmıştır. Ortaya çıkan farklılığın kişilerin yaşı, öğrenim düzeyleri, ailelerinin maddi kazançları, evli-bekar olma durumları, iş durumu, tercih ettikleri spor ve düzenli olarak spor yapmalarının etkisinin olduğu anlaşılmıştır.

Araştırma tabakalı örnekleme yöntemi kullanılarak göre oluşturularak dağılımı yapılan ve 2019 yılında Kastamonu’da çalışan 10 özel fitness merkezi üyesi olan 192 kişi ile yürütülmüştür. Diğer bir deyişle çalışma Kastamonu merkezindeki Fitness Salonu müşterileri ile kısıtlıdır. Başka yörelerde yapılacak çalışmalarda kültür, gelişmişlik farkı gibi unsurlardan dolayı farklı sonuçlara ulaşılabilir. Araştırmanın yapıldığı zamandan sonra ortaya çıkan pandemi koşulları da araştırma sonuçlarında farklılıklara neden olabilir.

Katılımcıların %65,10’u erkek iken katılımcıların %39,06’sı 21-30 yaş grubundadır. İkinci sıradaki yaş grubu ise %24,47 ile 31-40 yaş grubudur. Katılımcıların eğitim seviyesinin oldukça yüksek olduğu görülmektedir. Katılımcıların %61,88’i önlisans, lisans ve lisansüstü eğitim almıştır. Araştırmaya katılanların sadece %8,33’ü aylık 2000 TL’den (söz konusu tarihteki asgari ücret) daha düşük gelire sahiptir. Fitness

salonu ücretleri, spor yapma maliyetleri nedeniyle katılımcıların belirli gelir seviyesinin üzerinde olması beklenen bir sonuçtur. Araştırmaya katılanların %73,84'ü 10 seneden daha kısa süredir Fitness salonunda çalışmaktadır. Katılımcıların çoğunluğu (%65,52'si) bekarlardan oluşmaktadır. Katılımcılar haftanın bazı günleri (%41,08'i haftada iki veya üç gün; %45,76'sı haftada dört-beş-altı gün) spor yapmaktadır. Katılımcıların 62,92'si fitness salonunun kendilerine sunduğu imkanlardan oldukça memnun olduğunu; %48,88'i de fiziksel görünümlelerinden oldukça memnun olduklarını belirtmişlerdir. Katılımcıların spora yaptıkları ortalama harcama tutarı 1332,25 TL'dir. Bu sonuç Spor harcamalarının Kastamonu il ekonomisi açısından önemli olduğunu doğrulamaktadır.

Spora yapılan bireysel harcama tutarlarının demografik değişkenlere göre değişip değişmediği araştırılmıştır. Skewness ve Kurtosis değerlerinden veri setinin normal dağılım gösterdiği kabul edilmiş ve parametrik testler uygulanmıştır. Buna göre 20 yaş ve altındaki katılımcılar ile a)21-30 yaş grubu ve b) 31-40 yaş grubu arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir fark bulunmaktadır. 20 yaşından gençler, diğer yaş gruplarından anlamlı biçimde spora daha az harcama yapmaktadır. Gelecekteki çalışmalarda bunun diğer yer, zaman vb koşullarda geçerli olup olmadığı araştırılmalı ve eğer gençlerin spora daha az önem verdiği sonucuna ulaşırsa gençleri spora yönlendirmek için gereken önlemler alınmalıdır.

Bir diğer önemli sonuç ta ortaokul mezunlarının spora yaptıkları harcamanın lisansüstü eğitim yapanlara göre istatistiksel açıdan anlamlı biçimde düşük olmasıdır. Ortaokul mezunlarının spora yaptıkları harcamanın diğer eğitim seviyelerinden -%5 anlamlılık seviyesinde olmasa bile- daha düşük olduğu gözlenmiştir. Bu sonuç ile ilgili de yeni araştırmaların yapılması gerekliliği mevcuttur.

Katılımcıların gelir seviyesinin de spora yapılan harcamaları etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. Buna göre 2000 TL altında gelir kazananların diğer gelir gruplarına göre anlamlı biçimde daha düşük spor harcaması yaptıkları tespit edilmiştir. Spor zorunlu mal değildir. Dolayısıyla düşük gelirli kesimin spora daha az kaynak ayırması anlaşılabilir.

