CUDES JOURNAL CURRENT DEBATES IN SOCIAL SCIENCES

Kibrit, U & Genç, V. (2022). Doğa Temelli Turistlerin Seyahat Motivasyonlarının İncelenmesi *Journal of Current Debates in Social Sciences*, 5(Special Issue-1),50-68.

Research Article

Doğa Temelli Turistlerin Seyahat Motivasyonlarının İncelenmesi[1]

Investigation of Travel Motivation of Nature-Based Tourists

Bilim Uzmanı Uğur KİBRİT
Batman Üniversitesi
E-posta: ugurkibrit@hotmail.com

Dr. Öğr. Üyesi Volkan GENÇ
Batman Üniversitesi
E-posta: volkangnc@yahoo.com
ORCID: 0000-0001-5887-0568

DOI: 10.37154/cudes.2022.43

Article Info

Received: 20.02.2022
Accepted: 09.03.2022

Keywords: Ida Mountains, Nature Based Tourism, Nature Tourist, Travel Motivation.

Abstract

This study aims to reveal the travel motivations of domestic and expatriate participants in Ida Mountains activities. A face-to-face survey was applied to the tourists staying in the facilities with nature-based touristic facilities in the Kaz Mountains, and 134 available questionnaires were obtained as a result. The study was conducted with quantitative research methods. The research data were collected by convenience sampling method between August 2017 and September 2018. Since the data collected from the participants were not normally distributed, non-random analyses (Mann Whitney/U and Kruskal/Wallis Tests) were performed. According to the study results, significant differences were found between the participants' age and their travel motivation dimensions according to their interaction with local people. In addition, no significant difference was found between travel motivation dimensions in terms of variables such as gender, marital status, mode of arrival, income. According to the results, some suggestions have been presented.

Makale Bilgisi

Geliş: 20.02.2022
Onay: 09.03.2022

Anahtar sözcükler: Doğa Temelli Turizm, Doğa Turisti, Kaz Dağları, Seyahat Motivasyonu.

Öz

Bu araştırmanın amacı, Kaz Dağları'nda yapılan aktivitelere katılan yerli turistlerin seyahat motivasyonlarının ortaya konulmasıdır. Bu amaç doğrultusunda, Kaz Dağları'nda bulunan doğa temelli turistik uygulamalara sahip tesislerde konaklayan turistlere yüz yüze anket uygulanmıştır ve bunun sonucunda 134 adet kullanılabilir ankete ulaşılmıştır. Araştırma nicel araştırma yöntemleriyle yürütülmüştür. Araştırma verileri Ağustos 2017 ile Eylül 2018 tarihleri arasında kolayda örnekleme tekniği ile toplanmıştır. Katılımcılardan toplanan veriler normal dağılmadığı için rassal olmayan (Mann Whitney/U ve Kruskal/Wallis Testleri) analizler uygulanmıştır. Araştırma sonuçlarına göre; katılımcıların yaşı ve yerel halkla etkileşimlerine göre seyahat motivasyonu boyutları arasında anlamlı farklılıklar bulunmuştur. Bununla birlikte cinsiyet, medeni durum, bölgeye geliş şekli, gelir düzeyi değişkenleri açısından seyahat motivasyon boyutları arasında anlamlı bir farklılık tespit edilememiştir. Elde edilen sonuçlar kapsamında sektörel uygulayıcılara ve akademisyenlere birtakım öneriler sunulmuştur.

[1] Bu çalışma Uğur KİBRİT'in 2019 yılında Batman Üniversitesi Sosyal Bilimler Üniversitesi'nde tamamlamış olduğu yüksek lisans tezinden üretilmiştir.

