

**Antrenörlük Yapan Bireylerin Ayakkabı Tercihlerinin İncelenmesi**Ali Erkek<sup>1</sup> A-C-D-E,  Ahmet YILDIRIM<sup>2</sup> B-E <sup>1</sup>Necmettin Erbakan Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Beden Eğitimi ve Spor Anabilim Dalı, Beden Eğitimi ve Spor Bilim Dalı Doktora Programı,[alierkek17@gmail.com](mailto:alierkek17@gmail.com)<sup>2</sup>Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Spor Bilimleri Anabilim Dalı Yüksek Lisans Programı, [ahmedyildirim4242@gmail.com](mailto:ahmedyildirim4242@gmail.com)**ARAŞTIRMA MAKALESİ****Yazar Katkı Oranı:**

- A) Çalışmanın Tasarımı
- B) Veri Toplama
- C) Verilerin Analizi
- D) Makale Yazımı
- E) Eleştirel Okuma

**Gönderi Tarihi:**

21 Ekim 2024

**Kabul Tarihi:**

11 Aralık 2024

**Online Yayın Tarihi:**

12 Aralık 2024

**ISSN:** 3023-5359**Doi Number:**

10.70701/makusbd.1571097

**ÖZET**

Bu çalışmanın amacı, aktif olarak antrenörlük yapan bireylerin ayakkabı tercihlerinin araştırılmasıdır. Genel tarama modeli kullanılarak yapılan araştırmanın örneklemini basit tesadüfi yöntemle seçilmiş aktif olarak antrenörlük yapan 80 kadın ve 272 erkek olmak üzere toplam 352 antrenör oluşturmaktadır. Çalışmada bireylerin ayakkabı tercihlerini belirlemek için "Ayakkabı Tercihleri Ölçeği" ve "Kişisel Bilgi Formu" veri toplama aracı olarak kullanılmıştır. Veriler normal dağılım göstermediği için ikili grupların karşılaştırılmasında Mann-Whitney U testi kullanılmıştır. Araştırmanın verileri, Windows için SPSS 23.0 paket programı kullanılarak analiz edilmiştir. Araştırma bulgularına göre; kadın antrenörlerin erkek antrenörlere göre ayakkabı tercihinde daha seçici olduğu; marka tercihi, sosyal ve çevresel faktörlerin belirleyici olduğu saptanmıştır. 20-40 yaş arası antrenörlerin 41 yaş ve üzeri antrenörlere göre konfor, kalite, fiyat, marka tercihi, sosyal ve çevresel faktörlerin ayakkabı tercihinde etken faktörler olduğu bulunurken; 41 yaş ve üzeri antrenörler için stil faktörünün belirleyici olduğu bulunmuştur. Bununla birlikte bireysel branş antrenörlerinin takım sporu antrenörlerine göre ayakkabı tercihlerinde stil ve marka tercihinin önemli bir kriter olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Sonuç olarak araştırma, antrenörlerin ayakkabı tercihlerinin cinsiyet, yaş ve branş gibi demografik faktörlere bağlı olarak farklılaştığını ve bu tercihlerde marka, stil, konfor ve çevresel faktörlerin belirleyici rol oynadığını göstermektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Antrenör, Ayakkabı, Ayakkabı Tercihi**Investigation Of The Shoe Preferences Of Coaching Individuals****ABSTRACT**

The purpose of this study is to investigate the shoe preferences of individuals who are actively coaching. The sample of the research, which was conducted using the general screening model, consists of a total of 352 coaches, 80 women and 272 men, who are actively coaching, selected by simple random method. In the study, "Shoe Preferences Scale" and "Personal Information Form" were used as data collection tools to determine individuals' shoe preferences. Since the data did not show a normal distribution, the Mann-Whitney U test was used to compare paired groups. The data of the study were analyzed using the SPSS 23.0 package program for Windows. According to research findings; female coaches are more selective in choosing shoes than male coaches; It has been determined that brand preference, social and environmental factors are determining factors. While it was found that comfort, quality, price, brand preference, social and environmental factors were the more effective factors in shoe preference of coaches aged 20-40 compared to coaches aged 41 and over; It has been found that the style factor is decisive for coaches aged 41 and over. However, it has been concluded that style and brand preference are important criteria in shoe preferences of individual branch coaches compared to team sports coaches. As a result, the research shows that coaches' shoe preferences differ depending on demographic factors such as gender, age and branch, and that brand, style, comfort and environmental factors play a determining role in these preferences.