Cinsiyet, medeni durum, spor yapma süresi, ailede spor yapan kişi sayısına göre spor harcamalarında anlamlı fark olup olmadığı incelenmiş ve %5 düzeyinde anlamlı fark olmadığı ortaya çıkmıştır.

Haftada bir kez spor yapanların spor harcamaları ile daha fazla gün spor yapanların spor harcamaları arasında anlamlı bir fark tespit edilmiştir. Haftada bir kez spor yapanların spor harcamaları diğerlerine göre daha düşüktür.

Ayrıca katılımcıların müşteri memnuniyetini ölçmek amacıyla Uçan (2007) çalışmasından alınan ölçek kullanılmıştır. Gerçekleştirilen faktör analizi sonucunda altı boyut bulunmuştur ki bu sonuç Uçan (2007) çalışmasını doğrulamıştır. Bu boyutlar; Etkileşim Kalitesi, Çıktı Kalitesi, Fiziksel Çevre Kalitesi, Egzersiz Alet-ekipmanları kalitesi, program kalitesi ve ortam koşulları kalitesi boyutlarıdır.

Algılanan hizmet kalitesi ve alt boyutlarının 3.67 üzerinde olduğu yani yüksek seviyede olduğu görülmüştür. Algılanan Hizmet Kalitesi (3.91), Etkileşim Kalitesi (3.88), Çıktı Kalitesi (3.97), Fiziksel Çevre Kalitesi (4.04), Egzersiz alet ve ekipman kalitesi (3.72), Program Kalitesi (3.89), Ortam Koşulları (3.96)... Bu sonuçlar katılımcıların Fitness salonlarının hizmet kalitesinden yüksek derecede memnun olduklarını doğrulamaktadır.

Yaş, eğitim seviyesi, gelir, medeni durum, düzenli spor yapma, cinsiyet, spor yapma süresi, ailesinden spor yapan kişi sayısına göre algılanan hizmet kalitesinde farklılık olup olmadığı test edilmiş ve farklılık olmadığı görülmüştür. Buna karşın fiziksel görünüşünden hiç memnun olmayanlar ile kısmen memnun olanlar arasında istatistiksel açıdan anlamlı fark tespit edilmiştir. Fiziksel görünüşünden memnun olmayanların algıladığı hizmet kalitesinin daha düşük olduğu gözlenmiştir.

Algılanan hizmet kalitesinin alt boyutları arasındaki ilişki korelasyon analizi ile incelenmiştir. Bu analiz sonucunda alt boyutlar arasında anlamlı ilişkiler tespit edilmiştir. Korelasyon analizi sonucunda AHK ile EK; EK ile ÇK; EK ile EAEK; EK ile OKK; arasında güçlü ilişki vardır. ÇK ile FÇK ve FÇK ile OKK arasında ise çok güçlü ilişki mevcuttur. AHK ile PK; EK ile FÇK; EK ile PK; ÇK ile AHK; ÇK ile EAEK; ÇK ile OKK; FÇK ile AHK; FÇK ile EK; FÇK ile EAEK; FÇK ile PK; EAEK

ile OKK; PK ile OKK arasında güçlü ilişki bulunmaktadır. AHK ile EAEK; ÇK ile PK; EAEK ile PK arasında zayıf yönlü ilişki bulunmaktadır. (Algılanan Hizmet Kalitesi (AHK), Etkileşim Kalitesi (EK), Çıktı Kalitesi (ÇK), Fiziksel Çevre Kalitesi (FÇK), Egzersiz Alet ve Ekipman Kalitesi (EAEK), Program Kalitesi (PK) ve Ortam Koşulları Kalitesi (OKK)).

Gelecekte spor harcamalarının ülke ve il ekonomisi açısından taşıdığı önemin araştırılması mümkündür. Böylece zaman ve yer kısıtları değiştirildiğinde elde edilen sonuçlar karşılaştırılabilir ve spor harcamalarının ülke ekonomisi açısından önemi hakkında daha net fikir elde edilebilecektir. Ayrıca diğer illerde gerçekleştirilecek fitness salonlarında algılanan müşteri memnuniyeti de ölçülebilir. Genel olarak spor ekonomisi hakkında yapılacak bilimsel araştırmaların sayısının artırılmasının önemi görülmektedir.

