

Spor Tesisleri Üyelerinde Beden Kitle İndeksi ile Bilinçli Tüketici Düzeyi Arasındaki İlişkilerin Araştırılması

Okta YİĞİT¹ Erdi AVANOĞLU² Murat Bekleyiş APAYDIN³ Emin SÜEL⁴

Özet

Yayın Bilgisi

Gönderi Tarihi: 11.09.2025
Kabul Tarihi: 24.12.2025
Online Yayın Tarihi:
26.12.2025

Anahtar Kelimeler:

Spor Tesisleri, Beden Kitle İndeksi, Bilinçli Tüketici Düzeyi

DOI:

10.55238/seder.1782113

Amaç: Araştırmanın amacı spor tesis üyelerinin bilinçli tüketici düzeyleri ile beden kitle indeksleri arasındaki ilişkilerin araştırılmasıdır.

Gereç ve Yöntem: Araştırmada model olarak nicel araştırma desenlerinden nedensel karşılaştırma ve ilişkisel tarama yöntemleri kullanılmıştır. Araştırmanın örneklemini Kayseri ilinde yer alan bir spor tesisine üye 134 birey oluşturmaktadır. Araştırmada beden kitle indeksini belirlemek için Tanita RD 545 vücut analiz cihazı kullanılırken bilinçli tüketici düzeyini ölçmek için iki bölümden oluşan bir ölçek kullanılmıştır. Ölçeğin ilk kısmında kişisel bilgi formu yer alırken, ikinci kısmında Sağlam (2010) tarafından geliştirilen "Bilinçli Tüketici Düzeyi Ölçeği" kullanılmıştır. Araştırma verilerinin analizinde SPSS 22 programı kullanılmıştır. Araştırmaya konu alan değişkenlerin dağılımlarını belirlemek için tanımlayıcı istatistiklerden faydalanılmıştır. Verilerin normal dağılması nedeniyle karşılaştırmalı analizlerde ANOVA testi, ilişkisel analizlerde de Pearson Kolerasyon testi kullanılmıştır.

Bulgular: Beden Kitle indeksi ile kalite bilinci, tüketici sorumluluğu bilinci, toplam bilinçli tüketici düzeyi alt boyutlarında anlamlı farklılaşma olduğu bulgusuna ulaşılmıştır ($p < 0,005$)
Sonuç: Katılımcıların fazla kilolu oldukları ve bilinçli tüketici düzeylerinin düşük olduğu tespit edilmiştir. Karşılaştırmalı analizlerde obez bireylerin kalite bilinçlerinin diğerlerine göre daha yüksek olduğu, bilinçli tüketici düzeylerinin de fazla kilolulara göre daha yüksek olduğu gözlemlenmiştir. İlişkisel analizlerde katılımcıların beden kitle indeksleri ile bilinci tüketici düzeyleri arasında anlamlı bir ilişki olmadığı tespit edilmiştir.

Investigation of the Relationships Between Body Mass Index and Conscious Consumerism Level in Sports Facilities Members

Abstract

Article Info

Received: 11.09.2025
Accepted: 24.12.2025
Online Published:
26.12.2025

Keywords:

Sports Facilities, Body Mass Index, Conscious Consumerism Level

Aim: The aim of the study is to investigate the relationship between the levels of conscious consumerism among sports facility members and their body mass indexes. **Method:** The study employed causal comparison and correlational survey methods from quantitative research designs as its model. The sample consisted of 134 individuals who were members of a sports facility located in the province of Kayseri. The Tanita RD 545 body analysis device was used to determine body mass index, while a two-part scale was used to measure conscious consumerism levels. The first part of the scale consisted of a personal information form, while the second part used the "Conscious Consumerism Level Scale" developed by Sağlam (2010). The SPSS 22 program was used to analyze the research data. Descriptive statistics were used to determine the distribution of the variables covered in the research. Due to the normal distribution of the data, the ANOVA test was used in comparative analyses, and the Pearson Correlation test was used in relational analyses. **Finding:** It was found that there was a significant difference in the sub-dimensions of body mass index, quality awareness, consumer responsibility awareness, and overall conscious consumerism level. **Conclusion:** As a result of the research, it was determined that the participants were overweight and their level of conscious consumerism was low. In comparative analyses, it was observed that the quality awareness of obese individuals was higher than the others and their conscious consumerism levels were higher than those of overweight individuals. In the correlational analysis, it was determined that there was no significant relationship between the participants' body mass index and their level of conscious consumerism.

