



T.C.

ÇANAKKALE ONSEKİZ MART ÜNİVERSİTESİ

LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ

SEYAHAT İŞLETMECİLİĞİ VE TURİZM REHBERLİĞİ

ANABİLİM DALI

MACERA TURİSTLERİNİN SEYAHAT MOTİVASYONLARI VE

DAVRANIŞSAL NİYETLERİ: GÖKÇEADA ÖRNEĞİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

BERRİN YILMAZ

TEZ DANIŞMANI

DOÇ. DR. HACI MEHMET YILDIRIM

ÇANAKKALE – 2023



T.C.

ÇANAKKALE ONSEKİZ MART ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ

SEYAHAT İŞLETMECİLİĞİ VE TURİZM REHBERLİĞİ ANABİLİM DALI

**MACERA TURİSTLERİNİN SEYAHAT MOTİVASYONLARI VE
DAVRANIŞSAL NİYETLERİ: GÖKÇEADA ÖRNEĞİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

BERRİN YILMAZ

Tez Danışmanı

DOÇ. DR. HACI MEHMET YILDIRIM

ÇANAKKALE – 2023



T.C.
ÇANAKKALE ONSEKİZ MART ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ



Berrin YILMAZ tarafından Doç. Dr. Hacı Mehmet YILDIRIM yönetiminde hazırlanan ve **31/08/2023** tarihinde aşağıdaki jüri karşısında sunulan “**Macera Turistlerinin Seyahat Motivasyonları ve Davranışsal Niyetleri: Gökçeada Örneği**” başlıklı çalışma, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü **Seyahat İşletmeciliği ve Turizm Rehberliği Anabilim Dalı**’nda **YÜKSEK LİSANS TEZİ** olarak oy birliği/oy çokluğu ile kabul edilmiştir.

Jüri Üyeleri

İmza

Doç. Dr. Hacı Mehmet YILDIRIM

.....

Doç. Dr. Serkan TÜRKMEN

.....

Doç. Dr. Mustafa IŞKIN

.....

Tez No :

Tez Savunma Tarihi : 31/08/2023

Prof. Dr. Ahmet Evren ERGİNAL

Enstitü Müdürü

.././20..

ETİK BEYAN

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Tez Yazım Kuralları'na uygun olarak hazırladığım bu tez çalışmada; tez içinde sunduğum verileri, bilgileri ve dokümanları akademik ve etik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi, tüm bilgi, belge, değerlendirme ve sonuçları bilimsel etik ve ahlak kurallarına uygun olarak sunduğumu, tez çalışmada yararlandığım eserlerin tümüne uygun atıfta bulunarak kaynak gösterdiğimi, kullanılan verilerde herhangi bir değişiklik yapmadığımı, bu tezde sunduğum çalışmanın özgün olduğunu, bildirir, aksi bir durumda aleyhime doğabilecek tüm hak kayıplarını kabullendiğimi taahhüt ve beyan ederim.

Berrin YILMAZ

31/08/2023

TEŞEKKÜR

Macera turistlerini macera aktivitelerine iten seyahat motivasyonları ve turistleri aktivitelerin yapıldığı destinasyona çeken seyahat motivasyonları macera turizminin gelişebilmesi için önemli bir etken olarak karşımıza çıkmaktadır. Davranışsal niyet ise bir destinasyonun turizm açısından sürdürülebilirliğinin göstergesidir. Bu kapsamda çalışmada itici ve çekici seyahat motivasyonu değişkenlerinin davranışsal niyet üzerindeki etkileri incelenmiştir. Bu doğrultuda araştırma sonuçlarının hem alan yazına hem de destinasyona yönelik destek sağlaması açısından önem arz edeceği düşünülmektedir.

Çalışma kapsamında ilk olarak yardımlarını ve desteklerini esirgemeyen danışmanım Doç. Dr. Hacı Mehmet YILDIRIM' a; aileme, değerli hocalarıma, 6 Şubat depreminde başta değerli arkadaşlarım Ali Osman AYDIN ve Nazım Can HARTLAP olmak üzere enkaz altında hayatını kaybeden tüm meslektaşlarıma; araştırma verilerinin toplanmasına imkân sağlayan sörf okullarına ve destinasyondaki turizm işletmelerine teşekkürlerimi sunarım

Berrin YILMAZ
Çanakkale, Ağustos 2023

ÖZET

MACERA TURİSTLERİNİN SEYAHAT MOTİVASYONLARI VE DAVRANIŞSAL NİYETLERİ: GÖKÇEADA ÖRNEĞİ

Berrin YILMAZ

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi

Lisansüstü Eğitim Enstitüsü

Seyahat İşletmeciliği ve Turizm Rehberliği Anabilim Dalı Yüksek Lisans Yeterlik Tezi

Danışman: Doç. Dr. Hacı Mehmet YILDIRIM

31.08.2023, 70

Macera turizmi, katılımcıların rutin yaşamlarından uzaklaşarak doğal çevre ile etkileşimi, risk düzeyine göre sert ve yumuşak olarak farklılık gösteren açık hava turistik faaliyetlerinin geniş bir yelpazesidir. Bireylerin ihtiyaçlarının farklılaşmaları, turistlerin farklı görüşlere sahip olmalarının yanında bir destinasyon ile ilgili yaklaşımları da farklılık gösterebilir. Bu noktada macera turistlerinin seyahat etmelerinin arkasında yatan itici ve çekici motivasyonların da destinasyon ve ortama göre farklılık gösterdiği söylenebilir. Davranışsal niyetler ise turistlerin algıları ve deneyimleri doğrultusunda oluşan duygu durum ve davranışlardır. Bu kapsamda bu çalışma da Gökçeada'daki macera turistlerinin itici ve çekici seyahat motivasyonları ve davranışsal niyetleri arasındaki ilişkinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Araştırmanın örneklemini 302 yerli ve yabancı turistler oluşturmaktadır. Örnekleme belirlemek için “kolayda örnekleme” yöntemi kullanılmıştır.

Araştırmanın sonucunda elde edilen bulgulara göre, seyahat motivasyonlarının itici ve çekici ve davranışsal niyet ifadelerinin katılımcıların demografik özellikleri ile arasında anlamlı farklılıklar olduğu belirlenmiştir. Aynı zamanda itici ve çekici seyahat motivasyonlarının davranışsal niyetleri pozitif yönde etkilediği sonucuna varılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Macera turizmi aktiviteleri, Seyahat motivasyonları, Davranışsal niyetleri, İtici ve çekici seyahat motivasyonları, Gökçeada

ABSTRACT

TRAVEL MOTIVATIONS AND BEHAVIORAL INTENTIONS OF ADVENTURE TOURISTS: THE CASE OF GÖKÇEADA

Berrin YILMAZ

Çanakkale Onsekiz Mart University

School of Graduate Studies

Master of Science Thesis in Travel Management and Tourism Guidance

Advisor: Assoc. Prof. Dr. Hacı Mehmet YILDIRIM

31/08/2023, 70

Adventure tourism is a wide range of outdoor touristic activities that differ from the routine life of the participants and interact with the natural environment, hard and soft according to the level of risk. Individuals' needs may differ, tourists may have different views, as well as their approaches to a destination may differ. At this point, it can be said that the driving and attractive motivations behind the adventure tourists' travel also differ according to the destination and environment. Behavioral intentions, on the other hand, are emotional states and behaviors that occur in line with the perceptions and experiences of tourists. In this context, in this study, it is aimed to determine the relationship between repulsive and attractive travel motivations and behavioral intentions of adventure tourists in Gökçeada. The sample of the research consists of 302 local and foreign tourists. "Convenience sampling" method was used to determine the sample.

According to the findings obtained as a result of the research, it was determined that there were significant differences between the motivations for travel, the repulsive and attractive expressions, and the behavioral intentions of the participants with the demographic characteristics of the participants. At the same time, it was concluded that push and pull travel motivations positively affect behavioral intentions.

Keywords: Adventure tourism activities, Travel motivations, Behavioral intentions, Repulsive and attractive travel motivations, Gökçeada.

İÇİNDEKİLER

Sayfa No

JÜRİ ONAY SAYFASI.....	i
ETİK BEYAN.....	ii
TEŞEKKÜR.....	iii
ÖZET	iv
ABSTRACT	v
İÇİNDEKİLER	vi
SİMGELER ve KISALTMALAR.....	İx
TABLolar DİZİNİ.....	x
ŞEKİLLER DİZİNİ.....	xii

BİRİNCİ BÖLÜM

GİRİŞ

1.1. Macera Turizmi ve Özellikleri.....	1
---	---

İKİNCİ

MACERA TURİZMİ İLE İLGİLİ KAVRAMLAR

2.1. Macera Turizmi ve Özellikleri.....	3
2.2. Macera Turizminin Gelişimi ve Önemi.....	9
2.2.1. Dünya’da Macera Turizmi.....	9
2.2.2. Türkiye’de Macera Turizmi.....	10
2.3. Macera Turizmi Türleri.....	11
2.3.1. Yumuşak Macera Turizmi.....	13
2.3.2. Sert Macera Turizmi Aktiviteleri.....	15
2.4. Türkiye’deki Macera Turizmi Destinasyonları.....	15

2.5. Gökçeada Bölgesinde Yapılan Macera Turizmi Çeşitler.....	18
2.5.1. Sörf ve Rüzgar Sörfü.....	19
2.5.2. Tüple Dalış/ Şnorkelle Dalma.....	20
2.5.3. Bisiklet Turizmi.....	21
2.5.4. Kitesurf/ Uçurtma Sörfü.....	22
2.5.5. Trekking.....	23
2.5.6. Kuş Gözlemciliği.....	24

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

MACERACI TURİSTLERİN SEYAHAT MOTİVASYONLARI VE DAVRANIŞSAL NİYETLERİ

3.1. Turistlerin Seyahat Motivasyonları.....	25
3.2. Macera Turistlerinin Seyahat Motivasyonları.....	33
3.2.1. İtici Seyahat Motivasyonları.....	33
3.2.2. Çekici Seyahat Motivasyonları.....	35
3.3. Macera Turistlerinin Seyahat Motivasyonları ile İlgili Yapılan Çalışmalar.....	32
3.4. Davranışsal Niyet Kavramı ve Boyutları.....	33
3.4.1. Davranışsal Niyet Kavramı.....	33
3.4.2. Davranışsal Niyet Boyutları.....	35
3.5. Macera Turistlerinin Seyahat Motivasyonları ile Davranışsal Niyetleri Arasındaki İlişki.....	38

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

ARAŞTIRMA YÖNTEMLERİ

4.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi.....	40
4.2. Araştırma Modeli ve Hipotezleri.....	40

4.3. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi	44
4.4. Veri Toplama ve Süreci.....	45
4.5. Verilerin Analizi	46

BEŞİNCİ BÖLÜM ARAŞTIRMA BULGULARI

5.1. Bulgular	47
---------------------	----

ALTINCI BÖLÜM SONUÇ ve ÖNERİLER

6.1. Sonuç ve Öneriler	62
KAYNAKÇA	66
EK 1. ETİK KURUL ONAYI.....	I
EK 2. ANKET	II
ÖZGEÇMİŞ	V

KISALTMALAR

UNWTO: Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü

ATTA : Macera Turizmi ve Ticaret Birliği

TÜDAV: Türk Deniz Araştırmaları Vakfı

SCUBA: Su Altında Kendi Kendine Yeterli Soluma Aparatları- Self Contained Underwater Breathing Apparatus



TABLÖLAR LİSTESİ

Tablo No	Tablo Adı	Sayfa No
Tablo 1	Macera Turizminde Öne Çıkan Gelişmiş ve Gelişmekte Olan Ülkeler	10
Tablo 2	Geleneksel ve Çağdaş Macera Turizmi Aktiviteleri	12
Tablo 3	Yumuşak ve Sert Macera Aktiviteleri	14
Tablo 4	Zuckerman'ın Heyecan Arama Modeli	29
Tablo 5	Turist Motivasyonlarında İtici ve Çekici Faktörler	31
Tablo 6	Kabatepe-Gökçeada Hattı Vapur Yolcu Sayısı	44
Tablo 7	Katılımcıların Betimleyici Özelliklerine Dair Bulgular	47
Tablo 8	Macera Aktivitelerine Göre Katılımcıların Betimleyici Analiz Bulguları	48
Tablo 9	İtici Seyahat Motivasyonu Ölçeği Açıklayıcı Faktör Analizi Sonuçları	49
Tablo 10	Çekici Seyahat Motivasyonu Ölçeği Açıklayıcı Faktör Analizi Sonuçları	50
Tablo 11	Davranışsal Niyetlerin Açıklayıcı Faktör Analizi Bulguları	51
Tablo 12	Katılımcıların İtici ve Çekici Seyahat Motivasyon Ölçeği İfadelerine Yönelik Tanımlayıcı İstatistiksel Bulgular	52
Tablo 13	İtici ve Çekici Seyahat Motivasyonu Değişkeninin Cinsiyet Durumuna Göre Farklılıkların Olduğu Mann-Whitney U Testi	53
Tablo 14	İtici ve Çekici Seyahat Motivasyonu Değişkeninin Yaş Aralıkları Durumuna Göre Farklılıkların Olduğu Kruskal-Wallis H testi	54
Tablo 15	İtici ve Çekici Seyahat Motivasyonu Değişkeninin Mesleki Durumuna Göre Farklılıkların Olduğu Kruskal-Wallis H Testi	55
Tablo 16	Davranışsal Niyetler Değişkeninin Uyruk Durumuna Göre Farklılıkların Olduğu Kruskal-Wallis H Testi	57

Tablo 17	Değişkenler Arasındaki Korelasyon Analizi Bulguları	58
Tablo 18	Maceracı Turistlerin Davranışsal Niyetleri	59
Tablo 19	Değişkenler Arasındaki Korelasyon Analiz Bulguları	59
Tablo 20	Macera Turizmi Aktivitelerini Katılan Turistlerin İtici ve Çekici Motivasyonları ve Davranışsal Niyetleri Arasındaki Etkiler	60



ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil No	Şekil Adı	Sayfa
Şekil 1	Maceranın Temel Unsurları	8
Şekil 2	Gökçeada'nın Coğrafi Konumu	19
Şekil 2	Gökçeada'da Dalış Rotaları	21
Şekil 3	Gökçeada'da Bisiklet Sürüş Rotaları	22
Şekil 4	Trekking Rotaları	23
Şekil 5	Seyahat Kariyeri Merdiveni	26
Şekil 6	Araştırma Modeli	44

BİRİNCİ BÖLÜM

GİRİŞ

Turizm dünyada en hızlı büyüyen ve aynı zamanda değişim içerisinde olan bir sektördür. Macera turizmini en iyi şekilde anlayabilmek için öncelikle “macera” kelimesinin ne anlam ifade ettiğini bilmek gerekmektedir. Fiziki aktiviteler ile bir araya gelmiş deneyimlere karşı hissedilen ihtiyaçlardan macera turizmi oluşmuştur (Sung, 2004). Macera turizmi, ödül nitelikli bir macera deneyimlenmesi ümidiyle satın alınabilen seyahat ve boş zaman aktiviteleridir. Macera turizmi, farklılık arayışında ve derecesi yüksek riskten hoşlanan insanların katılım sağladıkları turizm çeşididir. Bu turizm çeşidinin giderek yaygınlaşması macera faaliyetlerinin insanları içinde buldukları stresli durumdan uzaklaştırması ve insanlara yeni deneyimler edinme olanağı sağlamasından kaynaklanmaktadır. Bireylerin günlük yaşantının sıradanlığından uzaklaşarak çeşitli türlerdeki faaliyetlere ilgili olması “macera” olarak tanımlanabilir (Gyimothy ve Mykletun, 2004).

Macera turizmini Muller ve Cleaver (2000), fiziksel olarak zorlu bir deneyimin unsurları, yüksek düzeyde duyuşal uyarım ve uyarılma sağlama yeteneği, fiziksel coşku, adrenalin odaklı, risk içeren, elde edilen başarıyı değerlendirip tekrardan değerlendirme için yeniden değerlendirmek için fırsatlarla sonlanan coşku ve heyecanla ilişkilendirmiştir. Macera turizmi kişiden kişiye farklılık gösteren çeşitli tanımları kapsayan fakat sadece kişiye göre değişebilen değil aynı zamanda beceri ve uzmanlık içeren bir terimdir (Geldenhuys, 2018:5). Başka bir şekilde ifade edilebilecek olunursa, bir birey için macera olarak tanımlanabilen durumlar bir başka birey için ise sıradan veya herhangi bir olay olarak tanımlanabilmektedir. Bu durum macera aktivitelerinin rafting, rüzgâr sörfü, dalış, dağcılık, yamaç paraşütü, avcılık, kamping vb. gibi çok farklı yapılarıdaki birçok aktiviteyi içermesini açıklamaktadır (Yıldız, 2019: 262).

Her sektörde işletmelerin varlıklarını sürdürebilmeleri için ürettikleri mal veya hizmetleri kar edebilmeleri için hitap edilen tüketiciye, tüketicinin istek ve ihtiyaçlarını bilerek sunabilirler. İşletmeler mevcut tüketicinin istek ve ihtiyaçlarını kavradıklarında ürün ya da hizmetin ne olacağı ve nasıl üretileceği konusunda da bilgi sahibi olurlar ve bu durum diğer sektörlerde olduğu gibi turizm sektöründe de aynıdır. Turizm sektöründe motivasyon

kavramı, turistlerin davranışlarını anlamak için yardımcı olmaktadır. Bireylerin nereye ve neden seyahat ettikleri veya edebileceklerini ve bu seyahatlere nasıl karar verdiklerini görebilmek için motivasyonu konun alan çalışmalar yapılmaktadır. Turistlerin seyahat motivasyonları ile ilgili daha yaygın ve genel olarak kabul görmüş olan bir diğer teori de itici ve çekici faktörlerdir (Aydın ve Sezerel, 2017). Bakıldığında motivasyon farkında olmaktır ve bireylerin karar verme süreçlerinde oldukça önemli bir rol oynamaktadır. Diğer taraftan turistlerin davranışları tek boyuttan etkilenmemekle birlikte birçok faktörden etkilenir ve aynı zamanda bu etkiler motivasyonlardan kaynaklanmaktadır. Aslında turistlerin deneyim sonrasındaki davranışsal niyetleri, turistin bir sonraki seyahat kararını vermede önemli bir düzeyde etkilidir. Eğer destinasyonda memnuniyetsizlik söz konusu olduysa sonraki seyahat etme kararını verirken aynı destinasyonu ya da aktiviteyi tercih etmeyebilir.

Yapılan bu çalışmada kuramsal olarak; macera turizmi, seyahat motivasyonu ve davranışsal niyet konularını kapsamaktadır. Bu doğrultuda macera, macera turizmi, turist, motivasyon, seyahat motivasyonu ve davranışsal niyet kavramları açıklanmıştır. Çalışmada macera turizmi, macera turisti seyahat motivasyonu ve davranışsal niyet konuları Gökçeada için değerlendirilmiştir. Tezin ikinci bölümünde macera turizmi kavramı ve özellikleri, Gökçeada'da gerçekleştirilen macera turizmi aktiviteleri konularına yer verilmiştir. Üçüncü bölümde turistlerin seyahat motivasyonları ve faktörleri, davranışsal niyetler ve bu iki ifadenin ilişkisine yönelik konular ele alınmıştır. Dördüncü bölümde ise araştırmanın yöntemine ve analizlere, beşinci bölümde elde edilen analizlerin bulgularına yer verilmiş ve son olarak altıncı bölümde sonuç ve önerilere yer verilmiştir.

İKİNCİ BÖLÜM

MACERA TURİZMİ İLE İLGİLİ KAVRAMLAR

2.1. Macera Turizmi ve Özellikleri

Macera turizmi günümüzde, özellikle Kuzey Amerika ve Avrupa olmak üzere dünyada popüler, en dinamik ve hızla büyüyen bir turizm çeşidi haline gelmiştir (Lou, 2014; Tschapka, 2006). Fakat macera turizmini en iyi şekilde anlayabilmek için öncelikle “macera” kelimesinin ne anlam ifade ettiğini bilmek gerekmektedir. Fiziki aktiviteler ile bir araya gelmiş deneyimlere karşı hissedilen ihtiyaçlardan macera turizmi oluşmuştur (Sung, 2004). Macera turizmi, ödül nitelikli bir macera deneyimlenmesi ümidiyle satın alınabilen seyahat ve boş zaman aktiviteleridir (Schlegelmilch ve Ollenburg, 2013). Macera turizmi, farklılık arayışında ve derecesi yüksek riskten hoşlanan insanların katılım sağladıkları turizm çeşididir. Bu turizm çeşidinin giderek yaygınlaşması macera faaliyetlerinin insanları içinde buldukları stresli durumdan uzaklaştırması ve insanlara yeni deneyimler edinme olanağı sağlamasından kaynaklanmaktadır (Öztürk ve Yazıcıoğlu, 2002).

Macera turizminin birbirinden farklı aktiviteleri ile ayrıntılı olarak tanımlanabilir (Reynolds ve Hritz, 2013). Turizmin diğer çeşitlerinden farkını kavrayabilmek için “macera” kelimesi bilinmelidir (Karpuz, 2017). Bireylerin günlük yaşantının sıradanlığından uzaklaşarak çeşitli türlerdeki faaliyetlere ilgili olması “macera” şeklinde tanımlanabilir (Gyimothy ve Mykletun, 2004). Macera turizminin tanımı ile ilgili olarak bazı akademisyen ve araştırmacıların arasında fikir ayrılıkları vardır. Bazı akademisyen ve araştırmacılar macera turizmi hizmetini Macera Turizmi, Kültür Turizmi ve Eko turizm kategorisinin içerisinde kabul ederken, bazıları ise macera turizmini daha geniş kapsamlı olmak üzere Doğa Turizmi, Eko turizm ve Macera Turizminin kategorisinin içerisinde ele almaktadır. Macera Turizmi ile Eko turizm, Doğa Turizmi ve Kültür Turizmi arasında yakın ilişkilerin olması macera turizminin evrensel olarak bir tanımının yapılamamasına neden olmuştur (Mckay, 2013).

Macera turizmi hakkında birden fazla tanımlama bulunmaktadır. Haddock ve Wisheard (1993)’e göre bireylerin fiziksel ya da duygusal potansiyellerini gerçekleştirebilecekleri bir ortamdaki aktiviteler aracılığıyla, bu deneyimlere olanak

sağlayan ve özgür bir şekilde seçilen rekreasyonel faaliyetler “macera turizmi” olarak tanımlanmıştır (Gülcan, 2004).

Buckley (2006)’e göre macera turizmi, başlıca cazibesi doğal çevre de gerçekleşen, genel olarak özellikli spor veya benzeri ekipmanlara ihtiyaç duyulan ve tura katılanlar için heyecanlandırıcı bir açık hava aktivitelerinin olduğu rehberli ticari turlardır. Hall (1992) ise macera turizmini “bireyleri mevcut yaşam biçimlerinden kaçarak doğal çevre ile birleşimini, risk ve aynı zamanda ticari unsurları kapsayan açık havada gerçekleştirilen turizm aktivitelerinin geniş bir yelpazesi” şeklinde tanımlamıştır (Sung, 2000:20).

Başka tanımlamalara bakacak olursak, Kane ve Tucker (2004)’e göre genellikle adrenalin, heyecan ve risk içeren aktiviteleri deneyimlemek üzere insanların gerçekleştirdikleri seyahatler, macera turizmidir. Muller ve Cleaver (2000) macera turizmini, turisti çoğunlukla fiziki olarak zorlayıcı ve turiste nispeten üst düzeyde uyarılmasını sağlayan bir turizm çeşidi olarak tanımlamaktadırlar. Kanada Turizm Komisyonu tarafından yapılan tanıma göre; “macera turizmi sıra dışı, egzotik veya vahşi alışılmamış destinasyonlara, alışlagelmişin dışında ulaşım içeren ve risk unsurları barındıran faaliyetlere eğimli olarak yapılan bir açık hava boş zaman aktivitesidir”. Macera seyahatlerinin sınıflandırılması Kanada Turizm Komisyonu tarafından, kuş gözlemciliği, doğa gözlemciliği, vahşi yaşam gözlemciliği, su bazlı aktiviteler (örn. sörf, kano), kara ile ilgili aktiviteler (örn. trekking, tırmanış), kış bazlı aktiviteler (örn. köpekli kızak, kayak), hava ile ilgili aktiviteler (örn. balon turu, bungee jumping) olmak üzere 6 basamağa ayrılmıştır (Çetinkaya, 2014). Fluker ve Turner (2000) ise macera turizmini her zaman kontrollü risk veya heyecan unsurunun göz önünde bulundurarak, kişisel olarak bir meydan okuma unsuru içermesi ve genellikle erişilemeyen veya vahşi bir ortamda gerçekleşmesi olarak tanımlamaktadırlar.

Macera turizmi kişiden kişiye farklılık gösteren çeşitli tanımları kapsayan fakat sadece kişiye göre değişebilen değil aynı zamanda beceri ve uzmanlık içeren bir terimdir (Geldenhuys, 2018:5). Başka bir şekilde ifade edilebilecek olunursa, bir birey için macera olarak tanımlanabilen durumlar bir başka birey için ise sıradan veya herhangi bir olay olarak tanımlanabilmektedir. Bu durum macera aktivitelerinin rafting, rüzgâr sörfü, dalış, dağcılık, yamaç paraşütü, avcılık, kamping vb. gibi çok farklı yapılarıdaki birçok aktiviteyi içermesini açıklamaktadır (Yıldız, 2019: 262).