## KAYNAKÇA

- AKKURT, M., & ŞİNOFOROĞLU, T. RÖNESANS'TAN AYDINLANMA'YA BEDENİN EĞİTİMİ. *SPORMETRE Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 18(3), 14-30.
- Altun, M., BİRTÜRK, A., & SOYKAN, A. (2020). Türkiye ve Dünyada Fitness Salonu Müşteri Beklentileri: Sistematik Bir Derleme. *Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Spor Bilimleri Dergisi*, 3(1), 34-47.
- ALTUN EKİZ, M., & KIZILKAYA, H. T. (2020). SPOR MARKALARI VE ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNİN MARKA TERCİHLERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA. *Journal of Physical Education & Sports Science/Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 14(1).
- Altunışık, R., Coşkun R, Bayraktaroğlu, S. & Yıldırım, E. (2002). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri*. (2. Basım). Sakarya: Sakarya Kitabevi.
- Anadolu Ajansı (2020). <https://www.aa.com.tr/tr/dunya/super-bowldan-abd-ekonomisine-17-milyar-dolarlik-rekor-katki-bekleniyor/1720998>
- Anadolu Ajansı (2021). <https://www.aa.com.tr/tr/spor/turkiyede-lisansli-kadin-sporcu-sayisi-25-kat-artti/1756702>
- Arslan, E. (2014). Bütçe Politikalarının Spor Alanında Sunulan Hizmetler Üzerindeki Etkisinin İncelenmesi ve Değerlendirilmesi. *Hak İş Uluslararası Emek ve Toplum Dergisi*, 3 (5), 110-131.
- Atalay, A. & Ay, S. (1996). *Spor Faaliyetlerinin Ekonomik Faaliyetlerle İlişkisi*. IV. Spor Bilimleri Kongresi. Hacettepe Üniversitesi. Ankara.
- AYDIN, A. (2019). Fitnes Salonu Kullanan Bireylerin Fiziksel Aktivitelerine Etki Eden Faktörler (Yalova Örneği). *Spor Eğitim Dergisi*, 3(1), 54-68.
- Balcı, V. (1999). *Spor Etkinliklerinin Planlanması ve Yönetimi*. (1.Basım). Ankara: Bağırhan Yayinevi.
- Balcı, V. (2005). *Spor Pazarlaması Kavramlar-Yöntemler-Örnekler*. 1.Basım. Ankara: Bağırhan Yayinevi.
- Bayar, P. (2010). Türkiye’de Spor Psikolojisinin Gelişimi. *Sportmetre Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*. VIII(4), 131-136

