



Yönetim, Ekonomi ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi

2020, 4(2):59-70.

DOI: [10.29226/TR1001.2020.185](https://doi.org/10.29226/TR1001.2020.185).

ISSN: 2587-0785 Dergi web sayfası: <https://www.yepad.org>



ARAŞTIRMA MAKALESİ

Spor Salonu Üyelerinin Motivasyonları Üzerine Bir Araştırma

Ayla BERK, Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, e-posta: aylaberk62@hotmail.com

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-3556-3914>

Prof. Dr. Medet YOLAL, Anadolu Üniversitesi, Turizm Fakültesi, e-posta: myolal@anadolu.edu.tr

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-9834-2425>

Arş. Gör. Dr. Cansev ÖZDEMİR, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Turizm Fakültesi, e-posta: caozdemir@ogu.edu.tr

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-6836-9002>

Öz

Bu çalışma, spor merkezlerine üye bireylerin spor motivasyonlarını belirlemeyi amaçlamaktadır. Araştırma ayrıca spor katılım motivasyonlarının altında yatan boyutları belirlemeyi ve katılımcıların demografik özelliklerine dayanarak motivasyondaki farklılıkları tanımlamayı ve bu farklılıkların ardındaki nedenleri ortaya koymayı amaçlamaktadır. Çalışmada İstanbul'daki bir spor salonunun üyelerinden veri toplamak için bir anket kullanılmıştır. Araştırmaya 194 kişi katılmıştır. Bulgular, spor salonu üyelerinin esas olarak rekabet ve profesyonellik, takım çalışması ve sosyallik ve kişisel nedenler olmak üzere üç motivasyon ile hareket ettiğini göstermektedir. Yapılan analizler sonucunda spor salonu üyelerinin ilgilendikleri aktivitelere göre motivasyonlarında farklılıklar olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca kadınların spor salonu aktivitelerine çoğunlukla rekabet ve kişisel nedenlerle katıldığı görülmüştür. Çalışma son olarak bulgulardan çıkarılan tartışmalar ve sonuçlarla sona ermektedir.

Anahtar Kelimeler: Spor Salonu, Spor Motivasyonu, İstanbul

Makale Gönderme Tarihi: 07.03.2020

Makale Kabul Tarihi: 18.03.2020

Önerilen Atıf: Berk, A., Yolal, M., Özdemir, C. (2020). Spor Salonu Üyelerinin Motivasyonları Üzerine Bir Araştırma, Yönetim, Ekonomi ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi, 4(2), 59-70.

© 2019 Yönetim, Ekonomi ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi.



Journal of Management, Economic and Marketing Research

2020, 4(2):59-70.

DOI: [10.29226/TR1001.2020.185](https://doi.org/10.29226/TR1001.2020.185).

ISSN: 2587-0785 Journal Homepage: <https://www.yepad.org>



RESEARCH PAPER

A Study on the Motivations of Gym Members

Ayla BERK, Anadolu University, Institute of Social Sciences, e-mail: aylaberk62@hotmail.com

Prof. Dr. Medet YOLAL, Anadolu University, Tourism Faculty, e- mail: myolal@anadolu.edu.tr

ORCID ID: <https://0000-0002-9834-2425>

Arş. Gör. Dr. Cansev ÖZDEMİR, Eskişehir Osmangazi University, Tourism Faculty, e- mail:

caozdemir@ogu.edu.tr

ORCID ID: <https://0000-0002-6836-9002>

Abstract

This study aims to determine individuals' sport motivations in participating fitness clubs. Specifically, the study aims to determine underlying dimensions of sport participation motivations and delineate any differences in motivations on the basis of participants' demographic characteristics and reveal the reasons behind these differences. In order to achieve the purpose of the study, a questionnaire was used to collect data from the members of a gym in Istanbul. A total of 194 people participated in the study. Findings suggest that the gym members were mainly motivated by three motives, namely competition and professionalism, teamwork and sociality and personal reasons. Findings showed that there were differences in motivations among gym member on the basis of sports they were engaged in. It was also seen that females participated in gym mostly for competition and personal reasons. The study ends with discussions and conclusions drawn from the findings.

Keywords: Gym, Sports Motivation, Istanbul

Received: 07.03.2020

Accepted: 18.03.2020

Suggested Citation: Berk, A., Yolal, M., Özdemir, C. (2020). Spor Salonu Üyelerinin Motivasyonları Üzerine Bir Araştırma, *Journal of Management, Economic and Marketing Research*, 4(2), 59-70.