Macera turizmi, bilinen açık hava etkinliklerinin gelişmiş şeklidir ve Ewert (1994) göre, macera turizminin turistlere daha riskli bir deneyim yasadması, diğer rekreatif aktivitelerden ayıran en önemli özelliğdir (Garda, 2011). “Macera” kavramı heyecan, coşku, adrenalin, cesaret, risk gibi kavramları içererek aslen “macera” yı ele alan birden çok özellik olduğunu gösterir. Maceranın tek bir özelliğinin olmadığını düşünerek, Swarbrooke vd. (2003), maceranın temel niteliklerini ortaya çıkarmak için macera turizminden ziyade maceranın doğasına odaklanmışlardır ve “macera” kavramının özelliklerini aşağıdaki gibi sıralamışlardır:

- a) **Belirsiz Sonuç:** Yaşanılan deneyiminin sonucunun tahmin edilebilir olmaması ve bu belirsizlikten kaynaklanarak oluşan risk ve endişe katılımcıda heyecan duygusunu artırmaktadır. Macera aktivitelerinde sonucun belirsiz olması maceranın en temel özelliklerinden biridir.
- b) **Tehlike ve Risk:** Tehlike ve risk ile belirsizlik özelliğ arasındaki ilişki “tavuk ve yumurta” arasındaki ilişkide olduğu gibi yakından ilişkilendirilebilir. Belirsizlik kişide risk duygusunu oluşturur ve eş zamanlı olarak risk belirsizliğ besler. Risk bedenen (yaralanma ya da ölüm gibi) ya da zihinsel (aşağılanma, güven kaybı veya utanma gibi) anlamda insanların kendilerini tehlikeye maruz bırakmalarını içerir. Risk, aynı koşullarda bazı bireyleri tedirgin edip korkmasına sebep olurken bazı bireyler ise bu riskten zevk alır. Sonucun belirsizlik ile olan ilişkisi maceranın genel olarak olumlu ya da olumsuz olarak risk içerdiğini açıklamaktadır ve risk macerayı tanımlarken kullanılan belirleyici özelliklerden birisidir.
- c) **Mücadele (Meydan Okuma):** Belirsizlik, tehlike ve zor koşulların üstesinden gelme beklentisi gibi etmenler bir araya geldiğinde mücadele/meydan okumayı yaratır. Mücadele/meydan okuma zihinsel, ruhsal, ahlaki, fiziksel veya duygusal gibi niteliklerde olabilir. Mücadelenin zorluk derecesi, deneyimlenen maceranın yoğunluğunu etkileyerek ileri derecede sert maceracıdan hafif/yumuşak maceracıya kadar devamlılık yaratmaktadır. Mücadele/meydan okuma yalnızca tehlikenin seviyesine göre değil, eş zamanlı katılımcının beceri ve yeteneklerine göre de bağlılık göstermektedir. Bu beceri ve yetenekler; fiziksel, teknik beceriler veya kendine güvenme/inanma gibi kişisel nitelikler de söz konusu olabilir.
- d) **Beklenen Ödül:** Maceracılar, macera deneyimlerinden elde edilecek bir fayda olacağına ve içsel bir ödül elde edeceklerine dair bir beklenti içerisine girerler.

Bireyler maceralara zorlama olmadan, kendi istekleriyle, özgürce katılırlar ve boş zaman gibi maceralarda kendi kendini motive eder. Katılımcılar bazen sonunda belirli bir hedef/ödül veya itici bir zorunluluk/güç ile macerayı deneyimlemek ister fakat hedefe ulaşılmasa bile “deneyimlemiş olmak” memnuniyet hissi birçok katılımcı için yeterli olabilmektedir. Beklenen ödül “kupa, etnik bir eser vb.” şeklinde somut olabileceği gibi, “hikâye, fotoğraf, günlük vb.” gibi soyut olan olaylar deneyimin anılmasını ve somutlaşmasını sağlar.

- e) **Yenilik:** Maceranın diğer bir önemli özelliği “yenilik”, daha önce denenmemiş bir macerayı denemek veya da daha önce denenmiş olan macerayı geliştirmeyi içerir. Fakat deneyimlenmiş maceranın basit ve önceden tahmin edilebilir deneyim olması macera olarak nitelendirilemez. Seyahat katılımcıların yeni deneyimlere maruz kalması için fırsatlar sunar ve seyahat veya turizmin maceralı bir deneyim sunması için mükemmel bir araçtır.
- f) **Uyarılma ve Heyecan:** Bir macera esnasında bireyler duyuları, duyguları, zihni ve bedenin fizyolojisini harekete geçiren ortamlara veya durumlara maruz kalabilmektedirler. Bu yüzden macera yoğun ve uyarıcı bir deneyimdir. Pek çok maceracı, maceranın yüksek farkındalık ve canlılık duygusunu da beraberinde getirdiğini belirtmektedirler. Yüksek düzeyde uyarılma bireyde heyecan yaratmaktadır fakat bu heyecan durumuna geçmek için gereken uyarılma düzeyi bireyden bireye değişiklik göstermektedir.
- g) **Kaçış ve Uzaklaşma:** Bu özellik bireyin günlük hayatın monotonluğunun ve sıradanlığının getirdiği yorgunluktan ve sıkıcılıktan macera deneyimi ile kaçışını ve uzaklaşma isteğini ifade etmektedir. Maceranın “yenilik” özelliği aynı zamanda “kaçış ve uzaklaşma” duygusuna da katkı sağlamaktadır çünkü yeni egzotik ortamlar, yeni aktiviteler ve alışılmamış olan sosyal normlar bireyin önceliklerinin farklı olabileceği paralel bir evrene girme imkânı vermektedir. Macera deneyimi sayesinde günlük rutin sıkılmalık ve sıradan dünya geride bırakılabilmektedir.
- h) **Arastırma ve Keşif:** Bu özellik, macera deneyim sürecinin temel bileşenlerindedir. Yeni kültürlerin, yerlerin ve becerilerin/yeteneklerin keşfine etkide bulunarak artan kişisel farkındalık ve bilgi, daha önce de bahsedilen beklenen ödüllerden birisini oluşturmaktadır. Macera ile alakalı olan “keşif yolculuğu” farklı şekillerde işleyerek, birçok macera turizmi deneyiminde ilk kaşiflerin fiziksel, ruhsal, zihinsel veya duygusal yolculuklarını yansıtmaktadır.

- i) **Kendini Verme ve Odaklanma:** Bir macera esnasında, tetiklenen bazı zihinsel ve duygusal durumlar ve bu durumlar arasında kendini verme ve konsantrasyon mevcuttur. Bir mücadele/meydan okuma, yoğunlaşmış bir şekilde yeteneklerin veya çabanın uygulanmasını gerektirmektedir. Bir macera turizmi deneyimi esnasında genel olarak odaklanmayı gerektiren dönemler vardır.
- j) **Duygusal Zıtlık:** Macera fazlasıyla duygusal bir deneyim olarak kaşımıza çıkmaktadır. Çoğunlukla kişiler aktif hale gelmeden önce, kısacası macerayı deneyimlemeden önce “hayal kurmak, umut etmek, endişelenmek veya güven inşa etmek” gibi zihinsel ve duygusal enerjiye bürünürler. Macera deneyiminin, manevraları zor olan lunaparklardaki hız trenine binmek gibi olduğu söylenebilir. Bunun nedeni belirsizlik, tehlike, risk ve deneyimin bazı bölümlerindeki zorluğu çoğu bireyin “korku ve sevinç, neşe ve mutsuzluk, zevk ve endişe” gibi karşıt duygulardan geçmesine neden olmasıdır.

Bu özelliklerin çoğu birbirleriyle ilişkilidir. Örnek olarak yenilik özelliği hem mücadele duygusuna hem de uyarılma derecesine katkı sağlar. Bu özelliklerin hiçbiri tek başına düşünüldüğünde macerayı yaratmaz, ancak bütün özellikler mevcut olduğunda bir maceranın az çok garantili olduğuna inanılır. Sonuç olarak macera, katılımcıların isteyerek bilinmeyene katılarak zorluklarla yüzleşecekleri ve deneyimlediklerinden elde ettikleri keşifler ve kazanacakları ödüllere inanmaktadırlar (Swarbrooke vd., 2003:9-14; Garda, 2010).

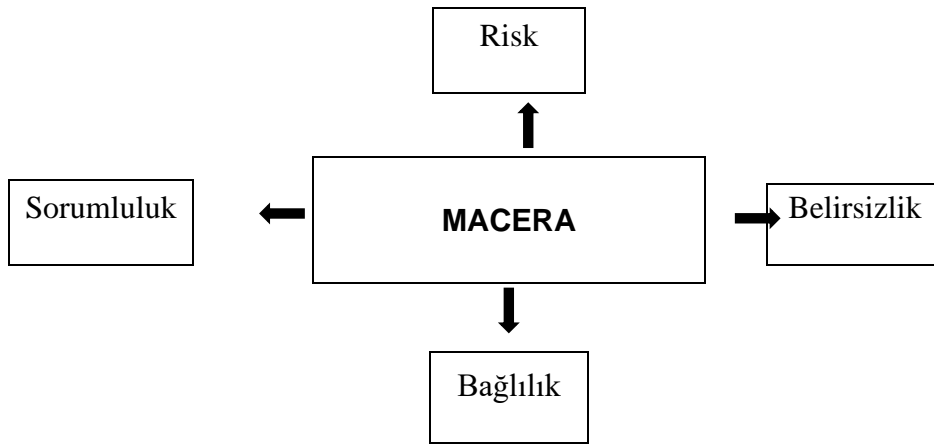
Doğal çevreye bağlı olarak, özel aktivite ekipman, aktivite ile ilgili bilgi ve deneyim gerektiren macera turizmi, turistlere hizmet sağlayıcıları tarafından güvenli, eğlenceli ve tatmin edici deneyimler sağlamak için rehberli ticari turlar olarak günümüzde daha fazla sunulmaktadır (Jin vd., 2019). Aslında, macera aktiviteleri, özel çevresel ortamlarda gerçekleştirilen deneyimler ve kontrol altına alınmış risklerin dışında aynı zamanda fiziksel aktiviteler içeren ortamlardaki psikolojik ve katılımı da ilgilidir. Macera turizminin diğer bir ayırt edici özelliği, bu macera aktivitelerinde alınan risklerin miktarı olmakla birlikte aktivite, deneyim ve çevre gibi özneler motivasyon, risk ve gösterilen performans gibi diğer öznelerle bağlantılıdır (Garda, 2011).

Macera turizmi bir miktar korku içerir, fakat aktivitelere katılan turist kendisine meydan okurken mevcut durumun tamamen kontrolü altındadır ve macera turistleri genellikle eğitilmiş, dinamik ve macera aktiviteleri için önemli miktarda para harcayabilen adrenalin arayan kişilerdir. Bu aktiviteler, elde etme ve başarı duygularıyla hayranlık

duyurucu olmasına rağmen aynı zamanda cüretkâr ve riskli de olabilir. Mortlock (1984) bu özelliklere göre macera aktivitelerinin dört ana aşamasını önermiştir:

1. Oyun/ Eğlence
2. Macera
3. Sınır macerası ve
4. Talihsizlik.

Bu aşamalara göre oyun, korkunun olmadığı ve aktivitelerin sıkıcı olduğu kadar eğlenceli de olabileceğini gösterir. Macera, bir tür korkunun ve tehlikenin mevcut olduğunu gösterir. Maceraya katılan turist aktivitenin kontrolündedir ve kendince meydan okuma halindedir. Sınır macerası, üst düzeyde korkunun olduğunu ve aktiviteye katılan turistin fiziksel olarak zarar görme riskini yaşadığını gösterir. Yüksek düzeyde korku mevcut olduğunda durum, talihsizlik ve başarısızlığa yol açar. Bu dört aşama, minimum beceri ve minimum risk ile katılımcıların yeteneklerinin altında bir düzeyde performans göstermekten, katılımcıların yeteneklerinin ve konfor bölgelerinin ötesinde meydan okumaya doğru ilerleyerek bu durum katılımcılar için zarar veya yaralanmalara sebebiyet verebilir. Mortlock (1984) bu aşamalara göre Şekil 1 'de gösterildiği gibi maceranın risk, sorumluluk, belirsizlik ve bağlılık olman üzere dört temel unsurdan oluştuğunu belirtmiştir ve buna göre macera turizmi riskin mevcut olduğu yerde ve doğal bir ortamda zorluğun olduğu aktivitelerde yer almaktadır (Terblanche, 2011).



Şekil 1. Maceranın Temel Unsurları

2.2. Macera Turizminin Gelişimi ve Önemi

İnsanlar, önceleri bilimsel daha sonra ise coğrafi keşif ve sömürge amacıyla Marco Polo, Kaptan James ve Sir Ernest Shackleton gibi kişiler tarafından yapılan macera dolu keşifler yoluyla, yüzyıllardır maceralı seyahatlere çıkmışlardır. Bunun yanında, gezginlerin bir dizi teknik destek ve ekipmanla birlikte kültür ve doğanın kültür ve doğa tecrübesinden yararlanmak için profesyonel rehberlerin tutulan ticari macera seyahatler yeni bir olgudur. 1800'lerin ortalarında maceracılar, ilk olarak 1865 yılında Matterhorn'a dağ tırmanışı ve 1869 yılında Colorado Nehri'nde raftingin sınırlarını zorlamaya başlamışlardır. Bunlardan kısa bir süre sonra macera faaliyetleriyle ilgili coğrafi bilgiyi artırmak ve yaymak için 1888'de "National Geographic Society" ve 1904'te kara, deniz, hava ve uzayın keşfini teşvik etmek için "Explorers Club" olmak üzere iki önemli kurum kurulmuş ve bu iki kurum hala macera ve araştırma faaliyetlerini devam ettirmektedirler.

1950'lerin ortalarında gerçekleştirilen ilk tırmanış ve rafting faaliyetleri dünyanın dikkatini çekmiş ve birçok insana kendi keşif gezilerini denemeleri için teşvik edici olmuştur. 1950'de Maurice Herzog'un Annapurna'ya tırmanışı, Tenzig Norgay ve Sir Edmund Hillary'nin Everest Dağı'na tırmanışı ve diğer gezginlerin başarıları dünya çapında yankı uyandırmış ve zaman içerisinde maceranın yabancı olanın keşfedilmesi amacıyla seyahatlerin gerçekleştirilmesiyle ticari amaçlı macera işletmeleri kurulmaya başlamıştır (UNWTO, 2014: 13; Yıldız, 2019: 266).

2.2.1.Dünya'da Macera Turizmi

Günümüzde macera turizmi, canlı, dinamik ve hızlı değişen, olası deneyimlere rutin olarak eklenen bir sektördür. Macera Turizmi Gelişme İndeksinin araştırmalarına göre 2009-2012 yılları arasında "macera turizmi", %65'lik bir büyüme oranıyla dünya turizm pazarından \$263 milyarlık bir pay oluşturuyor. Bu duruma karşılık olarak sadece 2012'de oldukça popüler bir macera destinasyonu olan Galapagos, 180.831 ziyaretçi almıştır. Macera Turizmi ve Ticaret Birliği ve UNWTO (Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü) verilerinin sonuçlarına göre 2012 yılında dünya genelinde seyahatte bulunan turistlerin sayısı 1,1 milyar kişiyi aşmıştır. Turizm sektörü dünya genelinde ortalama %4-7 arasında büyürken artan talep nedeniyle doğa ve macera turizmi %20-30 arasında büyüme rakamları yakaladığı görülmüştür. Macera Turizmi Geliştirme Endeksi'nin araştırmaları sonucu sundukları 2016 yılı verilerine göre uluslararası seyahat eden turist sayısı 1,18 milyara

ulaşarak %4,4 artış göstermiş ve 2016 yılında macera turizminin dünya turizm pazarındaki payı \$445 milyara ulaşmıştır (UNWTO, 2013:13; ADTI, 2016: 2; TÜRSAB, 2015).

Bu yüksek düzeydeki macera turizminin payı nedeniyle, turizm pazarında payı olan birçok ülke macera düşkününü turistleri büyüyen bu pazardan daha fazla pay almak için kendi ülkelerine çekmek istemektedirler (Türk, 2020). Macera Turizmi ve Ticaret Birliği (ATTA) ve George Washington Üniversitesi tarafından STK, seyahat acenteleri ve uzmanların notlamaları ile macera turizmi endeksi oluşturulmuştur. Bu endekste, güvenlik, sağlık, doğal kaynaklar, kültürel kaynaklar, girişimcilik, sürdürülebilir gelişim stratejisi, macera aktivitelerine yönelik kaynaklar (rafting, kamping vs.), insani gelişmişlik, turizm altyapısı ve ülke imajı olmak üzere 10 kriter belirlenmiş ve bu kriterlere göre hazırlanan Macera Turizmi Gelişim Endeksi verilerinde, gelişmiş olarak 28 ülke ile gelişmekte olan 163 ülke yer almaktadır ve bu endekse göre sıralanan ülkeler arasında ilk 10 ülke Tablo 1.'de yer almaktadır (ADTI, 2016).

Tablo 1

Macera Turizminde Öne Çıkan Gelişmiş ve Gelişmekte Olan Ülkeler

GELİŞMİŞ OLAN ÜLKELER	GELİŞMEKTE OLAN ÜLKELER
İzlanda	Çek Cumhuriyeti
İsviçre	İsrail
Almanya	Estonya
Yeni Zelanda	Slovakya
Norveç	Polonya
İsveç	Şili
Kanada	Romanya
Finlandiya	Bulgaristan
Birleşik Krallık	Slovenya
Avusturalya	Ürdün

(Bingöl, 2020).

2.2.2. Türkiye'deki Macera Turizmi

Türkiye'nin mevcut coğrafi yapısının sağladığı avantajlar sayesinde birçok macera turizmine yönelik bir cazibe merkezi ve macera aktivitelerine olanak sağlayan bir destinasyondur. Türkiye'nin yedi coğrafi bölgeye sahip olması sayesinde, bu bölgelerin tamamında macera turizmine yönelik hizmet sağlayabilecek olanaklara sahiptir (Bingöl,

2020). Türkiye’de macera turizmi faaliyetlerine bakıldığında; kanyoning, trekking, kano rafting, dağ bisikleti, dalış, kitesurf ve yamaç paraşütü gibi birçok faaliyetler yapılmaktadır (Türk, 2020). Turizm türlerinin gelişimi dünyada 1950’li yıllarda başlarken, Türkiye’de bu turizm türlerinin başlangıcı 1980’li yıllar olarak görülmektedir. Bu başlangıcın geç olması nedeniyle önemli potansiyele sahip olmasına rağmen Türkiye uzun bir süre “deniz-kum-güneş” üçlüsüne odaklanarak diğer turizm türlerine yönelmede gecikme göstermiştir. Bu nedenle Türkiye’de akademisyenler ve uygulamacılar diğer turizm türlerini yeni yeni ele almaktadır (Karpuz, 2017). Özşahin (2015), çalışmasında Hatay ilini macera turizmi kapsamında değerlendirmiş fakat coğrafi şartların uygunluğuna rağmen tanıtım faaliyetleri yapılmadığından dolayı bölgeye macera turistleri çekilememekte ve bölge macera aktiviteleri açısından gelişmemektedir (Akgül, 2022).

Macera turizmi pazar payında Türkiye’nin macera tutkunlarını çekerek alacağı payı artırmasına etki edecek sahip olduğu nispeten bozulmamış ve yıpranmamış doğası, doğa turları ve sporları için coğrafi konumu, iklim çeşitliliği, genç nüfusu ve istihdam imkanları, 4 saatlik uçuş mesafesiyle dünya nüfusunun %40’na ulaşabilmesi gibi avantajlarıyla dünya pazarında bilinmektedir. Fakat Türkiye’nin bu avantajlara sahip olmasına rağmen ulusal bir macera stratejisinin olmaması, doğa ve macera turizmi için altyapıda eksikliğin olması, kurumlar arası koordinasyon eksikliği, tanıtım eksikliği, yasal düzenlemeler ve mevzuatların eksik veya da birbiriyle uyumsuz olması, profesyonel ve uzman işgücünün eksik olması, sürdürülebilirliğin benimsenmemesi gibi dezavantajları Türkiye’deki macera turizminin gelişmesi için indirgeyecek veya ortadan kaldıracak çalışmalar ve düzenlemelerin yapılması gerekmektedir (Yıldız, 2019: 267; TÜRSAB, 2015).

2.3.Macera Turizm Türleri

Macera, tehlike veya risk içeren olağandışı ve heyecan verici bir deneyimdir. Macera turizmi, fiziksel risk ve tehlikenin zorunlu bir yönünün olduğu bir boş zaman seyahatini kapsayan açık hava seyahat faaliyetini ifade eder ve bir maceracının düşük ve yüksek seviyeli zorluklarla yüzleşeceği heyecana bağlı bir aktivitedir. Vahşi, sıra dışı, egzotik yerler, yeni alanların keşfedildiği ve sonuçları beklenmedik macera turizmi aktiviteleri için ana cazibe merkezleridir (Khulge ve Naik, 2018). Macera turizmi destinasyon odaklıdır ve turistler uzak ve dikkat çekici farklı bir destinasyonun kültürü ve manzarasıyla ilgilenirler. Millington ve diğerlerinin (2001:6) yaptığı çalışmaya göre turistler seyahatin en önemli

kısmı olan destinasyonu düşünürler. Macera turizmi aktivite odaklıdır ve aktivite destinasyondan ziyade turistlerin önemli bir odak noktasındadır ve en önemli olan aktive bileşenidir (Tschapka, 2006).

Macera turizmi sektörü son yıllarda turizm pazarında popülaritesini arttıran bir sektör haline gelmiştir. Çoğunlukla fiziksel anlamda zorluk derecesi yüksek olan deneyimsel bileşenleri bir araya getirerek oluşturulan, turistlere göre yüksek derecede duyuşsal uyum sağlama yeteneği ile karakterize edilir. Son yıllarda bireyler monotonlaşan düzenden, faaliyetlerden, yaşantılarından bir kaçamak olarak görüp, farklı türlerdeki aktivitelere yönelim sağlamaktadır ve bu bahsi geçen aktiviteler yapıldıkları ortama göre ayrılarak Tablo 2’de verildiği gibi hava, kara, su ve karma tabanlı (hava-kara-su) macera turizmi aktivitelerinden meydana gelmektedir (Kozak ve Bahçe, 2009; Pomfret, 2006).

Tablo 2
Geleneksel ve Çağdaş Macera Turizmi Aktiviteleri

Kara Tabanlı	Su Tabanlı	Hava Tabanlı	Karma Tabanlı (kara/su/hava)
✓ 4x4/ ATV Gezisi,	✓ Kano,	✓ Balon Uçuşu,	✓ Macera
✓ At Binme,	✓ Jet Ski,	✓ Microlight	Yarışları,
✓ Bisiklet Sürme,	✓ Sörf,	Uçuşu,	✓ Doğayı
✓ Avcılık,	✓ Şnorkelle Dalış,	✓ Gökyüzü Dalışı,	Korumaya
✓ Trekking,	✓ Tüplü Dalış,	✓ Helikopter	Yönelik
✓ Backpacking (Sırt	✓ Yelkencilik,	Uçuşu,	Turlar,
Çantalı Seyahat),	✓ Kitesurf,	✓ Planör Uçuşu,	✓ Kültürel
✓ Mağaracılık,	✓ Rüzgar Sörfü,	✓ Yelken Kanat	Yönde
✓ Tırmanış,	✓ Beyaz Su	Uçuşu,	Deneyimler,
✓ Kızakla Gezme,	Raftingi,	✓ Yerçekimsiz	✓ Ruhsal
✓ Hiking,	✓ Gemi Gezisi vd.	Uçuşu vd.	Aydınlanış
✓ Dağcılık,			✓ Vahşi Yaşam
✓ Bungee Jumping,			Gözlemeleme
✓ Kamping,			Turları,
✓ Vahşi Yaşam			✓ Hayırseverlik
Gözlemi vd.			Mücadeleleri.

Kara tabanlı macera turizmi, genellikle trekking, bisiklet sürüşü, zip-line, dağcılık, doğal alanlarda arazi araçlarla yapılan aktiviteleri içerir. Macera turizmi, macera tutkunlarına doğayla birlikte iç içe olma fırsatını sağlar ve kara tabanlı macera turizmi, doğal alanların zarar görmemesi için aynı zamanda çevre duyarlılığını da vurgular.

Su tabanlı macera turizmi, nehir, deniz, göl ve akarsu gibi doğal su kaynaklarından yararlanarak rafting, kano, sörf ve dalış gibi aktiviteleri içererek adrenalini dolu deneyimler sunar. Bununla birlikte su kaynaklarının korunması ve sürdürülebilirliği açısından da önemlidir.

Hava tabanlı macera turizmi, macera tutkunlarının sky diving, paraşüt, yamaç paraşütü, balon turu gibi aktivitelerle yüksek irtifalarda özgürlük hissini yaşamalarını sağlar. Fakat bu macera türünde güvenliği sağlamak için titizlikle gerekli önlemler alınmalıdır.

Son olarak karma tabanlı macera turizmi ise, diğer kara, su ve hava tabanlı macera aktivitelerinin bir araya getirilerek daha yüksek deneyim yaşamayı sağlar ve macera tutkunlarının türlü aktivitelerle farklı ortamlarda vakit geçirerek deneyim yaşamalarına olanak sağlar.

Kara, su, hava ve karma tabanlı macera turizmi çeşitli aktiviteler ve çeşitli ortamlarda her türlü macera tutkunlarının ihtiyaçlarını karşılayabilmektedir. Aynı zamanda bu macera turizmi türleri, doğal alanların korunması ve sürdürülebilir turizm açısından da oldukça önemlidir (Hall ve Page, 2012).

Gerçekleştirilen bazı çalışmalar, macera turizmi faaliyetlerini yumuşak ve sert macera olarak sınıflandırmışlardır (Patterson ve Pan (2007)). Macera aktiviteleri yapıldıkları ortama bağlı olarak sınıflandırılırken, içerdikleri risk, belirsizlik, korku ve heyecan duygusuna niteliklerine göre sert ve yumuşak aktiviteler olarak da kategoriye ayrılmıştır (Türk, 2020).