¹ Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi Spor Bilimleri Fakültesi, oktay.yigit@ohu.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0002-3302-0345>

² Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi Spor Bilimleri Fakültesi, eavanoglu@ohu.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0001-6759-047X>

³ Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi Spor Bilimleri Fakültesi, mapaydin@ohu.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0002-7780-5849>

⁴ Marmara Üniversitesi Spor Bilimleri Fakültesi, emin.suel@marmara.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0001-7783-8029>

Giriş

Bireylerin artan sağlıklı yaşam ilgisinin karşılanmasında spor tesislerine olan ilgi önemli ölçüde artmıştır. Hem kişisel hem de toplumsal sağlığın korunması ve geliştirilmesinde önemli bir etken olan spor aynı zamanda önemli bir hizmet sektörü görünümünde karşımıza çıkmaktadır (Gündoğdu ve Deveci, 2008). Spor işletmeleri, müşteri ihtiyaçlarının yanı sıra beklentilerini de karşılamaları gerekmektedir (Crabtree ve Zhang, 2022). Spor tesis işletmelerinde hizmet alan bireyler; sağlıklı bir yaşam sürdürebilmek, fiziksel zindelik kazanmak ve beden kompozisyonunu kontrol altında tutmanın yanında tüketici olarak belirli tercih ve bilinç düzeylerine sahiptir. Bu durum müşterilerin işletmeye yönelik beklentilerinin gerçekleşmesinde önemli ölçüde işletme sorumludur (Nguyen ve ark., 2018: 3). Soyer (2023), spor tesislerinin günümüz koşullarına uygun şekilde bu tesislerden hizmet alan bireylerin talep ve arzularını karşılayacak yeterliliğe ulaşmasını önermektedir. Bu nedenlerden kaynaklı olarak her geçen gün sayısı artan spor tesislerinin müşterilerine en iyi hizmeti sunma gereksinimleri ortaya çıkmaktadır (Çavuşoğlu ve Demirağ, 2021). Spor tesislerinin rekabet ortamını göz önünde bulundurarak, müşterilerinin devamlılıklarını sağlamak için (Altınışık ve Çelik, 2021) fiziksel görünüm, güvenilirlik, yeterlilik, nezaket, inandırıcılık, emniyet, erişilebilirlik, iletişim ve müşteriye anlamak gibi gerekli talepleri karşılamaya özen göstermeleri gerekmektedir (Çimen, 2003). Çünkü müşteri beklentilerini anlamak; tüketici ve işletmenin birlikte değer oluşturması, her iki tarafın ihtiyaçlarının karşılanması ve hizmetin temelde ortaklaşa oluşturulmasıdır. (Lee ve ark., 2018). Bu bağlamda talepleri karşılanan müşteriler işletmeye bağlılık göstermekte ve aldıkları hizmeti tekrar tercih etme eğilimindedir. Spor tesislerinden hizmet alan bireylerin, yalnızca temel hizmetleri değil aynı zamanda kalite, etik değerler ve müşteri odaklı yaklaşımları da talep etmesi bilinçli tüketim düzeylerinin yükseldiğinin bir göstergesi olabilir (Ünal ve Babaloğlu, 2014).

Bilinçli tüketim kavramı, günümüz modern dünyasında kişisel değerlere, toplumsal standartlara, etik değerlere ve bunlara kolay erişimi ifade etmekle birlikte yalnızca bireysel değil toplumsal, çevresel değişim, sürdürülebilirliği ve sorumluluk kültürünü teşvik eden toplumsal bir etik davranıştır (Татарова, 2024). Bireylerin sahip olduğu en doğal hakkı olan tüketim hakkının kullanırken kendisine ve etrafına zarar vermeden sergilediği davranışlar ise bilinçli tüketiciliği teşvik etmektedir (Buğday, 2015). Lyu (2024) çalışmasında spor tesislerinde müşterilerin sürdürülebilirliğe önem verdiği ve çevresel duyarlılık doğrultusunda yeşil stadyumlara ilgilerinin arttığını bireysel sorumluluklarıyla uyumlu tercihlerde bulduklarının ve bu doğrultuda daha fazla ödeme yaptıklarını belirtmiştir. Bu bulgu, bireylerin bilinçli tüketim isteklerinin yüksek olmasını destekler niteliktedir. Benzer bir şekilde Polat ve ark. (2019) spor yapan bireylerin yapmayanlara göre daha bilinçli tüketim davranışları sergilediğini belirtmektedir. Bu bağlamda rekabet avantajı sağlamak isteyen spor tesisleri, müşteri beklentilerini dikkate alarak hizmet kalitesini sürekli artırmaya yönelik stratejiler geliştirmel ve güncel olan yenilikleri rekreatif sosyal yaşam merkezlerinde uygulamalıdır. Bu bilgiler ışığında rekreatif ya da bir başka amaçla spor yapan bireyleri aktif diğerlerini ise pasif olmak üzere spor tüketicilerini iki ana grupta inceleyebiliriz (Katırcı ve Argan, 2012). Ancak tüketici davranışları birçok faktörden etkilenmektedir (Schiffman ve Wisenblit, 2015). Pandemi süreci ile bireylerin sağlık ve zindeliklerine artan ilgisi ile spor merkezlerine olan ilgileri artmıştır. Hatta bireylerin sağlıklı yaşam tarzları ve yeni trendler, tüketici beklentileri değişmekle birlikte spor tesis tercihleri yeniden şekillenmiştir

(Nessling, 2023). Silbermann ve Balderjahn (2013), tüketicilerin sağlık temelli tüketim alışkanlıkları davranışsal bir tutarlılık göstermekte ve bu durum, sağlık standartlarını yükseltme ile fiziksel görünüm beklentisinin spor salonu tercihlerini şekillendirmesine neden olduğunu belirtmiştir. Bu doğrultuda, fiziksel görünümüne önem veren veya beden kitle endeksine göre değerlendirme yapan bireyler spor merkezlerinden hizmet almakta ve bu hizmetleri değerlendirmeleri söz konusu olabilir.