© 2019 Yönetim, Ekonomi ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi

GİRİŞ

Çağımızda spor insan yaşamının önemli bir parçası haline gelmiş bulunmaktadır. Spor merkezleri kişilere hem bireysel hem de grup aktiviteleri ile fiziksel olarak aktif olma imkânı sunmaktadırlar. Dolayısıyla bireylerin rekreasyonel spor faaliyetlerine katılımının ardındaki nedenler, araştırmacıların uzun süredir ilgisini çekmektedir. Spor ve rekreasyon alanlarında, bireyleri bu tür olaylara motive eden faktörleri tanımlamak için yürütülen birçok çalışma bulunmaktadır (Gibson 1998; Hinch ve Higham, 2001; Florek, Breitbarth ve Conejo, 2008). İnsan hareketlerinden doğan spor, bireyin ruh ve beden sağlığına, düşüncelerine, karşılaştığı olaylar karşısındaki bakış açısına kadar birçok etki alanına sahip olmaktadır. Sporun bireylere yararlarını ruhsal, fiziksel, sosyal ve ekonomik açıdan bir arada değerlendirmek gerekmektedir. Birçok çalışmada da spor yapmanın sadece fiziksel değil aynı zamanda psikolojik ve sosyal alanda da fayda sağladığını ortaya koymaktadır (Yeltepe, 2007; Salar, Hekim ve Tokgöz 2012; Ekinci, Özdilek, Deryahanoğlu ve Üstün, 2014). Spor salonlarının kişilere sağladığı faydalar sağlık, rehabilitasyon ve fiziksel uygunluğun sağlanması, estetik ihtiyaçların karşılanması, kendini gerçekleştirmek, yeni deneyimler kazanmak, sosyal ilişkiler kurmak, güç, hız, dayanıklılık, çeviklik ve koordinasyon konusunda yetenek geliştirmek, tehlike ve hastalıklara karşı direnç kazanmak olarak sıralanabilir.

Motivasyon genellikle hedeflere yön veren faktör olarak tanımlanmakta ve bireylerin neden belirli bir şekilde davrandığını açıklamaktadır (Dann, 1981). Diğer bir ifade ile motivasyon bireylerin belirli amaçları gerçekleştirebilmek amacıyla kendi istekleri ile harekete geçmeleri şeklinde de tanımlanabilmektedir. Tüm sektörlerde tüketicilerin davranış ve tutumlarını anlama yolunda motivasyon en büyük yardımcılarından biridir (Salman ve Giray, 2010).

Araştırmalar, kişilerin boş zamanlarında rekreasyonel faaliyetlere katılımı etkileyen bir dizi farklı faktörün olduğunu göstermektedir (Yolal, Birdir, Karacaoğlu ve Birdir, 2014). İnsanlar bu tür etkinliklere eğlence, kilo kontrolü, rahatlama, daha iyi hissetme, insanlarla tanışma ve bir meydan okuma için katılmaktadırlar (Shepard, 1985). Dolayısıyla, sportif aktiviteler aracılığı ile oluşturdukları farklı arkadaş çevresinden ve sporun fiziksel ve zihinsel faydalarından yarar sağlamaktadırlar (Granzin ve Olsen, 1989). Spora katılım konusunda farklı teorik yaklaşımlar kullanılmış ve bunun sonucunda motivasyonu ölçmek için çeşitli ölçüm modelleri önerilmiştir. Bunlar arasında en bilinenlerden ilki *öz belirleme teorisidir* (self determination theory) (Deci ve Ryan, 1985). Araştırmacılarının önerdiği en temel ayırım, içsel motivasyon ve dışsal motivasyon (dışsal öğeleridir (Deci ve Ryan, 1985). Spor insanlara sadece bedensel bir iyilik hali kazandırmadığı aynı zamanda insanların ruhsal ve psikolojik yönden de daha iyi olmalarını sağladığı görülmektedir. Bu gibi içsel motivasyon öğelerini boş zaman aktivitelerine bağlayan birçok araştırma vardır (Iso-Ahola, 1979; Iwasaki ve Mannell, 1999).

Duda ve Tappe (1989), egzersiz katılımcılarının uzmanlık, rekabet, sosyal bağlantı, ağ oluşturma, sağlık yararları ve fiziksel uygunluk gibi boyutlara göre motive olduklarını öne sürmüştür. Frederick ve Ryan ise (1993) ilgi, zevk, yetkinlik ve bedenle ilgili motivasyonların kişileri egzersiz yapmaya ittiğini öne sürmüşlerdir. Ryan, Frederick, Lepes, Rubio ve Sheldon (1997) ise egzersiz motivasyonlarını zevk, yetkinlik, görünüm, zindelik ve sosyal motifler olarak daha da genişletmişlerdir. Cinsiyet bağlamında ise spor merkezlerine giden kadınların sağlıklı yaşam, disipline edilmiş bir vücut ve kilo verme gibi motivasyonlarının erkekler göre biraz daha yüksek olduğunu ve erkeklerin daha çok fiziksel açıdan iyi görünmek için spor salonlarına gittiğini bildiren çalışmalar mevcuttur (Ulseth, 2008; Mullen ve Whaley, 2010; Ashton vd., 2015).