**Key Words:** Coach, Shoes, Shoe Preference.

## Giriş

Spor, bireylerin fiziksel, zihinsel ve eğitimsel yeteneklerini geliştiren, sağlıklı nesillerin yetişmesine ve toplumda kendilerini özgürce ifade edebilmelerine yardımcı olan yaygın bir etkinlik olarak kabul edilir (Lang, Vd., 2022). Antrenörler ise sporcuların belirli bir hedefe ulaşmaları için onlara rehberlik eden ve zihinsel ile fiziksel performanslarını geliştirmeyi hedefleyen uzmanlardır (Gezgez, 2016). Sporcuların spor aracılığıyla gelişiminde önemli bir rol üstlenen antrenörler, aynı zamanda sporcuların duygu, düşünce ve davranışlarını şekillendirmede de büyük bir etkiye sahiptir (Coutinho, Vd., 2021). Antrenörlerin sergilediği davranışlar, sporcular üzerinde hem olumlu hem de olumsuz etkiler yaratabilir. Antrenörler, sporcu psikolojisi ile psikoloji bilimcileri arasında köprü kurarak, başarının elde edilmesinde kilit rol oynarlar. Ancak, yeterli sporcu psikolojisi eğitimi almamış antrenörler, otoriter ve didaktik bir yaklaşım benimseyip geri bildirimleri göz ardı ettiklerinde, sporcularıyla sağlıklı bir iletişim kurmakta zorlanırlar. Bu durum, başarıya ulaşma yolunda önemli bir engel olarak değerlendirilebilir (Ayten, 2019; Duman, 2018; Short, Vd., 2005). Antrenörün sadece davranışları değil giydiği kıyafet ve ayakkabı bile sporcu üzerinde olumlu veya olumsuz etkiler yaratabilir (Coppola, Vd., 2014). Bu bağlamda, antrenörlerin tercih ettikleri ayakkabılar, hem performans hem de psikolojik etkiler açısından kritik bir öneme sahiptir.

Sporcular ve antrenörler sporun doğası gereği genellikle spor ayakkabısı tercih etmektedirler. Ayakkabıların kendi içerisinde özel kullanım alanları dikkate alınarak ayrılan çeşitlerinin başında da spor ayakkabıları gelmektedir (Uzun, Vd. 2023). Spor ayakkabıları, ayağın rahatlığını ön planda tutan, farklı spor türlerinin gereksinimlerine göre tasarlanmış ve kullanım ihtiyaçlarını karşılayan bir ayakkabı sınıfıdır (Lin, Vd., 2022).

Spor ayakkabıları, antrenörler için yalnızca bir  
Erkek ve Yıldırım, 2024

performans aracı değil, aynı zamanda bireysel tarzlarını ve profesyonel kimliklerini ifade eden bir unsur olarak da öne çıkar. Ayakkabı seçimi, bireylerin kişisel tarzlarını ifade etmeleri ve sosyal kimliklerini inşa etmeleri açısından önemli bir rol oynamaktadır. Ayakkabılar, sadece fiziksel koruma sağlamakla kalmayıp, aynı zamanda psikolojik ve sosyal boyutları da etkileyen bir nesne olarak kabul edilir. Farklı ayakkabı türleri, belirli bir sosyal statüyü, mesleki kimliği veya kültürel geçmişi yansıtabilir; bu bağlamda, bireylerin seçimleri, toplumsal normlara ve beklentilere uyum sağlama çabasının bir yansıması olarak değerlendirilebilir. Ayrıca, ayakkabıların estetik özellikleri ve rahatlık düzeyi, bireylerin günlük yaşamlarındaki performanslarını, özgüvenlerini ve genel yaşam kalitelerini etkileyen unsurlar arasında yer almaktadır. Dolayısıyla, özellikle antrenörler için ayakkabı seçimi, bireylerin sosyal etkileşimlerinde ve genel yaşam deneyimlerinde önemli bir faktör olarak karşımıza çıkmaktadır.