- Biçer, S. (1994). *Spor Yönetimi, Organizasyonu, Ekonomik Bir Birim Olarak Spor İşletmeleri ve Uygulamadan Bir Örnek*. Yayınlanmamış doktora tezi. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Bingöl, A. (2010). *Spor Merkezlerine Devam Eden Bireylerin Spordan ve Spor Merkezlerinden Beklentilerinin Karşılama Düzeyleri*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi. Karadeniz Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Trabzon
- Cerrahoğlu, N. (2016). Spor ekonomisi bilim dalının gelişim analizi. *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 14(27), 309-329.
- Ceylan, L., Uzun, R.N., Gül, O., Gül, M. & Çebi, M. (2020). Türk Spor Politikasının Tarihsel Gelişimi: Devlet ve Spor. [https://www.researchgate.net/profile/Oguzhan-Guel-3/publication/345344748\\_TURK\\_SPOR\\_POLITIKASININ\\_TARIHSEL\\_GELISIMI\\_DEVLET\\_VE\\_SPOR/links/5fa45de5299bf10f73288dd9/TUeRK-SPOR-POLITIKASININ-TARIHSEL-GELISIMI-DEVLET-VE-SPOR.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Oguzhan-Guel-3/publication/345344748_TURK_SPOR_POLITIKASININ_TARIHSEL_GELISIMI_DEVLET_VE_SPOR/links/5fa45de5299bf10f73288dd9/TUeRK-SPOR-POLITIKASININ-TARIHSEL-GELISIMI-DEVLET-VE-SPOR.pdf)
- ÇİMEN, Z., & Meşeci, O. (2019). SPORİTİF BAŞARI HİKAYELERİ SPOR MEDYASI HAKKINDA BİLDİKLERİMİZİ DEĞİŞTİREBİLİR Mİ? KADIN HENTBOLU ÖRNEĞİ. *SPORMETRE Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 17(4), 181-189.
- Çolakoğlu, T , Peçenek, A . (2020). Olimpiyat Oyunlarının Ülke Ekonomilerine Etkileri ve Ekonomik Olarak Karşılaştırılması . *Gazi Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi* , 25 (1) , 1-11
- Çubukcu, G., & KAYMAK, K. N. S. ADİDAS LOGOSUNUN DEĞİŞİM SÜRECİ VE BİR LOGO TASARIM UYGULAMASI VE ÖLÇÜMLENMESİ. *International Journal of Social And Humanities Sciences*, 4(1), 55-70.
- Deloitte Football Money League 2021. <file:///C:/Users/serkan1975/Downloads/deloitte-uk-deloitte-football-money-league-2021.pdf>
- Deniz, Erim (2007). *Türkiye Selçuklu Devleti'nde Spor ve Eğlence Hayatı* (Master's thesis, Afyon Kocatepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü).
- Devecioğlu, S. (2005). Türkiye'de Spor Sektörü Stratejilerinin Geliştirilmesi. *Verimlilik Dergisi*, 2, 117-134.
- Devecioğlu, S. (2004). Sporun Ekonomik Boyutu. *Standart Ekonomik ve Teknik Dergi TSE*, 43(511), 3-38.

- Devecioğlu, S. & oban, B. (2005). Spor Kulüplerinin Sivil Toplum Örgütü Olarak Toplumsal İşlevi. *Siyaset ve Toplum Dergisi*, 3, 81-191.
- Devecioğlu, S. oban, B. & Karakaya, Y.E. (2014). Futbol Yönetimi ve Organizasyonlarının Görünümü. *Spor ve Performans Araştırmaları Dergisi*. 5(1). 35-48
- Dever, A., & İslam, A. (2015). Tarihsel süreç içerisinde Türk kültüründe spor algısı. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 4(5), 46-61.
- Dilek, S , Kesgingöz, H . (2020). Relationship Between Success and Competition: The Analysis of Selected European Football Leagues. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 9 (2), 966-988.
- Dilek, S. & Figan, T. (2017). Ekonomi ile İlgili Temel Kavramlar. İktisada Giriş I. Beta Yayınları
- Dilek, S. (2017). Oyun Teorisi Eşliğinde Sanayi Ekonomisi. Seçkin Yayınları
- Dilek, S. & olakoğlu, N. (2011). The Relationship Between Income and Consumption After Global Financial Crisis. *China-USA Business Review*, 10(12), 1221-1230.
- Doğu, G. & Sunay,H. (2010). Uluslararası İlişkiler ve Spor. *Spormetre Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 8(3), 93-100.
- EKENCİ, G., & Serarlan, M. Z. (1997). GELİŞİM AŞAMALARI BAKIMCIDAN TÜRK SPOR TEŞKİLATI VE DEĞERLENDİRMESİ. *Gazi Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 2(3), 72-81.
- Erten, M.C. (2013). Fitness Salonu Zincirleştirme:V3 Fitness Örneği. Bahçeşehir Üniversitesi SBE Spor Yönetimi Yüksek Lisans Tezi. Danışman: Gülberk Gültekin Salman
- Esentaş, M., Yıldız, K., & Güzel, P. Özel Spor Salonu Müşterilerinin Hizmet Kalitelerinin Bazı Demografik Değişkenler Açısından İncelenmesi. *Sportif Bakış: Spor ve Eğitim Bilimleri Dergisi*, 7(SI1): 11-25
- Eser, F. D. (2015) Üniversite spor tesisleri kullanıcıları memnuniyet düzeyi (Pamukkale üniversitesi spor merkezi örneği (Yüksek Lisans Tezi).
- Eurosport (2020). [https://www.eurosport.com.tr/basketbol/forbes-a-gore-eba-takimlarinin-ekonomik-gelisimi-suruyor\\_sto7661595/story.shtml](https://www.eurosport.com.tr/basketbol/forbes-a-gore-eba-takimlarinin-ekonomik-gelisimi-suruyor_sto7661595/story.shtml)