2.3.1.Yumuşak Macera Turizmi

Macera aktivitelerini takip etmek için birçok yol vardır ve araştırmacılar, macera turizmi aktivitelerini, macera turistleri arasında nasıl davranış farklılıkları olduğunu açıklamayı amaçlayan bir sürekliliğe göre Tablo 3’de gösterilen biçimde ayırmışlardır. Bu süreklilik bir yanda “yumuşak” macera turizmi aktivitelerini, diğer yanda ise “sert” macera turizmi aktivitelerini içerir. Aktiviteler, değişen risk, deneyim ve becerilere bağlı olarak sürecin bir noktasından diğer noktasına hareket edecektir (Geldenhuys, 2018:71). Aktivitelerin sınıflandırılması, aktivitelerin risk düzeylerine ve turistlerin deneyimine bağlıdır. Yüksek derecede risk içeren ve katılımcıların ileri derecede deneyimini gerektiren aktiviteler

“sert macera turizmi” olarak nitelendirilirken, düşük düzeyde beceri ve deneyim gerektiren ve risk düzeyinin daha düşük olduğu aktiviteler “yumuşak macera turizmi” olarak nitelendirilir (Tschapka, 2006). Yumuşak bir aktivite olarak kabul edilen balon aktiviteleri düşük risk düzeyindedir fakat bu aktiviteyi ilk defa gerçekleştirecek birisi için fazlasıyla risk içeren bir aktivitedir ve kişide paniğe yol açabilir. Kısacası kimi zaman macera aktivitelerinin riskli olması bireylerin algı ve konuya nereden baktıklarına göre de farklılık gösterebilir (Yalçın, 2020).

Tablo 3

Yumuşak ve Sert Macera Aktiviteleri

Yumuşak Macera Aktiviteleri	Sert Macera Aktiviteleri
✓ 4x4 ATV gezisi	✓ Şnorkelle dalış
✓ Vahşi yaşam gözlemi	✓ Beyaz su raftingi
✓ Avcılık	✓ Bungee Jumping
✓ Kuş gözlemciliği	✓ Mağaracılık
✓ Okçuluk	✓ Trekking
✓ Hiking	✓ Buz tırmanışı
✓ Kano	✓ Dağ bisikleti
✓ Kamp yapmak	✓ Tırmanış
✓ Kara su raftingi	✓ Yamaç paraşütü
✓ Kaya tırmanışı	✓ Yerçekimsiz uçuş
✓ Oryantiring	
✓ Rüzgar sörfü	
✓ Sırt Çantasıyla seyahat	
✓ Uçurtma sörfü (Kitesurf)	
✓ Yelkencilik vb.	

(Muller ve Cleaver, 2000).

Yumuşak macera aktiviteleri, neredeyse hiç risk içermeyen konforlu olarak tanımlanabilir. Macera aktivitelerini ifade eden bir tür seyahat aktiviteleridir. Bu türdeki macera aktiviteleri, maceracıların uzmanlardan eğitim ya da rehberlik almaya gereksinim duymadıkları, güvenli bir macera turizmi aktivite türüdür. Maceracılar, genelde bu tür aktivitelere düşkündür ve yumuşak macera aktiviteleri Tablo 3’de verildiği gibi

kampçılığı, vahşi yaşamı izlemeyi, avcılık günlük bisiklet turları, sörf ve kamp yapmak gibi aktiviteleri içerir. Sert macera aktiviteleri daha yüksek düzeyde risk unsuru ve fiziksel zorluk içeren macera turizm türüdür.

2.3.2. Sert Macera Turizmi

Yüksek derecede risk ve beceri gerektiren faaliyetleri, Hill (1995) sert macera olarak nitelendirmiştir. Risk ve deneyim nitelikleri sert macera aktivitelerinde olan iki ana unsurdur. Sert macera turizm faaliyetlerine katılanlar genellikle meydan okuma adrenalin yaşama isteği ve risk arayışı içindedir. Bireylerin yeni duygular hissetmesi için bir isteği bulunmaktadır ve bu istekler “beceri ve meydan okumalar” ile motive edilir (Ewert, 1985). Bu aktiviteyi tercih eden katılımcı turistler özellikle cesaretli, yetenekli ve fiziksel bakımdan yeterli donanıma sahip kişilerdir. Sert macera aktivitelerine kendini kaptırmak için daha yüksek düzeyde güvenme hissi, güvenlik, ruh, uzmanlık ve özel becerilere gereksinim duyulur. Bu tür turizm aktiviteleri, maceracıları konforlu alanlarından tehlikeli alanlara sürükler.

Sert maceracıların sayısı, diğer maceracılara göre daha azdır. Bu faaliyetlere katılım gösterenler, fazlasıyla deneyim ve beceri gereken zihinsel ve fiziksel olarak bireyi oldukça zorlayan açık hava faaliyetlerine katılma eğilimi göstermektedirler (Yıldız, 2019; McKay, 2013). ATTA (2013), dağcılık, dağ bisikleti, kaya tırmanışı, beyaz su rafting ve bungee jumping gibi macera faaliyetlerini sert macera turizmi kapsamında değerlendirmiştir. Yukarıda bulunan Tablo 3’de macera aktivitelerinin risk düzeylerine göre macera turizmi sınıflandırmalara yer verilmiştir. Verilen tabloda; beyaz su rafting, şnorkelle dalış, bungee jumping, mağaracılık, trekking, buz tırmanışı, dağ bisikleti, tırmanış, yamaç paraşütü ve yerçekimsiz uçuş aktiviteleri sert- yumuşak olmak üzere risk düzeylerine göre belirtilmiştir.

2.3.3. Türkiye’deki Macera Turizmi Destinasyonları

Macera turizmi Türkiye’de çoğunlukla orta düzeydeki ve üstü geliri olan, eğitim seviyesi üstün bireyler tarafından tercih etmektedir. Macera turizm üzerine spor amaçlı, trekking, dağ bisikleti, hiking, yamaç paraşütü ve kano rafting gibi aktiviteler yapılmaktadır (TÜRSAB, 2015). Medya takip ve raporlama ajansı olan PRNet, yaptığı araştırmada dünyanın macera turizmine uygun olan ülkelerini konu almıştır. PRNet’in USNews verilerinden ve medya yansımalarından topladığı verilere göre, Türkiye’nin dünya

üzerindeki macera turizmine uygun olan ülkeleri arasında 27'nci sıraya yerleştiği görülmüştür. Fakat şu anki yapılan araştırmalarda Türkiye'nin yükselmesi dikkat çekmiştir (Marketing Türkiye, 2018).

Macera turizminin birden fazla çeşitli olarak macera faaliyetlerini içermesi ve Türkiye'deki çoğu destinasyonda yapıldığından dolayı çalışmaya, macera faaliyetlerinin gerçekleştiği destinasyonlar ve bu destinasyonlarda gerçekleştirilen ön plandaki faaliyetlerin tespit edilmesi ile başlanmıştır. Kültür ve Turizm Bakanlığı, il kültür ve turizm müdürlükleri, amatör spor kulüpleri, doğa dernekleri, seyahat acenteleri ve diğer verilerden elde edilen bilgiler sonucunda, Türkiye'de macera turizmi hareketliliğine ve gelişimine sebep olan 10 farklı macera turizmi aktivitesi belirlenmiştir. Belirlenen bu macera aktiviteler, rafting, sörf, kano, kamp, kaya tırmanışı, tüple dalış, trekking, kayak/snowboard ve tur bisikleti aktiviteleridir ve Türkiye'de en çok tercih edilen macera turizmi aktiviteleridir. Macera aktiviteleri belirlendikten sonra, macera aktivitelerinin hangi destinasyonlarda yapıldığı belirlenmiştir. Listelenen destinasyonlar arasından, macera aktiviteleri ile bütünleşen destinasyonlar belirlenmiştir. Yapılan bu araştırmaya göre,

- ✓ Fethiye- yamaç paraşütü aktivitesi
- ✓ Çeşme/ Alaçatı / Muğla/ Akyaka- sörf/ rüzgar sörfü aktivitesi,
- ✓ Kaş- tüplü/şnorkelle dalış,
- ✓ İzmir/ Kaynaklar, Antalya/ Geyikbayırı ve Eskişehir/ Karayakalar- kaya tırmanışı,
- ✓ Uludağ/ Palandöken ve Sarıkamış Kayak Merkezleri- kayak/snowboard,
- ✓ Antalya- Olympos/ Çıralı/ Kekova- kano,
- ✓ Antalya- Köprülü/ Kanyon/ Çoruh Nehri- rafting
- ✓ İzmir / Eskişehir- tur bisikleti,
- ✓ Muğla/ Antalya'da kamping,
- ✓ Fethiye/ Likya Yolu- trekking aktiviteleri, belirlenen destinasyon ve bu destinasyonlarda yapılan aktivitelerdir (Bingöl ve Kozak, 2020).

Destinasyonun coğrafi konumu macera turizminin gelişmesinde belirleyici faktörlerin başında gelmektedir. Bu destinasyonlardan birine sahip olan Hatay ili Doğu Akdeniz havzasında Türkiye'nin en güneyinde yer almakta ve macera turizmine yönelik yüksek potansiyeline sahiptir. Hatay, macera turistleri tarafından yamaç paraşütü aktivesini gerçekleştirmek üzere seyahat edilmektedir (Özşahin, 2015). Türkiye "akarsu turizmi"

olarak da tanımlanan macera turizmi aktivitesi rafting, kano ve nehir kayağı için oldukça elverişli ülkelerden birisidir. Türkiye’de özellikle rafting aktivitesinin gerçekleştirilen destinasyonlar şunlardır:

- ✓ Köprü Çay
- ✓ Çoruh Nehri
- ✓ Dim Çayı
- ✓ Zamatı Irmağı
- ✓ Adana- Feke- Göksu Nehri
- ✓ Manavgat Çayı
- ✓ Fırat Nehri’nin bir kısmı.

Türkiye’deki nehirlerde 15 yıldan uzun bir süredir rafting aktivitesi yapılmakta ve yıllık 600.000 civarında katılımcı olduğu tahmin edilmektedir (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2023). TÜRSAB (2006), Türkiye’de macera turizmi kapsamında Çoruh, Köprü Çay, Manavgat, Dalaman ve Melen Çayı’nı güçlü akınlar sebebiyle rafting aktiviteleri için önemli birer destinasyon olduklarını belirtmiş fakat baraj inşaatları ve kaçak olarak gerçekleştirilen turlar nedeniyle ortaya çıkan haksız rekabet ve eğitimsiz rehberler tarafından yapılan rafting aktivitelerinden dolayı sorun yaşadıklarını da belirtmektedir.

Bektaş vd. (2012), rafting aktivitesi üzerine yaptıkları çalışmada Doğu Karadeniz Bölgesi’nin gelişimi için parkur planlamasının yapılması gerektiğine, sportif hareket ve tekniklerin izlenebileceği noktalara hedefler dahil edilmesi ve ulusal ve uluslararası TV kanallarında raft-oryantiring disiplininin tanıtımının yapılması gerektiğine değinmiştir (Demiray, 2022).

Eşsiz peri bacaları, vadileri, akarsuları, kaya evleri ve kiliseleri, yeraltı şehirleri ve kültürü ile Kapadokya önemli çekicilik unsurları içermektedir. Kapadokya Bölgesi’nin doğa temelli olarak turistik ürün çeşitlendirilmesi açısından devamlı olarak bir gelişim göstermektedir. Macera turizmi kapsamında Kapadokya Bölgesi’nde ATV turları, bisiklet turları, at turları ve özellikle tercih edilen sıcak hava balon turları gerçekleştirilmektedir. Sıcak hava balon turları, özel hava şartları, sistematik bir organizasyon ve aktivitenin gerçekleştiği bölgenin seyirlik olmasının istenmesi ile diğer aktivitelerden farklılaşmaktadır. Bu özelliklere bakıldığında dünyada sıcak hava balonu aktivitesi gerçekleştiren destinasyon

sayısı azdır. Ülkemizde sıcak hava balonu aktivitesi ilk olarak ilk gerçekleştirilen destinasyon Kapadokya Bölgesi'dir ve Kapadokya günümüzde sıcak hava balonu aktivitelerinden ayrı olarak düşünülememektedir. Kapadokya'ya yönelik yapılan tüm reklam, tanıtım ve pazarlama iletişimi materyallerinde “sıcak hava balonu” imgesi yer almaktadır (Özen ve Özdemir, 2019).

Türkiye buz tırmanış aktivitelerinin yapıldığı destinasyonlar açısından oldukça önemli bir potansiyele sahiptir ve bu destinasyonları turizme açarak kış turizmini çeşitlendirme ve geliştirmek üzere bu alanda çalışmalar yapılmaktadır. Destinasyonları belirlemek üzere, buz tırmanışına yönelik ATAK Arama Kurtarma ve Gençlik Spor Kulübü Derneği öncülüğünde Tortum Çayı Havzası'nda 2012 yılından beri yapılan çalışmalarla 15 donmuş çağlayan ve şelale tespit edilmiştir. Bu 15 çağlayan ve şelalenin yanı sıra Tunç Fındık ve bazı dağcılar tarafından Türkiye'nin çeşitli noktalarında buz şelaleleri ortaya çıkmış ve buz tırmanış rotaları açılmıştır. Bu rotalardan bazıları; Keçiyatağı Donmuş Şelalesi, Ereğ Donmuş Şelalesi, Kaçkar Cat Vadisi, Muradiye Yezidi Donmuş Şelalesi'dir ve bunlar dışında Toroslar ve Doğu Karadeniz Dağları buz tırmanışı aktivitesi için potansiyel bölgeler arasındadır (Birinci, Kaymaz ve Dumlu, 2017).

2.3.4. Gökçeada Bölgesinde Yapılan Macera Turizmi Çeşitleri

Gökçeada (İmroz) 290 km.²'lik bir alan üzerindedir ve 95 km. kıyı uzunluğu olması nedeniyle Çanakkale'nin boğazında bulunan ve aynı zamanda ülkemizdeki en geniş adadır. Genel olarak engebeli bir yapıya sahip olan Gökçeada, volkanik kütlelerden meydana gelmiştir. Volkanik bir yapısı olan Gökçeada'nın %77'lik alanı dağlık, %12'lik alanı engebeli ve %11'lik bölümü de ovalık alanlardır. Gökçeada, ilçe merkezi ile 9'u köy olmak üzere 11 alandan oluşmaktadır. Mevcut köyleri: Uğurlu, Kaleköy, Tepeköy, Eski ve Yeni Bademli, Zeytinliköy, Eşelek Köyü, Şirinköy ve Dereköy'dür.

Toplanan son verilere göre Gökçeada'nın 10.106 nüfusu vardır ve nüfus yapısı çoğunlukla Türkler ve Rumlardan oluşmaktadır. Şekil 2'de Gökçeada'nın coğrafi konumu görülmektedir. Gökçeada Aydıncık, Gizli Liman, Yuvalı, Uğurlu, Pirgos, Lazkoyu, Kuzulimanı, Sualtı Milli Parkı'nın bulunduğu Yıldızkoy, Mavikoy, Yelkenkaya en önemli kumsallara sahiptir. Aydıncık (Kefaloz)'da çeşitli rahatsızlıklara şifa bulunması için Tuz Gölüne girerek çamur banyosu yapılabilir. Gökçeada'da aynı zamanda çoğunluk

olarak, tavşan, sığırcık, yaban ördeği, keklik, bildircin ve kaz üzerine avcılık aktivitesi de yapılmaktadır (Çakıcı ve Aksu, 2006).



Şekil 2. Gökçeada'nın Coğrafi Konumu

Gökçeada, değişmeyen yapısından dolayı bir macera turizmi için uygun potansiyele sahip bir adadır. Hem su altı dalış aktiviteleri hem de su üstü aktivitelerine yönelik yerli ve yabancı turistler için cazibe merkezi haline gelen Yıldız Koyu, Kuzu Limanı, Kokina, Laz Koyu, Güzelce Koy, Aydıncık, Uğurlu Plajları ve Gizli Liman sahil ve koyları oldukça popülerdir ve özellikle son yıllarda balkan ülkelerinin gözdesi haline gelmiştir. Gökçeada, insanlar tarafından ilgi çeken uzun ve berrak kumsalları ve denizleri, özellikle sörf aktiviteleri için gereksinim duyulan esen rüzgârı ve engebeli arazileri ile macera turizmi aktiviteleri için önemli noktadır.

Kuzu Limanı ve Kaleköy arasındaki sahil, su altının zengin güzellikleri sebebiyle Türk Deniz Araştırmaları Vakfı (TÜDAV) tarafından “Deniz Koruma Alanı” olarak kabul edilmiştir ve bundan dolayı Gökçeada, dalış aktivitesi için macera turistleri tarafından seyahat edilen noktalarından biridir. Gökçeada, aynı zamanda doğal yapısından dolayı doğa yürüyüşü (trekking) aktivitesi için de elverişli rotalar içermektedir (GMKA, 2012; Özdemir, 2012).

2.3.5. Sörf ve Rüzgâr Sörfü

Rüzgâr sörfü, uçurtma sörfü ve yelken aktivitelerinin ortak noktası üçünün de su tabanlı olması ve rüzgarın gücüdür. Sörf yapan macera turistleri ve diğer turistlerin birbirinden farkları, sörf yapan turistlerin kalıcı niteliğinde uzun süre sörf bölgesinde bulunmaları ve destinasyondaki işletmeleri daha çok tercih etmeleridir. Rüzgâr sörfünü gerçekleştirmek için yelken ve yüzen tahta ekipmanlarına ihtiyaç vardır. Tahtaya takılan

yelken ekipmanları ile yapılan rüzgâr sörfünde yelkenin aldığı rüzgâr sayesinde hareket edilir. (Yalçın, 2020; Uyrun ve Şahin; 2020).

Rüzgâr sörfünü geniş bir rüzgâr sezonu olduğundan ilkbahar mevsiminden sonbaharın bitimine kadar Gökçeada tercih edilebilmektedir. Rüzgâr sörfü aktivitesini gerçekleştirmek için adanın en gözde sahillerinden birisi olan Aydıncık sahili eş zamanlı olarak eşsiz kumsalıyla da dikkat çekmektedir ve hemen arkasında bulunan Tuz Gölü, sörf ve turistler tarafından şifa için çamur banyosu olarak kullanılmaktadır. Bu sörf alanları dışında özellikle Laz Koyu, Gizli Liman ve Mavi Koy yerli ve yabancı olmak üzere turistlerce oldukça ilgi çeken koy ve sahillerdir (Doğan, 2010). Rüzgâr sörfüne yeni başlayanlar ve ileri düzeyde bu aktiviteyi gerçekleştirmek isteyenlere Gökçeada'da bu imkanlardan yararlanmaları için uluslararası sörf okulları ve aynı zamanda kamp alanları bulunmaktadır. Gökçeada'da özel olarak rüzgâr ve uçurtma (kitesurf) sörfün en önemli ve ünlü isimlerinden Robbie Naish adında 2008 yılından beri her yıl sörf yarışmaları düzenlenmektedir. (Çavuşoğlu, 2008; Çanakkale Gençlik ve Spor İl Müdürlüğü, 2023).

2.3.6. Tüple Dalış/Şnorkelle Dalma

Su Altında Kendi Kendine Yeterli Soluma Aparatları- Self Contained Underwater Breathing Apparatus SCUBA, tüple dalış olarak tanımlanır ve 19. Yüzyılda gerçekleştirilmeye başlanmış, sonraki zamanlarda ise macera turizmi aktivitelerine dahil olmuştur. Tüplü dalışlar ve şnorkelle dalışlar arasında çoğu kişi aynı sansa da fark vardır ki tüple dalışlara göre şnorkelli dalışlarda daha az ekipman ihtiyacı vardır. Bunun sebebi şnorkelle dalışlar derine inmeden suyun altını inceleyip görmek içindir ve bu aktivite için suyun altını görmeye yönelik gözlük, nefes alışverişi için boru ve yüzgeçlere ihtiyaç vardır. Şnorkelle dalışlardan sonra ortaya çıkan tüple dalışlar (scuba) ise suyun en derinlerindeki sualtı hayatı, mağara ve batıkları gözlemlemek amacıyla gerçekleştirilen daha uzun süreleri dalışlardır (Yıldız, 2019; Uyrun, 2020).

Karadeniz ile Akdeniz arasındaki denizaltı canlılarının geçiş yolları olmasından dolayı Gökçeada'da zengin balık yataklarına ve Birinci Dünya Savaşı'ndan günümüze kalan batık kalıntılara mevcuttur. TÜDAV (Türkiye Deniz Araştırmaları Vakfı) tarafından Gökçeada, Türkiye'nin ilk sualtı milli parkına sahip bir adadır ve sualtı zenginliğiyle Yıldız Taşları, Yelken Kaya, Peynir Kayalıkları, İnce Burun, Kefaloz Batık Gemi, Şeytan Kayalar, Kefaloz İngiliz Batık Gemisi, Akyarlar, Yüzen Kayalar, Gizli Liman ve Pirinç Burnu olmak

üzere 11 dalış noktasına sahiptir (Visit Gökçeada, 2021). Dalış noktalarından birisi olan Yıldız Taşları, en yakın kıyıya 100 m uzaklıkta bulunur ve burada gerçekleştirilen dalışlar çapa ipinden inilerek yapılmaktadır. Suyun 24 m ile 27 m arasında derinliği bulunmakla beraber, alt yapısı etrafı kumluk olan kayalardan meydana gelmektedir. Özellikle nadir görülen deniz tavşanları gibi birçok çeşitli canlı ve büyük bir Bizans kalıntılarını bulundurmasıyla sualtı fotoğrafçılığı için elverişli bir rotadır. Dalışlar genellikle tekne ve botlarla yapılmakta, Kuzu Limanı'ndan 20 dakikalık, Kaleköy Limanı'ndan ise 5 dakikalık bir uzaklıktadır ve bu dalış noktası deniz parkı olarak geçmesinden dolayı her türlü avlamanın yapılması yasaktır (T.C. Gökçeada Kaymakamlığı, 2020).



Şekil 3. Gökçeada'da Dalış Rotaları

Dalış noktalarından Yelken Kaya zenginlikleriyle su altı deniz parkı olmuştur ve bu sebeple avcılığa kapatılmıştır. Bu dalış noktası, yaklaşık 30 m derinliğinde ve kayalık ve deniz çayırlarından oluşan bir dip yapısı mevcuttur. Çoğu turist sadece fotoğraf çekinmek için bile dalış yapabilmektedir ve bu fotoğraflar için görsel nitelikteki müren, böcek ve eşkina gibi ilgi çekici canlıları barındırmaktadır. Kefaloz Batık bölgesindeki dalış noktasında ise Aydıncık Burnu'nun yaklaşık olarak 1.5 mil açığında Çanakkale Savaşı'ndan kaldığı düşünülen bir batık gemi bulunmuştur. Bu batık geminin derinliği 27 metre, parçalanmış bir şekilde ve 60 m civarında uzunluğu vardır. Batığın geminin ortaya çıktığı bölgede fazla akıntı olduğundan sadece üst seviye deneyimli dalışçılar inceleyebilmektedir.

2.3.7. Bisiklet Turizmi

Bisiklet turları dünya üzerinde birçok ülkede hem ulaşım amaçlı hem de sportif bir aktivite gerçekleştirilmektedir, son dönemlerde ülkemizde de popüler hale gelmiştir. Fakat günlük kullanım ve bisiklet turları için uygun yollarının bulunmaması ve de bisiklet

kullanıcılarına gereken saygı duyulmadığından dolayı şehirlerde bisiklet sürüşü oldukça tehlikeli ve güçlü bir durumdur. Gökçeada’da bisiklet sürüşü ve turlarının rahat yapılabilmesi rotalar oluşturulmuştur (Bil ve Yılmaz, 2017). Bahsi geçen bu rotalar Şekil 4’te 5 güzergâh üzerinden belirtilmiştir (Yılmaz ve Yıldırım, 2022).



Şekil 4. Gökçeada’da Bisiklet Sürüş Rotaları

Şekil 4’te bisiklet sürücülerinin tecrübe seviyesine göre rotalar belirtilmiştir. Rotalardan biri Havaalanından başlayarak sırasıyla Merkez, Baraj, Dereköy, Uğurlu Göleti, Şirinköy, Laz Koyu, Tuz Gölü, Eşelek Köyü, Aydıncık Göleti, Merkez ve bitiş olarak Havaalanı rotasıdır. Bu rotada mevcut zemin asfalttan yapılmış, bazı noktalarda eğimli rampalar bulunmaktadır. Bu rota zeminin yapısı nedeniyle orta seviye bisiklet sürücülerini için 10 üzerinden 6 zorluk derecesi bulunmakta ve rotanın toplam uzunluğu 55 km’den oluşmaktadır. Bir diğer rota bisiklet sürüşüne yeni başlayan için uzunluğu 11 km’den oluşan Merkez, Yıldızköy, Kaleköy, Merkez rotasıdır (Visit Gökçeada, 2023).

2.3.8. Kitesurf/ Uçurtma Sörfü

Uçurtma sörfü yelken yerine bir paraşüt ile sörf tahtasının birleşimi ile yapılan bir macera turizmi aktivitesidir. Kitesurf yapan kişinin elinde paraşütü yönlendirecek ipler bulunur ve rüzgârın gücüyle birlikte sörf tahtası üzerinde dengeyi sağlamaya dayalı bir aktivitedir. Kitesurf için rüzgârlı kıyılar tercih edilmelidir.

Gökçeada neredeyse tüm yıl rüzgârlı olduğu için sörfçüler tarafından tercih edilen yerlerden gözde yerlerden biridir. Rüzgâr sörfünde de olduğu gibi kitesurf için de özellikle Kefalos ve Aydıncık sahilleri hafif dalgalı olduğundan idealdir. Rüzgârın gösterdiği şiddete bağlı olarak her seviyeye özel tasarlanmış bir uçurtmanın ipler yardımıyla kontrol edilmesiyle, suyun üzerinde bir sörf tahtasında kayıp gitmek ve dalgalar üzerinde zıplayarak

hareketler göstererek gerçekleştirilen su tabanlı bir macera aktivitesidir. Uçurtma sörfü son dönemlerde özellikle Bulgarlar tarafından oldukça ilgi çekmektedir. Nisan ve Eylül ayları arasında iklim şartlarından dolayı Gökçeada önemli sörf merkezleri arasında yer almaktadır. Gökçeada farklı coğrafi yapısı ve ikliminin şeklinin rüzgârlı olması sayesinde sadece Türkiye'nin olmamakla birlikte dünyanın önemli sörf merkezlerinden biri olmaya adaydır (Bil ve Yılmaz, 2017).

2.3.9. Trekking

Trekking kavramı, rakım olarak yüksek ve engebeli olan arazileri yürüyerek engebeleri aşmak olarak tanımlanabilen yumuşak macera turizmi aktivitesidir. Trekking, hiking'e yürüyüş mesafesi ve süresi bakımından daha benzer, hiking den zor fakat dağcılık aktivitesinden daha kolay bir macera turizmi faaliyetidir. Trekking aktiviteleri iki ya da daha fazla gün sürebilmektedir. Trekking aktivitesinin önemli yanlarından birisi de yerine göre yüzme, tırmanış ve kampçılık sportif yetenek ve ekipmanlar gerektirebilir (TDF, 2017).