Ancak, literatürde sporcuların ayakkabı seçimleriyle ilgili çeşitli araştırmalar bulunmasına rağmen (Andrade, Vd., 2023; Enke, Vd., 2009; Karparova, 2021), antrenörlerin ayakkabı tercihlerinin incelendiği çalışmaların sınırlı olduğu görülmektedir. Antrenörlerin tercih ettikleri ayakkabıların hem performans hem de profesyonel imaj açısından önem taşıdığı göz önüne alındığında, bu konuya odaklanan çalışmanın hem spor bilimi literatürüne hem de pratik uygulamalara katkı sağlayacağı öngörülmektedir. Bu bağlamda bu çalışmanın amacı da, antrenörlerin ayakkabı tercihlerinin araştırılmasıdır.

## Yöntem

### Araştırmanın Yöntemsel Modeli

Araştırma amacına göre araştırma modeli; nicel araştırma yöntemlerinden genel tarama modeli esas alınarak gerçekleştirilmiştir. (Özmen, Vd., 2019).

### Çalışma Grubu-Evren Örneklem

Çalışmanın evrenini, Konya’da görev yapan farklı branşlardaki antrenörler; örneklemini ise bu evrenden basit tesadüfi yöntemle seçilmiş gönüllü 352 antrenör oluşturmaktadır. Çalışma aktif olarak antrenörlük yapan 80 kadın ve 272 erkek olmak üzere toplam 352 antrenör üzerinde gerçekleştirilmiştir. Çalışmaya katılan bireylerin; 144’ü 20-30 yaş, 118’i 31-40 yaş, 57’si 41-50 yaş ve 33’ü 51-60 yaş aralığında bulunan antrenörlerden oluşmaktadır.

### Veri Toplama Araçları

Araştırmada, “Kişisel Bilgi Formu” ve “Ayakkabı Tercihleri Ölçeği” veri toplama aracı olarak kullanılmıştır.

### Kişisel Bilgi Formu

Araştırmacılar tarafından geliştirilen “Kişisel Bilgi Formu”; katılımcıların cinsiyet, yaş, çalıştıkları branş grubu ve ayakkabı numarası gibi bilgileri edinmek için kullanılmıştır.

### Ayakkabı Tercihleri Ölçeği

Çalışmada bireylerin ayakkabı tercihlerini belirlemek için Uzun Vd., (2024) tarafından geliştirilen “Ayakkabı Tercihleri Ölçeği” kullanılmıştır. Ölçek 5’li Likert tipi formatında 33 madde ve 6 alt boyuttan oluşmaktadır. Bunlar konfor, stil, kalite, fiyat, marka tercihi ve sosyal ve çevresel faktörler gibi ayakkabı seçiminde önemli olan faktörlerin sorgulandığı alt boyutlardır. Ölçekten alınabilecek toplam puan aralığı 33 ile 165 arasında değişmektedir. Ölçeğin güvenilirlik puanı 0,899, geçerlilik puanı

0,866 olarak belirtilmiştir. Bunun yanı sıra, RMSEA değerinin .066, CFI değerinin .814, AGFI değerinin .782, RMR değerinin .072 ve NFI değerinin .810 olduğu belirlenmiştir.

Yapılan çalışmada ise güvenilirlik puanı 0,891, geçerlilik puanı 0,887 olarak bulunmuştur.

### Verilerin Analizi

Araştırmanın verileri, Windows için SPSS (Statistical Package for Social Sciences) 23.0 paket program kullanılarak analiz edilmiştir. Veriler normal dağılmadığı için (Tablo 1) ikili grupların karşılaştırılmasında Mann–Whitney U testi kullanılmıştır. Sonuçlar %95’lik güven aralığında, anlamlılık  $p<0,05$  düzeyinde değerlendirilmiştir.

Tablo 1. Normallik Testi

	Kolmogorov-Smirnov			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
Konfor	,419	352	,000	,465	352	,000
Stil	,243	352	,000	,806	352	,000
Kalite	,432	352	,000	,433	352	,000
Fiyat	,404	352	,000	,557	352	,000
Marka Tercihi	,160	352	,000	,878	352	,000
S.v.Ç.F.	,131	352	,000	,913	352	,000
Ölçek Top.	,114	352	,000	,930	352	,000

\* $p<0.05$

## Bulgular

Tablo 2. Antrenörlerin Cinsiyete Göre Ayakkabı Tercihleri ile İlgili Mann–Whitney U Testi Sonuçları