Caplan (2024) spor merkezlerine giden bireylerin temel amacının sadece kilo vermek olmadığını daha iyi hissetmek adına fit görünmek olduğunu belirtmektedir. Bu bağlamda bireylerin bir spor salonunu tercih etme nedenleri oldukça çeşitlidir. Ancak bunlara ek olarak en önemlisi fiziksel uygunluğu ve beden kitle endeksini egzersiz ile korumak belirleyici bir unsur olabilir (Ramadhania ve ark., 2024). Muscogiuri ve ark., (2023) Beden kitle indeksi'ni (BKİ) bireylerin kilo ve boy oranına göre vücut kompozisyonunu değerlendiren bir ölçüt olup ancak bireylerin, tüketim alışkanlıklarını ve sağlıkla ilgili durumları hakkında yanlış yönlendirilmeye açık bir konu olduğunu belirtirken, Mohajan ve Mohajan (2023) ise BKİ'nin bireylerin sağlık ve tüketim alışkanlıklarının etkilediğini belirtmektedir. Bu doğrultuda BKİ'nin bireylerin spor yapma ve spor salonunu tercihinde etkili olduğunu ifade edilmektedir. Andersen ve Jakicic, (2003)' e göre spor tesislerinde yapılan egzersizleri bireyler arzu edilen fiziksel görünüme ulaşmasında önemli rol oynadığını belirtmektedir. Bu bağlamda spor merkezleri hem fiziksel görünüm hem de sağlık açısından insanlara hizmet sağlayan işletmeler olarak karşımıza çıkmaktadır. Duman (2022) kaliteli hizmetin müşteri tatmin sağladığını ve müşterilerden gelen talep ve beklentilere zamanında yanıt verilmesi gerektiğini vurgulamaktadır. Bilinçli tüketicilerin hizmet kalitesine önem verdiğini bilinmektedir. Benzer şekilde Yiğit ve Soyer (2023), çalışmalarında, spor-fitness tesislerinde müşteri bağlılığını artırmak amacıyla etkileşim, çıktı ve program kalitesinin yükseltilmesi önerilmekte olup, bu durum söz konusu tesisler için önemli bir rekabet avantajı oluşturacaktır.

Literatürde spor tesislerinde bilinçli tüketicilik veya BKİ üzerine farklı birçok çalışma bulunmaktadır. Bu araştırma literatürde daha önce birlikte kullanılmayan bu iki değişkeni bir araya getirerek aralarındaki ilişkileri ortaya koyması nedeni ile alan yazın açısından önemli olacaktır. Araştırmanın amacı spor tesis üyelerinin bilinçli tüketicilik düzeyleri ile beden kitle indeksleri arasındaki ilişkilerin araştırılmasıdır. Bilinçli tüketicilik ve fiziksel sağlık arasındaki bağlantının anlaşılması, spor tesislerinde hizmet sunum stratejilerinin geliştirilmesine yardımcı olabilecektir. Elde edilen sonuçların, spor tesis işletmecileri için hizmet politikalarını şekillendirmede ve tüketici ihtiyaçlarını karşılamada yol gösterici olması beklenmektedir.

Araştırmanın Hipotezleri

H1 Spor tesis üyelerinin beden kitle indeksi değişkenine göre bilinçli tüketicilik düzeylerinde farklılıklar vardır.

H1.1. Spor tesis üyelerinin beden kitle indeksi değişkenine göre tüketici sorumluluğu bilincinde farklılıklar vardır.

H1.2. Spor tesis üyelerinin beden kitle indeksi değişkenine göre kalite bilincinde farklılıklar vardır.

H1.3. Spor tesis üyelerinin beden kitle indeksi değişkenine göre bütçe fiyat bilincinde farklılıklar vardır.

H2 Spor tesis üyelerinde beden kitle indeksi ile bilinçli tüketicilik düzeyi arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır.

H2.1. Spor tesis üyelerinde beden kitle indeksi ile tüketici sorumluluğu bilinci arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır.

H2.2. Spor tesis üyelerinde beden kitle indeksi ile kalite bilinci arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır.

H2.3. Spor tesis üyelerinde beden kitle indeksi ile bütçe fiyat bilinci arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır.

Materyal ve Yöntem

Araştırmanın Modeli

Araştırmamızda model olarak nicel araştırma desenlerinden nedensel karşılaştırma ve korelasyon araştırma yöntemleri kullanılmıştır.