Bahsi geçen faktörlerden farklı olarak spor işletmesine erişim kolaylığı, arzu edilen aktivitelere zaman ayırma isteğini arttırmak, aile ve sosyal çevrenin desteği gibi unsurlar yer almaktadır.

Fiziksel bir aktivite ile uğraşırken aile, arkadaşlar, antrenörler ve önem verilen kişiler tarafından teşvik ve algılanan destek gibi sosyal-çevresel faktörlerin hepsinin motivasyonu etkilediği gösterilmiştir (Cox ve Ullrich-French, 2010; Keegan, Harwood, Spray ve Lavalley, 2009).

Spor faaliyetinin, psikolojik, sosyal, politik ve ekonomik boyutlarının zamanla kişilerin yaşamında daha çok yere sahip olduğu ve son zamanlarda da spor bilimlerinin artan öneminden bahsedilmektedir. Toplumun önemli bir kesiminin spora ilgi duyması, bu alanın bir bilim dalı olarak araştırılmasını gerekliliğini ortaya çıkarmış ve yapılan çalışmalarla bu alana yönelik önemli gelişmeler kaydedilmiştir. Bu noktada bu olgunun altında yatan nedenler benzerlikler gösterse de farklı bağlamlarda farklı sonuçlara ulaşılabilir. Buradan hareketle bu çalışma, spor salonlarında gerçekleştirilen sportif faaliyetlere ilişkin motivasyonları incelemeyi amaçlamaktadır.

YÖNTEM

Bu araştırmanın temel amacı spor salonlarına gelen bireylerin spora katılım motivasyonlarını belirlemektir. Ayrıca bu motivasyonlara ilişkin alt boyutları belirleyerek bu boyutlarda fark olup olmadığını saptamak ve farklılıkların hangi boyutlarda olduğunu ortaya koymak araştırmanın amaçları arasında yer almaktadır. Araştırmanın evrenini İstanbul ilinde faaliyet gösteren özel spor salonlarına giden bireyler oluşturmaktadır. Örneklem sayısının gözlenen değişkenlerin beş katı olması durumunda yeterli olduğu kabul edilmektedir (Tabachnick ve Fideli, 2001). Araştırmanın örnekleme ise bu bireyler arasından tesadüfi örnekleme yöntemiyle seçilen 194 kişiden oluşmaktadır.

Araştırmada veri toplama aracı olarak anket kullanılmıştır. Anketin ilk bölümünde spora katılım motivasyonu ölçeğine (Gill, Gross ve Huddleston, 1983) ilişkin ifadeler yer almaktadır. Ardından yer alan kişisel bilgiler bölümü ise katılımcıların yaş, cinsiyet, medeni durum, meslek, gelir durumu ve eğitim durumunu belirlemek amacıyla oluşturulan sorulardan oluşmaktadır.

Veriler SPSS 24.0 programı ile analiz edilmiştir. Araştırmada ölçeğin yapı geçerliği için için açılımlayıcı faktör analizi; güvenilirliği için Cronbach's Alfa katsayısı hesaplanmıştır. Analiz sonucuna göre ölçek değerleri hesaplanmış ve değerlerin normal dağılıma uygunluğunun belirlenmesi için basıklık ve çarpıklık katsayıları incelenmiştir. Verilerin basıklık ve çarpıklık değerleri incelendiğinde 19 anketin uç değer gösterdiği belirlenmiş ve söz konusu anketler veriden çıkarılmıştır. Buna göre kalan 194 anket ile çalışmaya devam edilmiştir. Ölçek değerlerinin demografik özelliklere göre farklılık gösterme durumunun analiz edilmesi için t testi ve tek yönlü varyans analizi kullanılmıştır.

BULGULAR

Katılımcıların Demografik Özelliklerine İlişkin Bulgular

Araştırmaya katılanların kişisel özelliklerine ilişkin bulgular Tablo 1'de verilmiştir. Araştırmaya katılanların %18,6'sı 35-39 yaş aralığında ve %18,0'i 25-29 yaş aralığındadır. Katılımcılar arasında fitness yapanların oranı %81,4; aerobik yapanların %92,3; vücut geliştirme yapanların %17,0 ve diğer sporları yapanların %4,1'dir. Araştırmaya katılanların %51,5'i erkek, %54,6'sı evlidir. Katılımcıların geliri incelendiğinde %66'sının 2500-5000 TL gelire sahip olduğu görülürken eğitim durumları incelendiğinde %39,7'sinin lise, %33'ünün ise üniversite ve daha yüksek bir eğitim düzeyinde olduğu görülmektedir.