	Cinsiyet	N	Sıra Ortalaması	Sıra Toplamı	U	p
Konfor	Kadın	80	183,30	14664,00	10336,000	,363
	Erkek	272	174,50	47464,00		
Stil	Kadın	80	181,23	14498,50	10501,500	,620
	Erkek	272	175,11	47629,50		
Kalite	Kadın	80	181,23	14498,50	10501,500	,511
	Erkek	272	175,11	47629,50		
Fiyat	Kadın	80	178,59	14287,50	10712,500	,792
	Erkek	272	175,88	47840,50		
Marka Tercihi	Kadın	80	208,60	16688,00	8312,000	,001*
	Erkek	272	167,06	45440,00		
Sosyal ve Çevresel Fak.	Kadın	80	201,05	16084,00	8916,000	,013*
	Erkek	272	169,28	46044,00		
Ölçek Toplam	Kadın	80	210,78	16862,00	8138,000	,001*
	Erkek	272	166,42	45266,00		

\* $p<0.05$ 

Çalışmaya katılan antrenörlerin 272'si (%77,3) erkek, 80'i (%22,7) kadınlardan oluşmuş, yaş ortalaması 29,3 olarak bulunmuştur. Çalışmaya katılan antrenörlerin cinsiyetleri ile ayakkabı tercihleri arasındaki ilişki incelendiğinde konfor, stil, kalite, fiyat alt boyutlarında anlamlı farklılık bulunmazken ( $p>0.05$ ), marka tercihi, sosyal ve çevresel faktörler ve ölçek toplamında anlamlılık olduğu görülmektedir ( $p<0.05$ ).

Tablo 3: Antrenörlerin Yaş Gruplarına Göre Ayakkabı Tercihleri ile İlgili Mann–Whitney U Testi Sonuçları

	Yaş	N	Sıra Ortalaması	Sıra Toplamı	U	p
Konfor	20-40 Yaş Arası	262	185,94	48715,00	9318,000	<b>,000</b>
	41 Yaş ve Üzeri	90	149,03	13413,00		
Stil	20-40 Yaş Arası	262	161,01	42185,50	7732,500	<b>,001</b>
	41 Yaş ve Üzeri	90	221,58	19942,50		
Kalite	20-40 Yaş Arası	262	188,07	49275,50	8757,500	<b>,001</b>
	41 Yaş ve Üzeri	90	142,81	12852,50		
Fiyat	20-40 Yaş Arası	262	192,03	50312,00	7721,000	<b>,001</b>
	41 Yaş ve Üzeri	90	131,29	11816,00		
Marka Tercihi	20-40 Yaş Arası	262	186,75	18966,50	9105,500	<b>,001</b>
	41 Yaş ve Üzeri	90	146,67	43161,50		
Sosyal ve Çevresel Fak.	20-40 Yaş Arası	262	184,86	48927,50	9598,500	<b>,008</b>
	41 Yaş ve Üzeri	90	152,15	13200,50		
Ölçek Toplam	20-40 Yaş Arası	262	181,32	47506,00	10527,000	<b>,044</b>
	41 Yaş ve Üzeri	90	152,47	14622,00		

\* $p<0.05$ 

Çalışmaya katılan antrenörlerin yaş gruplarına göre ayakkabı tercihleri puanları arasındaki ilişki incelendiğinde ise bütün alt boyutlar ve ölçek toplamında anlamlılık olduğu saptanmıştır ( $p<0.05$ ).

BURDUR MEHMET AKİF ERSOY ÜNİVERSİTESİ

Tablo 4: Antrenörlerin Antrenörlük Branşına Göre Ayakkabı Tercihleri ile İlgili Mann-Whitney U Testi Sonuçları

	Antrenörlük Branşı	N	Sıra Ortalaması	Sıra Toplamı	U	p
Konfor	Bireysel Spor Br.	97	169,65	16456,00	11703,000	,297
	Takım Spor Br.	255	179,11	45672,00		
Stil	Bireysel Spor Br.	97	207,58	20135,00	9353,000	<b>,001</b>
	Takım Spor Br.	255	164,68	41993,00		
Kalite	Bireysel Spor Br.	97	166,43	16144,00	11391,000	,112
	Takım Spor Br.	255	180,33	45984,00		
Fiyat	Bireysel Spor Br.	97	166,82	16181,50	11428,500	,166
	Takım Spor Br.	255	180,18	45946,50		
Marka Tercihi	Bireysel Spor Br.	97	195,53	18966,50	10521,500	<b>,029</b>
	Takım Spor Br.	255	169,26	43161,50		
Sosyal ve Çevresel Fak.	Bireysel Spor Br.	97	191,19	18545,00	10943,000	,092
	Takım Spor Br.	255	170,91	43583,00		
Ölçek Toplam	Bireysel Spor Br.	97	207,97	20173,50	9314,500	<b>,001</b>
	Takım Spor Br.	255	164,53	41954,50		