Araştırma Grubu

Araştırmanın evreni Kayseri ilinde yer alan bir spor tesisine üye olan 202 bireyden oluşmaktadır. Araştırmanın örnekleme ise bu evren grubundan seçkisiz örnekleme yöntemi ile seçilen 134 birey oluşturmaktadır. Raosoft (2025) örneklem belirleme hesaplayıcısına göre 202 birimlik evren kitlesi için %5 hata payı ile örneklem hacminin en az 133 birim olması gerektiği hesaplanmıştır.

Araştırmanın Veri Toplama Araçları

Araştırmada veri toplama araçları olarak Tanita RD 545 vücut ölçüm cihazı ve iki bölümden oluşan ölçek kullanılmıştır. Tanita RD 545 cihazı beden kitle indeksi ölçümleri için kullanılmıştır. Anketin ilk bölümünde kişisel bilgiler formu yer alırken ikinci bölümde ise "Bilinçli Tüketicilik Düzeyi Ölçeği" kullanılmıştır.

Tanita RD 545 Vücut Analiz Cihazı

Tanita RD 545 vücut analiz cihazı spor merkezi üyelerinin beden kitle indekslerini belirlemek için kullanılmıştır. Test protokolü şu şekilde uygulanmıştır. Katılımcılar teste başlarken çıplak ayak ve üzerinde herhangi bir demir cihaz olmadan komutla birlikte cihaza çıkması istenmiş ve komut ile test sonlandırılmıştır.

Kişisel Bilgiler Formu

Kişisel bilgiler formu yaş, cinsiyet, medeni durum ve eğitim durumu değişkenlerine ilişkin maddelerden oluşmaktadır.

Bilinçli Tüketicilik Düzeyi Ölçeği

Sağlam (2010) tarafından geliştirilen ölçek 19 madde ve 3 alt boyuttan ("Tüketici Sorumluluğu Bilinci", "Kalite Bilinci" ve "Bütçe Fiyat Bilinci") oluşmaktadır. Ölçek 4'lü likert tipi olup, ifadeler Hiçbir Zaman (1), Ara Sıra (2), Çoğu Zaman (3), Her Zaman (4) şeklinde sıralanmış ve 1 ile 4 arası puanlamıştır. 7. ve 18. sorular tersten puanlanmaktadır. Ölçeğin iç tutarlılık kat sayısı $\alpha=0,77$ olduğu için geçerli ve güvenilir bir ölçek olduğuna karar verilmiştir.

İstatistik Analiz

Araştırmada verilerin analiz edilmesi için SPSS 22 programından faydalanılmıştır. Kişisel bilgi formu ve değişkenlerin analizinde tanımlayıcı istatistikler kullanılmıştır. İlişkisel ve karşılaştırmalı analizlerde veriler normal dağılım gösterdiği için (skewness ve kurtosis değerlerinin +1,5 ile -1,5 arası

olması) parametrik testlerden faydalanılmıştır. Tabachnick ve Fidell (2013) eğer Skewness ve Kurtosis değerleri +1,5 ve -1,5 arasında ise verilerin normal dağılım gösterdiği şeklinde yorumlanması gerektiğini belirtmişlerdir. Karşılaştırmalı analizlerde ANOVA testi, ilişkisel analizlerde de Pearson Korelasyon testi kullanılmıştır.

Bulgular

Tablo 1. Araştırmaya katılan bireylere ait kişisel bilgi formundaki değişkenlerin dağılımı

Demografik değişkenler		f	%
Cinsiyet	Kadın	60	44,8
	Erkek	74	55,2
	Toplam	134	100,0
Medeni Durum	Evli	58	43,3
	Bekar	76	56,7
	Toplam	134	100,0
Yaş	18 yaş ve altı	3	2,2
	19-24	35	26,1
	25-35	76	56,7
	36-50	20	14,9
	Toplam	134	100,0
Eğitim Durumu	İlköğretim	105	78,4
	Ortaöğretim	14	10,4
	Ön lisans veya lisans	15	11,2
	Toplam	134	100,0
Beden Kitle İndeksi	Normal Ağırlıkta	40	29,9
	Fazla Kilolu	77	57,5
	Obez	17	12,7
	Total	134	100,0

Tablo 1 incelendiğinde araştırmaya katılanların %44,8 (n=60)'nin kadın, %55,2 (n=74)'sinin erkek olduğu görülmektedir. Medeni durum değişkenine göre katılımcıların %43,3 (n=58)'nün evli, %56,7 (n=76)'sinin bekar olduğu tespit edilmiştir. Eğitim durumu değişkenine göre katılımcıların %78,4 (n=105)'nün ilköğretim, %10,4 (n=14)'nün ortaöğretim, %11,2 (n=15)'sinin ön lisans ve lisans mezunu olduğu gözlemlenmiştir. Beden Kitle İndeksi değişkenine göre katılımcıların %29,9 (n=40)'nun normal ağırlıkta, %57,5 (n=77)'nin fazla kilolu, %12,7 (n=17)'sinin obez olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 2. Araştırmaya katılan spor tesis üyelerinin beden kitle indeksleri ile bilinçli tüketicilik düzeylerinin dağılımları