Tablo 1: Katılımcıların Kişisel Özellikleri

Değişken	n	%
Yaş	20 yaş altı	9,3
	20-24 yaş	14,9
	25-29 yaş	18,0
	30-34 yaş	16,5
	35-39 yaş	18,6
	40-44 yaş	11,3
	45 yaş ve üstü	11,3
Cinsiyet	Kadın	48,5
	Erkek	51,5
Medeni Durum	Evli	54,6
	Bekar	45,4
Gelir	2500 TL altı	13,9
	2500-5000 TL	66,0
	5000-7500 TL	12,5
	7500 TL ve üstü	7,6
Eğitim Durumu	Ortaokul	7,2
	Lise	39,7
	Ön lisans	20,1
	Lisans	33,0
Fitness yapıyorum	Evet	81,4
	Hayır	18,6
Aerobik yapıyorum	Evet	7,7
	Hayır	92,3
Vücut Geliştirme yapıyorum	Evet	17,0
	Hayır	83,0
Diğer Sporları yapıyorum	Evet	4,1
	Hayır	95,9

Faktör Analizine ilişkin Bulgular

Ölçek için yapılan faktör analizinde KMO değeri 0,817 olarak hesaplanmıştır (Tablo 2). Bu değere göre örneklem sayısının faktör analizi için uygun olduğu anlaşılmaktadır (KMO>0,500). Bartlett testi kapsamında X^2 değeri 4081,531 olarak hesaplanmış ve istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($p<0,05$). Buna göre normal dağılım koşulu sağlanmıştır. KMO ve Bartlett testi sonucuna göre verilerin faktör analizi için uygun olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Tablo 2: KMO ve Bartlett Değerleri

KMO		0,817
Bartlett Testi	X^2	4081,531
	sd	435
	p	0,000

Yapılan faktör analizi sonucunda sporcu motivasyonlarının 3 alt boyuttan oluştuğu görülmektedir (Tablo 3). Birinci boyut, faktör yükleri 0,415 ile 0,758 arasında değişen 13 ifadeden oluşmaktadır. Faktörün toplam varyansı açıklama oranı %22,181 ve Cronbach's Alfa katsayısı 0,882 olarak hesaplanmıştır. Bu boyut *rekabet ve profesyonellik* olarak isimlendirilmiştir. İkinci boyut, faktör yükleri 0,498 ile 0,756 arasında değişen 10 ifadeden oluşmaktadır ve *takım çalışması ve sosyallik* olarak belirlenmiştir. Üçüncü boyut ise faktör yükleri 0,613 ile 0,751 arasında değişen 3 ifadeden oluşmaktadır ve *bireysel nedenler* olarak isimlendirilmiştir.

Tablo 3: Faktör Analizi Sonuçları

İfadeler	Faktör Yükü	Özdeğerler	Açıklanan Varyans Oranı	Cronbach's Alpha
<i>Rekabet ve Profesyonellik</i>		9,558	22,181	0,882
İyi olduğum bir konuda bir şeyler yapmak isterim	0,758			
Rekabeti severim	0,682			
Meydan okumayı severim	0,679			
Kazanmayı severim	0,670			
Ödül kazanmayı severim	0,652			
Ailem ve yakın arkadaşlarım oynamamı istiyor	0,634			
Liderleri, antrenörleri veya eğitimcileri severim	0,631			
Malzeme ve tesislerden faydalanmak isterim	0,606			
Popüler olmak isterim	0,601			
Hareketi severim	0,589			
Becerilerimi geliştirmek istiyorum	0,558			
Egzersiz yapmayı severim	0,518			
Bir şeylerle uğraşmak hoşuma gider	0,415			
<i>Takım Çalışması ve Sosyallik</i>		2,474	20,398	0,895
Seyahati severim	0,756			
Arkadaşlarla olmak istiyorum	0,726			
Takım çalışmasını severim	0,710			
Heyecanı severim	0,696			
Takım ruhunu severim	0,686			
Enerjimi tüketmek istiyorum	0,664			
Eğlenceyi severim	0,643			
Takımda olmayı severim	0,601			
Önemli olduğumu hissetmek hoşuma gider	0,585			
Yeni beceriler öğrenmek istiyorum	0,498			
<i>Bireysel Nedenler</i>		1,789	10,576	0,615
Stresimi atmak istiyorum	0,751			
Formumu korumak istiyorum	0,683			
Evden çıkmayı severim	0,613			
<i>Açıklanan Toplam Varyans</i>			53,155	

Farklılık Analizlerine İlişkin Bulgular

Spora katılım motivasyonlarının fitness yapma durumu açısından incelenmesi amacıyla yapılan t testi sonuçları Tablo 4'te verilmiştir. Analiz sonuçlarına göre *rekabet ve profesyonellik* motivasyonu ile spora katılım değeri fitness yapma durumuna göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermektedir ($p<0,05$). Ortalama değerler incelendiğinde fitness yapanların *rekabet ve profesyonellik* motivasyonu ile spora katılımın daha yüksek olduğu görülmektedir.