Şekil 5. Trekking Rotaları

Gökçeada'daki bu 11 trekking parkurlarından birisi olan Dereköy – Marmaros Şelalesi gününbirlik trekking parkurunun, başlangıç noktası 253 m., yüksek irtifası 301 m., en alçak irtifası 80 m ve bitiş noktası 110 m'dir. Parkurun zorluk seviyesi 2, uzunluğu 7 km ve ortalama süresi 2 saattir. Uğurlu Kasabası'nda bulunan İsa Tepesi, adanın batı yönünü gören ve eşsiz bir manzarası olan trekking parkurudur. İsa tepesi parkurunun uzunluğu 1,46 km., zorluk seviyesi 2, tahmini aktivite süresi ise 1 saat 30 dakikadır ve geven ve taşlardan meydana gelen kısa bir parkurdur. (Visit Gökçeada, 2021). Yıldızköy rotası ise zorluk dereci

4 olan, uzunluğu 5,4 km. yaklaşık 3 saatte yapılan mevsimi sebebiyle en az iki adet su kaynağına olan, geven ve kayalardan oluşan trekking parkurudur

2.3.10. Kuş Gözlemciliği

Kuş gözlemciliği aktivitesi hem bireysel hem de grup olarak yapılabilen, kuşları doğal ortamlarında gözlemlemeye yönelik yapılan aktivitelerdir. Fiziksel aktivite içermesi nedeniyle gözlem sporu olarak ta tanımlanabilir (Sop, 2015). Gökçeada toplam 143 kuş türü barındırmakta ve 16 set ve 41 familyadan oluşmakta ve yıl boyunca toplam 63 kuş türü izlenebilmektedir. Kuşlardan 55 türü yaz, 10 türü transit ve 15 türü de kış gmenidir. Tuz Gölü, flamingolar ve kıyı kuşlarına uygun derinlikte ve denizle bağlantısı olan bir dalyandır. Tuz Gölü dalyanı ve Gökçeada'nın kıyılarının yükseltisi ve taşlık alanları da bir tür çeşitliliğini barındırmakta ve kuzey kıyıları “nemli Doğa Alanı” olarak belirlenmiştir. Gökçeada göçmen kuşların yol güzergahında olması nedeniyle kuş gözlemciliği açısından oldukça şanslı bir konumdur ve birçok fırsat sunar (T.C. Gökçeada Kaymakamlığı).

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

MACERACI TURİSTLERİN SEYAHAT MOTİVASYONLARI VE DAVRANIŞSAL NİYETLERİ

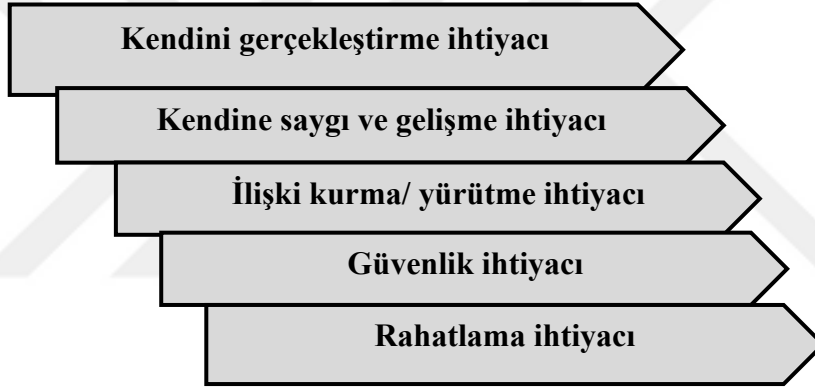
3.1. Turistlerin Seyahat Motivasyonları

İnsanoğlu tarih boyunca farklı yerlere, farklı nedenlerle seyahat etmiştir ve hala da seyahat etmeye devam ederler. Bu nedenler zihnen veya bedenen rahatlama, yeni yerler ve kültürler keşfetmek, yeni maceralar deneyimlemek, boş zaman geçirmek, eğlenmek, eğitim, sağlık veya da günlük yaşamdaki rutinden uzaklaşma gibi bireyin istek ve ihtiyaçlarına bağlı olarak şekillenebilir. Motivasyon Latince “movere” (aciton-hareket) kelimesinden gelen, bireylerin harekete geçme davranışlarını uyandıran ve yönlendiren içsel istek ve ihtiyaçlarıdır (Arslan, 2019). İnsan davranışlarının amaca yönelik olmasının temelinde yatan itici güçler, uyarılmış ihtiyaç anlamına gelen güdü ya da motivlerdir ve güdülenme davranışı bu ihtiyaçların harekete geçme eylemidir. Fakat bireylerin harekete geçme nedenleri yani güdüleri (motiv) bireyleri harekete geçirmek için yeterli değildir. Aynı zamanda bireyi harekete geçirecek motivasyona ve içsel güce sahip olunmalıdır ki motivasyon davranış ile ilgili psikolojik süreci ifade etmektedir. Örneğin seyahat etme ve turistik bir faaliyete katılma eylemi de aslında motivasyona bağlı olarak gerçekleşmektedir, dolayısıyla bu eylemlere katılmak insan ihtiyaçlarını karşılayan birer ihtiyaçtır. Seyahat motivasyonu da tüm motivasyonlarda olduğu gibi ihtiyaçlardan ortaya çıkmaktadır. Bireyleri seyahat etmeden önce onları seyahat etmeye hazırlayan, turizm faaliyetlerine yönelten ihtiyaçlar “seyahat motivasyonu” olarak ifade edilebilir (Özçelik, 2019; Şah, 2019; A. Şenol, 2019).

Bazı yazarların günlük yaşantısının monotonluğundan kaçmak için motive olmuş bireyleri “turist” olarak tanımlaması, motivasyonun turistler açısından önemini ortaya koymaktadır. Turistlerin seyahat etmeye karar verme sürecindeki motivasyonları “insanlar neden seyahat eder?” sorusunun en öne çıkan cevaplarındandır. Çeşitli motivasyonlar ile seyahat eden turistlerin seyahatten beklentileri de farklı olabilir. Turistleri seyahat etmeye yönelten motivasyonlar, farklı kültürler keşfetmek, rutinden uzaklaşmak, tarihi eserleri ve doğal güzellikleri görmek, eğlenmek, dinlenmek, maceraya atılmak gibi nedenlerle çeşitlilik

gösterebilir ve bu nedenler turistin ihtiyacına bağlı olarak değişkenlik göstermektedir (Pektaş, 2017; McGehee, Murphy ve Uysal, 1996).

Birçok araştırmacı seyahat motivasyonu ile ilgili çalışmalarında Maslow' un ihtiyaçlar hiyerarşisi teorisinden yararlanmış ve bu teoriden yola çıkarak Pearce (1988,1991,1993), Pearce ve Caltabiano (1983), Moscardo ve Pearce (1986) çalışmalarında Seyahat Kariyer Merdiveni (Travel Career Ladder) teorisini geliştirmişlerdir. Bu teoride beş farklı düzeyde turist motivasyonu ele alınmış ve teorideki temel düşünce turistlerin seyahat motivasyonlarının seyahat deneyimleri ile değişebileceğidir. Bu düşünceye göre turistler toplam seyahat deneyimlerinin oluşturduğu motivasyonlar ile seyahat kariyerine de sahip olabilirler. Oluşturulan seyahat kariyeri merdiveni Şekil.6 'de gösterilmiştir (Pearce ve Lee, 2005).



Şekil 6. Seyahat Kariyeri Merdiveni

Bu merdivende “kendini gerçekleştirme ihtiyacı” basamağı diğer ihtiyaçlardan farklı olarak tatmin edildikçe artmaya başlamaktadır. Daha önce dünya şampiyonu olan bir atletin, bir sonraki yıl kendi rekorunu kırmak istemesi veya daha iyisini yapmak istemesi örnek olarak gösterilebilir (Pearce ve Lee, 2005). Temelde turistlerin seyahat motivasyonları ne olursa olsun, karar aşamasına gelindiğinde tek bir değil birçok faktörden etkilenebilir ve turistlerdeki en belirgin seyahat motivasyonları şu şekildedir;

- Yaşam tarzı
- Kişilik (tedbirli, çekingen, maceracı, bireysel, kendine güvenen)
- Olumlu/olumsuz tecrübeler
- Geçmiş (belirli bölgelere yönelik nostalji)
- Algılamalar ve
- Statü

Bu seyahat motivasyonları Crompton'a (1979) göre ise sosyo -psikolojik (kaçış, kendini keşfetme, rahatlama, geçmişe özlem, saygınlık, akrabalar ile olan ilişkileri arttırma ve toplumsal etkileşim) ve kültürel motivasyonlar (yenilik ve eğitim) olarak sıralanmıştır. Turistlerin seyahat motivasyonlarını Swarbrooke ve Horner (2004) altı faktör altında sınıflandırmıştır (akt. Arslan, 2019). Bu faktörler;

- **Kültürel faktörler:** yeni kültürler keşfetme isteği,
- **Kişisel gelişim:** kendini geliştirme, yeni tecrübeler edinme,
- **Statü kazanma:** saygınlık kazanma isteği,
- **Fiziksel faktörler:** rahatlama, sağlık, egzersiz, güneş,
- **Duygusal faktörler:** kaçış, ruhsal rahatlama, macera, nostalji,
- **Kişisel faktörler:** yeni arkadaşlıklar kurma, başkalarını mutlu edebilme isteğidir.

3.2. Macera Turistlerinin Seyahat Motivasyonları

Her sektörde işletmelerin varlıklarını sürdürebilmeleri için ürettikleri mal veya hizmetleri kar edebilmeleri için hitap edilen tüketiciye, tüketicinin istek ve ihtiyaçlarını bilerek sunabilirler. İşletmeler mevcut tüketicinin istek ve ihtiyaçlarını kavradıklarında ürün ya da hizmetin ne olacağı ve nasıl üretileceği hakkında da bilgi sahibi olurlar ve bu durum diğer sektörlerde olduğu gibi turizm sektöründe de aynıdır. Çalışmanın başında da bahsedildiği gibi turizm sektörü her geçen yıl biraz daha büyümekte ve pazardan aldığı payı korumak ya da artırmak için ülkeler rekabet içerisindedir ve ülkelerin çeşitli stratejiler geliştirebilmesine bağlıdır. Bu stratejilerin geliştirilmesi için, turistlerin mevcut seyahat motivasyonlarının anlaşılması gerekmektedir. Macera aktivitelerine katılan bireylerin güdülleri katılım esnasında değişkenlik gösterebilir ve elde edilen deneyimden etkilenebilmektedirler. Macera aktivitelerine katılan bireyler çoğunlukla çeşitli güdülere/motivlere sahiptirler ve yapılan birçok çalışmaya göre bireylerin macera turizmi aktivitelerine katılmalarını etkileyen en önemli motivasyonun, bireylerin heyecan arayışında olduğunu bulgulamışlardır (Uysal, 2008; Pomfret ve Bramwell, 2016).

“Güneş, kum, deniz ve eğlence” temelli kitle turizmi 1950’li ve 1960’lı yılların en önemli seçenekleriydi ve günümüzde de halen turistler tarafından tercih edilmektedir fakat 1980’li yıllarda farklı turizm türlerinin ortaya çıkmasıyla “alternatif turizm” kavramı literatürde yerini almıştır. Spor, eğlence, tarih, kültür ve macera anlayışlarına dayanan; eko

turizm, macera turizmi, doğa turizmi, kültür turizmi ve sürdürülebilir turizm vb. ortaya çıkan turizm türleri turist beklentilerini karşılayarak hem bu sektörde ürün çeşitliliğini arttırmış hem de turizm sektörünün sadece tek bir dönemde değil, tüm yıla yayılmasını sağlamıştır. Bu değişim ve gelişmelerle birlikte oluşan macera turizminin kendine has hizmetleri ve bu hizmetleri talep eden turist tipleri vardır ve bu turist tipleri, heyecan arama, doğanın keşfi, deneyimlenmemiş olanı deneyimle ve egzotik ortamlarda tatil yapma gibi diğer turist tiplerinden farklı istekleri yer almaktadır. Bu turist tipleri aynı zamanda kendinden emin, ne istediğini bilen, risk alabilme derecesi yüksek ve sıra dışı farklılık arayan bireylerdir (Garda, 2010; Birinci vd, 2017).

Macera aktivitelerine katılan bireyler genellikle Şekil 6'da bahsedilen seyahat kariyer merdiveni teorisinin en üst basamakta yer alan kendini gerçekleştirme ihtiyacını karşılama eğilimindedirler. Bazı macera turistleri aktivitelere katıldıklarında en tepe deneyimleri ararlar ve bu deneyimler seyahat kariyer merdiveninin en üst basamağında yer alan ihtiyacının gerçekleştirilmesi, ruhsal huzurun kazanılması ve yaşama uyum sağlamak şeklinde ifade edilir. Dolayısıyla macera turistleri, Yeni Zelanda'da bungee jumping, Lapland'da husky köpekleriyle kızığa binme ya da Güney Afrika'da beyaz köpekbalıklarıyla kafes dalışı gibi aktivitelere katılarak rüyalarındaki hayalini, yani merdiveninin en üst basamağında yer alan kendini gerçekleştirme ihtiyacını karşılamış olur (Swarbrooke vd., 2003).

Macera turizmi motivasyonları üzerine yapılan çoğu akademik çalışmada, bireyleri macera deneyimi aramaya iten yönler odaklanılmış ve çoğunluk olarak "risk" arama unsuruna rastlanılmıştır. Fakat yapılan son çalışmalara bakıldığında ise, bireyleri motive eden durumun gerçek risk olmadığına, aslında "heyecan" olduğuna rastlanılmıştır (Kane ve Tucker, 2004; Pomfret ve Bramwell, 2014). Cater (2006), gerçek riskten ziyade heyecan faktörünün motivasyon etkisinin daha önemli olduğu bulunmuştur. Dolayısıyla macera turizmi katılımcıları için motivasyon kaynağı olarak "risk, heyecan arayışı ve başarı güdüsü" olarak üç motivden bahsedebiliriz;

➤ **Risk**, macera turistinin istek ve ihtiyacına göre değişkenlik gösterebilir ve turistlerin aktivitelere katılması üzerine teşvik edici bir rol oynamaktır. Risk bileşenlerini de şartlar, ihtimaller ve sonuç olmak üzere üç kategoride ele alabiliriz. Risk alan katılımcılar macera aktivitelerinin sonucunu ödül olarak kabullenir ve hem ruhen hem de psikolojik olarak tatmin olurlar. Turistlerin risk alması psikolojik alanda "rutin yaşamdan kaçma eğilimi"

olarak adlandırılırken, sosyal alanda “boş vaktin değerlendirilmesi” olarak nitelendirilmektedir.

➤ **Heyecan arayışı**, risk ile birbirini tamamlayan motivasyon unsurudur. Zuckerman (1979)’a göre heyecan arayışı, “farklılık, yenilik, karmaşa, deneyimler elde etmek ve bu deneyimleri elde etmek için fiziksel, sosyal ve yasal riskleri göze alabilmek ve yüksek düzeyde heyecan arama” olarak tanımlanmaktadır. Zuckerman bireylerin farklı motivasyon düzeylerine ve heyecan arayışına sahip olduğunu ortaya atarak heyecan arama ölçeğini oluşturmuş ve Tablo 4’ te gösterilmiştir.

Tablo 4

Zuckerman’ın Heyecan Arama Modeli

Zuckerman’ın Heyecan Arama Modeli	
Macera ve Eğlence Arayışı	Risk, coşku, heyecan ve adrenalin yoğunluklu aktiviteleri tercih etme
Deneyim Arayışı	Birbirinden ayrı yaşam şekillerini deneyimleme arzusu ve zihnin heyecan tarafından motive edilmesi
Dezinhibisyon	Sosyal uyarım aracılığı ile eğlence fırsatı arayışı
Can Sıkıntısı/ Hassasiyet	Sıkıcı ve değişmeyen durumlardan kaçınma; durağan kalan durumlarda acelecilik duygusu

(Karpuz, 2017).

Bu tabloya göre, bireyin heyecan arayışında sadece risk ile tamamlayıcı olması yeterli değildir aynı zamanda riskin bireyin hayatının bir parçası olduğu ifade edilmiştir. Riskten hoşlanan bireyler heyecan ve risk içerikli aktivitelerde başarılı olurlar ve bu karakterdeki bireyler rutin, olağan durumlardan ve yaşantılardan kaçınma eğilimindedirler.

➤ **Başarı Güdüsü**, kişiden kişiye değişse de her bireyin içerisinde barındırdığı bir istektir ve zorlukları aşarak, ilerleyip gelişim gösterme isteğidir. Macera turizmi yönünden bakıldığında ise, adrenalin ve heyecan arayışı, başarı güdüsünü tetiklemektedir ve turistlerin

heyecanı artırıcı aktivitelere daha az istekli olan bireylere göre başarıma güdüleri daha ağır basmaktadır. Dolayısıyla adrenalin ve heyecan bireylerin başarı güdüsünün artmasına yardımcı olur.

Aslında risk alma, heyecan arama ve başarı güdüsü birbirleriyle ilişkili kavramlardır ve risk ile heyecan arayışı macera aktivitelerine katılacak bireyler için önemli unsurlardır. Bireyleri bu tür aktivitelere yönlendiren, iten birçok güdü vardır ve başarı güdüsü de bunlardan biridir (Karpuz, 2017; Türk, 2020; Kane ve Tucker, 2004; Tanrısevdi, 2009). Turizm sektöründe motivasyon kavramı, turistlerin davranışlarını anlamak için yardımcı olmaktadır. Bireylerin nereye ve neden seyahat ettikleri veya edebileceklerini ve bu seyahatlere nasıl karar verdiklerini görebilmek için motivasyon ile ilgili araştırmalar yapılmaktadır. Turistlerin seyahat motivasyonları ile ilgili daha yaygın ve genel olarak kabul görmüş olan bir diğer teori de itici ve çekici faktörlerdir (Aydın ve Sezerel, 2017).

3.2.1. Macera Turistlerine İlişkin İtici Faktörler

Turistlerin seyahat motivasyonlarını Pearce (1998), “bireylerin seyahat seçimleri, deneyim ve davranışlarına yön veren hem biyolojik hem de kültürel güçlerin bütünleştirici ağı” olarak tanımlamıştır. Bireylerin seyahat etme nedenlerini açıklamak için genellikle “itici” ve “çekici” motivasyon yaklaşımı kullanılmaktadır. Bu iki yaklaşım turistlerin seyahate yönlendiren içsel ve dışsal motivasyon faktörlerine dayanmaktadır. Bireyleri seyahat etmeye iten itici faktörler, sosyo- psikolojik motivlerden oluşmaktadır. Rahatlama, kaçış, eğlence, aile/arkadaşlarla vakit geçirme isteği, zihinsel dinlenme gibi faktörler itici faktörler olarak kabul edilmektedir. Çekici faktörler ise, seyahat edilecek destinasyonların iklim durumları, ulaşım kolaylıkları, manzarası, cazibe merkezleri, kültür ve tarih gibi özellikleri ve nitelikleridir (Sato vd., 2016).

Dann (1977), Barbados adasında itme faktörlerini belirlemek için 422 turist üzerinde yaptığı çalışmada seyahat eden turistleri iki tipte incelemiştir. Yapılan çalışmada itme faktörlerinin bireyleri seyahat etmeye iten temel isteklerin günlük yaşamın kaosundan ve monotonluğundan kaçma, sevgi ve şefkat, sosyal iletişim, başkaları tarafından tanınma ve kendine güvenme ihtiyacını içerdiği belirlenmiş ve bu ihtiyaçların Maslow’un ihtiyaçlar hiyerarşisinde yer alan ihtiyaçlara paralellik gösterildiği görülmüştür. İtici ve çekici faktörler turistlerin seyahat kararlarını almada farklı görevleri olsa da birbirinden tamamıyla ayrı tutulması mümkün değildir. İtici faktörler çekici faktörler tarafından desteklenerek seyahat kararı alacak turistlerin destinasyon kararlarının değişmesine sebep olabilmektedir. Dolayısıyla

itici faktörler bireylerin seyahate çıkma isteğini, çekici faktörler ise seyahatin destinasyon seçimini tamamlamaktadır (Arslan, 2019; Şenol, 2019; Yoon ve Uysal, 2005). Uysal ve Hagan (2003) macera turistlerinin seyahat motivasyonlarını itici ve çekici faktörleri teorisiyle değerlendirerek Tablo 5'i oluşturmuştur.

Tablo 5

Turist Motivasyonlarında İtici ve Çekici Faktörler

İtici Faktörler (Bireyler ile İlgili)	Çekici Faktörler (Destinasyon ile İlgili)
Motivasyon	Destinasyon Özellikler ve Tesis Türleri
<ul style="list-style-type: none"> • Kaçış, • Dinlenme ve rahatlama, • Macera, • Sosyalleşme, • İlgi ve özsaygı, • Prestij, • Sağlık 	<ul style="list-style-type: none"> • İklim, • Tarihi mekanlar, • Doğal güzellik, • Plajlar, • Etkinlikler, • Rekreasyonel fırsatlar, • Fayda beklentileri, • Erişilebilirlik
Sosyoekonomik ve Demografik	Koruma Faktörler, Durumsal Faktörler
<ul style="list-style-type: none"> • Yaş, • Cinsiyet, • Gelir düzeyi, • Eğitim, • Meslek, • Aile yaşam döngüsü/etnik grup, 	<ul style="list-style-type: none"> • Güvenlik • Emniyet • Mevsimsellik
Pazar Bilgisi	Pazarlanan İmaj
	<ul style="list-style-type: none"> • Oluşmuş negatif/pozitif destinasyon imajı, • Hizmet kalitesi • Tesislerin kalitesi

(Uysal ve Hagan, 2003)

Yapılan çalışmalarda seyahat edilen destinasyonların farklılık göstermesindeki sebeplerin farklı motivasyonların olduğu görülmüştür. Dolayısıyla, Mekke ya da Medine'ye seyahat eden turistlerle, Paris ya da Roma'ya seyahat eden turistlerin seyahat sebebi, yani seyahat motivasyonları farklıdır (Yıldız, 2019).

3.2.2. Macera Turistlerine İlişkin Çekici Faktörler

Seyahat motivasyonundaki çekici faktörler, seyahat etme kararı verildikten sonra destinasyonun ilgi çekici nitelikleriyle, bireyi bir destinasyonu diğer destinasyona tercih etmeye yönlendiren faktörlerdir. Turistlerin manevi isteklerinin çoğunluğu itme faktörleridir

fakat çekme faktörü ise bireylerin alıştığı destinasyon cazibesinin sonucu olarak ortaya çıkmaktadır.

Bansal ve Eiselt (2004) bu faktörleri destinasyonun görülen çekicilikleri, somut özellikleri ve nitelikleri olarak tanımlamıştır ve tarihi ve kültürel alanlar, plajlar, konaklama, ulaşım, flora ve fauna, rekreasyon alanları gibi somut kavramlar, yenilikler ve fayda gibi algı ve beklentileri içermektedir. Çekici faktörler hem farklı ülkeler arasında hem de aynı ülke içerisinde değişkenlik gösterebilir. Destinasyonların sahip oldukları çekici faktörler bireylerde seyahat etme isteği oluşturarak, destinasyonu tercih sebebi haline getirir ve diğer destinasyonlar üzerinde rekabet üstünlüğü yapar (Sato, 2016; Şah, 2019).

3.3. Macera Turistlerinin Seyahat Motivasyonu ile İlgili Yapılan Çalışmalar

Macera turistlerinin seyahat motivasyonları farklı alanlardan incelenmiştir ve bu motivasyonlardaki araştırmaların en belirgin noktası macera turistlerinin, yer aldığı turizm türünden de kaynaklı olarak risk ve heyecan arayışı içerisinde olmasıdır. Bazı araştırmacılar ise, macera aktiviteleri deneyimlerinin risk ve heyecan arayışının dışındaki etkenlerin baskın olduğunu bulmuşlardır. Macera seyahati motivasyonları üzerine yapılan ilk araştırmalarda risk kavramı üzerine durulmuştur fakat yeni yapılan araştırmalarda ise “hız” ve “heyecan” kavramlarının turistlerin macera turizmi seyahatlerine katılmalarına yoğun anlamda olanak sağlayan motivasyonların olduğunu bulmuşlardır. Bazı araştırmacılar ise, “korku”, “telaş” ve “heyecan” duygularının turistleri macera turizmine motive ettiğini yazmıştır (Giddy ve Webb, 2018).

Beckman vd., Tennessee’ deki Ocoee Nehri üzerinde rafting aktivitesine yönelik turistlerin seyahat motivasyonlarını incelemiş ve çalışmanın sonucunda turistlerin duygu ve doğaya yönelik motivasyonlarının macera aktivitelerini deneyimlemek için olumlu yönde duygusal etkileşim oluşturduğunu göstermiştir.

Sato vd., Niseko’da rafting yapmak için gelen Japon turistlerinin seyahat nedenlerini incelemiş ve sosyal, kaçış, aile ve coşku olarak dört itici faktör ve doğal kaynaklar, kültür ve rafting hizmetleri olarak 3 çekici faktör belirlemiştir. Bu analizin sonucuna göre, yeni insanlarla iletişime geçme, arkadaşlarla vakit geçirmek ve yabancı insanlarla etkileşime geçmeye yardımcı olan sosyal boyutun baskın olduğunu söylemişlerdir (Carvache- Franco, 2022).

Bentley vd. (2007), macera aktivitelerinde yaralanmalar ile ilgili Yeni Zelanda’da yaptığı çalışmalarda turistlerinin risk, heyecan, dinlenme, keşfetme ve kendi zorluklarını test etme gibi motive eden faktörlerden dolayı seyahat ettikleri ve aktivitelere katıldıkları sonucunu göstermişlerdir.