Değişkenler	n	Min.	Max.	\bar{x}	s
Beden Kitle İndeksi	134	21,10	33,90	26,53	2,94
Tüketici Sorumluluğu Bilinci	134	1,63	4,38	2,91	0,69
Kalite Bilinci	134	1,00	4,20	2,73	0,88
Bütçe Fiyat Bilinci	134	1,50	4,17	2,97	0,71
Toplam Bilinçli Tüketicilik Düzeyi	134	1,95	4,00	2,88	0,52

Tablo 2 incelendiğinde araştırmaya katılan spor tesis üyelerinin beden kitle indeksi değişkenine göre fazla kilolu oldukları ($\bar{x}=26,53\pm 2,94$) tespit edilmiştir. Ayrıca katılımcıların bilinçli tüketicilik düzeylerinin düşük olduğu [tüketici sorumluluğu bilinci ($\bar{x}=2,91\pm 0,69$), kalite bilinci ($\bar{x}=2,73\pm 0,88$), bütçe fiyat bilinci ($\bar{x}=2,97\pm 0,71$), toplam bilinçli tüketicilik düzeyi ($\bar{x}=2,88\pm 0,52$)] gözlemlenmiştir.

Tablo 3. Spor tesis üyelerinin Bilinçli tüketicilik düzeylerinin beden kitle indeksine göre karşılaştırılması (ANOVA)

Ölçek Alt Boyutları ve Toplam Puan	Beden Kitle İndeksi	n	\bar{x}	ss	F	df	p
Tüketici Sorumluluğu Bilinci	Normal Ağırlıkta	40	3,02	,51	2,79	2	0,06
	Fazla Kilolu	77	2,79	,76			
	Obez	17	3,16	,69			
	Total	134	2,91	,69			
Kalite Bilinci	Normal Ağırlıkta	40	2,87	,70	10,64	2	0,00*
	Fazla Kilolu	77	2,50	,95			
	Obez	17	3,49	,30			
	Total	134	2,73	,88			
Bütçe Fiyat Bilinci	Normal Ağırlıkta	40	2,96	,64	0,50	2	0,60
	Fazla Kilolu	77	2,94	,78			
	Obez	17	3,13	,53			
	Total	134	2,97	,7			
Toplam Bilinçli Tüketicilik Düzeyi	Normal Ağırlıkta	40	2,96	,40	6,91	2	0,00*
	Fazla Kilolu	77	2,76	,57			
	Obez	17	3,24	,37			
	Total	134	2,88	,52			

Tablo 3 incelendiğinde spor tesis üyelerinin tüketici sorumluluğu bilinci ve bütçe fiyat bilinçlerinde beden kitle indeksi sınıflamasına göre anlamlı bir farklılaşma olmadığı ($p>0,05$) gözlemlenmiştir. Fakat kalite bilinçlerinde ve toplam bilinçli tüketicilik düzeylerinde beden kitle indeksi sınıflamasına göre anlamlı bir farklılığın olduğu ($p<0,05$) tespit edilmiştir. Yapılan Tukey testi sonucunda kalite bilinci boyutunda obez olan bireylerin kalite bilinçlerinin normal ağırlıkta ve fazla kilolu bireylere göre daha yüksek olduğu görülmüştür. Toplam bilinçlilik düzeyinde de obez bireylerin bilinçli tüketicilik düzeylerinin fazla kilolu bireylere göre daha yüksek olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 4. Spor tesislerindeki üyelere ait beden kitle indeksleri, tüketici sorumluluğu bilinci, kalite bilinci, bütçe fiyat bilinci ve toplam bilinçli tüketicilik düzeyi değişkenleri arasındaki ilişkinin analizi (Pearson Correlation)

	1	2	3	4	5
1. Beden Kitle İndeksi	1				
2. Tüketici Sorumluluğu Bilinci	-0,006	1			
3. Kalite Bilinci	0,055	0,666**	1		
4. Bütçe Fiyat Bilinci	-0,001	0,017		1	
5. Toplam Bilinçli Tüketicilik Düzeyi	0,021	0,860**	0,728**	0,406**	1

** $p<0,001$

Tablo 4 incelendiğinde beden kitle indeksi ile tüketici sorumluluğu bilinci (-0,006), kalite bilinci (0,055), bütçe fiyat bilinci (-0,001), toplam bilinçli tüketicilik düzeyi (0,021) arasında anlamlı bir ilişki olmadığı tespit edilmiştir.