Tablo 4: Spora Katılım Motivasyonlarının Fitness Yapma Durumu Açısından İncelenmesi

		n	Ort.	ss	t	p
Rekabet ve Profesyonellik	Evet	158	4,42	0,44	2,504	0,013*
	Hayır	36	4,22	0,45		
Takım Çalışması ve Sosyallik	Evet	158	4,64	0,38	3,231	0,001*
	Hayır	36	4,41	0,37		
Bireysel Nedenler	Evet	158	4,89	0,25	4,176	0,000*
	Hayır	36	4,67	0,30		

Takım çalışması ve sosyallik motivasyonu ile spora katılım değeri fitness yapma durumuna göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermektedir ($p<0,05$). Ortalama değerler incelendiğinde fitness yapanların *takım çalışması ve sosyallik* motivasyonu ile spora katılımlarının daha yüksek olduğu görülmektedir. *Bireysel nedenler* ile spora katılım değeri fitness yapma durumuna göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermektedir ($p<0,05$). Ortalama değerler incelendiğinde fitness yapanların *bireysel nedenler* motivasyonu ile spora katılımlarının daha yüksek olduğu görülmektedir.

Spora katılım nedenlerinin aerobik yapma durumu açısından incelenmesi amacıyla yapılan t testi sonuçları Tablo 5'de sunulmaktadır. Analiz sonuçlarına göre *rekabet ve profesyonellik*, *takım çalışması ve sosyallik* ve *bireysel nedenlerle* spora katılım değerleri aerobik yapma durumuna göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermemektedir ($p>0,05$).

Tablo 5: Spora Katılım Motivasyonlarının Aerobik Yapma Durumu Açısından İncelenmesi

		n	Ort.	ss	t	p
Rekabet ve Profesyonellik	Evet	15	4,24	0,36	-1,339	0,182
	Hayır	179	4,40	0,45		
Takım Çalışması ve Sosyallik	Evet	15	4,59	0,32	-0,105	0,916
	Hayır	179	4,60	0,40		
Bireysel Nedenler	Evet	15	4,89	0,27	0,590	0,556
	Hayır	179	4,85	0,27		

Spora katılım nedenlerinin vücut geliştirme yapma durumu açısından incelenmesi amacıyla yapılan t testi sonuçları Tablo 6'da verilmiştir.

Analiz sonuçlarına göre *rekabet ve profesyonellik*, *takım çalışması ve sosyallik* ve *bireysel nedenlerle* spora katılım değeri vücut geliştirme yapma durumuna göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermemektedir ($p>0,05$).

Tablo 6: Spora Katılım Motivasyonlarının Vücut Geliştirme Yapma Durumu Açısından İncelenmesi

		n	Ort.	ss	t	p
Rekabet ve Profesyonellik	Evet	33	4,34	0,50	-0,683	0,495
	Hayır	161	4,39	0,44		
Takım Çalışması ve Sosyallik	Evet	33	4,57	0,40	-0,437	0,662
	Hayır	161	4,60	0,39		
Bireysel Nedenler	Evet	33	4,75	0,33	-1,986	0,054
	Hayır	161	4,87	0,26		

Spora katılım motivasyonlarının cinsiyet açısından incelenmesi amacıyla yapılan t testi sonuçları Tablo 7’de verilmiştir. Analiz sonuçlarına göre *rekabet ve profesyonellik* motivasyonu ile spora katılım değeri cinsiyete göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermektedir ($p<0,05$). Ortalamalar incelendiğinde kadınların *rekabet ve profesyonellik* nedenli spora katılımlarının daha yüksek olduğu görülmektedir.

Bireysel nedenlerle spora katılım değeri cinsiyete göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermektedir ($p<0,05$). Ortalama değerler incelendiğinde kadınların *bireysel nedenlerle* spora katılımlarının daha yüksek olduğu görülmektedir. Benzer şekilde *takım çalışması ve sosyallik* nedenli spora katılım değeri cinsiyete göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermemektedir ($p>0,05$).

Tablo 7: Spora Katılım Motivasyonlarının Cinsiyet Açısından İncelenmesi

Cinsiyet		n	Ort.	ss	t	p
Rekabet ve Profesyonellik	Kadın	94	4,45	0,44	1,978	0,049*
	Erkek	100	4,32	0,45		
Takım Çalışması ve Sosyallik	Kadın	94	4,59	0,40	-0,406	0,685
	Erkek	100	4,61	0,38		
Bireysel Nedenler	Kadın	94	4,89	0,24	2,251	0,026*
	Erkek	100	4,81	0,30		

* $p<0,05$

Spora katılım motivasyonlarının medeni durum açısından incelenmesi amacıyla yapılan t testi sonuçları Tablo 8’de verilmiştir. Analiz sonuçlarına göre *bireysel nedenlerle* spora katılım değeri medeni duruma göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermektedir ($p<0,05$). Ortalama değerler incelendiğinde evli kişilerin *bireysel nedenlerle* spora katılımlarının daha yüksek olduğu görülmektedir.