1. GİRİŞ

Ekolojik hassasiyet ve doğanın korunması anlayışlarının gelişimiyle turizm sektöründe doğa temelli turizm faaliyetlerine yönelik eğilimler gelişim göstermiştir (Çiçek ve Korkmaz, 2021). Özellikle günümüzde yaşanan COVID-19 pandemisi doğa temelli turizm anlayışına olan ilgiyi daha da arttırmıştır (Genc ve Gulertekin Genc, 2021). Doğa temelli turizm, bir yandan doğal ve kültürel kaynakları korumayı amaçlayan öte yandan yerel halkın ekonomik kalkınmasına katkıda bulunmayı hedef alan turizm türlerindendir (Masberg, 1999). Ayrıca doğa temelli turizm, kültürel ve ekolojik bakımdan doğaya karşı duyarlı olan seyahatleri tercih etmeleri için turistleri bu konuda isteklendirmekte ve bu sayede uzun dönemli sürdürülebilir ekonomik kalkınma için doğal kaynakları maksimum düzeyde koruyabilmektedir (Luzar vd., 1998). Sürdürülebilir ekonomik kalkınmanın temel parametrelerinden biri doğa temelli motivasyona sahip bireyleri destinasyona çekmektir.

Doğa turizmine katılan bireyler, dünyada yer alan doğal güzellikleri keşfetmeye ilgi gösteren, yaban hayatı, geleneksel kültürü korumayı hedefleyen ve doğaya karşı hassasiyet ve sorumluluk bilinci oluşturma arzusu olan bireylerdir. Gün geçtikçe insanların kitlesel turizm hareketlerinin yerine doğa temelli turizm faaliyetleri gibi alternatif turizm türlerine yönelmelerinin temel nedeninin; çevreyi koruma bilincinin gelişmesi, geleneksel yaşantıya dair bilgi edinme, yerel halk ile iletişime geçme ve onların hayatlarını anlama isteği vb. sebeplere dayandığı söylenebilir (Kızılırmak, 2006). Doğa turistlerinin hedefleri; macera, rekabet, keşfetmek, dostluk, doğa bilinci ve iç dünyalarının gelişmesidir (Kiper ve Aslan, 2007). Doğa turistlerinin bu yönde eğilimler göstermesinde, doğayı keşfetme, doğayı koruma, el değmemiş alanları ziyaret etme, hayatın monotonluğundan kurtulma, doğaya yönelik fiziksel aktivitelerde bulunma gibi seyahat motivasyonları etkili olabilmektedir (Mehmetoğlu, 2007). Aynı zamanda yoğun şehir hayatının etkisinden kaçış da bu kapsamda değerlendirilmektedir.

Seyahat motivasyonu, turistlerin seyahat motivasyonlarının ne olduğunu anlamak, seyahat motivasyonlarının ortaya konulması ve motivasyonları etkileyen faktörlerin neler olduğunu anlamak bakımından (Kozak, 2002); seyahat eden insanların beklentilerinin ne olduğunu ve bu beklentileri arasında ne tür farklılıklar olduğunu ortaya koymak bakımından çok önemlidir (Çakıcı, 2000). Doğayı korumak ve bu anlamda turizmi geliştirmek için bu motivasyona sahip turistleri tespit etmek oldukça önemlidir. Godfrey (2011), seyahat motivasyonunu meydana getiren kaynakların kaçış, bireysel olarak gelişim, macera arayışı, sosyalleşme, özgürlük, rahatlama, kültürel sermayeyi en üst noktaya çıkarma, benlik kimliğini geliştirme, geçiş dönemleri, bütçe avantajları ve deneyim elde etmeyle ilişkilendirmektedir. İnsanlığın gerek yaşamını sürdürülebilmesi gerekse turizm aktivitesi için ihtiyaç duyduğu doğal kaynaklar bilinçsiz bir şekilde kullanım ve bireysel çıkarların toplumsal çıkarların üzerinde tutulmasından dolayı sınırlı düzeydedir (Kozak, 2014). Aynı zamanda da yok olma tehlikesi ile karşı karşıyadır. Daha önce yapılan bir çalışmada doğa temelli turizme katılan turistlerin genelde orta yaş, yüksek eğitim ve gelire sahip oldukları tespit edilmiştir (Mackay vd., 2002). Bu bağlamda doğanın sürdürülebilirliği açısından postmodern dönemdeki gelişmelere bağlı olarak ülkemizde doğa temelli turizme yönelik turistlerin eğitim, gelir, cinsiyet, yaş gibi çeşitli değişkenlerde farklılık oluşturup oluşturmadığı tespiti bu araştırmanın temel problemini oluşturmaktadır. Çünkü, Mackay (2002)'in çalışmasında olduğu gibi yüksek gelir ve yüksek eğitim seviyesi olan turistlerin destinasyondan olan beklentileri (konaklama, yiyecek-içecek, ulaşım vb.) de farklılaşacaktır. Bu bağlamda, mevcut profilin net bir şekilde ortaya konulması için bu farklılığın tespit edilmesi gerekmektedir.