Tartışma ve Sonuç

Araştırma tanımlayıcı istatistikleri sonucunda araştırmaya katılan spor tesis üyelerinin beden kitle indeksine göre fazla kilolu oldukları tespit edilmiştir. Ayrıca bilinçli tüketicilik düzeylerinin de düşük olduğu gözlemlenmiştir. Benzer bir şekilde Patro ve ark. (2025), genç sporcuların beslenme alışkanlıklarının incelediği çalışmada sporcuların temel öğelerini bildiklerini ancak günlük alım düzeylerinin ve hangilerini tüketebilecekleri konusunda farkındalıklarının düşük olduğu belirtilmektedir ve çalışmamızla benzerlikler

gözlenmektedir. Bu bulgu, bizim araştırmamızda da gözlemlenen, bireylerin sağlık ve tüketim davranışlarında bilinç düzeylerinin sınırlı kaldığı sonucunu destekler niteliktedir. Bu doğrultuda Maguire (2008)'in spor merkezlerinden hizmet alan bireylerin boş zamanlarını değerlendirdikleri gibi zevk aldıklarını, bedenlerini geliştirdikleri tüketimin teşvik edildiği bir yaşam tarzı olduğunu belirtmiştir. Bu doğrultuda araştırmacının bulgusu çalışmamızın bulgusunu desteklediği söylenebilir. Ayrıca bu çalışmada BKİ'nin yüksek olan yani kilolu bireylerin olması bilinçli tüketim davranışlarının düşük olduğunu düşünülmektedir. Fakat Dohle ve ark. (2014) çalışmasında fiziksel aktivite yapan bireylerin BKİ'yi düşürdüğü belirtmektedir.

Araştırmanın karşılaştırmalı analizlerinde araştırmaya katılan spor tesis üyelerinin tüketici sorumluluğu bilinci ve bütçe fiyat bilincinde beden kitle indeksi sınıflamalarına göre anlamlı bir farklılığın olmadığı görülmüştür. Bununla birlikte Kalite bilinci ve toplam bilinçli tüketicilik düzeylerinde beden kitle indeksi sınıflamalarına göre anlamlı bir farklılığın olduğu tespit edilmiştir. Kalite bilincinin obez olan bireylerde diğerlerine göre daha fazla olduğu, toplam bilinçli tüketicilik düzeyinin de obez bireylerde fazla kilolu olanlara göre daha fazla olduğu tespit edilmiştir. Schvey ve ark. (2017), spor tesislerinden hizmet alan fazla kilolu bireylerin fiziksel görünüşlerinden dolayı damgalanmalarından sağlıklarının olumsuz etkilendiğini ve bu üyelerin kendilerini rahat hissedebilecekleri farklı merkezlerden hizmet aldıklarını belirtmiştir. Bu konu ile korele olarak araştırmacının bu bulgusu bireylerin kalite bilinci yüksek, eşitlik ve destekleyici bir ortamın mümkün olduğu bir merkez seçmiş olmaları bilinçli tüketim davranışına örnek gösterilebilir. Benzer bir şekilde Argüelles ve ark. (2022), obez bireylerin yani beden kitle indeksi yüksek bireylerin fazla kilolu ya da obez olarak sınıflandırıldığını yapısal ayrımcılığa maruz kaldıklarını tespit etmiştir. Bu doğrultuda bu çalışmada bilinçli tüketicilik ve kalite boyutları arasında beden kitle endeksine göre obez olan bireylerin lehine anlamlı farklılık çıkması bu bireylerin damgasız kapsayıcı ve kaliteli hizmet sunan tesisleri seçmeleri Argüelles ve ark. (2022) ve bu çalışmanın bulguları birbirini desteklemektedir. Çimen (2022), ise sağlık bilincinin artmasıyla tüketim farkındalığının arttığını belirtmesi çalışmamızın bulgusu örtüşmektedir. Benzer bir şekilde Zhang ve Li (2014) çalışmalarında sağlık ve fitness kulüplerinin tüketicilerinin farklı segmentlere ayrıldığı ve tüketici tercihlerinin sosyo-demografik, kültürel ve psikolojik faktörlerden etkilendiği vurgulanmaktadır. Bu durum, çalışmamızda obez bireylerin kalite bilincinin diğerlerinden daha yüksek çıkması bulgusuyla paralellik göstermektedir.

Araştırmanın ilişkisel analizlerinde katılımcılara ait beden kitle indeksi ile tüketici sorumluluğu bilinci, kalite bilinci, bütçe fiyat bilinci ve toplam bilinçli tüketicilik düzeyleri değişkenleri arasında anlamlı bir ilişki olmadığı gözlemlenmiştir. Benzer bir şekilde Neville ve ark. (2015), fitness kavramının tüketimden davranışı olmaktan çok spor yapan bireylerin kendilerini gerçekleştirdikleri, erdem ve üretme süreçlerinde önemli rol oynadığını belirtmektedir. Liebman ve ark. (2003) ise çalışmasında fazla kilo ile olumsuz tüketimi ve yaşam tarzı ilişkisini ortaya koyarken bu çalışmada BKİ ve bilinçli tüketim davranışları arasında ilişki tespit edilmemiştir. Bu iki çalışmanın bulgusu birlikte değerlendirildiğinde bilinçli tüketimin her zaman BKİ ile ilişkili olmadığını fakat beden BKİ ve bilinçli tüketiciliğin yaşam tarzı hatta bireysel alışkanlıklardan şekillenebileceği olarak yorumlanabilir. Araştırmamızda BKİ ile bilinçli tüketicilik arasında bir bağ görülmemiştir; buna karşın Wang ve ark. (2008), bireylerin inanç ve tüketim alışkanlıklarının BKİ üzerinde etkili olabileceğini belirtmektedir. Çalışmada BKİ ile bilinçli tüketim arasında bir ilişki görülmesi de