Rekabet ve Profesyonellik ile Takım Çalışması ve Sosyallik nedenli spora katılım değeri medeni duruma göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermemektedir ($p>0,05$). Spora katılım nedenlerine ilişkin alt boyutların yaş grupları ve eğitim durumuna göre anlamlı farklılık gösterip göstermediğini ortaya koymak için Tek Yönlü Varyans Analizi yapılmış ve anlamlı farklılık göstermediği için tabloleştirilmemiştir.

Tablo 8: Spora Katılım Motivasyonlarının Medeni Durum Açısından İncelenmesi

Medeni Durum		n	Ort.	ss	t	p
Rekabet ve Profesyonellik	Evli	106	4,33	0,45	-1,832	0,068
	Bekar	88	4,45	0,43		
Takım Çalışması ve Sosyallik	Evli	106	4,62	0,37	0,857	0,393
	Bekar	88	4,57	0,41		
Bireysel Nedenler	Evli	106	4,89	0,22	2,430	0,016*
	Bekar	88	4,80	0,32		

*p<0,05

TARTIŞMA, SONUÇ VE ÖNERİLER

Modern yaşam biçiminin getirdiği hızlı tempo ve yoğun iş yaşamı insanların daha hareketsiz ve monoton bir yaşam sürdürmesiyle sonuçlanmıştır. İnsanlar bu rutinden uzaklaşmak, yoğun iş yaşamının stresinden kurtulmak ve yaşamlarına hareketlilik getirmek için rekreatif etkinliklere katılma eğiliminde olmuşlardır. Bu rekreatif etkinliklerden biri de insanlara spor yapma olanağı sunan spor merkezlerine üyeliştir. Bununla birlikte insanların spor merkezlerine üye olmaları ve spor etkinliklerini bu merkezlerde yapmalarının arkasındaki nedenlerin anlaşılması özellikle bu merkezlerin ürün ve hizmetlerini daha iyi yapılandırılmaları açısından önem arz etmektedir. Buradan hareketle bu çalışmada spor salonlarında gerçekleştirilen sportif faaliyetlere ilişkin motivasyonların incelenmesi amaçlanmıştır.

Spor işletmeleri, toplumun sosyal ihtiyaçlarını karşılayan hizmetler üreten ve pazarlayan kurumlardır. Bu kurumlar, sağladıkları hizmetler için maddi kazanç sağlasalar bile, temel olarak insanların spor ihtiyaçlarını karşılamak için kurulmuştur (Ekenci ve İmamoğlu, 2002). Araştırma sonuçlarına göre spor merkezlerinin her yaşta bireyi çektiği ve kadın ve erkeklerin eşit düzeyde bu merkezlere devam ettiği anlaşılmaktadır. Bu sonuçlara göre spor merkezleri her yaşta ve cinsiyetten insan için önemli bir rekreatif merkezdir. Sonuçlar evli bireylerin spor merkezlerine daha fazla devam ettiklerini göstermektedir. Buradan hareketle spor merkezleri özellikle evli çiftlerin birlikte aynı spora veya ayrı ayrı farklı sporlara katılımını sağlayacak paket programlarla ürün yelpazelerini geliştirme ve evli insanlar pazarına daha etkin ulaşmaya çalışabilirler.

Araştırma sonuçları insanların gelirleri arttıkça spor merkezlerine katılımlarının azaldığını göstermektedir. Bu durum artan gelirle birlikte bireylerin ilgi alanlarının değişmesi ve diğer yaşamsal sorumluluklarla açıklanabilir. Bu duruma özellikle üst gelir grubunun son zamanlarda açılan ve kişisel eğitmenler tarafından özel derslerin verildiği butik spor salonlarına gitmeleri de sebep olarak gösterilebilir. Daha sağlıklı bir toplum sağlıklı bireylerden oluşacağından farklı gelir gruplarına ait bireylerin spor salonlarına çekilmesi önem arz etmektedir.