\* $p<0.05$ 

Çalışmaya katılan antrenörlerin antrenörlük branşı ile ayakkabı tercihleri puanları arasındaki ilişki incelendiğinde konfor, kalite, fiyat ve sosyal ve çevresel faktörler arasında anlamlı farklılık bulunmazken ( $p>0.05$ ), stil, marka tercihi ve ölçek toplamında anlamlılık olduğu belirlenmiştir ( $p<0.05$ ).

Tablo 5: Kadın Antrenörlerin Ayakkabı Numarasına Göre Ayakkabı Tercihleri ile İlgili Mann–Whitney U Testi Sonuçları

	Ayakkabı Num.	N	Sıra Ortalaması	Sıra Toplamı	U	p
Konfor	36-37 Num.	33	38,44	1268,50	707,500	,466
	38-39 Num.	46	41,12	1891,50		
Stil	36-37 Num.	33	42,36	1398,00	681,000	,413
	38-39 Num.	46	38,30	1762,00		
Kalite	36-37 Num.	33	40,02	1320,50	758,500	,994
	38-39 Num.	46	39,99	1839,50		
Fiyat	36-37 Num.	33	38,67	1276,00	715,000	,574
	38-39 Num.	46	40,96	1884,00		
Marka Tercihi	36-37 Num.	33	38,18	1260,00	699,000	,541
	38-39 Num.	46	41,30	1900,00		
Sosyal ve Çevresel Fak.	36-37 Num.	33	39,12	1291,00	730,000	,768
	38-39 Num.	46	40,63	1869,00		
Ölçek Toplam	36-37 Num.	33	40,30	1330,00	749,000	,920
	38-39 Num.	46	39,78	1830,00		

\* $p < 0.05$ 

Çalışmaya katılan kadın antrenörlerin ayakkabı numarası ile ayakkabı tercihleri puanları arasındaki ilişki incelendiğinde ise bütün alt boyutlar ve ölçek toplamında anlamlı farklılık bulunmamıştır ( $p > 0.05$ ).

## BURDUR MEHMET AKİF ERSOY ÜNİVERSİTESİ

Tablo 6: Erkek Antrenörlerin Ayakkabı Numarasına Göre Ayakkabı Tercihleri ile İlgili Mann-Whitney U Testi Sonuçları

	Ayakkabı Num.	N	Sıra Ortalaması	Sıra Toplamı	U	p
Konfor	40-41 Num.	106	80,07	8728,00	2281,000	,221
	44 Num. ve Üzeri	46	73,09	3362,00		
Stil	40-41 Num.	106	77,40	8437,00	2442,000	,784
	44 Num. ve Üzeri	46	79,41	3653,00		
Kalite	40-41 Num.	106	80,41	8764,50	2244,500	,131
	44 Num. ve Üzeri	46	72,29	3325,50		
Fiyat	40-41 Num.	106	80,97	8825,50	2183,500	,077
	44 Num. ve Üzeri	46	70,97	3264,50		
Marka Tercihi	40-41 Num.	106	80,83	8811,00	2198,000	,222
	44 Num. ve Üzeri	46	71,28	3279,00		
Sosyal ve Çevresel Fak.	40-41 Num.	106	80,05	9052,00	1957,000	,060
	44 Num. ve Üzeri	46	66,04	3038,00		
Ölçek Toplam	40-41 Num.	106	81,44	8877,50	2131,500	,140
	44 Num. ve Üzeri	46	69,84	3212,50		

\* $p<0.05$ 

Çalışmaya katılan erkek antrenörlerin ayakkabı numarası ile ayakkabı tercihleri puanları arasındaki ilişki incelendiğinde bütün alt boyutlar ve ölçek toplamında anlamlı farklılık bulunmamıştır ( $p>0.05$ ).



## Tartışma ve Sonuç

Bu çalışma, antrenörlük yapan bireylerin ayakkabı tercihlerinin incelenmesi amacıyla yapılmıştır.