- Futbolekonomi.com (2021). <http://www.futbolekonomi.com/index.php/haberler-makaleler/genel/126-mete-ikiz/276-futbolun-tarihi-ii.html>
- Gençlik ve Spor Bakanlığı (2021). <https://shgm.gsb.gov.tr/Sayfalar/175/105/Istatistikler>
- GÖLBAŞI, H. (2018). Osmanlı Devleti'nde Spor Tekkeleri. *Iğdir University Journal of Social Sciences*, (15).
- Hürriyet (2019). <https://www.hurriyet.com.tr/ekonomi/kobi/fitness-sektoru-altin-cagini-yasiyor-41175725>
- Hürriyet (2020). <https://www.hurriyet.com.tr/sporarena/yazarlar/koray-durkal/en-cok-konusulan-da-en-cok-kazanan-da-lionel-messi-41613493>
- İmamoğlu, O., & Taşmektepligil, M. Y. (1997). Türk kültüründe spor. *Ondokuz Mayıs Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 10(1), 145-150.
- İmamoğlu, A., Karaoğlu, E. & Erturan, E. (2007). Türkiye'de Spor Kulüplerinin Yapısal Nitelikleri ve Temel Problemleri. *Gazi Beden Eğitimi ve Spor Dergisi*, 12(3), 35-61.
- İmamoğlu, A.F. (2011). Türkiye'de Sporun Yönetsel Yapısı İçinde Spor Federasyonları. *Gazi Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*. XVI (2), 3-10. <https://dergipark.org.tr/en/pub/gbesbd/issue/28051/305074>
- İNAN, H. E., & ÖZEL, Ç. H. (2019). Fitness işletmelerine yönelik e-şikâyetlerin içerik analizi ile incelenmesi. *Spor ve Performans Araştırmaları Dergisi*, 10(3), 282-300.
- İnce, M. (2017). Türk spor basınında asparagas haber ve spor ekonomisine etkileri. *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7(2), 547-563.
- Karahüseyinoğlu, M. F., Ramazanoğlu, F., Nacar, E., Savucu, Y., Ramazanoğlu, M. O. & Altungül, O. (2005). Türkiye'nin Spor Konumunun Bazı Avrupa Ülkeleri ile Karşılaştırılması. *Doğu Anadolu Bölgesi Araştırmaları Dergisi*, 3(3), 75-82.
- Karahüseyinoğlu, M. (2008). Geleneksel Türk Spor Kamuoyunun Profiline Belirlenmesi. *Sport Sciences*, 3(2), 66-74.
- Karamatov, O., Dilek, S. Nematoviç, K. İ. & Kamacı, A. (2019). Futbol Ekonomisi: Kastamonu Üniversitesi Örneği. *Bartın Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 10(20), 238-264.