Morgan vd. (2005), su bazlı macera aktiviteleri üzerine yaptıkları çalışmada turistlerin suyun akış yönünü deneyimleyip tecrübe etme, ödül ve eğlence gibi motive edici faktörlerle seyahat ettiklerini ve macera aktivitelerine katılım sağladıklarını göstermişlerdir. Macera turistlerinin seyahat motivasyonlarını Sung (2004), önem, ilgi, zevk, risk ve deneyim şeklinde belirlemiştir.

Levenson (1990)’ın yapmış olduğu çalışmada, heyecan, merak, macera ve deneyim edinme gibi faktörlerin, kaya tırmanışına katılan macera turistlerini motive ettiğini belirtmiştir. Kısaca anlatmak gerekirse macera aktivitelerine katılmak için seyahat eden macera turistlerinin bu niyetlerinin arkasında klasikleşmiş motivasyonlardan farklı bir biçimde risk alma, meydan okuma, heyecan ve kendi sınırlarını aşma gibi farklı motivlerde vardır (Yıldız, 2019).

3.4. Davranışsal Niyet Kavramı ve Boyutları

Davranışların niyetler tarafından tahmin edilmesi “davranışsal niyetler” kavramıdır. Daha net bir şekilde açıklamak gerekirse, davranışsal niyet kavramı turistlerinin bir tesisi ya da destinasyonu tekrar ziyaret edip etmeyeceğinin göstergesi olarak kabul edilmektedir.

Dolnicar vd. (2015) yaptıkları araştırmada bir ürün ya da hizmeti, tekrardan satın alma gibi belirli bir eyleme yönelik öznel olasılık olarak davranışsal niyeti tanımlamışlardır. Başka bir şekilde tanımlamak gerekirse, tüketicinin bir ürün ya da hizmeti deneyimleme sonrası ileriki zamanda o ürün ya da hizmet ile ilgili neler yapabileceğini ya da nasıl hareket edeceklerini gösteren davranışlar bütünlemesidir (Çetinkaya, 2017; Türkmen ve Atay, 2018).

3.4.1. Davranışsal Niyet

Bir davranışın meydana gelmesi için belirlenmiş olasılık “niyet”, tatmin olma sürecinin meydana gelen sonucu ise “davranışsal niyetler” dir. Tüketicinin davranışsal niyetleri ağızdan ağıza iletişim, fiyat anlayışı, şikayet etme ve tekrarsan satın alma niyeti gibi etkenlerden oluşmaktadır. Davranışsal niyetler genellikle psikolojik temellidir fakat

daha geniş açıdan araştırıldığında tüketici davranışları içinde oldukça önemli bir faktördür. Diğer alanlarda olduğu gibi davranışsal niyetler ile ilgili de birçok çalışma yapılmıştır.

Şimşek vd. (2011), davranış kavramını gözlenebilen, incelenebilen eylemler olarak tanımlamıştır ve çalışmanın sonucuna baktığımızda ise bireylerin davranışlarının kendi sahip oldukları kişilik yapısı ve büyüdüğü çevresel koşullara bağlı olarak değişiklik göstereceği söylenebilir. Bireylerin manevi olarak bir amaca yönelme eğilimi isteği ve düşüncesi ise niyet kavramıdır. Böylelikle, tüketicinin tesis ya da destinasyondan ürün ya da hizmet almaya devam edeceği ya da etmeyeceğinin sinyalini veren göstergeler de “**davranışsal niyetler**” olarak tanımlanmıştır. Han ve Ryu (2006) satın alma davranışının meydana gelme olasılığının kabullenilmesini davranışsal niyetleri olarak tanımlamıştır (Varol, 2015).

Memnun edilen tüketicilere sahip olan bir işletmenin rakip işletmeleri ile rekabet halinde olması daha kolaydır ve bundan dolayı tüketicinin bir ürün ya da hizmet ile ilgili beklentileri karşılandığında, tüketicinin işletmede devamlılığının olması ve tekrar ürün ve hizmet almasının sağlanması, başka bireylerin de o işletmeden ürün ve hizmet alımı yapmasından çok daha kolay olacaktır. Tüketiciler, işletmeler ile arasında duygusal bir bağ oluşturarak, ürün ve hizmetin sadık müşterileri haline gelebilirler. Böylelikle bu sadık tüketiciler, çevrelerine işletme ile ilgili olumlu tavsiyeler yaparak işletmenin tanınırlığını arttırabilmektedir (Demiray, 2012).

Mason, Gos ve Moretti (2016) yapmış oldukları çalışmada, macera seyahatlerindeki farklı motivasyon faktörlerinin davranışsal niyetlerinin nasıl, hangi şekilde etkilediğini incelemiş ve bu davranışsal niyetlerin daha iyi anlaşılır kılınmasını sağlamak için, bireylerin risk grupları arasındaki farklılık durumlarını araştırmıştır. Çalışmanın sonucunda mevcut motivasyon faktörlerinin, aktivite ile ilgili macera motivasyonlarının doğa, risk ve sosyalleşme olduğu tespit edilerek turistlerin davranışsal niyetlerini etkileyen tek motivasyon faktörünün doğa olduğu sonucuna varılmıştır. Tüketicilerin hizmeti yeniden satın alması, marka sadakat, destinasyon ya da işletmeyi tekrar ziyaret etmesi, çevresine işletme hakkında tavsiye de bulunması, olumlu yönde reklamını yapması olarak Ha ve Jang (2010) davranışsal niyetleri sınıflandırmıştır.

3.4.2. Davranışsal Niyetin Boyutları

Bireylerin satın aldıkları, deneyimledikleri ürün ya da hizmetten memnun olduklarında, satın aldıkları hizmeti başkalarına tavsiye etme, tekrar satın alma isteği eğilimi göstermesi ve her zaman hafızasında kalması olumlu yönde davranışsal niyetlerini ortaya koymaktadır. Literatürdeki araştırmalara baktığımız zaman davranışsal niyetlerin farklı boyutlarda ele alındığını görebiliriz.

Cheng ve Lu (2013), turistik seyahat deneyiminde yenilik, algılanan değer, imaj, algılanan istek ve davranışsal niyetlerden tekrar ziyaret etme niyeti arasındaki ilişki incelenmiştir. Davranışsal niyetin turist memnuniyeti boyutunu Meng vd. (2010) incelemiştir. Tekrar ziyaret etme, sadakat ve çevredekilere tavsiye etme davranışsal niyetlerini ise Bezirgan vd. (2017) ele almıştır. Fakat bu çalışmada ise literatürlerde genel olarak kabul görmüş olan davranışsal niyetlerin memnuniyet, başkalarına tavsiye etme, tekrar ziyaret etme ve hatırlanabilirlik boyutları ele alınmıştır.

Memnuniyet

Turistlerin ürün ya da hizmeti deneyimlemesi sonucunda müşteri memnuniyeti şekillenir ve işletmenin ya da destinasyonun gelecekteki başarısını belirlemektedir. Diğer bir şekilde açıklamak gerekirse turistin satın alıp deneyimlediği ürün ya da hizmetten tatmin olma derecesi turist memnuniyetidir. Baker ve Crompton (2000) turist memnuniyetini turistlerin seyahat sonrası deneyimlediği duygusal durumdur. Pizam ve Ellis (1999) turist memnuniyetini turistlerde oluşan psikolojik durum ve Zang (2007) ise turist memnuniyetini turistin seyahat tecrübesinden elde ettiği olumlu izlenimler olarak tanımlamıştır.

İşletmelerin ve destinasyonların turistlerin memnuniyetini artırabilmeleri için turistlerin beklentilerini karşılamaları gerekmektedir. Turistlerin hizmeti deneyimledikten sonra elde ettiği yüksek memnuniyet sonucu, tekrar ziyaret etme ve çevresindekilere tavsiye etme davranışı niyetinde olduğunu savunan Chen ve Tsai (2007), hizmetten memnun olmayan turistlerin ise ağızdan ağıza olumsuz reklam yapmaya daha eğilimi olduğunu ve aynı destinasyonu tekrar gözden geçirme hakkında olumsuz bir tutum gösterdiklerini ifade etmektedirler.

Turizm sektöründe memnuniyet kavramına baktığımızda ilk olarak seyahat öncesi beklentiler ve seyahat sonrası deneyimlerin bir bütünleşmesi olup, deneyimler beklentilerin önüne geçtiği zaman turist tatmini, olumsuz hissiyat olduğunda ise memnuniyetsizlik olarak

meydana gelen bir durum olur ve destinasyonlar arasında rekabet avantajının önde gelen kaynaklarından bir tanesini oluşturur. Aliman vd. (2016)'nin turist memnuniyetinin öncüllerini belirlemek amacıyla yaptıkları araştırmada Malezya'daki Langkawi Adası'na seyahat eden turistlerin beklentileri, kalite, destinasyonun imajı, fiyat değeri, risk ve algılanan değer ile sosyal güvenlik olarak bilinen değişkenlik olarak tanımlamıştır. Yapılan analiz sonucunda bu değişkenliklerin turist memnuniyeti üzerinde olumlu yönde bir etki oluşturduğunu ortaya koymuştur ve bu memnuniyetin önde gelen yordayıcısının sırasıyla sosyal güvenlik, beklenti, destinasyonun imajı, fiyat ve algılananan değer ve risk olduğunu bulmuştur. (Aliman vd., 2016).

Tavsiye Etme Niyeti

Turistlerin ürün ya da hizmeti deneyimledikten sonra oluşan turist memnuniyetinin ardından başkalarına pozitif yöndeki deneyimlerini aktarır ve bu durum tavsiye etme niyetini kavramını özetler niteliktedir. Sert ve Karacaoğlu'nun (2018) yaptığı araştırmalara göre turistlerin deneyimleri sonucu elde ettikleri yüksek derecede hizmet kalitesi ve memnuniyet derecesi turistte ya da müşteride sadakati oluşmasını sağlar ve başkalarına tavsiye etme niyetini pozitif yönde etkiler.

Tavsiye etme niyeti kavramı üzerine yapılan birçok çalışma bulunmaktadır. İnan vd. 'nin (2011) yaptığı çalışmada Alanya'daki, kruvaziyer turistlerinin destinasyonu tavsiye etme niyetleri üzerine şekillenmiştir. Kement vd. (2018), Bingöl'deki termal turizm işletmelerini seyahat eden bireylerin tekrar ziyaret etme ve tavsiye etme niyetlerini incelemiştir ve araştırmanın sonucunda hizmet kalitesinin, turist tatminini ve tavsiye etme niyetini pozitif yönde etkilediğini göstermiştir. Aslında baktığımızda bütün davranışsal niyetler birbirleriyle etkileşim içerisinde olduğunu görebiliriz. Sonuçta turistin edindiği deneyim sonucundaki memnuniyeti seviyesi başkalarına tavsiye etme niyetini de etkilemektedir.

Tekrar Ziyaret Etme

Tekrar ziyaret etme niyeti, ziyaret edilen destinasyonun turist tarafından tekrar görülme isteği ve aynı deneyimin tekrar yaşanma istediğidir. Aynı zamanda işletmeler de destinasyonu ziyaret eden turistlerin tekrar ziyaret etmesine ihtiyaç duymaktadırlar. Çünkü işletmeler turistin tekrar ziyaret etmesi için tanıtım yapmazlar bundan dolayı turistlerin

beklentilerini en iyi düzeyde karşılamaları gerekmektedir (Şeker, 2020). Yoon ve Uysal (2005) yaptıkları çalışmada turistlerin hizmet aldıkları işletmelerden aldıkları memnuniyet seviyesinin çoğalmasını ürün ve hizmetlerin tüketilmesi ve destinasyonun tekrar ziyaret edilme niyeti üzerinde pozitif etkisinin bulunduğunu ortaya koymuşlardır.

Baker ve Crompton (2000) çalışmalarında bir aktiviteye tekrar katılma olasılığını “tekrar ziyaret etme niyeti” olarak tanımlamışlardır. Bazı araştırmacılar ise gelecekteki seyahat davranışının yordayıcısını tekrar ziyaret etme niyeti olarak kabul etmişleridir. Araştırmalara bakıldığında tekrar ziyaret eden turistlerinin öneminin anlaşılması için ilk çalışmayı, vurgulamayı Gitelson ve Crompton (1984) yapmıştır. Tekrar ziyaret özellikle de destinasyondaki hizmet veren işletmelerin ekonomisi açısından oldukça önemlidir. Opermann (2000) ise tekrar ziyaret etme niyetinin neden önemli olduğunu aşındaki gibi açıklamıştır;

- Tekrar ziyaret eden bireyleri etkilemek için pazarlamada yapılan harcamalar ilk defa gelen ziyaretçiler için yapılan harcamalardan azdır,
- Tekrar ziyarete gelen turist, memnuniyet niyetinin gerçekleştiğinin bir kanıtıdır,
- Tekrar ziyarete gelen turistler, gelecekte de aynı davranış niyetini gösterme ihtimali yüksek kişilerdir,
- Destinasyonu, ürünü ya da hizmeti, arkadaşlarına, ailesine ya da akrabalarına tavsiye edebilirler.

Pratama, (2015), çalışmasında Bejiharjo köyünde gerçekleştirilen macera turizm aktivitelerine yönelik turistlerin memnuniyetlerini incelemiştir ve bu inceleme sonucunda turistlerin memnuniyetinin tekrar ziyaret etme niyetiyle birlikte olumlu yönde ilişkisi olduğu görülmüştür. Aynı zamanda macera turizmi aktiviteleri katılımcılarının turist memnuniyetini oluşturan kriterlerini, doğa, manzara, maliyet, güvenlik, aktivite ekipmanının kalitesi, macera turizm aktivitesinin güvenilirliği, personelin ve işletmelerin bilgi ve becerisi, heyecan yaşama, merak, ulaşım ve iklim olarak belirlemiştir. Yine Williams ve Soutar (2009) çalışmalarında macera turistlerinin davranışsal niyetlerini incelemiş ve incelemesi sonucunda hizmet kalitesi ve aktivitenin fiyat düzeylerinin turist memnuniyetini ve tekrar ziyaret etme niyetini etkileyen faktörler olduğunu bulmuşlardır (Karpuz 2017).

Hatırlanabilirlik

Turistler, geçmişteki deneyimlerini hatıralarından yola çıkarak destinasyon ya da işletmeyi tercihi edebilir ya da bir ürün satın alma gibi eylemleri bu şekilde gerçekleştirebilirler. Aslında pozitif yönde algılanan turistik deneyimleri, bireyin zihinindeki destinasyon imaj algısını geliştirecek ve hatırlanabilir hale getirebilecektir. Bundan dolayı turistik deneyimler, uzun bir süreyle zihinlere yerleşebilecek kadar güçlü, önceki seyahatle ilgili bir olay durumu olarak yorumlanabilmektedir.

Ersoy ve Tuğal (2018), çalışmalarında Türkiye'yi seyahat eden Rus turistlerin, destinasyon imajı ve hatırlanabilir turistik deneyimler arasındaki ilişkiyi incelemişler ve çalışma sonucunda, hatırlanabilir turistik deneyimler ve destinasyon imajı arasındaki olumlu bir ilişki olduğunu göstermişlerdir. Destinasyonların ve turistik işletmelerin tüketicilerde beklentiyi karşılayacak hizmetler sunarak ve deneyimler yaşatarak hatırlanabilirlik gibi pozitif yönlü davranışsal niyetin oluşmasını sağlayabilirler (Şeker 2020).

3.5. Macera Turistlerinin Seyahat Motivasyonları ile Davranışsal Niyetleri Arasındaki İlişki

Bireylerin davranışlarını etkileyen, harekete geçiren psikolojik ya da biyolojik istek ve ihtiyaçlar motivasyon olarak tanımlanır ve bu ihtiyaçları karşılamak için motivler/güdüler oluşmaktadır. Bakıldığında motivasyon farkında olmaktır ve bireylerin karar verme süreçlerinde oldukça önemli bir rol oynamaktadır. Diğer taraftan turistlerin davranışları tek boyuttan etkilenmemekle birlikte birçok faktörden etkilenir ve aynı zamanda bu etkiler motivasyonlardan kaynaklanmaktadır. Turist motivasyonlarını üç nedenle açıklayarak anlayabiliriz, bu nedenler;

1. Turist motivasyonlarının anlayıp kavramamız, daha kaliteli ürün ve hizmet sunulmasını sağlayacaktır,
2. Turistleri deneyimlerinden elde ettiği memnuniyet düzeyi doğası gereği turistlerin en baştaki motivasyonlarından kaynaklanmaktadır,
3. İşletme ya da destinasyonu pazarlayanların turistlerin satın alma/karar verme süreçlerini anlaması için motiv/güdülerini belirlemelidirler (Crompton ve McKay, 1997).

Bir araştırmacı psikolojik bakış açısı ile seyahat motivasyonları ele alınmıştır ve turistlerin ana iki faktör ile seyahat davranışlarını gerçekleştirdiklerini belirtmiştir. Araştırmacının yaklaşımına göre bireylerin bir şeyleri aramak/keşfetmek ya da monotonluktan kaçmak için seyahat ettiklerini öne sürmüştür ve diğer bir seyahat

motivasyon yaklaşımı olan “Kaçış ve Arayış Kuramı” na göre bireyler bazı psikolojik zorluk, sorun ve başarısızlık vb. bireysel nedenler ile arkadaş, akraba, aile ve iş yaşamı ve tanıdıkları gibi bireylerarası faktörler nedeni ile seyahat davranışlarını gerçekleştirmektedirler (Iso-Ahola, 1982).

Yapılan araştırmalara göre seyahat eden bireylerin davranışsal niyetleri, seyahat motivasyonlarının itici ve çekici faktörlerine bağlı olarak değişiklik gösterebilmektedir. Seyahat motivasyonlarının turistlerin deneyimleri ve algıladıkları değerler üzerinde direkt olarak etki oluştururken, davranışsal ve memnuniyet niyetlerinin üzerinde direkt olarak etki etmediği sonuçlandırılmıştır. Seyahat motivasyonlarının itici faktörlerine bakıldığında ise, davranışsal niyetlere daha fazla etkide bulunduğu görülmüştür. Çekici motivasyonlar, destinasyonların turist çekme ve rekabet düzeylerini arttırmaları için önemlidir fakat seyahat motivasyonlarının itici faktörü ise, turistlerin destinasyon sadakati, memnuniyet, tavsiye etme ve tekrar ziyaret etme niyetlerinin üzerinde olumlu bir etki oluşturmaktadır (Davras ve Tatık, 2022).

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

ARAŞTIRMA YÖNTEMİ

4.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Macera turizmi aktiviteleri bireylere diğer turizm faaliyetlerine göre daha ilgi çekici gelmekte ve son yıllarda oldukça popüler hale gelmiştir. Dolayısıyla turistlerin bu macera aktivitelerini neden tercih ettikleri ve neden o destinasyonda deneyimledikleri ve deneyim sonrasındaki duyguları önemlidir. Bu kapsamda bu çalışmanın amacı, genellikle Cittaslow (Sakin Şehir/Ada) olarak bilinen Gökçeada'yı seyahat eden macera turistlerini macera aktivitelerine iten motivasyonların ve Gökçeada'ya çeken seyahat motivasyonlarının tespit edilmesi ve deneyimlerin, davranışsal niyetler üzerindeki etkilerinin belirlenmesidir.

Turizm alan yazını incelendiğinde macera turistlerinin seyahat motivasyonları ve davranışsal niyetlerinin oldukça önemli olduğu görülebilmektedir. Yapılan araştırmalarda seyahat motivasyonlarının turistleri davranışsal niyetleri etkilediği belirtilmektedir. Fakat yapılan literatür araştırmasında macera turistlerinin seyahat motivasyonları ve davranışsal niyetleri konularını birlikte ele alan çalışmaların kısıtlı olduğu görülmektedir. Bu çalışmanın Gökçeada üzerine yapılmasının önemli noktalarından biriside, daha önce bu şekilde çalışmaya rastlanmamış olmasıdır.

Araştırma sonuçlarının destinasyona yönelik motivasyon ve davranışsal niyetleri belirleyecek olması destinasyondaki işletme ve kuruluşlar için önemli bilgiler sağlayacağı düşünüldüğünden dolayı, bu araştırmanın destinasyonun gelişimi konusunda da önem arz edeceği belirtilebilir.

4.2. Araştırmanın Modeli ve Hipotezleri

Bireyleri seyahat etmeden önce onları seyahat etmeye hazırlayan, turizm faaliyetlerine yönelten istek ve ihtiyaçlar “seyahat motivasyonu” olarak ifade edilebilir (A. Şenol, 2019). Bireylerin ihtiyaçlarının farklılaşmaları, turistlerin farklı görüşlere sahip olmalarının yanında bir destinasyon ile ilgili yaklaşımları da farklılık gösterebilir. Bu noktada macera turistlerinin seyahat etmelerinin arkasında yatan motivasyonların da destinasyon ve ortama göre farklılık gösterdiği söylenebilir (Yıldız, 2019). Maceranın türü

ve doğası, maceracının seçimine ve motivasyonuna bağlı olarak değişiklik gösterir. Motivasyon, bireye göre değişir, çünkü biri yeni alanları keşfetmek amacıyla katılım gösterirken, biri heyecan verici olduğu için macera aktivitelerine katılım gösterir veya bir diğeri ise vahşi yaşamı, avcılığı, balık tutmayı vb. faaliyetleri tercih ettiği görülmektedir (Khulge ve Naik, 2018). Davranışsal niyetler ise turistlerin algıları ve deneyimleri doğrultusunda oluşmaktadır. Yapılan literatür taraması sonucunda macera turizmi, seyahat motivasyonu ve davranışsal niyet konularının birlikte ele alındığı çalışmalardan bazıları aşağıda yer almaktadır.

Giddy (2018) yapmış olduğu çalışmada Güney Afrika'da bir dizi macera turizmi kapsamındaki aktivitelere katılan turistlerin itme ve çekme faktörü yaklaşımını kullanarak motivasyonlarını analiz ederek bu değişikliklerin etkisini araştırmıştır. Araştırma sonucunda macera turizmi deneyimlerinin, karar vermeyi etkileyen artan sayıda önemli faktörle birlikte dinamik bir yapı olduğu bulunmuş ve katılım gösterdikleri faaliyetin türüne göre, katılımcıların motivasyonlarında dikkate değer farklılıklar gösterdiği belirtilmiştir.

Mason, Gos ve Moretti (2016) yapmış olduğu çalışmada, macera turizmindeki farklı motivasyon faktörlerinin davranışsal niyetleri nasıl etkilediğini incelemiş ve davranışsal niyetlerin daha iyi anlaşılmasını sağlamak için, bireylerin risk algısı grupları arasındaki farklılıkları araştırmıştır. Çalışma, Friuli Dolomiti Alpleri Tabiat Parkı'ndaki macera turistlerine anket yapılarak gerçekleştirilmiştir. Çalışmanın sonucunda motivasyon faktörlerinin analizi, etkinlikle ilgili motivasyonların doğa, risk, tefekkür ve sosyalleşme olmak üzere dört boyutu içerdiğini göstermiş ve turistlerin davranışsal niyetlerini etkileyen tek motivasyon faktörünün doğa olduğu sonucuna varılmıştır.

Türk (2020) yapmış olduğu çalışmada ise Kapadokya Bölgesi'ni ziyaret eden turistlerin macera turizmi motivasyonlarını ve davranışsal niyetin boyutu olan memnuniyet ve tekrar ziyaret etme niyetini araştırmıştır. Yapılan çalışmanın sonucunda turistlerin seyahat motivasyonlarının ve davranışsal niyetlerinin demografik özelliklerine göre farklılık gösterdiği, turistlerin en yüksek motivasyonlarının sakinlik arayışı olduğu saptanmıştır. Kişisel/ sosyal gelişim faktörünün turistlerin en düşük düzeyde motivasyon faktörü olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Aynı zamanda bölgeye gelen macera turistlerinin genellikle memnun kaldıkları ve tekrar ziyaret etme niyetlerinin olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bunlara bağlı olarak bu çalışmanın ilk üç hipotez "Maceracı turistleri seyahat etmeye iten faktörler ile betimleyici özellikleri arasında anlamlı bir farklılık vardır", "Maceracı turistleri seyahat etmeye çeken faktörler ile betimleyici özellikleri arasında anlamlı bir farklılık vardır" ve

“Maceracı turistlerin davranışsal niyetleri ile yabancı uyruklu olması arasında anlamlı bir farklılık vardır” olarak belirlenmiştir.

- ✓ *H1: Maceracı turistleri seyahat etmeye iten faktörler ile betimleyici özellikleri arasında anlamlı bir farklılık vardır.*
- ✓ *H2: Maceracı turistleri seyahat etmeye çeken faktörler ile betimleyici özellikleri arasında anlamlı bir farklılık vardır.*
- ✓ *H3: Maceracı turistlerin davranışsal niyetleri ile yabancı uyruklu olması arasında anlamlı bir farklılık vardır.*

Diğer motivasyonlar gibi seyahat etme motivasyonu da bir ihtiyaçtan ortaya çıkmaktadır (Hacıoğlu, 2005). İnsanlar çok farklı nedenlerle, motivasyonlarla seyahat etmektedirler ve zamanla, insanları seyahat etmeye iten dürtülerin veya güçlerin nelerden kaynaklandığı, ne tür ihtiyaçların ortaya çıktığı ve onları neyin harekete geçirdiği merak edilmektedir. Beckman ve arkadaşları, Tennessee’deki Ocoee Nehri üzerinde rafting aktivitesine yönelik turistlerin seyahat motivasyonlarını incelemiş ve çalışmanın sonucunda turistlerin duyu ve doğaya yönelik motivasyonlarının macera aktivitelerini deneyimlemek için olumlu yönde duygusal etkileşim oluşturduğunu göstermiştir.

Levenson (1990)’ın yapmış olduğu çalışmada, heyecan, merak, macera ve deneyim edinme gibi faktörlerin, kaya tırmanışına katılan macera turistlerini motive ettiğini belirtmiştir. Kısaca anlatmak gerekirse macera aktivitelerine katılmak için seyahat eden macera turistlerinin bu niyetlerinin arkasında klasikleşmiş motivasyonlardan farklı bir biçimde risk alma, meydan okuma, heyecan ve kendi sınırlarını aşma gibi farklı motivlerde vardır (Yıldız, 2019). Davranışsal niyetler ise, turistlerin tesis ya da destinasyondan ürün ya da hizmet almaya devam edeceği ya da etmeyeceğinin sinyalini veren göstergeler olarak tanımlanmaktadır. Başka bir deyişle, davranışsal niyetler, müşterinin ürüne ya da ürünün nihai kullanıcıya ulaşmasını sağlayan işletmelere yönelik geribildirimlerini kapsamaktadır (Varol, 2015).