Çalışmaya katılan antrenörlerin cinsiyete göre ayakkabı tercihleri incelendiğinde marka tercihi, sosyal ve çevresel faktörler ve ölçek toplamında anlamlı farklılık görüldüğü, bu anlamlı farklılığında kadınlar lehine olduğu bulunmuştur (Tablo 2). Polat, Vd. (2017) üniversite öğrencilerinin spor ürünlerine yönelik marka sadakatini incelediği çalışmada, çalışmamıza benzer olarak cinsiyetin marka üzerinde kadınlar lehine anlamlı farklılık olduğunu belirtmişlerdir. Farklı bir çalışma marka sadakatinde erkek bireylerin daha sadık tüketiciler olduğunu belirtirken, marka duygusunun ise kadınlar lehine anlamlı olduğunu ortaya koymuştur (Göksu, 2010). Cinsiyetin marka tercihlerinde önemli bir faktör olduğunu ortaya koyan çalışmalar olsa da (Stevens, Vd., 2005; Yoh, Vd., 2006) bireylerin satın alma eğilimlerinde kadın ve erkek arasında farklılık tespit edilmeyen çalışmalar da bulunmaktadır (Bilbil, Vd., 2018; Karafes, Vd., 2013; Ünal, 2019). Bunun nedeninin araştırma gruplarının demografik özellikleri (yaş, gelir düzeyi, eğitim seviyesi) ve kültürel arka planın, bireylerin satın alma tercihlerini etkilediğinden kaynaklandığı düşünülmektedir. Antrenörlük yapan kadınların ayakkabı tercih ederken sosyal normlar nedeniyle görünümüne daha fazla dikkat etmelerini teşvik ettiği, bu da ayakkabı seçiminde estetiği ve modayı ön planda tutmalarına neden olabildiği şeklinde ifade edilebilir. Bununla birlikte kadın antrenörlerin, spor salonu, eğitim ortamları ve sosyal medya gibi görsel açıdan önemli platformlarda çalışmaları, dış görünümüne daha fazla özen göstermelerini gerektirdiği için bu durumun, belirli markaları seçmesi ve ayakkabı tercihlerini etkilediği düşünülmektedir.

Çalışmaya katılan antrenörlerin yaşlarına göre ayakkabı tercihleri incelendiğinde tüm alt boyutlarda ve ölçek toplamında anlamlı farklılık belirlenmiştir (Tablo 3). Çalışmada,

ayakkabı tercihinde konfor, kalite, fiyat, marka tercihi, sosyal ve çevresel faktörler ve ölçek toplamında 20-40 yaş arasındaki antrenörler lehine anlamlı farklılık olduğu saptanırken stil alt boyutunda 41 yaş ve üzeri lehine sonuç bulunmuştur. Biricik (2019) spor ayakkabısı pazarına yönelik yaptığı çalışmada 27 yaş ve üzerindeki bireylerin 26 yaş ve altındaki bireylere kıyasla ekonomik ve zoraki bağlılık alt boyutlarında anlamlı farklılık olduğunu belirtmiştir. Catlin (2004) yaptığı çalışmada ise genç bireylerin yeni ürünleri deneme isteklerinin daha fazla olduğunu saptamıştır. Onurlubaş Vd., (2019) ise görsel çekicilik alt boyutunun yaşa göre farklılık gösterdiğini ve bu farkında daha küçük yaşlardaki bireylerde olduğunu bulmuştur. Benzer olarak ayakkabı tüketiminde markaya yönelik tercihlerin incelendiği çalışmada geniş ürün yelpazesine sahip olan markaların yaşça daha küçük bireylerde tercih edildiğini belirtilmiştir (Ersoy, Vd., 2004). 41 yaş ve üzerindeki bireylerin stile daha fazla önem vermelerinin sebebinin moda trendleri yerine daha uzun süre kullanılabilecek stil tercihlerinin, genç yaşta olduğu gibi sadece anlık modadan ziyade, daha çok klasik ve kalıcı tasarımlara yönelik ayakkabı tercih etmelerinden dolayı olduğu düşünülmektedir.

Çalışmaya katılan bireylerin antrenörlük branşlarına göre ayakkabı tercihleri incelendiğinde stil, marka tercihi ve ölçek toplamında anlamlı farklılık olduğu bulunmuştur (Tablo 4). Bireysel spor branşlarında antrenörlerin giyim tarzı sporcularının gözünde oldukça önemlidir (Manley, 2009). Aynı zamanda bireysel spor branşı antrenörleri takım sporu antrenörlerine göre müsabaka esnasında daha fazla hareket halinde ve göz önünde bulunmaktadır (Veljkovic, Vd., 2016). Bireysel sporlar, doğası gereği antrenör ve sporcu arasındaki kişisel ilişkiye daha fazla vurgu yapar. Bu, antrenörlerin kendilerini ve değerlerini stil ve marka aracılığıyla daha fazla temsil etme gereksinimi hissettiğinden dolayı bu sonucun çıktığı düşünülebilir.