- Kayhan, R. F., Kalkavan, A., & Terzi, E. Fitness Salonlarında Spor Yapan Bireylerin Egzersiz Bağımlılığı Düzeyleri ve İlişkili Değişkenler. *Bağımlılık Dergisi*, 22(3), 248-256.
- Koruç, Z. & Bayar, P. (1991). *Kitle Spor ve Spor Psikolojisi*. Spor Ahlakı ve Spor Felsefesine Yeni Yaklaşımlar Sempozyumu. İstanbul Üniversitesi, İstanbul.
- Koruç, Z. (1997). Yeni Bir Alan: Spor Psikolojisi. *Türk Psikoloji Bülteni*, 3(4), 43-52.
- Küçük, O. (2016). Bilimsel Araştırma Yöntemleri. Ekin Yayınevi
- Memiş, U.A. & Yıldırım, İ. (2011). Batı Kültürlerinde Kadınların Spora Katılımlarının Tarihsel Gelişimi. *Gazi Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*. XVI(3). 17-26
- MENEVŞE, A. (2019). KAMU VE ÖZEL SEKTÖR BÜNYESİNDEKİ SPOR KULÜPLERİNDE HİZMET ALAN ÜYELERİN PROBLEM VE BEKLENTİLERİ. *Turkish Studies-Social Sciences*, 14(5), 2341-2354.
- Milliyet (2018). <https://www.milliyet.com.tr/skorer/dunya-kupasinin-rus-ekonomisine-katkisi-952-milyar-ruble-2761173>
- Maughan RJ. (1999). Nutritional ergogenic aids and exercise performance. *Nutrition Research Reviews*, 12, 255–280.
- NTVspor (2019). <https://www.ntvspor.net/futbol/ronaldo-dan-162-milyon-euro-luk-sozlesme-5d72b7b6a0ba3806249aac69#:~:text=Cristiano%20Ronaldo%2C%20kul%C3%BCp%20kontratlar%C4%B1n%C4%B1n%20yan%C4%B1nda%20sponsor%20anla%C5%9Fmalar%C4%B1yla%20servetine%20servet%20kat%C4%B1yor.&text=Cristiano%20Ronaldo%2C%20sponsoru%20Nike%20ile,Nike%20ile%20yeni%20s%C3%B6zle%C5%9Fme%20imzalad%C4%B1>
- Öztürk, H. (2010). *Sağlıklı Yaşam ve Spor Merkezi Müşterilerinin Tatmin Düzeylerinin Bazı Demografik Değişkenlerle İlişkinin Karşılaştırılması*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi. Marmara Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- PAPATYA, G., & GENİŞ, M. A. (2013). Futbol sadece bir “Oyun” mu? Futbol ekonomisi ve Uluslararası bahis şirketleri üzerine bir değerlendirme. *Finans Politik ve Ekonomik Yorumlar Dergisi*, 50(577), 45-64.
- Spor Hizmetleri Genel Müdürlüğü (2020). <https://shgm.gsb.gov.tr/Sayfalar/175/105/Istatistikler> tarih: 20.06.2021

- Sunay, H. & Saracaloğlu, A. (2003). Türk Sporcusunun Spordan Beklentileri ile Spora Yönelten Unsurlar. *Spormetre Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 1(1), 43-48.
- Sunay, H. (2005). The Job Satisfaction Of Sports Trainers in Turkey. *International Journal of Applied Sports Sciences*, 17(1), 18-29.
- Tanrıverdi, H. (2012). Spor Ahlakı ve Şiddet. *The Journal of Academic Social Science Studies*, 5(8), 1071-1903.
- Tekin, A. & Tekin, G. (2014). Antik Yunan Dönemi: Spor ve Antik Olimpiyat Oyunları. *Tarih Okulu Dergisi*. 7 (XVIII), 121-140.
- TEKİN, Z., & KARAKUŞ, K. (2018). Gelenekselden Akıllı Üretime Spor Endüstrisi 4.0. *Itobiad: Journal of the Human & Social Science Researches*, 7(3).
- TDK (2021). [Sozluk.gov.tr](http://sozluk.gov.tr) (27.05.2021)
- Tumay, E. (2019). *Müşteri memnuniyetinde hizmet kalitesinin rolü: Konya'daki Fitness salonu işletmelerinin müşterileri üzerinde bir araştırma* (Master's thesis, Necmettin Erbakan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü).
- UÇAN, Y. (2007). Spor-Fitness Merkezlerinin Algılanan Hizmet Kalitesi Ölçeğinin Geliştirilmesi [Yayınlanmamış Doktora Tezi]. Bolu: Abant İzzet Baysal Üniversitesi.
- Uzunaslın, A. (2005). ANTİK ROMA'DA GLADYATÖR OYUNLARI. *Sosyal Bilimler Dergisi*, (12), 15-58.
- Ünal M, (2005). Sporcularda kreatin desteği ve egzersiz performansı üzerine etkileri. *Genel Tıp Dergisi*, 15(1), 43-49.
- Ünsal, B. & Ramazanoğlu, F. (2013). Spor Medyasının Toplum Üzerindeki Sosyolojik Etkisi. *Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi (Journal Of Research In Education And Teaching)*, 2(1), 36-46.
- Yıldıran, İ. (2014). Antikiteden Moderniteye Olimpiyat Oyunları: İdealler ve Gerçekler, *Hece (Batı medeniyeti Özel Sayısı)*, 18 (210-212): 555-570.
- Yıldırım, A, & Şimşek, H. (2005). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Yıldırım, O. (2014). *Ankara'daki Özel Spor Merkezlerine Devam Eden Bireylerin Spor Ekonomisine Katkısı*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi. Ankara Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Ankara.