Bu çıkış noktasından hareketle hazırlanan araştırmanın amacı, Kaz Dağları bölgesinde doğa temelli turizm faaliyetlerine katılan turistlerin demografik özeliklerine göre seyahat motivasyonlarının ortaya koyulmasıdır. Araştırma, bölgede bulunan ve ileride kurulabilecek işletmelerin stratejilerinin belirlemesinde ve bu doğrultuda araştırma yapmak isteyen araştırmacılara yön göstermesi açısından önemlidir.

Doğal kaynakların korunması sadece tek bir taraftan veya sadece belli bir kesimden beklenmemelidir. Çevrenin ya da doğanın korunması yalnızca çevre örgütlerinin işi değildir. Aynı zamanda turizm işletmelerini ve turistleri de ilgilendiren bir konudur. Buradan da anlaşılacağı üzere aslında doğayı ve çevreyi korumak tüm toplumun görevidir. Bu konuda gerçekleştirilecek olan katılımcı işbirliği doğal kaynakların çok yönlü bir biçimde korunmasına ve bu sayede de sürdürülebilir kullanımına imkân tanıyacak bunun yanı sıra da doğaya dayalı gerçekleştirilecek olan turizm

faaliyetlerinin uzun ömürlü bir şekilde devam etmesine olanak sağlayacaktır. Bu sebeple bütün paydaşların (çevreyle alakalı olsun ya da olmasın), doğal kaynakların korunmasındaki görev ve sorumluluklarını eksiksiz bir biçimde yerine getirmesi ve bu konu ile alakalı olan gerekli kesimlere cesaret vermesi ve onları teşvik etmesi çok büyük bir önem taşımaktadır (Köroğlu ve Karaman, 2014).

2. DOĞA TEMELLİ TURİZM

"Doğayı tanıma, anlama, doğadan zevk alma ve doğayı gözetme amacı ile gerçekleştirilen ve kitle turizmine alternatif olarak ortaya çıkmış çevreci bir anlayış içerisinde yapılan turizm faaliyetlerine" doğa temelli turizm denilmektedir (Erdoğan, 2008: 50). Valentine (1992)'in doğa temelli turizm tanımlamasında, görece bozulmamış bazı doğa alanlarının doğrudan keşfi olarak ortaya çıkmaktadır. Doğaya bağlı deneyimler, doğanın geliştirdiği faaliyetler ve doğal ortamın tesadüfi olduğu faaliyetler olmak üzere üç tür faaliyetin turistlerin doğadan keyif alma derecesini ve seyahat deneyimlerini etkilediği savunulmaktadır.

Doğa temelli turizm için doğayı tanımak, doğadan zevk almak ve doğa ile ilgili faaliyetlere katılmak isteyen bireylerin bu amaçlar için gittikleri yerlerde aynı zamanda doğal çevreyi korumak istemelerinin asıl amaçları olduğu söylenebilir. Doğa temelli turizm türü için kurulan tesislerin, çevreci bir anlayış içerisinde doğal çevreyi koruma ve kullanma bilincinde olması beklenen bir özelliktir (Kibrit ve Dilek, 2020).