bireylerin kendilerini geliştirmek ve sağlıklı olmak adına bir motivasyonu olduğunu söylenebilir. Bu noktadan hareketle Morrison ve ark. (2004), belirttiği gibi bireylerin spor merkezlerinden vücutlarını geliştirmek ve sağlıklarını korumak adına takviye ürünlerinden yararlandığını belirtmiştir. Bu araştırmacının ve bu çalışmanın bulgusu dikkate alındığında bireylerin gerçekleştirdikleri tüketimin kişisel hedefler ve sağlıkları söz konusu olduğunda motivasyonel veya kişisel olduğu söylenebilir. Araştırma sonucunda obez olan bireylerin toplam bilinçli tüketicilik düzeylerinin ve kalite bilinçlerinin diğerlerine göre yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Öneriler

- İlgili alanda akademik çalışmalarda farklı örneklem grupları ile çalışmalar yapılabilir.
- Ayrıca akademik olarak oluşturulan bu yeni modele ilişkin daha yüksek hacimli örneklem gruplarıyla çalışılması önerilmektedir

Etik Kurul Onay: Çalışmamız 03.12.2024 tarihli ve 20 sayılı toplantısının 2024/20-14 sayılı karar doğrultusunda etik kurul izni alınmıştır.

Kaynaklar

- Altınışık Ü. ve Çelik, A. (2021). Investigation of service quality perceived by fitness center consumers. *Pak. J. Med. Health Sci*, 15, 3225-3229.
- Andersen, R. E., and Jakicic, J. M. (2003). Physical activity and weight management: Building the case for exercise. *The Physician and Sportsmedicine*, 31(11), 39-45.
- Argüelles, D., Pérez-Samaniego, V., and López-Cañada, E. (2022). "Do you find it normal to be so fat?" Weight stigma in obese gym users. *International Review for the Sociology of Sport*, 57(7), 1095-1116.
- Buğday, E. B. (2015). Bilinçli Tüketici Ölçeği Geliştirme Çalışması. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Hacettepe Üniversitesi, Ankara.
- Caplan, R. M. (2024). Exercise and sleep. In *Long Life Strategy: A Guide for Living a Longer, Healthier, and More Fulfilling life* (pp. 183-192). Cham: Springer Nature Switzerland.
- Crabtree, R. M., and Zhang, J. J. (2022). Challenges and opportunities of contemporary sport marketing: Strategic perspectives. *Sport Marketing in a Global Environment*, 1-13.
- Çavuşoğlu, S., and Demirağ, B. (2021). Tüketici pişmanlığının müşteri tatmini ve davranışsal niyet üzerindeki etkisi: restoran müşterileri üzerine bir araştırma. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(2), 909-924.
- Çimen, A. A. (2022). Sağlık farkındalığı, spor alışkanlığı ve sosyal-demografik değişkenlerin çevre dostu satın alma davranışı üzerindeki etkisi (master's thesis, Dokuz Eylül Üniversitesi (Turkey).
- Çimen, Z. (2003). Spor hizmetlerinde toplam kalite standartları. *İstanbul Üniversitesi Spor Bilimleri Dergisi*, 11(3), 13-17.
- Dohle, S., Hartmann, C., and Keller, C. (2014). Physical activity as a moderator of the association between emotional eating and BMI: evidence from the Swiss food panel. *Psychology & health*, 29(9), 1062-1080.
- Duman, F. K. (2022). Spor tesislerinde algılanan hizmet kalitesinin müşteri memnuniyeti ile ilişkisi. *Journal of ROL Sport Sciences*, 3(3), 1-13.