Çalışmaya katılan antrenörlerin ayakkabı

## BURDUR MEHMET AKİF ERSOY ÜNİVERSİTESİ

numarasına göre ayakkabı tercihleri incelendiğinde hem kadın antrenörlerin hem de

erkek antrenörlerin ayakkabı numarasına göre ayakkabı tercihleri arasında anlamlı farklılığa rastlanmamıştır (Tablo 5 ve Tablo 6). Antrenörlerin genellikle spor ayakkabısı giydiği varsayılabilir. Spor ayakkabıları, geniş ayaklardan dar ayaklara kadar her türlü ayak yapısına hitap eden özelliklerle tasarlandığı için, numaranın kişisel tercihlerde belirleyici bir faktör olmadığı düşünülmektedir. Literatür incelendiğinde branşlara göre ve ayakkabı numarasına göre ayakkabı tercihinin incelendiği çalışmaya rastlanmamıştır.

Araştırma bulgularına göre; kadın antrenörlerin erkek antrenörlere göre ayakkabı tercihinde daha seçici olduğu; marka tercihi, sosyal ve çevresel faktörlerin belirleyici olduğu saptanmıştır. 20-40 yaş arası antrenörlerin 41 yaş ve üzeri antrenörlere göre konfor, kalite, fiyat, marka tercihi, sosyal ve çevresel faktörlerin ayakkabı tercihinde etken faktörler olduğu bulunurken; 41 yaş ve üzeri antrenörler için stil faktörünün belirleyici olduğu bulunmuştur. Bununla birlikte bireysel branş antrenörlerinin takım sporu antrenörlerine göre ayakkabı tercihlerinde stil ve marka tercihinin önemli bir kriter olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Sonuç olarak, demografik ve mesleki unsurların antrenörlerin ayakkabı tercihlerindeki farklılıklarda belirleyici bir rol oynadığını ortaya koymaktadır.

**Kaynaklar**

- Andrade, R. É., & Santos, T. R. T. (2023). Selection of running shoes by amateur runners: characterization and association with the self-reported history of injury. *Fisioterapia e Pesquisa*, 29, 386-396.
- Ayten, İ. (2019). *Okul sporlarında antrenör olarak yer alan beden eğitimi ve spor öğretmenlerinin liderlik alguları ile liderlik özellikleri arasındaki ilişkinin incelenmesi*. (Yüksek Lisans Tezi). Batman Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Bilbil, E. K., & Aydınlioğlu, Ö. (2018). Sosyal sorumluluk kampanyalarının marka farkındalığı bağlamında değerlendirilmesi: Cumhuriyet Üniversitesi örneği. *Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 5(1), 38-58.
- Biricik, Y. (2019). Spor endüstrisinde müşteri bağlılığı: Spor ayakkabısı pazarına yönelik bir araştırma. *Spor ve Performans Araştırmaları Dergisi*, 10(3).
- Catlin, J. (2004). Brand loyalty comes with age. *Brand Strategy*, 181(4), 42.
- Coppola, A. M., Ward, R. M., & Freysinger, V. J. (2014). Coaches' communication of sport body image: Experiences of female athletes. *Journal of applied sport psychology*, 26(1), 1-16.
- Coutinho, P., Ribeiro, J., da Silva, S. M., Fonseca, A. M., & Mesquita, I. (2021). The influence of parents, coaches, and peers in the long-term development of highly skilled and less skilled volleyball players. *Frontiers in Psychology*, 12, 667542.
- Duman, N. (2018). *Sporcularda başarı motivasyonu ve özerk benlik yönetimi ilişkisinde antrenörün sporculara yönelik öğretimsel liderlik davranışlarının rolü*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Enke, R. C., Laskowski, E. R., & Thomsen, K. M. (2009). Running shoe selection criteria among adolescent cross-country runners. *PM&R*, 1(9), 816-819.
- Ersoy, A., Arpacı, F., & Aksoy, A. (2004). Üniversite öğrencilerinin giysi ve ayakkabı tüketiminde markaya yönelik davranış ve tercihleri. *Gazi Üniversitesi Endüstriyel Sanatlar Eğitim Fakültesi Dergisi*(14).
- Gezgez, Z. (2016). *Modern Antrenörlük*. İstanbul: Doğu Kitabevi.
- Göksu, F. (2010). Spor ürünlerine yönelik marka sadakati üzerine bir araştırma. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi | Istanbul University Faculty of Communication Journal*, 1(39), 43-58.
- Karafes, E., & Yıldırım, G. (2013). Kurumsal sosyal sorumluluk kampanyalarının tüketici satın alma davranışları üzerindeki etkisi: İletişim fakültesi öğrencileri üzerinde bir alan çalışması. *Karadeniz Teknik Üniversitesi İletişim Araştırmaları Dergisi*, 3(1), 77-98.