## EKLER

### Ek-1. Bilgi Formu

#### Fitness Merkezinin İsmi:

#### BİLGİ FORMU

Değerli katılımcı Kastamonu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi bölümünde Prof.Dr. Serkan Dilek danışmanlığında yürütmekte olduğum Kastamonu ilindeki özel fitness merkezleri'ne üye olan bireylerin spor ekonomisine katkısı konulu Yüksek Lisans tezimi veri desteği sağlamak amacıyla aşağıdaki bilgi formu geliştirilmiştir. Lütfen aşağıdaki soruları size uygun yanıtı göre cevaplayın. Soruların cevapları bilimsel araştırma için veri olarak kullanılacak. Hiçbir kişi ve kurumla paylaşılmayacak gizliliği esastır. Araştırmama vereceğiniz destek ve katkıdan dolayı teşekkür ederim.

ELDAR ALİZADA

[kickboks90@mail.ru](mailto:kickboks90@mail.ru)

## KİŞİSEL BİLGİLER

1. Cinsiyetiniz:  
 Erkek  Kadın
2. Yaşınız:  
 20 Yaş ve Altı  21-30  31-40  41 Yaş ve Üstü
3. Eğitim Durumunuz:  
 İlkokul  Ortaokul  Lise  Ön Lisans  Lisans  Yüksek Lisans  Doktora
4. Ailenizin Ortalama Aylık Geliri :  
 1000-2000  2001-3000  3001-4000  4001-5000  5001 TL ve Üzeri
5. Çalışma Süreniz:  
 0-5 Yıl  6- 10 Yıl  11-15 Yıl  16- 20 Yıl  21 Yıl ve Üzeri
6. Medeni Durumunuz:  
 Bekar  Evli
7. Mesleğiniz:  
 Akademisyen  Esnaf  Ev Hanımı  İşçi  Memur  Öğrenci  Serbest Meslek  Diğer
8. Siz dâhil ailenizde kaç kişi var?  
 Tek kişi  2 Kişi  3-4 Kişi  5kişi ve daha fazla
9. Spor yaptığınız zaman dilimi hangisidir?  
 Öğleden önce  Öğle saatleri  Öğleden sonra  Akşam saatleri
10. Kaç çeşit spor aktivitesi yapmaktasınız?  
 Bir çeşit  İki Çeşit  Üç çeşit
11. Genellikle hangi spor aktivitesini yapmaktasınız?  
 Futbol  Voleybol  Basketbol  Yüzme  Vücut geliştirme  Yürüme  Diğer(Lütfen yazınız.....)
12. Ne sıklıkta spor yapıyorsunuz?  
 Haftada bir gün  Haftada 2-3 gün  Haftada 4-5 gün  Her gün
13. Ailenizde sizin dışınızda özel fitness merkezine devam eden kişi sayısı nedir?  
 Bir kişi  İki kişi  Üç kişi ve daha fazla
14. Size sunulan spor hizmetinden ne derecede memnunsunuz?

Memnun değilim  Kısmen memnunum  Oldukça memnunum

**15. Fiziki görünüşünüzden ne derecede memnunsunuz?**

Oldukça memnunum  Kısmen memnunum  Memnun değilim

**16. Beden sağlığınızdan ne derecede memnunsunuz?**

Oldukça memnunum  Kısmen memnunum  Memnun değilim

**17. Ne zamandan beri düzenli olarak spor yapmaktasınız?**

Bir yıl ve daha az  2-3 yıl  4 yıl ve daha fazla

**18. Fitness merkezine üye olmanızın en önemli nedeni nedir?**

Beden sağlığımı korumak

Ruh sağlığımı korumak

Kilolarımdan kurtulmak

Sosyal çevremi genişletmek

Kendime güvenimi artırmak

Diğer ( Lütfen yazınız.....)