- Gündoğdu, C. ve Deveci, S. (2008). Spor hizmetlerinin genel ekonomi çerçevesinde görünümü. *Doğu Anadolu Bölgesi Araştırmaları*, 6(2), 117-124.
- Katırcı, H. ve Argan, M. (2012). Spor pazarlaması, No: 2481, 1, 35-55. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Lee, Y. L., Pan, L. Y., Hsu, C. H., and Lee, D. C. (2018). Exploring the sustainability correlation of value Co-creation and customer loyalty-A case study of fitness clubs. *Sustainability*, 11(1), 97.
- Liebman, M., Pelican, S., Moore, S. A., Holmes, B., Wardlaw, M. K., Melcher, L. M., and Haynes, G. W. (2003). Dietary intake, eating behavior, and physical activity-related determinants of high body mass index in rural communities in Wyoming, Montana, and Idaho. *International journal of obesity*, 27(6), 684-692.
- Lyu, S. O. (2024). Unveiling willingness to pay for green stadiums: insights from a choice experiment. *Journal of Cleaner Production*, 434, 139985.
- Maguire, J. S. (2008). Leisure and the Obligation of Self-Work: An Examination of the Fitness Field. *Leisure Studies*, 27(1), 59–75.
- Morrison, L. J., Gizis, F., and Shorter, B. (2004). Prevalent use of dietary supplements among people who exercise at a commercial gym. *International journal of sport nutrition and exercise metabolism*, 14(4), 481-492.
- Muscogiuri, G., Verde, L., and Colao, A. (2023). Body mass index (BMI): still be used? *European Journal of Internal Medicine*, 117, 50-51.
- Nessling, K. (2023). Post-pandemic fitness trends and consumer behavior in B2C fitness marketing: Case Levi Wellness Club.
- Neville, R. D., Gorman, C., Flanagan, S., and Dimanche, F. (2015). Negotiating fitness, from consumption to virtuous production. *Sociology of sport journal*, 32(3), 284-311.
- Nguyen, H.T., Nguyen, H., Nguyen, N.D. and Phan, A.C. (2018). Determinants of Customer Satisfaction and Loyalty in Vietnamese Life-Insurance Setting, *Sustainability*, 10(4): 1151-1166.
- Patro, S., Maharana, T. M., Pradhan, P., and Mousmi, P. (2025). A Study on Nutritional Awareness and Body Mass Index (BMI) among Young Athletes in Odisha. *Age*, 13(16), 53-00.
- Polat, E., Akoğlu, H. E., Konak, O., and Özen, G. (2019). Fiziksel Aktivite Yapan ve Yapmayan Bireylerde Sürdürülebilir Tüketim Davranışlarının İncelenmesi. *Spor metre Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 17(2), 53-63.
- Ramadhania, A. R., Hasna, A. N., Winata, R. K., Ridwan, H., and Sopiah, P. (2024). Hubungan Aktivitas Fisik dan Pola Makan terhadap Status Indeks Masa Tubuh Normal. *SEHATMAS: Jurnal Ilmiah Kesehatan Masyarakat*, 3(1), 58-66.
- Raosoft I. Sample Size Calculator by Raosoft Inc. (Erişim Tarihi: 01.08.2025)., <http://www.raosoft.com/samplesize.html>
- Schiffman, L. G. V., and Wisenblit, J. (2015). *Consumer behavior*. 11. Baskı, Edinburgh: Pearson Education.
- Schvey, N. A., Sbrocco, T., Bakalar, J. L., Ress, R., Barmine, M., Gorlick, J., Pine, A., Stephens, M., and Tanofsky-Kraff, M. (2017). The experience of weight stigma among gym members with overweight and obesity. *Stigma and Health*, 2(4), 292–306.

- Silbermann, A., and Balderjahn, I. (2013). Die Rolle der Selbstaufmerksamkeit beim Bewusstsein für einen gesunden Konsum: Überblick und Konzeptentwicklung. *International Journal of Marketing*. <https://doi.org/10.33196/ijm201301003701>
- Soyer, A. (2023). Spor Hizmetlerinin Spor Tesisleri İşletmeciliği Perspektifinden ve Futbol Branşı Kapsamında Sınıflandırılması. *Futbolda Yönetim ve Liderlik*, 32.
- Ünal, H., ve Babaoğlu, A. (2014). Research on the levels of conscious consumerism of the sport consumer Spor tüketicilerinin bilinçli tüketicilik düzeyleri üzerine bir araştırma. *Journal of Human Sciences*, 11(1), 992-1003.
- Üzüm, H., Yeşildağ, B., Karlı, Ü., Parlar, F. M., Çokpartal, C. and Tekin, N. (2016). Kamu ve özel spor merkezleri müşterilerinin hizmet kalitesi algılarının incelenmesi. *Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 16(3), 167-180.
- Wang, W. C., Worsley, A., and Cunningham, E. G. (2008). Social ideological influences on reported food consumption and BMI. *International Journal of Behavioral Nutrition and Physical Activity*, 5(1), 20.
- Yiğit, O., and Soyer, A. (2023). The Effect of Perceived Service Quality on Customer Loyalty in Sports-Fitness Facilities. *Avrasya Spor Bilimleri ve Eğitim Dergisi*, 5(2), 328-340.
- Zhang, W., and Li, Y. (2014). A study on consumer behavior of commercial health and fitness club a case of consumers in Liverpool. *American journal of industrial and business management*.
- Танатарова, М. (2024). Conscious Consumption As A New Form of Social Activity. *Вестник КазНПУ имени Абая. Серия: Социологические и политические науки*, 87(3), 21-33.

Makale Alıntısı

Yiğit, O., Avanoğlu, E., Apaydın, M.B., Süel, E. (2025). Spor Tesisleri Üyelerinde Beden Kitle İndeksi ile Bilinçli Tüketicilik Düzeyi Arasındaki İlişkilerin Araştırılması [Investigation of the Relationships Between Body Mass Index and Conscious Consumerism Level in Sports Facilities Members], *Spor Eğitim Dergisi*, 9 (3), 519-528.



Bu eser Creative Commons Atıf-GayriTicari 4.0 Uluslararası Lisansı ile lisanslanmıştır.