Araştırma sonuçlarına göre bireylerin spor merkezlerine devam etme motivasyonları farklılık arz etmektedir. Bu durum önceki çalışmalarla uyum göstermektedir (Laverie, 2008). İnsanların spor merkezlerine devam etmelerinin altında yatan üç motivasyon boyutu bulunmaktadır. Bunlar *rekabet ve profesyonellik*, *takım çalışması ve sosyallik* ve *bireysel nedenler*den oluşmaktadır. Sporun ruhunda rekabet bulunmaktadır ve çalışma bulguları da bunu destekler niteliktedir. İnsanlar iyi oldukları bir şeyleri yapmak, kendilerine meydan okumak ve kazanmayı istemektedirler. Dolayısıyla spor merkezlerinde gerçekleştirilen spor etkinliklerinde insanların kendilerini aşmalarına olanak sağlayacak ve onları kazanma konusunda güdüleyecek spor

dallarının ve etkinliklerinin gerçekleştirilmesi önem arz etmektedir. Benzer şekilde insanları diğer insanlarla birlikte sosyalleştirecek ve onlarla beraber mücadele edebilecekleri takım sporlarına yönlendirmek de spor merkezleri açısından etkili bir etkinlik yönetimi stratejisi olacaktır. Bu etkinlikler aynı zamanda bireylerin becerilerini geliştirerek onlara bir şeyleri başarma hissi verecek türden planlanmalıdır. Her bireyin becerisi ve yeterliği farklı olacağından her bir katılımcı ile özel olarak ilgilenecek, her bir bireyin yeterliklerini ve becerisini ortaya koymasını sağlayacak programlar geliştirmelidir.

Spor bireylere psikolojik olarak rahatlama ve gevşeme sağlamanın yanı sıra kendilerini mutlu ve zinde hissetmelerine de yardımcı olur. Bu doğrultuda araştırma sonuçlarına göre insanlar bireysel nedenlerle de spor merkezlerine devam etmektedirler. Bireysel nedenler arasında çoğunlukla stresin atılması ve fiziksel formun korunması bulunmaktadır. Stresin atılması yukarıda da değinildiği üzere hızlı tempo ve yoğun iş yaşamının insanlar üzerindeki olumsuz etkilerinin bertaraf edilmesiyle ilgilidir. Öte yandan insanlar arasında artan daha sağlıklı yaşama arzusu (Sorum, 2020) fiziksel formun korunması ve daha fit olunmasına yönelik isteği arttırmaktadır. Dolayısıyla spor merkezleri hizmetlerini planlarken spor etkinliklerini daha eğlenceli ve insanlardaki stresi azaltıcı şekilde planlamalıdır. Bununla birlikte Pine ve Gilmore'un (1998) deneyim ekonomisinde belirttiği üzere eğitici ve eğlendirici deneyimler tasarlanması insanların hem spor merkezlerine çekilmesi hem de devamlılıklarının sürekli kılınmasına katkı sağlayacaktır.

Araştırma sonuçlarına göre spor merkezlerine farklı spor türleri için devam eden bireylerin motivasyonları arasında farklılık bulunmamaktadır. Fitness, aerobik ve vücut geliştirme için spor merkezine bireysel nedenlerle gitmektedirler. Bu da bireysel nedenlerin daha iyi anlaşılması ve buna göre ürün oluşturulması gerekliliğini ortaya koymaktadır.

Çalışma sonuçlarına göre kadınlar erkeklere kıyasla rekabet ve bireysel nedenleri daha fazla önemsemektedirler. Bu durum kadınların rekabetçi yapılarıyla açıklanabilir. Benzer şekilde öne çıkan bireysel nedenler kadın katılımcıların spor merkezlerine çekilmesi ve devamlılıklarının sürdürülmesi açısından önem arz etmektedir. Ancak bu konuda yapılacak yeni çalışmalara ihtiyaç duyulmaktadır. Bu çalışma İstanbul'da bir spor merkezine üye olan insanlarla kısıtlı tutulmuştur. Yapılacak yeni çalışmalarda özellikle kadınların rekabetçilik duygusunun anlaşılması önemlidir. Bunun yanında yalnızca bireysel nedenlere ilişkin yapılacak çalışmalar bireyin öne çıktığı günümüz toplumunda insanların spor merkezlerine devam etmelerine ilişkin önemli ipuçları verme potansiyeline sahiptir.

KAYNAKÇA

- Ashton, L.M., Hutchesson, M.J., Rollo, M.E., Morgan, P.J., Thompson, D.I., Collins, C.E. (2015). Young Adult Males' Motivators and Perceived Barriers Towards Eating Healthily and Being Active: A Qualitative Study. *International Journal of Behavioral Nutrition and Physical Activity*. 12: 1-10.
- Cox, A. E., ve Ulrich-French, S. (2010). The Motivational Relevance of Peer and Teacher Relationship Profiles in Physical Education. *Psychology of Sport and Exercise*, 11, 337-344.
- Dann, G. M. (1981). Tourist Motivation An Appraisal. *Annals of Tourism Research*, 8(2), 187-219.
- Deci, L., ve Ryan, M. (1985). *Intrinsic Motivation & Self-Determination in Human Behavior*. New York, NY: Plenum.
- Duda, J. L. ve Tappe, M.K. (1989). The Personal Incentives for Exercise Questionnaire: Preliminary Development. *Perceptual and Motor Skills*, 68, 1-122.