Turistleri seyahat etmeye yönelten etkenleri anlamak, turistlerin seyahat davranışlarını, destinasyon tercihlerini, seyahat etme kararlarını ve gelecek zamanlarda seyahat tercihlerini öngörmek ve daha fazla turisti destinasyona çekmek adına stratejiler sunmak için oldukça önemlidir ve turistlerin destinasyon tercihinde davranışlarına etki eden birden fazla etmen söz konusu olsa da turistlerin seyahat etme motivasyonları ve davranışlarını anlamamıza olanak sağlayan en önemli göstergedir (Mlozi ve Pesamaa, 2013).

Bu bağlamda çalışmanın dördüncü hipotezi “Macera turistlerinin seyahat motivasyonları ve davranışsal niyetleri arasında anlamlı bir ilişki vardır” belirlenmiştir.

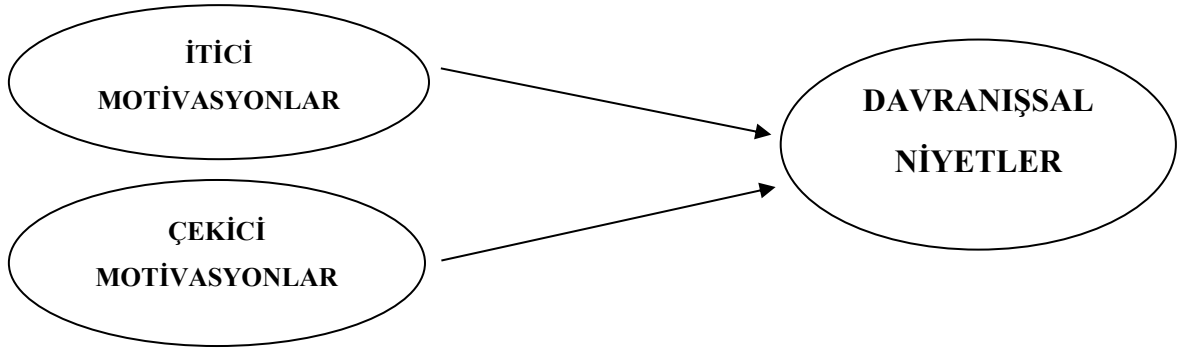
✓ *H4: Macera turistlerinin seyahat motivasyonları ve davranışsal niyetleri arasında anlamlı bir ilişki vardır.*

Bireylerin seyahat etme nedenlerini açıklamak için genellikle “itici” ve “çekici” motivasyon yaklaşımı kullanılmaktadır. Bu iki yaklaşım turistlerin seyahate yönlendiren içsel ve dışsal motivasyon faktörlerine dayanmaktadır. Bireyleri seyahat etmeye iten itici faktörler, sosyo- psikolojik motivlerden oluşmaktadır. Rahatlama, kaçış, eğlence, aile/arkadaşlarla vakit geçirme isteği, zihinsel dinlenme gibi faktörler itici faktörler olarak kabul edilmektedir. Çekici faktörler ise, seyahat edilecek destinasyonların iklim durumları, ulaşım kolaylıkları, manzarası, cazibe merkezleri, kültür ve tarih gibi özellikleri ve nitelikleridir (Sato vd., 2016).

Yapılan araştırmalara göre seyahat eden bireylerin davranışsal niyetleri, seyahat motivasyonlarının itici ve çekici faktörlerine bağlı olarak değişiklik gösterebilmektedir. Seyahat motivasyonlarının turistlerin deneyimleri ve algıladıkları değerler üzerinde direkt olarak etki oluştururken, davranışsal ve memnuniyet niyetlerinin üzerinde direkt olarak etki etmediği sonuçlandırılmıştır. Seyahat motivasyonlarının itici faktörlerine bakıldığında ise, davranışsal niyetlere daha fazla etkide bulunduğu görülmüştür. Bu çalışmada aynı zamanda maceracı turistleri seyahat etmeye iten faktörler ile turistleri destinasyona çeken faktörlerin belirlenmesi için aralarında anlamlı bir ilişki olup olmadığı amaçlanmıştır. Bu amaçlardan aşağıdaki hipotezler geliştirilmiştir:

- ✓ *H5: Maceracı turistlerin itici seyahat motivasyonları davranışsal niyetleri etkiler*
- ✓ *H6: Maceracı turistlerin çekici seyahat motivasyonları davranışsal niyetleri etkiler*
- ✓ *H7: Maceracı turistleri seyahat etmeye iten faktörler ile çeken faktörler arasında anlamlı bir ilişki vardır.*

Araştırmanın amacı ve hipotezleri göz önünde bulundurularak oluşturulan araştırma modeli Şekil 6’da verilmiştir.



Şekil 6. Araştırma Modeli

Bazı araştırmalara bakıldığında çekici motivasyonlar, destinasyonların turist çekme ve rekabet düzeylerini arttırmaları için önemlidir fakat seyahat motivasyonlarının itici faktörü ise, turistlerin destinasyon sadakati, memnuniyet, tavsiye etme ve tekrar ziyaret etme niyetlerinin üzerinde olumlu bir etki oluşturmaktadır (Davras ve Tatık, 2022).

4.3. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Yapılan araştırma kapsamı içerisinde genellendirilerek yer alan ortak özellikler bütünü “evren” olarak tanımlanmaktadır (Ural, 2011). Bu çalışmanın evrenini Gökçeada’yı ziyaret eden yerli ve yabancı turistler oluşturmaktadır. Gökçeada’yı ziyaret eden turistlere yönelik güncel bir veri bulunamadığından Gestaş’ın verileri kullanılmıştır. Gestaş’ın Tablo 6’daki verilerine göre, en son 2018 yılında Gökçeada’ya seyahat eden toplam turist sayısı 471.643 olarak görülmektedir. Gökçeada’da yine 2018 yılında sezon aralığı olan Nisan-Eylül aylarındaki seyahat verilerine bakıldığında toplam seyahat eden turist sayısı 91.714 olarak verilmiştir.

Tablo 6.

Kabatepe-Gökçeada Hattı Vapur Yolcu Sayısı

AYLAR	Araç	Yolcu
Nisan	11.847	27.102
Mayıs	12.127	27.925
Haziran	21.362	44.511
Temmuz	36.572	90.447
Ağustos	43.900	145.019
Eylül	20.556	64.612

Kaynak: Atay vd., 2019.

Araştırmanın örneklemini 302 yerli ve yabancı turistler oluşturmaktadır. Örneklemini belirlemek için “kolayda örnekleme” yöntemi kullanılmıştır. Kolayda örnekleme yönteminde anket formuna yanıt verenlerin tamamının örneğe dahil edilmesi esas alınmaktadır (Ural, 2011). Gerçekleştirilen anketler kapsamında örneklemin evreni temsil ettiği görülmektedir.

4.4. Veri Toplama Yöntemi ve Süreci

Yapılan bu araştırmada veri toplamak için anket formu oluşturulmuştur. Sistematik bir soru formu olarak adlandırılan anket, birincil veri toplama teknikleri arasında yer almaktadır. Anketin amacı, araştırma problemini ele alacak ve incelenen hipotezleri test edecek bilgileri sistematik olarak toplamak ve depolamaktır (İslamoğlu, 2011).

Bu araştırmada ilk olarak macera turizmi aktiviteleri, macera turistlerinin seyahat motivasyonları ve davranışsal niyetleri ile ilgili alan yazın incelemesi yapılmıştır. Yapılan inceleme sonucunda veri toplama için anket formu oluşturulmuştur. Yapılan anket formu dört bölümden oluşmaktadır. Anket formunun ilk bölümünde macera turistlerinin itici seyahat motivasyonlarını içeren 20 ifade bulunmaktadır. Formun ölçek derecelendirmesi için Likert ölçeğinin 5’li derecelendirilmesi (1- Hiç Önemli Değil/.../ 5-Çok Önemli) kullanılmıştır. Katılımcıların ifade biçimlerini hangi derecede önemli olup olmadığını belirlemek için kullanılmaktadır.

İkinci bölümde macera turistlerinin davranışsal niyetlerini belirlemek için 5 ifade bulunmaktadır. Bu ölçek oluşturulurken Lee, Lee ve Yoo (2000); Zeithalm, Berry ve Parasuraman (1996); Quadri (2012); Mehmetoğlu ve Engen (2011) çalışmalarından yararlanılmış ve derecelendirmesi için Likert ölçeğinin 5’li derecelendirilmesi (1- Kesinlikle Katılmıyorum/.../ 2- Kesinlikle Katılıyorum) kullanılarak veriler toplanmıştır.

Anket formunun üçüncü bölümünde macera turistlerinin çekici seyahat motivasyonlarını içeren 21 ifade bulunmaktadır. Formun ölçek derecelendirmesi için derecelendirmesi için Likert ölçeğinin 5’li derecelendirilmesi (1- Hiç Önemli Değil/.../ 5- Çok Önemli) kullanılmıştır. Katılımcıların ifade biçimlerini hangi derecede önemli olup olmadığını belirlemek için kullanılmaktadır. Macera turistlerinin itici ve çekici seyahat motivasyonlarını belirlemek üzere oluşturulan ölçek için Baloğlu ve Uysal (1996); Fluker ve Turner (2000); Mcgehee, Murphy ve Uysal (1996); Ryan ve Glendon (1998); Cha, McCleary ve Uysal (1995); Baniya ve Paudel (2016); Baloğlu ve McCleary (1999); Terblanche (2012); Sato vd. (2016) çalışmalarından yararlanılmıştır.

Anketin son bölümünde demografik sorular dışında katılımcıların betimleyici özellikleri için “adayı daha önce ziyaret etme, toplam konaklama süresi, deneyimlenen macera turizmi aktivitesi, konaklama çeşidi ve seyahat boyunca yapılan harcamalar” sorulmuştur.

Araştırma içerisinde yer alan değişkenler için ölçekler belirlendikten sonra anket formu oluşturulmuştur. Verilerin toplanması amacıyla anket formu internet ve yüz yüze görüşme yoluyla katılımcılara ulaştırılmıştır. Veriler, anket formu aracılığıyla 20 Nisan – 20 Eylül 2022 tarihleri arasında Gökçeada destinasyonunda toplanmıştır.

4.5.Verilerin Analizi

Verilerin analizinde istatistiksel analiz programlarından yararlanılmıştır. Programlarla bu çalışmada güvenilirlik analizi, faktör analizi, korelasyon ve çoklu regresyon analizleri kullanılmıştır. Analizlerden elde edilen bulgular incelenmiş ve yorumlanmıştır.

Güvenilirlik analizi, ifadelerin ölçmek istediği şeyi tutarlı bir şekilde ölçme derecesidir. Bir ölçek ne kadar güvenilirse ondan elde edilen veriler de o kadar güvenilirdir (Altunışık vd., 2007:114). Analizin gerektirdiği tutarlılığın ölçümü için kullanılan en yaygın yöntem Cronbach's Alpha değeridir. Alpha değeri 0 ile 1 arasında değişmektedir, bir değer en az 0.7 olması tercih edilir fakat bazı çalışmalarda bu değer 0.5'e kadar kabul görebileceği söylenmektedir (Altunışık vd., 2012:126).

Faktör analizi, kendi aralarında ilişkileri olan çok sayıda değişkenler arasındaki ilişkilerin anlaşılması ve açıklamasını kolay hale getirmek için daha az sayıda temel boyuta azaltmak olan çok değişkenli analiz yöntemidir (Altunışık vd., 2007:114).

Korelasyon analizi, iki değişken arasındaki doğrusal ilişkiyi ya da bir değişkenin iki veya daha fazla değişken ile arasındaki ilişkisini test etmek, eğer varsa ilişkinin derecesini ölçmek için kullanılan analiz yöntemidir. Bu analiz sonucunda doğrusal ilişki olup olmadığı ve varsa olan ilişkinin derecesi korelasyon katsayısı ile hesaplanır. Korelasyon kat sayısı “r” ile gösterilmekte ve -1 ile +1 arasında değerler alır (İslamoğlu, 2011).

İstatistiksel analizde faktör analizi ve regresyon türleri vardır. Analiz yoluyla ilişki ve etkiyi birlikte görmek mümkündür (Kozak, 2015:156). Çalışma kapsamında sosyal bilimler alanında en çok tercih edilen program kullanılmış ve sonuçları değerlendirilmiştir.

BEŞİNCİ BÖLÜM

ARAŞTIRMA BULGULARININ DEĞERLENDİRİLMESİ

5.1.1. Bulgular

Araştırmanın bu bölümünde, araştırma kapsamında katılımcılardan anket tekniği aracılığıyla elde edilen verilere yer verilmektedir. Öncelikle araştırmaya katılan bireylerin demografik özelliklerini ortaya koymaya yönelik tanımlayıcı analizlere yer verilmektedir. Araştırmaya katılan bireylerin betimleyici analizlerine bu bölümde yer verilmiştir. İlk olarak Tablo 7’de katılımcıların demografik özelliklerine yer verilmiş, daha sonra katılımcıların seyahat özellikleri, seyahat etme nedenleri ve deneyim sonrasındaki düşüncelerine yer verilmiştir.

Tablo 7
Katılımcıların Betimleyici Özelliklerine Dair Bulgular

Değişkenler	Grup	n	%	Değişkenler	Grup	n	%
Cinsiyet	Erkek	152	50,3	Medeni Durum	Evli	116	38,4
	Kadın	150	49,7		Bekar	186	61,6
Eğitim Durumu	İlköğretim	5	1,7	Yaş	18-25	57	18,9
	Lise	60	19,9		26-33	108	35,8
	Lisans	171	56,6		34-41	73	24,2
	Lisansüstü	66	21,9		42-49	42	13,9
					50 ve Üstü	22	7,3
Uyruk	Alman	12	4,0	Ortalama Gelir Düzeyiniz	Çok Düşük	2	,7
	Amerikan	8	2,6		Düşük	44	14,6
	Bali	1	,3		Orta	102	33,8
	Bulgar	41	13,6		Yüksek	131	43,4
	Ermeni	1	,3		Çok Yüksek	23	7,6
	Hollandalı	2	,7	Meslek	Diğer	49	16,2
	İrlandalı	2	,7		İşçi	58	19,2
	Kanadalı	1	,3		Serbest Meslek	17	5,6
	Katarlı	1	,3		Kamu Çalışanı	87	28,8
	Romen	9	3,0		Öğrenci	29	9,6
	Taylandlı	1	,3	Ev Hanımı	37	12,3	
	Türk	208	68,9	Çalışmıyor	5	1,7	
	Ukraynalı	1	,3	Emekli	20	6,6	
	Yunan	14	4,6				

Cinsiyet, milliyet, medeni durum, eğitim, yaş, meslek ve gelir gibi katılımcılara ait özellikleri demografik özellikleri kapsamaktadır. Araştırmaya katılan macera turistlerin cinsiyete göre dağılımlarına bakıldığında kadın (%49,7) katılımcıların erkek (%50,3) katılımcılara oranla daha fazla olduğu görülmektedir. Katılımcıların yaş dağılımlarına bakıldığında 26-33 yaş arası (35,8) turistlerin daha fazla olduğu görülmekte ve bu yaş grubunu sırasıyla 34-41,18-25, 42-49, 50 ve üstü yaş grubu takip etmektedir.

Katılımcılar milliyetleri açısından değerlendirildiğinde Bulgar turistlerin (%13,6) çoğunlukta olduğu görülmektedir. Bulgar turistleri, Yunan, Alman, Amerikan, Hollandalı, İrlandalı ve diğer turistler izlemektedir. Katılımcıların medeni durum açısından evli (%38,4) oranının, bekâr (%61,6) oranına göre daha az olduğu görülmektedir. Katılımcıların eğitim durumlarına bakıldığında turistlerin çoğunlukla Lisans eğitimi (%56,6) almış veya alan kişiler olduğu görülmektedir.

Meslek açısından bakıldığında Kamu Çalışanı grubu (%28,8) oranının çoğunlukta olduğu görülmektedir. Kamu Çalışanı grubunu sırasıyla İşçi, Diğer, Ev Hanımı, Öğrenci, Emekli, Serbest Meslek ve Çalışmıyor grupları takip etmektedir. Katılımcıların gelir dağılımlarına bakıldığında Yüksek (%43,4) gelir düzeyinin çoğunlukta olduğu görülmektedir.

Tablo 8’de Gökçeada’da macera turizmi aktivitelerini deneyimleyen katılımcıların hangi macera aktivitelerine katıldıklarını göstermektedir.

Tablo 8

Macera Aktivitelerine Göre Katılımcıların Betimleyici Analiz Bulguları

Macera Aktiviteleri	Kişi Sayısı	%
<i>Sörf ve Rüzgâr Sörfü</i>	78	25,8
<i>Tüple Dalış/Şnorkelle Dalış</i>	72	23,8
<i>Bisiklet Sürme</i>	65	21,5
<i>Kite board/Kitesurf (Uçurtma Sörfü)</i>	54	17,9
<i>Trekking (Yürüyüş)</i>	52	17,2
<i>Kampçılık</i>	77	25,5
<i>Kuş Gözlemciliği</i>	24	7,9
<i>Diğer</i>	5	1,7

Araştırmaya katılan turistlerden %25,8’i “Sörf ve Rüzgar sörfü” ,%25,5’i “Kampçılık” , %23,8’i “Tüple Dalış/Şnorkelle Dalış” , %21,5’i “Bisiklet Sürme”, %17,9’u

“Uçurtma Sörfü”,%17,2’si “Trekking” ,%7,9’u “Kuş Gözlemciliği” macera aktiviteleri deneyimlemiş ve %1,7’si ise “Motosiklet Turu” ve “Yüzme” aktivitelerini deneyimlemiştir.

Tablo 9’da itici seyahat motivasyonlarının ölçümüne yönelik toplam 20 ifadeden oluşan ölçeğin yapı geçerliliğini tespit etmek için uygulanan açıklayıcı faktör analizi sonuçları yer almaktadır. Bulgular sonucunda “*Katıldığım aktivitelerde başarılı olmak*”, “*Macera aktivitelerine karşı korkularımın üstesinden gelmek*”, “*Seyahat deneyimlerimi paylaşmak*” ve “*Yeteneklerimi keşfetmek*” ifadeleri 2 faktöre bindiği için analizden çıkarılmışlardır. İfadeler çıkartıldıktan sonra tekrar açıklayıcı faktör analizi yapılmıştır.

Tablo 9

İtici Seyahat Motivasyonu Ölçeği Açıklayıcı Faktör Analizi Sonuçları

Faktör	İfadeler	Faktör Yüğü	Değerler
Dinlenme ve Rahatlama	Zihinsel olarak rahatlamak	,793	Açıklanan Varyans: % 17,398 Öz Değer: 2,784 Cronbach’s Alpha: ,801
	Günlük yaşamın rutininin uzaklaşmak.	,750	
	Fiziksel olarak dinlenmek.	,706	
	Sakin bir ortamda bulunmak.	,674	
	Özgür olmayı istemek.	,637	
Spor ve Macera	Farklı sportif etkinliklere katılmak.	,698	Açıklanan Varyans: % 20,831 Öz Değer: 3,333 Cronbach’s Alpha: ,868
	Heyecan verici etkinliklere katılmak.	,803	
	Macera etkinliklerinden heyecan duymak.	,783	
	Daha önce düzenli olarak macera aktivitelerine katılmak.	,736	
	Fiziksel yeteneklerimi sportif faaliyetlerde kullanmak.	,837	
Aile ve Arkadaşlık İlişkileri	Arkadaşlarımla birlikte eğlenceli vakit geçirmek.	,575	Açıklanan Varyans: % 11,018 Öz Değer: 1,108 Cronbach’s Alpha: ,572
	Yeni insanlarla tanışmak.	,731	
	Ailemle birlikte eğlenceli vakit geçirmek.	,676	
Yenilik ve Kendini Tanıma	Yeni yerler ve kültürler öğrenmek.	,629	Açıklanan Varyans: % 12,453 Öz Değer: 1,763 Cronbach’s Alpha: ,643
	Yeni bilgiler edinmek.	,744	
	Macera ve risk içeren aktivitelere yaşlanmadan katılmak.	,630	
Açıklanan Varyans		% 61,701	
Ölçek Cronbach’s Alpha Değeri		,702	
KMO Örneklem Yeterliliği		0,859	
Bartlett Küresellik Testi, Ki Kare / df / Sig.		1874,122/120/,000	

Yapılan KMO ve Bartlett testi sonucunda KMO değerine bakıldığında örneklem 0,50'den (0,859) yüksek olduğu için yeterlidir. Bu duruma göre itici faktörler ölçeğinin geçerli bir ölçek olduğu görülmektedir. İtici faktörler ölçeğine uygulanan faktör analizi sonucunda ifadeler, toplam açıklanan varyansı %61,701 olan 4 boyut altında toplanmıştır. İtici faktörler ölçeğinin güvenilirliğine dair bulunan Cronbach Alpha katsayısı ($\alpha=0,702 / 0,60 < \alpha < 0,80$) ve açıklanan varyans (%61,701) değerlerine göre itici faktörleri ortaya koymaya yönelik ölçeğin geçerli ve güvenilir bir ölçek olduğu görülmektedir.

Tablo 10'da çekici seyahat motivasyonlarının ölçümüne yönelik toplam 21 ifadeden oluşan ölçeğin yapı geçerliliğini tespit etmek için uygulanan açıklayıcı faktör analizi sonuçları yer almaktadır. Bulgular sonucunda “Bozulmamış çevresi”, “Kirlenmemiş çevresi”, “Sörf aktiviteleri için elverişli plajları”, “Misafirperver yerel halkı” ifadeleri 2 faktöre bindiği için analizden çıkarılmışlardır. İfadeler çıkartıldıktan sonra tekrar açıklayıcı faktör analizi yapılmıştır.

Tablo 10

Çekici Seyahat Motivasyonu Ölçeği Açıklayıcı Faktör Analizi Sonuçları

Faktör	İfadeler	Faktör Yüğü	Değerler
Tarihi ve Kültürel Çekicilikler	Tarihi ve arkeolojik çekicilikleri	,712	Açıklanan Varyans: % 14,724 Öz Değer: 2,356 Cronbach's Alpha: ,709
	Güzel yemekleri	,720	
	Alışveriş olanakları	,646	
	İlginç kültürel değerleri	,499	
	Gece hayatı ve eğlence olanakları	,675	
Doğal Çekicilikler	Temiz hava	,722	Açıklanan Varyans: % 17,862 Öz Değer: 2,858 Cronbach's Alpha: ,752
	Doğal su kaynakları	,681	
	Bitki örtüsü	,698	
	Elverişli iklim	,691	
Altyapı, Hijyen, Güvenlik	Eşsiz manzara	,660	Açıklanan Varyans: % 14,254 Öz Değer: 2,281 Cronbach's Alpha: ,731
	Adanın altyapısı	,684	
	Uygun konaklama olanakları	,720	
	Güvenli	,654	
Ulaşım ve Etkinlikler	Yüksek hijyen standartları	,716	Açıklanan Varyans: % 11,395 Öz Değer: 1,823 Cronbach's Alpha: ,770
	Su sporları	,848	
	Trekking rotası	,847	
Açıklanan Varyans		58,235	
Ölçek Cronbach's Alpha Değeri		,630	
KMO Örneklem Yeterliliği		0,859	
Bartlett Küresellik Testi, Ki Kare / df / Sig.		1434,184/120/000	

Yapılan KMO ve Bartlett testi sonucunda KMO değerine bakıldığında örneklem 0,859 olarak bulunduğundan oldukça yeterlidir. Bu duruma göre çekici faktörler ölçeğinin geçerli bir ölçek olduğu görülmektedir. Çekici faktörler ölçeğine uygulanan faktör analizi sonucunda ifadeler, toplam açıklanan varyansı %58,235 olan 4 boyut altında toplanmıştır. Çekici faktörler ölçeğinin güvenilirliğine dair bulunan Cronbach Alpha katsayısı ($\alpha=0,630 / 0,60 < \alpha < 0,80$) ve açıklanan varyans (%58,235) değerlerine göre çekici faktörleri ortaya koymaya yönelik ölçeğin geçerli ve güvenilir bir ölçek olduğu görülmektedir.

Davranışsal niyetin (sadakat) ölçümüne yönelik toplam 5 ifadeden oluşan ölçeğin yapı geçerliliğini tespit etmek için açıklayıcı faktör analizi yöntemi kullanılmıştır. Yapılan analizin bulguları Tablo 11’de verilmiştir.

Tablo 11
Davranışsal Niyetlerin Açıklayıcı Faktör Analizi Bulguları

Faktör	İfadeler	Faktör Yüğü	Değerler
Davranışsal Niyetler	Gökçeada’dan genel olarak memnun kaldım.	,861	Açıklanan Varyans: %68,769 Öz Değer: 3,438 Cronbach’s Alpha: ,882
	Gökçeada beklentilerimi karşıladı.	,881	
	Gökçeada’yı macera turizmi aktiviteleri için çevremdekilere tavsiye ederim	,800	
	Gökçeada’yı bir sonraki seyahatim için ilk tercihim olarak görüyorum.	,784	
	Gökçeada’yı kesinlikle tekrar ziyaret etmek isterim.	,8	
		17	
	Açıklanan Varyans		%68,769
	Ölçek Cronbach’s Alpha Değeri		,882
	KMO Örneklem Yeterliliği		0,860
	Bartlett Küresellik Testi, Ki Kare / df / Sig.		811,920/10,000

Yapılan analizin bulguları sonucunda 1 faktör ortaya çıkmıştır. Oluşan faktörün toplam varyansın 68,769’unu açıkladığı ve alfa değerinin 0,882 olduğu görülmektedir. 5 ifadeden oluşan faktörün öz değeri 3,43; varyansı açıklama oranı 68,769; alfa değeri 0,882 olarak belirlenmiştir. Davranışsal niyet ölçeğinin KMO ve Bartlett değerlerinin, belirtilen

şartları karşıladığı görülmektedir. Faktör isimlendirmelerinde ölçek kaynağından yararlanılmıştır ve faktörün alan yazın ile örtüştüğü söylenebilir.