## BURDUR MEHMET AKİF ERSOY ÜNİVERSİTESİ

- Karparova, I. (2021). Running biomechanics and selection of sports shoes in benefit to amateur athletes. *Trakia Journal of Sciences*, 19(1), 841-846.
- Lang, M., McMahon, J., Girginov, V., & Marttinen, R. (2022). Child abuse in sport education contexts. In: Routledge.
- Lin, S., Song, Y., Cen, X., Bálint, K., Fekete, G., & Sun, D. (2022). The implications of sports biomechanics studies on the research and development of running shoes: A systematic review. *Bioengineering*, 9(10), 497.
- Manley, A. J. (2009). *Expectancies and their consequences within the coach-athlete relationship: and athlete-centred investigation*. PhD Thesis, University of Southampton.
- Onurlubaş, E., & Öztürk, D. (2019). Y kuşağındaki kişilerin marka logolarıyla ilgili görüşlerinin belirlenmesi: Spor ayakkabı örneği. *Kesit Akademi Dergisi*(17), 85-108.
- Özmen, H., & Karamustafaoğlu, O. (2019). *Eğitimde araştırma yöntemleri*. Ankara: Pegem Akademi.
- Polat, E., Yalçın, A., Yıldız, K., & Sönmezoğlu, U. (2017). Üniversite öğrencilerinin spor ürünlerine yönelik ilişkisel pazarlama çerçevesinde marka sadakatlerinin incelenmesi. *CBÜ Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 12(2), 58-70.
- Short, S. E., & Short, M. W. (2005). Essay: Role of the coach in the coach-athlete relationship. *The Lancet*, 366, S29-S30.
- Stevens, J., Lathrop, A., & Bradish, C. (2005). Tracking Generation Y: A contemporary sport consumer profile. *Journal of Sport Management*, 19(3), 254-277.
- Sunay, H. (2013). Coaching practises of first and second leauge women-men volleyball coaches in Turkey. *Life Sciences Journal*, 10(7), 556-561.
- Uzun, A., & Karaçam, A. (2024) Ayakkabı tercihlerini belirlemeye yönelik bir ölçek geliştirme çalışması. *Sportive*, 7(2), 273-287.
- Uzun, A., & Sofuoğlu, H. Z. (2023). Spor ayakkabılarının gelişimi ve spordaki etkileri. *Sportive*, 6(1), 40-50.
- Ünal, H. (2019). Spor giyim markası tüketicilerinin kurumsal sosyal sorumluluk algısının marka denklığı unsurları üzerine etkisinin araştırılması. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 12(63), 1341-1350.
- Veljkovic, A. A., Djurovic, D., Dimic, I., Mujanovic, R., & Markovic, K. Z. (2016). College athletes' perceptions of coaching behaviours: Differences between individual and team sports. *Baltic Journal of Sport and Health Sciences*, 2(101).
- Yoh, T., Mohr, M., & Gordon, B. (2006). The effect of gender on Korean teens' athletic footwear purchasing. *The Sport Journal*, 9(1), 180-189.

## Sorumlu Yazar Bilgileri

**Yazar Adı Soyadı:** Ali ERKEK

**Kurumu:** Necmettin Erbakan Üniversitesi

**Adres:** Yaka Mah. Yeni Meram Cad. Kasım Halife Sok. No: 11/1 (A Blok) No: 11 (B Blok)  
Meram / KONYA

**Orcid Numarası:** 0000-0002-5656-357X



**Bu makale Creative Commons Attribution 4.0 Uluslararası lisansı ile lisanslanmıştır.**