- Ekinci, N. E., Özdilek, Ç., Deryahanoğlu, G. ve Üstün, Ü. D. (2014). Spor Yapan Lise Öğrencilerinin Öz Güven Düzeylerinin İncelenmesi. *Sportif Bakış: Spor ve Eğitim Bilimleri Dergisi*, 1(1), 36-42.
- Florek, M., Breitbarth, T. ve Conejo, F. (2008). Mega Event= Mega Impact? Travelling Fans' Experience and Perceptions of the 2006 FIFA World Cup Host Nation. *Journal of Sport & Tourism*, 13(3), 199-219.
- Frederick, C. M. ve Ryan, R. M. (1993). Differences in Motivation for Sport and Exercise and Their Relations with Participation and Mental Health. *Journal of Sport Behavior*, 16, 124-146.
- Gill, D. L., Gross, J. B. ve Huddleston, S. (1983). Participation Motivation In Youth Sports. *International Journal of Sport Psychology*, 14(1), 1-14.
- Gibson, H. (1998). Sport Tourism: A Critical Analysis of Research. *Sport Management Review*, 1 (1), 45-76.
- Granzin, K. L. ve Olsen, J. E. (1989). Identifying Those Ready to Make A Voluntary Commitment to Fitness. *Journal of Sport Management*, 3(2), 116-128.
- Hinch, T. D. ve Higham, J. E. (2001). Sport Tourism: A framework for Research. *International Journal of Tourism Research*, 3 (1), 45-58.
- Iso-Ahola, S. E. (1979). Basic Dimensions of Definitions of Leisure. *Journal of Leisure Research*, 11(1), 28-39.
- Iwasaki, Y. ve Mannell, R. C. (1999). The Effects of Leisure Beliefs and Coping Strategies on Stress-Health Relationships: A field study. *Leisure/Loisir*, 24(1-2), 3-57.
- Keegan, R. J., Harwood, C. G., Spray, C. M. ve Lavalley, D. E. (2009). A Qualitative Investigation Exploring the Motivational Climate in Early Career Sports Participants: Coach, Parent and Peer Influences on Sport Motivation. *Psychology of Sport and Exercise*, 10(3), 361-372.
- Laverie, D.A. (1998). Motivations for ongoing participation in a fitness activity. *Leisure Sciences*, 20:4, 277-302
- Mullen S, Whaley D. (2010). Age, Gender and Fitness Club Membership: Factors Related to Initial Involvement and Sustained Participation. *International Journal of Sport and Exercise Psychology*, 8(1):24-35.
- Pine, J. ve Gilmore, J. (2011). *Deneyim Ekonomisi*. İstanbul: Optimist Yayınları.
- Ryan, R.M., Frederick, C. M., Lepes, D., Rubio, N. ve Sheldon, K.M. (1997). Intrinsic Motivation and Exercise Adherence. *International Journal of Sport Psychology*, 28, 335-354.
- Salar, B., Hekim, M. ve Tokgöz, M. (2012). The Comparison of Emotional Situations of 15-18 Age Group Teams and Individuals. *Mehmet Akif Ersoy University Journal of the Institute of Social Sciences*, 4(6), 123-135.
- Salman, G. G. ve Giray, C. (2010). Bireylerin Futbol Taraftarı Olmasını Etkileyen Güdüler ile Sadakat Arasındaki İlişki: Fenerbahçe Taraftarları Üzerine Bir Uygulama. *Öneri Dergisi*, 33 (9): 89-97.
- Shepard, R. (1985). Motivation: The Key to Fitness Compliance. *The Physician and Sports Medicine*, 13(7), 88-101.

- Sorum, N. (2020). Ethical consumption applications as failed market innovations: exploring consumer (non) acceptance of 'quasi' market devices. *Journal of Cultural Economy*, 13(1), 91-113.
- Tabachnick, B. G. ve Fideli, L.S. (2001). *Using Multivariate Statistics* (4. Basım). Boston: Ally and Bacon.
- Ulseth A. (2008). New opportunities-Complex Motivations: Gender Differences in Motivation for Physical Activity in the Context of Sports Clubs and Fitness Centers. *International Journal of Applied Sports Sciences*, 20(1): 44-66.
- Yeltepe, H. (2007). *Spor ve Egzersiz Psikolojisi*. Epsilon Yayıncılık.
- Yolal, M., Birdir, S. S., Karacaoğlu, S. ve Birdir, K. (2014). XVII. Akdeniz Oyunları Seyircilerinin Güdüleri ve Algıladıkları Faydalar Üzerine Bir Çalışma. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 11(2), 28-44.