Tablo 12’de araştırmaya katılan turistlerin itici ve çekici seyahat motivasyon ölçeği ifadelerine yönelik katılım düzeyleri verilmiştir.

Tablo 12

Katılımcıların İtici ve Çekici Seyahat Motivasyon Ölçeği İfadelerine Yönelik Tanımlayıcı İstatistiksel Bulgular

Değişkenler	Ortalama	Standart Sapma
Dinlenme ve R.	4,2053	,67551
Spor ve M.	3,8755	,89316
Aile ve A.İ.	3,9757	,77769
Yenilik ve K.T.	3,9514	,89533
Doğal Ç.	2,3709	,53720
Tarihi ve K.Ç.	3,1695	,75917
Altyapı Hijyen ve G..	3,6623	,72663
Ulaşım ve E.	3,9536	,90834

Elde edilen bulgulara göre, turistlerin itici ve çekici seyahat motivasyonu ölçeğinde yer alan ifadelerden en önemli olarak görülüp en fazla katılım düzeyine sahip ifade sırasıyla, “dinlenme ve rahatlama” (4,20); “aile ve arkadaşlık ilişkileri” (3,97); “ulaşım ve etkinlikler” (3,95); “yenilik ve kendini tanıma” (3,95); spor ve macera” (3,87): “altyapı, hijyen ve güvenlik” (3,66): “tarihi ve kültürel çekicilikler” (3,16) ve “doğal çekicilikler” (2,37) gelmektedir.

Araştırmada kullanılan sürekli değişkenler ile macera aktivitelerine katılan turistlerin demografik özellikleri ile arasında istatistik açıdan anlamlı bir farklılık olup olmadığı analiz edilmiştir. Farklılık analizleri gerçekleştirilirken iki grup arasındaki farklılığı ortaya koymak amacıyla Mann-Whitney U testi, Kruskal-Wallis H testi ve spearman’s rho testleri uygulanmıştır. Verilerin hepsinde uygunluk kontrol edilmiş ve basıklık çarpıklık olarak normal dağılıma uygun olmadığı sonucuna varılmıştır ve bu nedenle T- testi yerine nonparametrik testler uygulanmıştır.

Araştırma için kullanılan itici ve çekici seyahat motivasyonları ölçeklerinin alt boyutları ile katılımcıların cinsiyetleri arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığını ortaya koymak adına yapılan Mann-Whitney U testi sonuçları Tablo 13’de verilmiştir.

Tablo 13

İtici ve Çekici Seyahat Motivasyonu Değişkeninin Cinsiyet Durumuna Göre Farklılıkların Olduğu Mann-Whitney U Testi

Değişkenler	Cinsiyet	N	Sıra Ortalaması	U	Sig.
Dinlenme Rahatlama	Erkek	152	150,27	11213	,804
	Kadın	150	152,75		
Spor ve Macera	Erkek	152	153,77	11055	,648
	Kadın	150	149,20		
Aile ve Arkadaşlık	Erkek	152	151,91	11337	,933
	Kadın	150	151,08		
Yenilik ve Kendini Tanıma	Erkek	152	150,15	11195,3	,785
	Kadın	150	152,86		
Doğa ve Çekicilikler	Erkek	152	149,97	11167,5	,758
	Kadın	150	153,05		
Tarihi ve Kültürel Çekicilikler	Erkek	152	155,56	10782,5	,414
	Kadın	150	147,38		
Altyapı, Hijyen ve Güvenlik	Erkek	152	157,95	10419,5	,193
	Kadın	150	144,96		
Ulaşım ve Etkinlikler	Erkek	152	145,08	10424	,184
	Kadın	150	158,01		

Analiz sonucunda, katılımcıların cinsiyetleri ile itici seyahat motivasyonları ölçeğinin alt boyutlarından “dinlenme ve rahatlama”; “spor ve macera”, “aile ve arkadaşlık” ve “yeniden kendini bulma” arasında sign değeri 0,05’ten yüksek olduğundan istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunamamıştır. Çekici seyahat motivasyonları ölçeğinin alt boyutlarının tümü arasında da sign değeri 0,05’ten yüksek olduğundan anlamlı bir bulunamamıştır. Erkeklerin dinlenme ve rahatlama amacıyla katılım göstermesi kadın katılımcılara göre daha yüksektir. Erkeklerin spor ve macera, aile ve arkadaşlık ilişkileri, tarihi ve kültürel çekicilikler ve altyapı, hijyen ve güvenlik boyutlarında katılım göstermeleri kadın katılımcılara göre daha yüksektir. Kadınların yenilik ve kendini tanıma, doğa ve çekicilikler ve ulaşım ve etkinlikler boyutlarında katılım göstermeleri ise erkeklere göre daha yüksektir.

Araştırma için kullanılan itici ve çekici seyahat motivasyonları ölçeklerinin alt boyutları ile katılımcıların yaş aralıkları arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığını ortaya koymak adına yapılan Kruskal-Wallis H testi sonuçları Tablo 14’de verilmiştir.

Tablo 14

İtici ve Çekici Seyahat Motivasyonu Değişkeninin Yaş Aralıkları Durumuna Göre Farklılıkların Olduğu Kruskal-Wallis H testi

Değişkenler	Yaş	N	Sıra Ortalaması	H	Sig.
Dinlenme Rahatlama	18-25	57	144,08	2,753	,600
	26-33	108	147,13		
	34-41	73	154,01		
	42-49	42	155,02		
	50 ve Üstü	22	177,14		
Spor ve Macera	18-25	57	146,49	1,931	,748
	26-33	108	156,07		
	34-41	73	149,29		
	42-49	42	160,06		
	50 ve Üstü	22	133,02		
Aile ve Arkadaşlık	18-25	57	142,37	2,825	,588
	26-33	108	134,12		
	34-41	73	152,78		
	42-49	42	150,47		
	50 ve Üstü	22	169,14		
Yenilik ve Kendini Tanıma	18-25	57	160,00	3,402	,493
	26-33	108	134,12		
	34-41	73	152,78		
	42-49	42	150,47		
	50 ve Üstü	22	169,14		
Doğa ve Çekicilikler	18-25	57	160,00	8,183	,085
	26-33	108	134,12		
	34-41	73	152,78		
	42-49	42	150,47		
	50 ve Üstü	22	169,14		
Tarihi ve Kültürel Çekicilikler	18-25	57	160,00	,620	,961
	26-33	108	134,12		
	34-41	73	152,78		
	42-49	42	150,47		
	50 ve Üstü	22	169,14		
Altyapı,Hijyen ve Güvenlik	18-25	57	160,00	8,615	,071
	26-33	108	134,12		
	34-41	73	152,78		
	42-49	42	150,47		
	50 ve Üstü	22	169,14		
Ulaşım ve Etkinlikler	18-25	57	160,00	4,489	,344
	26-33	108	134,12		

Tablo 14'ün Devamı

34-41	73	152,78
42-49	42	150,47
50 ve Üstü	22	169,14

Analiz sonucunda Tablo 14'e bakıldığında, katılımcıların yaş aralıkları ile itici seyahat motivasyonları ölçeğinin tüm alt boyutları arasında sign değeri 0,05'ten yüksek olduğundan istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır. İtici motivasyon ölçeğinin "spor ve macera" boyutuna çoğunluk olarak 42-49 yaş aralığı bireyler katılım göstermiş fakat diğer tüm boyutlara çoğunluk olarak katılım gösteren bireylerin yaş aralığı 50 yaş ve bireylerdir. Araştırma için kullanılan itici ve çekici seyahat motivasyonları ölçeklerinin alt boyutları ile katılımcıların meslek grupları arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığını ortaya koymak adına yapılan Kruskal-Wallis H sonuçları Tablo 15'de verilmiştir.

Tablo 15

İtici ve Çekici Seyahat Motivasyonu Değişkeninin Mesleki Durumuna Göre Farklılıkların Olduğu Kruskal-Wallis H Testi

Değişkenler	Meslek	N	Sıra Ortalaması	H	Sig.		
Dinlenme	Diğer	49	174,60	8,459	,294		
	İşçi	58	140,59				
Rahatlama	Serbest Meslek	17	163,56				
	Kamu Çalışanı	87	158,51				
	Öğrenci	29	133,33				
	Ev Hanımı	37	141,58				
	Çalışmıyor	5	111,40				
	Emekli	20	140,55				
Spor ve Macera	Diğer	49	191,15			17,766	,013*
	İşçi	58	131,41				
	Serbest Meslek	17	129,41				
	Kamu Çalışanı	87	151,12				
	Öğrenci	29	154,86				
	Ev Hanımı	37	145,47				
	Çalışmıyor	5	82,70				
	Emekli	20	156,50				
Aile ve Arkadaşlık	Diğer	49	175,44	7,125	,416		
	İşçi	58	149,76				
	Serbest Meslek	17	147,94				
	Kamu Çalışanı	87	143,06				
	Öğrenci	29	159,98				
	Ev Hanımı	37	153,78				
	Çalışmıyor	5	112,30				
	Emekli	20	130,93				

Tablo 15'in Devamı

Yenilik ve Kendini Tanıma	DİĞER	49	179,12	16,11	,024*
	İŞÇİ	58	142,28		
	Serbest Meslek	17	159,24		
	Kamu Çalışanı	87	138,87		
	Öğrenci	29	178,93		
	Ev Hanımı	37	145,82		
	Çalışmıyor	5	61,90		
	Emekli	20	152,03		
Doğa ve Çekicilikler	DİĞER	49	185,46	11,409	,122
	İŞÇİ	58	151,62		
	Serbest Meslek	17	159,56		
	Kamu Çalışanı	87	144,45		
	Öğrenci	29	151,86		
	Ev Hanımı	37	131,59		
	Çalışmıyor	5	143,00		
	Emekli	20	130,18		
Tarihi ve Kültürel Çekicilikler	DİĞER	49	173,01	6,646	,467
	İŞÇİ	58	138,64		
	Serbest Meslek	17	131,12		
	Kamu Çalışanı	87	152,35		
	Öğrenci	29	143,31		
	Ev Hanımı	37	153,45		
	Çalışmıyor	5	192,80		
	Emekli	20	147,68		
Altyapı, Hijyen ve Güvenlik	DİĞER	49	159,70	4,43	,729
	İŞÇİ	58	142,46		
	Serbest Meslek	17	130,62		
	Kamu Çalışanı	87	156,67		
	Öğrenci	29	138,36		
	Ev Hanımı	37	150,66		
	Çalışmıyor	5	190,10		
	Emekli	20	163,82		
Ulaşım ve Etkinlikler	DİĞER	49	174,67	7,687	,361
	İŞÇİ	58	149,49		
	Serbest Meslek	17	142,32		
	Kamu Çalışanı	87	138,33		
	Öğrenci	29	151,59		
	Ev Hanımı	37	164,86		
	Çalışmıyor	5	166,60		
	Emekli	20	137,00		

Tablo 15'e göre katılımcıların mesleki grupları ile itici seyahat motivasyonları ölçeğinin tüm alt boyutları arasında "spor ve macera" ve "yenilik ve kendini tanıma" boyutlarına katılan mesleki gruplarının sign değeri 0,05'ten düşük olduğundan istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmuştur. Bu farklılıklar haricinde diğer tüm boyutlar arasında sign değeri 0.05'ten yüksek olduğundan anlamlı bir fark bulunmamıştır. Tablo 13

ve Tablo 14' de bakıldığında herhangi bir farklılığa rastlanılmamıştır. Fakat Tablo 15'te bulunan anlamlı farklılık birinci ve ikinci hipotezi kısmen desteklemektedir.

Araştırma için kullanılan davranışsal niyetleri ölçeklerinin alt boyutları ile katılımcıların uyruklarına göre aralarında anlamlı bir farklılık olup olmadığını ortaya koymak adına yapılan Kruskal-Wallis H sonuçları Tablo 16'de verilmiştir.

Tablo 16

Davranışsal Niyetler Değişkeninin Uyruk Durumuna Göre Farklılıkların Olduğu Kruskal-Wallis H Testi

Değişkenler	Uyruğu	N	Sıra Ortalaması	H	Sig.
Davranışsal Niyetler	Alman	12	178,67	9,530	,732
	Amerikan	8	157,19		
	Bali	1	52,00		
	Bulgar	41	152,05		
	Ermeni	1	201,50		
	Hollandalı	2	170,75		
	İrlandalı	2	219,75		
	Kanadalı	1	111,00		
	Katarlı	1	5,00		
	Romanya	9	170,11		
	Tayland	1	38,50		
	Türk	208	149,28		
	Ukraynalı	1	152,50		
	Yunan	14	156,71		

Tablo 16'e göre katılımcıların uyrukları ile davranışsal niyetleri arasında sign değeri 0,05'ten yüksek olduğundan anlamlı bir fark bulunamamıştır. Araştırmaya 12 Alman, 8 Amerikan, 41 Bulgar, 9 Romanya, 14 Yunan, 208 Türk ve diğer uyruklardan 10 kişi olmak üzere toplam 302 kişi katılım göstermiştir. Bu tabloya göre herhangi bir fark bulunmaması H3 hipotezini desteklememektedir.

Değişkenler arasındaki korelasyon analizi sonucu Tablo 17'da yer almaktadır. İtici seyahat motivasyonları, çekici seyahat motivasyonları ve davranışsal niyetler arasındaki ilişkinin belirlenmesi önemlidir. Bu doğrultuda ortaya çıkan faktörlerin ilişkilerine bakılmıştır.

Tablo 17

Değişkenler Arasındaki Korelasyon Analizi Bulguları (n=302)

Değişkenler		Davranışsal Niyetler	İtici Seyahat Motivasyonları	Çekici Seyahat Motivasyonları
Davranışsal Niyetler		1,000		
İtici Seyahat Motivasyonları	r	,372**	1,000	
Çekici Seyahat Motivasyonları	r	,408**	,384**	1,000

**p<,0001

Korelasyon analizi sonucu, ilişkilerin doğrusal (pozitif) yönlü olduğunu ve ters (negatif) yönlü bir ilişkinin olmadığını göstermektedir. Bu doğrultuda bir değişkene ait değer artmasıyla, diğer değişkene ait değer artacağı söylenebilir. Faktörler arasındaki ilişkiler sonucu değerlerin birlikte azalıp artacağı yorumu yapılabilir. İlişki düzeylerine göre en yüksek korelasyonun ($r=0,408$) çekici motivasyonu faktörü ile davranışsal niyet arasında olduğu; en düşük korelasyonun ($r=0,372$) itici motivasyonlar ile davranışsal niyetler arasında olduğu görülmektedir. İlişkilerin anlamlılık değerleri ortaya çıkan ilişkilerin anlamlı olduğunu göstermektedir.

Elden edilen bulgularda 3 değişken arasında %99 güven düzeyinde pozitif yönde anlamlı bir ilişki vardır. Davranışsal niyetler ile itici motivasyon ifadelerinin arasında pozitif yönde düşük düzeyde etki varken çekici motivasyonlar arasında pozitif yönde orta düzeyde etki vardır. İtici motivasyonlarla çekici motivasyonlar arasında ise pozitif yönde düşük düzeyde bir etki vardır. Elde edilen bu bulgular H5 ve H6 hipotezini kesinlikle desteklemiştir.

Aşağıdaki Tablo 18. Turistlerin Gökçeada'daki davranışsal niyetlerinin katılım derecesini göstermektedir.

Tablo 18

Maceracı Turistlerin Gökçeada Üzerine Davranışsal Niyetleri

İfadeler	ort	ss
Gökçeada'dan genel olarak memnun kaldım.	4,18	,92
Gökçeada beklentilerimi karşıladı.	3,998	,98
Gökçeada'yı macera turizmi aktiviteleri için çevremdekilere tavsiye ederim	4,02	,96
Gökçeada'yı bir sonraki seyahatim için ilk tercihim olarak görüyorum.	3,47	1,13
Gökçeada'yı kesinlikle tekrar ziyaret etmek isterim	3,95	1,12

Elde edilen bulgulara göre, turistlerin davranışsal niyetleri ölçeğinde yer alan ifadelerden en önemli olarak görülüp en fazla katılım düzeyine sahip ifade sırasıyla, “genel olarak memnun kaldım” (4,175); “tavsiye etme niyeti” (4,016); “beklentilerimi karşıladı” (3,99); “tekrar ziyaret etme niyeti” (3,94) ve son olarak “sonraki seyahat için ilk tercih olarak görme” ifadeleri gelmektedir.

Tablo 19’da davranışsal niyetler ile macera turizmi aktivitelerine katılan turistlerin itici ve çekici motivasyonları arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığına çoklu regresyon analizi ile bakılmıştır.

Tablo 19

Değişkenler Arasındaki Korelasyon Analiz Bulguları (n=302)

Değişkenler	Davranışsal Niyet	İtici Faktörler	Çekici Faktörler
Davranışsal Niyet	1,000		
İtici Faktörler	,401**	1,000	
Çekici Faktörler	,457**	,489**	1,000

** $p < 0,001$

Tablo 19’deki bulgulara göre davranışsal niyetler ile itici ve çekici faktörler arasında %99 güven düzeyinde anlamlı bir ilişki vardır ($p < 0,01$). İlişki düzeylerine göre en yüksek korelasyonun ($r=0,489$) çekici motivasyonu faktörü ile itici faktörler arasında olduğu; en düşük korelasyonun ($r=0,401$) itici motivasyonlar ile davranışsal niyetler arasında olduğu görülmektedir. İlişkilerin anlamlılık değerleri ortaya çıkan ilişkilerin anlamlı olduğunu

göstermektedir. Davranışsal niyetler ile çekici faktörler arasındaki ilişki ise ($r=0,457$) zayıf fakat pozitif yönlüdür. Çoklu regresyon analizi sonucuna göre bu analiz H4 ve H7 hipotezlerini kesinlikle desteklemektedir.

Çoklu regresyon analizi, bir bağımlı değişken ve bunu açıklamaya çalışan bağımsız değişkenlerden oluşan ilişki inceleme yöntemidir (Altunışık vd., 2007). Regresyon analizinin normal dağılım göstermesi gerekmektedir. Tablo 20’de değişkenlerin birbirlerine etkilerini anlamak için regresyon analizinin bulguları verilmiştir. Yapılan bu analiz aynı zamanda çalışmanın modelini de açıklamaktadır.

Tablo 20

Macera Turizmi Aktivitelerini Katılan Turistlerin İtici ve Çekici Motivasyonları ve Davranışsal Niyetlerine İlişkin Çoklu Regresyon Analizi

Değişken	B	Std. hata	β	T	p	Tolerans	VIF
Sabit	,605	,335		1,804	,072	,761	1,315
İtici Faktörler	,327	,081	,233	4,065	,000	,761	1,315
Çekici Faktörler	,545	,091	,343	5,969	,000	,761	1,315
R ,500	R² ,250	Adjusted R² ,245	F = 49,901 p<0,01				

Elde edilen bulgulara göre ilk modeldeki R^2 değerimiz 0,245 yani çekici ve itici faktörler davranışsal niyetin %24,5’ini açıklamaktadır, p değerimiz 0,000 < 0,05 olduğu için çekici faktörler ve itici faktörlerden en az birisi davranışsal niyet üzerinde etkilidir. İtici faktörler ve çekici faktörlerin ikisi için de p değeri 0,000 < 0,05 olduğu için davranışsal niyetler üzerinde etkilidir. Aynı zamanda “unstandardized coefficients” sütunundaki “ β ” kısmına bakacak olursak davranışsal niyetler üzerinde etkili olan bu iki faktöründe pozitif yönlü olduğunu görülmektedir. İtici faktörlerdeki 1 birimlik değişim davranışsal niyetlerde 0,327 oranında; çekici faktörlerdeki 1 birimlik değişim davranışsal niyetlerde 0,545 oranında bir değişime yol açabilmektedir.

Yapılan analizler sonucunda elde edilen bulgular 1 hipotez kısmen desteklenmiş, 1 hipotez desteklenmemiş ve 5 hipotez desteklenmiştir. Hangi hipotezlerin desteklenip desteklenmediği Tablo 21’de verilmiştir.

Tablo 21

Hipotez Analizleri Sonuçları

HİPOTEZLER	SONUÇLAR
H1: Maceracı turistleri seyahat etmeye iten faktörler ile betimleyici özellikler arasında anlamlı bir farklılık vardır.	DESTEKLENMEDİ
H2: Maceracı turistleri seyahat etmek için destinasyona çeken faktörler ile betimleyici özellikler arasında anlamlı bir farklılık vardır.	KISMEN DESTEKLENDİ
H3: Maceracı turistlerinin seyahat motivasyonları ile davranışsal niyetleri arasında anlamlı bir farklılık vardır.	DESTEKLENMEDİ
H4: Macera turistlerinin seyahat motivasyonları ve davranışsal niyetleri arasında anlamlı bir ilişki vardır.	DESTEKLENDİ
H5: Maceracı turistlerin seyahat motivasyonlarının itici faktörleri davranışsal niyetleri etkiler	DESTEKLENDİ
H6: Maceracı turistlerin seyahat motivasyonlarının çekici faktörleri davranışsal niyetleri etkilemektedir.	DESTEKLENDİ
H7: Macera turistlerinin seyahat motivasyonlarının itici ve çekici faktörleri arasında anlamlı bir ilişki vardır.	DESTEKLENDİ

ALTINCI BÖLÜM

SONUÇ VE ÖNERİLER

Turizm literatüründe yapılan çalışmalara bakıldığında macera turizmi aktiviteleri, seyahat motivasyonu ve davranışsal niyet konularının önemli olduğu ve birçok çalışma yapıldığı görülmekte, bu konuların birlikte ele alındığı çalışmalar çok az sayıdadır fakat Gökçeada üzerinde daha önce bu konuda çalışmalara rastlanılmamıştır. Bu doğrultuda çalışmada macera turizmi aktivitelerine katılan turistlerin itici ve çekici seyahat motivasyonları ve davranışsal niyetlerinin belirlenmesi ve bu konuların aralarındaki ilişkilerin belirlenmesi amaçlanmıştır.

Macera turizmi, ödül nitelikli bir macera deneyimlenmesi ümidiyle satın alınabilen seyahat ve boş zaman aktiviteleridir (Schlegelmilch ve Ollenburg, 2013). Macera turizmi, farklılık arayışında ve derecesi yüksek riskten hoşlanan insanların katılım sağladıkları turizm çeşididir. Bu turizm çeşidinin giderek yaygınlaşması macera faaliyetlerinin insanları içinde buldukları stresli durumdan uzaklaştırması ve insanlara yeni deneyimler edinme olanağı sağlamasından kaynaklanmaktadır.

Bireylerin ihtiyaçlarının farklılaşmaları, turistlerin farklı görüşlere sahip olmalarının yanında bir destinasyon ile ilgili yaklaşımları da farklılık gösterebilir. Bu noktada macera turistlerinin seyahat etmelerinin arkasında yatan motivasyonların da destinasyon ve ortama göre farklılık gösterdiği söylenebilir (Yıldız, 2019). Maceranın türü ve doğası, maceracının seçimine ve motivasyonuna bağlı olarak değişiklik gösterir. Macera aktivitelerine katılan bireylerin güdeleri katılım esnasında değişkenlik gösterebilir ve elde edilen deneyimden etkilenebilmektedirler. Macera aktivitelerine katılan bireyler çoğunlukla çeşitli güdülere/motivlere sahiptirler ve yapılan birçok çalışmaya göre bireylerin macera turizmi aktivitelerine katılmalarını etkileyen en önemli motivasyonun, bireylerin heyecan arayışında olduğunu bulgulamışlardır (Uysal, 2008; Pomfret ve Bramwell, 2016).

Şimşek vd. (2011), davranış kavramını gözlenebilen, incelenebilen eylemler olarak tanımlamıştır ve çalışmanın sonucuna baktığımızda ise bireylerin davranışlarının kendi sahip oldukları kişilik yapısı ve büyüdüğü çevresel koşullara bağlı olarak değişiklik göstereceği söylenebilir. Bireylerin manevi olarak bir amaca yönelme eğilimi isteği ve düşüncesi ise niyet kavramıdır. Böylelikle, tüketicinin tesis ya da destinasyondan ürün ya da

hizmet almaya devam edeceği ya da etmeyeceğinin sinyalini veren göstergeler de “davranışsal niyetler” olarak tanımlanmıştır. Bireylerin satın aldıkları, deneyimledikleri ürün ya da hizmetten memnun olduklarında, satın aldıkları hizmeti başkalarına tavsiye etme, tekrar satın alma isteği eğilimi göstermesi ve her zaman hafızasında kalması olumlu yönde davranışsal niyetlerini ortaya koymaktadır. Literatürdeki araştırmalara baktığımız zaman davranışsal niyetlerin farklı boyutlarda ele alındığını görebiliriz. Yapılan araştırmalara göre seyahat eden bireylerin davranışsal niyetleri, seyahat motivasyonlarının itici ve çekici faktörlerine bağlı olarak değişiklik gösterebilmektedir.

Bu çalışmada Gökçeada destinasyonuna yönelik macera turizmi aktivitelerine katılan turistlerin itici ve çekici seyahat motivasyonları ve davranışsal niyetleri incelenmiş ve 302 veri değerlendirilmiştir. Araştırma kapsamında demografik özellikler incelendiğinde, katılımcıların çoğunluğunun erkek turistlerden oluştuğu, 50 yaş ve üstü yaş aralığının daha fazla olduğu, yerli ve Bulgar turistlerin çoğunlukta olduğu, medeni durumları açısından bekar oranının daha fazla olduğu belirlenmiştir. Katılımcıların eğitim durumlarına bakıldığında Gökçeada’yı ziyaret eden turistlerin eğitim durumu çoğunlukla lisans ve lisansüstü olan kişiler olduğu, %28,8 oranla kamu çalışanı, %19,2 oranla işçi grubu oranının daha fazla olduğu ve ortalama gelir düzeyi yüksek olan kişilerin çoğunluklu olduğu ve en fazla sörf ve rüzgar sörfü ve kampçılık aktivitelerine katılım gösterildiği belirlenmiştir.