**19. Kişisel olarak sporla ilgili yıllık harcamanız nedir?**

Üyelik:..... TL

Ulaşım:..... TL

Yeme-İçme:..... TL

Spor Malzemesi:..... TL

Spor giysisi:..... TL

Diğer harcamalar ( Lütfen yazınız.....TL)

Toplam.....TL

**Aşağıdaki soruları dereceye göre cevaplayın (1:Hiç Katılmıyorum, 2:Katılmıyorum, 3:Ne Katılıyor Ne Katılmıyorum 4: Katılıyorum, 5: Kesinlikle Katılıyorum)**

	1	2	3	4	5
1.Bu Fitness Salonunun bekleme ve dinlenme alanları yeterli ve rahattır					
2. Bu fitness Salonunun havalandırması yeterlidir.					
3.Bu Fitness Salonunun Spor eğitmenleri/antrenörleri yeterli bilgiye sahip işini bilen kişilerdir.					
4.Bu Fitness Salonunun egzersiz alet ve ekipmanları yeterli sayıdadır					
5.Bu Fitness Salonunun soyunma odaları ve duşları her zaman temizdir.					
6.Bu Fitness Salonunun spor eğitmenleri/antrenörleri hareketlerin nasıl yapılacağı hakkında bilgi verirler					
7. Bu Fitness Salonunda spor yaptıktan sonra kendim için birşeyler yaptığımı hissediyorum					
8. Bu Fitness Salonunda sunulan programlar/aktiviteler oldukça çeşitlidir.					
9. Bu Fitness Salonunun spor eğitmenleri/antrenörleri bireysel olarak üyelerle ilgilenirler ve yanlış bir hareket yaptığınızda uyarıp düzeltirler					
10. Bu Fitness Salonunun soyunma odaları ve duşlarının havalandırması yeterlidir.					
11. Bu Fitness Salonunun aydınlatması yeterlidir.					
12. Bu Fitness Salonunda spor yaptıktan sonra kendim için birşeyler yaptığımı hissediyorum.					
13. Bu Fitness Salonunun spor eğitmenleri/antrenörleri fiziksel görünümü düzgün sportif kişilerdir.					
14. Bu Fitness Salonunun egzersiz alet ve ekipmanları ihtiyaçlara uygun ve çeşitlidir.					
15. Bu fitness salonunda spor yaptıktan sonra katılım amacımı gerçekleştirdiğimi düşünüyorum					
16. Bu Fitness Salonunun soyunma odalarında yeterli alan ve yeterli sayıda duş vardır.					
17. Bu Fitness Salonunun spor eğitmenleri/antrenörleri özenli ve temiz giyimlidir.					
18. Bu Fitness Salonunun programları/aktiviteleri günceldir.					
19. Bu Fitness Salonunun duşlarında her zaman bol sıcak su vardır					
20. Bu Fitness Salonunun tüm personeli kibar ve saygılıdır					
21. Bu Fitness Salonunun ısısı hava koşullarına uygun biçimde ayarlanmaktadır					
22. Bu Fitness Salonunda spor yapmanın yaşantıma olumlu değişiklikler getirdiğini düşünüyorum					
23. Bu Fitness Salonunda soyunma odaları yeterli sayıdadır					
24. Bu Fitness Salonunda tüm personel güleryüzlü ve samimidir.					
25. Bu Fitness Salonunun egzersiz alet ve ekipmanları moderndir.					
26. Bu Fitness Salonunun tüm personeli işleriyle ilgili yeterli bilgiye sahiptir.					
27. Bu Fitness Salonunda spor yapılan alanları memnun edici düzeyde temizdir.					

28. Bu Fitness Salonunda spor yaparken iyi vakit geçirdiğimi düşünüyorum					
29. Bu Fitness Salonunda tüm personel sorun ve şikayetler ile anında ilgilenir.					
30. Bu Fitness Salonunda program ve aktiviteler üyelerin istek ve ihtiyaçlarına cevap verecek gün ve saatlerde düzenlenmektedir.					
31. Bu Fitness Salonunda tüm personeli işlerini severek yapar.					