Araştırmada değişkenlerin, turistlerin betimleyici özelliklerine göre farklılaşp farklılaşmadığının belirlenmesi için farklılık analizleri gerçekleştirilmiştir. Analiz sonuçlarına göre sadece katılımcıların mesleki grupları ile itici seyahat motivasyonları ölçeğinin tüm alt boyutları arasında “spor ve macera” ve “yenilik ve kendini tanıma” boyutlarına katılan mesleki gruplarında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmuştur. Erkeklerin dinlenme ve rahatlama amacıyla katılım göstermesi kadın katılımcılara göre daha yüksektir. Erkeklerin spor ve macera, aile ve arkadaşlık ilişkileri, tarihi ve kültürel çekicilikler ve altyapı, hijyen ve güvenlik boyutlarında katılım göstermeleri kadın katılımcılara göre daha yüksektir. Kadınların yenilik ve kendini tanıma, doğa ve çekicilikler ve ulaşım ve etkinlikler boyutlarında katılım göstermeleri ise erkeklere göre daha yüksektir. Turistlerin itici ve çekici seyahat motivasyonları ile davranışsal niyetlerini arasındaki ilişkiyi anlamak için Korelasyon analizi yapılmış ve analizin sonucunda göre ile itici ve çekici faktörler arasında %99 güven düzeyinde anlamlı bir ilişki olduğu belirlenmiştir. İlişki düzeylerine göre en yüksek korelasyonun çekici motivasyonu faktörü ile itici faktörler arasında olduğu; en düşük korelasyonun itici motivasyonlar ile davranışsal niyetler arasında

olduğu görülmektedir. İlişkilerin anlamlılık değerleri ortaya çıkan ilişkilerin anlamlı olduğunu göstermektedir.

Davranışsal niyetler ile çekici faktörler arasındaki ilişki ise zayıf fakat pozitif yönlüdür. Motivasyonların itici ve çekici faktörlerinin davranışsal niyetleri üzerinde bir etkisi olup olmadığı incelenmiş ve sonucunda çekici faktörler ve itici faktörlerden en az birisi davranışsal niyet üzerinde etkilidir. İtici faktörler ve çekici faktörlerin ikisi için de p değeri normal oranda olduğu için davranışsal niyetler üzerinde etkilidir. Davranışsal niyetler üzerinde etkili olan bu iki faktöründe pozitif yönlü olduğunu görülmektedir. İtici faktörlerdeki 1 birimlik değişim davranışsal niyetlerde 0,327 oranında; çekici faktörlerdeki 1 birimlik değişim davranışsal niyetlerde 0,545 oranında bir değişime yol açabilmektedir.

İnsanlar artık sıradan turizm türlerinden farklı aktiviteler yapmak peşindedirler. Sıradanlıktan kaçmak için macera turizmi aktivitelerine yönelmiş durumdalar. Bu durumda Gökçeada, Fethiye'den sonra turistlerin öncelik olarak tercih ettikleri bir destinasyondur. Fakat yapılan çalışmalar sonucunda Gökçeada'nın çok fazla gelişemediği görülmüştür. Turistlerin tekrar ziyaret etmeleri için geri bildirimleri çok önemlidir. Gökçeada'da ulaşım en büyük sorun. anakkale'den Gökçeada'ya ulaşmak 2.5-3 saat sürüyor. Havalimanı var fakat aktif olarak çalışmamakta ki bu durum insanları zorlayacağı için adaya gelmeden önce başka destinasyonları tercih etmeleri oldukça söz konusu bir durum, havalimanı aktif hale getirilerek ulaşım imkânı kolaylaştırılabilir. Aynı zamanda çoğu insan Gökçeada'yı bilirken ve az çok bir fikir sahibiyken, macera turizmi aktivitelerine yönelik ada hakkında bilgiye sahip değildirler.

Macera turizmi aktiviteleri ile ilgili planlama, tanıtım ve reklam faaliyetleri geliştirilmelidir. Macera turizmi niteliğinde ada halkına belediye veya halk eğitim merkezleri tarafından aktiviteler ile ilgili eğitimler verilip bilinçlenmeleri sağlanarak yapılan çalışmalara halk ta dahil edilebilir. Gerçekleştirilen macera turizmi aktiviteleri ile Gökçeada, ulusal ve uluslararası pazarlarda etkili şekilde sunulup adanın macera turizmi aktiviteleri niteliğinde geliştirilebilmesi için daha çok akademik araştırmalara yer verilmelidir.

KAYNAKÇA

- Akgül, G. (2022). The Effect of Personality Characteristics on Behaviors Regarding Adventure Tourism: The Case of Cappadocia Hot Air Balloon. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Alparslan Türkeş Bilim ve Teknoloji Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Adana.
- Arslan, Ö. (2019). Turistik Tüketici Olarak Kültür ve Sanat Çalışanlarının Seyahat Motivasyonlarının Belirlenmesine Yönelik Bir Çalışma. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Balıkesir Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Balıkesir
- ATDI Adventure Tourism Development (2016). An Adventure Travel Scorecard
- Aydın, S. ve Sezerel, H. (2017). “Seyahat Motivasyonlarına İlişkin Bir Yazın İncelemesi”. *Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi SBE Dergisi*, 7(2), 118-140.
- Bently, T.A., Page, S.J., and Macky, K.A. (2007). “Adventure tourism and adventure sports injury: The New Zealand experience”. *Applied Ergonomics*, 38(6), 791-796.
- Bingöl, S. (2020). Macera Turistlerinin Duyusal Arayışları ile Aktivite Tercihleri İlişkisinin Türkiye Örneğinde İncelenmesi. Yayımlanmamış Doktora Tezi. Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- Bingöl, S. ve Kozak, M.A. (2020). “Macera Turistlerinin Duyusal Arayışları ile Aktivite Tercihleri İlişkisi: Türkiye Örneği”. *Journal of Travel and Hospitality Management*, 18(1), 141-165.
- Birinci, S., Kaymaz, Ç.K., Dumlu, Y. (2017). “Macera Turizmi Açısından Değerlendirilmesi Gereken Bir Kış Doğa Sporü: Buz Tırmanışı”. *6th International Conference of Strategic Research in Social Science and Education*, 12-14 May, Prague/Czech Republic. 684-705.
- Buckley, R. (2006). *Adventure Tourism*. Wallingford, UK: CABI Publishing.
- Carvache-Franco, M. (2022). “Motivations and Loyalty of the Demand for Adventure Tourism as Sustainable Travel”. *Sustainability*, 14(8), 472.

- Çakıcı, A.C. ve Aksu, M. (2006). “Gökçeada’ya Gelen Turistlerin Beklenti ve Tatmin Düzeylerinin Karşılaştırılması”. *Dokuz Eylül Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 7(1), 1-17.
- Çetinkaya, G. (2014). “Bir Macera Turizmi Etkinliği Olarak Kaya Tırmanış Sporunu ve Antalya-Geyikbayırı’nın Potansiyeli”. *Doğu Coğrafya Dergisi*, 19 (31), 83-100.
- Çetinkaya, Ö. (2017). “Kruvaziyer Turistlerinin Deneyimleri, Memnuniyetleri ve Davranışsal Niyetleri: İstanbul’da Örnek Bir Çalışma”. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 9(2), 110-132.
- Davras, Ö. ve Tatik, E. (2022). “İtici ve çekici motivasyon faktörlerinin turistlerin davranışsal niyeti üzerindeki etkisi: Muğla örneği”. *Conference on Managing Tourism Across Continents*, Antalya.. 1-15.
- Demiray, H. (2022). Macera Turizmi Katılımcılarının Motivasyon ve Memnuniyetleri: Rafting Örneği. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Karabük Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Karabük.
- Fluker, M.R. ve Turner, L.W. (2000). “Needs, Motivations and Expectations of Acommercial White-Water Rafting Experience”. *Journal of travel research*, 38(4), 380-389.
- Garda, B. (2011). “Macera Turizmi Pazarına Genel Bir Bakış”. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 14 (1-2), 189-200.
- Geldenhuys, J.J. (2018). A Sustainable Management Framework for Marine Adventure Tourism Product. The North- West University, Unpublished Doctoral Thesis, U.S.
- Giddy, J.K., Webb, N.L. (2018). “Environmental attitudes and adventure tourism motivations”. *Geojournal*, 83, 275-287.
- Gülcan, B. (2004). “Macera Turizminin Kapsamı ve Macera Turizminde Kaza Riski”. *Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, (1), 18-38.
- Gyimothy, S. ve Mykletun, R. (2004). “Play in adventure tourism: The Case of Arctic Trekking”. *Annals Of Tourism Research*, 31(4), 855-878.
- Iso-Ahola, S. E. (1982). “Toward a Social Psychological Theory of Tourism Motivation: A Rejoinder”. *Annals of Tourism Research*, 9(2), 256-262.

- Kane, M.J. ve Tucker, H. (2004). "Adventure tourism: The freedom to play with reality". *Tourist Studies*, 4(3), 217-234.
- Karpuz, M. (2017). Macera Turizm Faaliyetlerine Katılan Turistlerin Memnuniyetinin Tekrar Ziyaret Etme Niyeti ile İlişkisi: Fethiye Örneği. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- Khulge, P. ve Naik, S. (2018). "A Study on Maharashtra Adventure Tourism- Potential and Problems". *International Science and Technology Journal*, 7(4), 98-106.
- Lou, J. (2014). Analysis of Adventure Tourist Motivations: The Case of China- Born International Students in New Zealand Universities. Unpublished Master's Thesis, Auckland University of Technology, Auckland.
- Marketing Türkiye (2018). İstanbul: Türkiye Macera Turizminde 27. Sırada
- McGehee, N.G, Murphy, L.L., Uysal, M. (1996). "The Australian International Pleasure Travel Market: Motivations from a Gendered Perspective". *The Journal of Tourism Studies*, 7(1), 45-57.
- Mckay, T.J.M. (2013). "Adventure Tourism: Opportunities And Management Challenges For SADC Destinations". *The Geography of the South African Adventure Tourism Industry*, 45(3), 30-62.
- Morgan, D., Moore, K., and Mansell, R. (2005). "Adventure Tourists on Water: Linking Expectations, Affect, Achievement and Enjoyment to the Sports Tourism Adventure". *Journal of Sport & Tourism*, 10(1), 73-88
- Muller, T., and Cleaver, M. (2000). "Targeting The CANZUS Baby Boomer Explorer and Adventure Segments". *Journal of Vacation Marketing*, 6(2), 154-169.
- Özçelik, Ö.M. (2019). Kaçkar Dağlarında Dönüşümsel Öğrenmeye Bir Bakış: Turistlerin Seyahat Deneyimlerini Anlamaya Yönelik Bir Çalışma. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.
- Özen, İ.A., Güneren Özdemir E. (2019). "Kapadokya Sıcak Hava Balonculuğu Üzerine Nitel Bir Araştırma". *Nevşehir Hacı Bektaşî Veli Üniversitesi SBE Dergisi*, 9(2), 579-595.

- Özşahin, E. (2015). “Hatay İlinde Macera Turizmi Potansiyelinin Coğrafi Yaklaşımla İncelenmesi”. *International Periodical For the Languages, Literature and History of Turkish or Turkic*, 10(2), 749-772
- Öztürk, Y. ve Yazıcıoğlu, İ. (2002). “Gelişmekte Olan Ülkeler İçin Alternatif Turizm Faaliyetleri Üzerine Teorik Bir Çalışma”. *Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, (2), 183- 195.
- Pearce, P. L., & Lee, U.-I. (2005). “Developing the Travel Career Approach to Tourist Motivation”. *Journal of Travel Research*, 43(3), 226–237.
- Pektaş, F. (2017). Seyahat Motivasyonunu Oluşturan İtici ve Çekici Faktörlerin Tüketici Temelli Destinasyon Değeri Üzerine Etkisi. Yayımlanmamış Doktora Tezi, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Nevşehir.
- Pomfret, G. (2016). “Mountaineering adventure tourists: a conceptual framework for research”. *Tourism Management*, 27(1), 113-123.
- Pomfret, G. and Bramwell, B. (2016). “The Characteristics And Motivational Decisions Of Outdoor Adventure Tourists: A Review And Analysis”. *Current Issues in Tourism*, 19(14), 1447-1478.
- Reynolds, Z. ve Hritz, N. M. Dr. (2013). “Surfing As Adventure Travel: Motivations And Lifestyles”. *Journal of Tourism Insights*, 3(1), 1-17.
- Sato, S., vd. (2016). “Adventure Tourism Motivation And Destination Loyalty: A Comparison Of Decision And Non-Decision Makers”. *Journal of Destination Marketing & Management*, 8, 74-81.
- Schlegelmilch, F., & Ollenburg, C. (2013). “Marketing the adventure: Utilizing the aspects of risk/fear/thrill to target the youth traveller segment”. *Tourism Review*, 68(3), 44-54.
- Sung, H. (2004). “Classification of Adventure Travelers: Behavior, Decision Making, and Target Markets”. *Journal of Travel Research*, 42, 343-356.
- Sung, H.H. (2000). An Analysis of The Adventure Travel Market: From Conceptual Development to Market Segmentation. Purdue University, ProQuest Dissertations Publishing, U.S.A.

- Şah, C. (2019). Diaspora Turistlerinin Seyahat Motivasyonu: Ahıska Türklerinin Vatan Hasreti. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Muğla.
- Şenol, A.F. (2019). Turistlerin Seyahat Motivasyonları ile Seyahat Memnuniyeti Arasındaki İlişki. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Tanrısevdi, A. (2009). “Are Turkish Special Interest Travelers Sensation Seekers?”. *Ege Academic Review*, 9(4), 1313- 1340.
- Terblanche, H. (2012). Travel Motives of Adventure Tourists: a Case Study of Magoebaskloof Adventure. Unpublished Master’s Thesis. North-West University, South Africa.
- Tschapka, M.K. (2006). Involvement, Motivations and Setting Preferences of Participants in the Adventure Tourism Activity of Scuba Diving. Unpublished Master's Thesis, University of Canberra, Australian.
- Türk, E. (2020). Turistlerin Macera Turizmi Motivasyonları, Memnuniyetleri ve Bölgeyi Tekrar Ziyaret Niyetleri: Kapadokya Destinasyonunda Bir Araştırma. Yayınlanmamış Yüksek lisans Tezi. Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Nevşehir.
- Türkmen, S. ve Atay, L. (2018). “Destinasyon Kişiliği, Memnuniyet ve Davranışsal Niyetler Arasındaki İlişkilerin İncelenmesi: Çanakkale Örneği”. *Journal of Yaşar University*, 13(49), 22-32.
- TÜRSAB (2006). İstanbul: Türkiye’de Rafting Akıntıya Kürek Çekiyor
- TÜRSAB Gençlik Turizmi 2015 Raporu (2015). İstanbul: Turizmciler 300 Milyon Gencin Peşinde
- Uyrun, A. Ve Şahin A.Ü.S. (2020). Su Sporları Turizmi Gelecek Turizm Trendleri, Çanakkale.
- Uysal, M.M., Li, X., and Sırakaya-Türk, E. (2008). “Push- Pull Dynamics in Travel Decisions”. In *Handbook of Hospitality Marketing Management* (pp. 412-439), Boston, MA: Butterworth-Heinemann.

Varol, İ. (2015). Turist Algılarının Davranışsal Niyetler Üzerindeki Etkisi: Edremit Körfezi Örneği. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tez. Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.

WORLD Tourism Organization (2013). Madrid: UNWTO Tourism Highlights

World Tourism Organization (UNWTO). (2014). Global Report on Adventure Tourism AM Reports, 9 (85), 13.

Yalçın, G. (2020). Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti'nde Macera Turizmi Potansiyelinin SWOT Analizi ile Değerlendirilmesi. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Doğu Akdeniz Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim, Öğretim ve Araştırma Enstitüsü, Kuzey Kıbrıs.

Yıldız, S. (2019). Macera Turları Rehberliği Alanında Uzmanlaşma. Güzel, Ö. ve Köroğlu, Ö. (Eds.). İçinde Turist Rehberliğinde Uzmanlaşma: Özel İlgi Turlarından Özel Konulara (s.261-309). Ankara: Nobel.

Yoon, Y., and Uysal, M. (2005). "An Examination of the Effects of Motivation and Satisfaction on Destination Loyalty: A Structural Model". *Tourism Management*, 26(1), 45–56.

İnternet Kaynakları

<https://yigm.ktb.gov.tr>

Çanakkale Gençlik ve Spor İl Müdürlüğü (2023). Çanakkale

EK 1

ETİK KURUL ONAYI



T.C.
ÇANAKKALE ONSEKİZ MART ÜNİVERSİTESİ REKTÖRLÜĞÜ
Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Etik Kurulu
Bilimsel Araştırma Etik Kurulu



Sayı : E-84026528-050.01.04-2200097710
Konu : Başvuru İncelenmesi

12.05.2022

Sayın Doç. Dr. Hacı Mehmet YILDIRIM

Yürütücülüğünüzü yapmış olduğunuz 2022-YÖNP-0430 nolu projeniz ile ilgili Bilimsel Araştırmalar Etik Kurulu'nun almış olduğu 12.05.2022 tarih ve 10/10 sayılı kararı aşağıdadır.

Bilgilerinize rica ederim.

KARAR 10- Sorumlu yürütücülüğünü **Doç. Dr. Hacı Mehmet YILDIRIM**'ın yaptığı ve proje araştırmacısı **Berrin YILMAZ** tarafından gerçekleştirilen "Macera Turistlerinin Seyahat Motivasyonları ve Davranışsal Niyetleri: Gökçeada Örneği" başlıklı araştırmanın, Bilimsel Araştırmalar Etik Kurul ilkelere **uygun** olduğuna oy birliği ile karar verilmiştir.

Prof. Dr. Salih Zeki GENÇ
Kurul Başkanı

Bu belge, güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır.

Belge Doğrulama Kodu: HUA47FT

Belge Takip Adresi: dogrulama.comu.edu.tr

Adres: Onsekiz Mart Üniversitesi Terzioğlu Yerleşkesi Çanakkale

Telefon No: (0 286) 2180018

e-Posta:

Kep Adresi: comu@hs01.kep.tr

Faks No:

İnternet Adresi: <https://www.comu.edu.tr>

Bilgi için :

Emine Ateş

Fen Bilimleri Enstitüsü Etik

Kurulu Menur

Telefon No:

(0 286) 2180018 - 1040



EK 2

ANKET FORMU

Değerli Katılımcı,

Bu araştırma Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü bünyesinde hazırlanan lisansüstü tez çalışması kapsamında, Gökçeada'ya gelen macera turistlerinin seyahat motivasyonları ve davranışsal niyetlerini belirlemeyi amaçlamaktadır. Cevaplarınız tamamen bilimsel amaçlar için kullanılacaktır. Bu ankete katılmanız macera turizminin geliştirilmesi açısından son derece önemlidir. Lütfen her ifade için size en uygun olan yalnızca bir seçenek işaretleyin. İlginiz ve katılımınız için teşekkür ederiz. Berrin YILMAZ - berrin.yilmz07@gmail.com
Tez Danışmanı: Doç. Dr. H. Mehmet YILDIRIM

A. Aşağıda macera turizmini Gökçeada'da deneyimleme nedeniniz/ motivasyonunuzu yansıtan ifadeler için “Hiç Önemli Değil” den “Çok Önemli” ye kadar belirtilen seçeneklerden size uygun olanını (X) işareti koyarak belirtiniz.

1-Hiç Önemli Değil 2- Önemli Değil 3- Ne Önemli Ne Önemsiz 4-Önemli 5-Çok Önemli

İFADELER	1	2	3	4	5
* Dinlenme ve Rahatlama					
1 Zihinsel olarak rahatlamak.	1	2	3	4	5
2 Günlük yaşamın rutininden uzaklaşmak.	1	2	3	4	5
3 Fiziksel olarak dinlenmek.	1	2	3	4	5
4 Sakin bir ortamda bulunmak.	1	2	3	4	5
5 Özgür olmayı istemek.	1	2	3	4	5
* Spor ve Macera					
1 Farklı sportif etkinliklere katılmak.	1	2	3	4	5
2 Heyecan verici etkinliklere katılmak.	1	2	3	4	5
3 Macera etkinliklerinden heyecan duymak.	1	2	3	4	5
4 Daha önce düzenli olarak macera aktivitelerine katılmak.	1	2	3	4	5
5 Fiziksel yeteneklerimi sportif faaliyetlerde kullanmak.	1	2	3	4	5
* Aile ve Arkadaşlık İlişkileri					
1 Arkadaşlarımla birlikte eğlenceli vakit geçirmek.	1	2	3	4	5
2 Yeni insanlarla tanışmak.	1	2	3	4	5
3 Ailemle birlikte eğlenceli vakit geçirmek.	1	2	3	4	5
* Yenilik ve Kendini Tanıma					
1 Katıldığım aktivitelerde başarılı olmak.	1	2	3	4	5
2 Macera aktivitelerine karşı korkularımın üstesinden gelmek.	1	2	3	4	5
3 Seyahat deneyimlerimi paylaşmak.	1	2	3	4	5
4 Yeteneklerimi keşfetmek.	1	2	3	4	5
5 Yeni yerler ve kültürler öğrenmek.	1	2	3	4	5
6 Yeni bilgiler edinmek.	1	2	3	4	5
7 Macera ve risk içeren aktivitelere yaşlanmadan katılmak.	1	2	3	4	5

B. Aşağıda Gökçeada deneyiminizle ilgili değerlendirmenizi “Kesinlikle Katılmıyorum”dan “Kesinlikle Katılıyorum”a kadar belirtilen seçeneklerden size uygun olanını (X) işareti koyarak belirtiniz.

		1	2	3	4	5
1-Kesinlikle Katılmıyorum 2- Katılmıyorum 3- Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum 4- Katılıyorum 5- Kesinlikle Katılıyorum						
	İFADELER					
1	Gökçeada’dan genel olarak memnun kaldım.	1	2	3	4	5
2	Gökçeada beklentilerimi karşıladı.	1	2	3	4	5
3	Gökçeada’yı macera turizmi aktiviteleri için çevremdekilere tavsiye ederim	1	2	3	4	5
5	Gökçeada’yı bir sonraki seyahatim için ilk tercihim olarak görüyorum.	1	2	3	4	5
6	Gökçeada’yı kesinlikle tekrar ziyaret etmek isterim.	1	2	3	4	5

C. Aşağıda Gökçeada’da gerçekleşen seyahatinizde sizi Gökçeada’ya hangi özelliklerin çektiğine dair düşüncenizi yansıtan ifadeler için “Hiç Önemli Değil” den “Çok Önemli” kadar belirtilen seçeneklerden size uygun olanını (X) işareti koyarak belirtiniz.

		1-Hiç Önemli Değil	2- Önemli Değil	3- Ne Önemli Ne Önemsiz	4- Önemli	5-Çok Önemli
	İFADELER					
*	Tarihi ve Kültürel Çekicilikler					
1	Tarihi ve arkeolojik çekicilikleri	1	2	3	4	5
2	Güzel yemekleri	1	2	3	4	5
3	Alışveriş olanakları	1	2	3	4	5
4	Misafirperver yerli halkı	1	2	3	4	5
5	İlginç kültürel değerleri	1	2	3	4	5
6	Gece hayatı ve eğlence olanakları	1	2	3	4	5
*	Doğal Çekicilikler					
1	Temiz hava	1	2	3	4	5
2	Doğal su kaynakları	1	2	3	4	5
	Bitki örtüsü	1	2	3	4	5
3						
4	Elverişli iklim	1	2	3	4	5
5	Eşsiz manzara	1	2	3	4	5
*	Ulaşım ve Etkinlikler					
1	Elverişli ulaşım imkanları	1	2	3	4	5
2	Su sporları	1	2	3	4	5
3	Trekking rotası	1	2	3	4	5
*	Altyapı, Hijyen, Güvenlik					
1	Adanın altyapısı	1	2	3	4	5
2	Uygun konaklama olanakları	1	2	3	4	5
3	Sörf aktiviteleri için elverişli plajları	1	2	3	4	5
4	Güvenli	1	2	3	4	5
5	Yüksek hijyen standartları	1	2	3	4	5
6	Kirlenmemiş çevresi	1	2	3	4	5
7	Bozulmamış çevresi	1	2	3	4	5

D. Aşağıdaki sorulara kendinize uygun yanıtları veriniz.

1. Cinsiyetiniz: () Erkek () Kadın **2. Medeni Durumunuz:** () Evli () Bekar

3. Yaşınız: **4. Uyruğunuz:**

5. Eğitim Durumunuz: () İlköğretim () Lise () Lisans () Lisansüstü

6. Ortalama Gelir Düzeyiniz: () Çok düşük () Düşük () Orta () Yüksek () Çok Yüksek

7. Mesleki Durumunuz: () İşçi () Serbest Meslek Sahibi () Memur () Öğrenci () Ev Hanımı

() Çalışmıyor () Emekli () Diğer (Lütfen Belirtiniz).....

8. Gökçeada'yı daha önce ziyaret ettiniz mi? () Hayır () Evet **Yanıtınız "Evet" ise kaç kez?:**

11. Gökçeada'da hangi macera turizmi faaliyeti yaptınız?

() Sörf ve Rüzgâr Sörfü () Tüple Dalış/ Şnorkelle Dalış () Bisiklet Sürme () Kiteboard/Kitesurf (Uçurtma Sörfü) () Trekking (Yürüyüş) () Kampçılık () Kuş Gözlemciliği Diğer (Belirtiniz).....

12. Daha önce herhangi bir macera turizmi faaliyeti deneyimlediniz mi?

() Hayır () Evet Deneyimlediğiniz faaliyetleri belirtiniz.....

13. Macera turizmi aktivitelerine kiminle katılmayı tercih ettiniz?

() Yalnız () Arkadaşlarımla () Ailemle () Kulüplerle Diğer (Belirtiniz).....

14. Hangi konaklama çeşidini tercih ettiniz? () Otel () Kamp () Pansiyon () Karavan Diğer(Belirtiniz).....

15. Gökçeada'daki toplam konaklama süreniz:

17. Gökçeada'da bulunduğunuz süre boyunca aşağıda belirtilen faaliyetler için yaptığımız harcamaları belirtiniz.

Macera Turizmi Faaliyetleri..... Konaklama..... Ulaşım.....

Yeme-İçme..... Hediyelik Eşya..... Alışveriş Diğer (Belirtiniz).....