Doğa temelli turizmin en net özelliği ve bu turizm türünü çekici kılan en önemli unsuru doğaya dayalı bir şekilde gerçekleşmesidir. Doğaya dayalı olarak gerçekleştirilen bu turizm türünün motivasyon ögeleri; günlük yaşamın baskısından ve stresinden uzaklaşma, doğayla baş başa kalma arzusu gibi unsurları ve aktiviteleri kapsamaktadır (Blamey, 2001). Doğa temelli turizm, turistlerin çevreye olan duyarlılığı ile sürdürülebilir turizm ilkesinin daha ön plana çıkarılmasını amaçlamaktadır (Duffy, 2002). Doğa temelli turizmi diğer bir özel ilgi turizm türü olan spor turizmi ile birleştirilerek daha kapsamlı bir turizm türü de ortaya konulabilir (Erdoğan, 2008). Dağcılık, kuş gözlemciliği, kayak vb. spor türlerinden doğa temelli turizm adına faydalanılabilir ve bu şekilde hem doğayı koruyarak hem de turizm faaliyetleri gerçekleştirilerek sürdürülebilir turizm ilkesine de katkı sunabilir (Küçük vd., 2004). Doğa temelli turizmin sürdürülebilir turizm felsefesini de bünyesinde barındırdığı görülmektedir (Avcıkurt, 2007). Doğa temelli turizm ve ekoturizm, seyahat ederken ve destinasyonda çevreyi koruyan, doğal ve kültürel kaynakları önemseyen ve tüm faaliyetlerin sürdürülebilir turizm felsefesi doğrultusunda gerçekleştirmeyi amaçlayan turizm türleridir (Weaver, 1999).

Doğa temelli turizme yönelik yapılan farklı tanımlara rağmen, gerçekleştirilen turizm türünün doğaya dayalı turizm olarak adlandırılabilmesi için olması gereken birtakım öğeler bulunmaktadır. Bunlar, gerçekleştirilen faaliyetleri macera ile iç içe olmaktan hoşlanan kişiler tarafından daha çok tercih sebebi olması ve doğaya dayalı gerçekleşen turizm etkinliklerinin macera turizmine dayandığını ileri sürmektedir. Doğaya dayalı olarak gerçekleşen etkinliklere katılmak isteyen turistler için doğada yapılabilecek kayak, yürüyüş, kano, safari, yaban hayatı gözlemciliği, botanik çalışma ve bitki gözlemciliği, rafting, tırmanma, kelebek gözlemciliği, kampçılık, doğa fotoğrafçılığı, arkeoloji araştırmaları gibi çeşitli aktiviteler mevcuttur (Orams, 2007; Genç ve Seven, 2020). Doğa temelli turizme katılan turistlerin amaçları; macera, rekabet, keşfetmek, dostluk, doğa bilinci veya iç dünyalarını geliştirmektir. Bunun yanı sıra da yaban hayatı ve doğal kaynakları kullanırken de tüketme konusunda daha hassasiyet gösteren kişilerdir (Kiper ve Aslan, 2007). Dolayısıyla bu turistler çevre bilincine sahip, çevreyi korumaya özen gösteren tüketiciler olarak doğaya minimum düzeyde "ekolojik ayak izi[2]" bırakmaya çalışan kişiler olarak ifade edilebilir (Akay ve Zengin, 2012).

Alanyazından elde edilenler çerçevesinde doğa temelli turizmin birçok turizm türü ile aynı amacı taşıdığı ve bu kavramların zaman zaman benzer anlamda kullanıldığı söylenebilir. Doğa temelli turizm, ekoturizm, yeşil turizm, kırsal turizm vb. alternatif turizm türlerinin temel anlamda doğayı korumayı ve sürdürülebilirliği amaçladığı fikri ortaya çıkmaktadır. Bunun yanında bu turizm türlerinin belli başlı yerlere yoğunlaşması ve bunlardan aşırı kar elde etme düşüncesi ile sermayenin bunları ele geçirmesi sonucu sürdürülebilirliğin çok zorlaştığı söylenebilir. Doğa temelli turizm ile kitle turizminin karşı bloklarda olduğu ve kitle turizminin büyük gruplar halinde gerçekleştirilmesinden

[2] Ekolojik ayak izi, doğayı ne ölçüde kullandığımızı ve doğanın ne kadarına sahip olduğumuzu anlamamıza ve ölçmemize imkân tanıyan bir hesaplama aracıdır (Keleş, 2017: 47).

dolayı çevreye verdiği zararların bireysel ya da çok küçük gruplar halinde gerçekleştirilen doğa temelli turizm ile azaltılması mümkün olabilir. Bu bağlamda, bu motivasyona sahip bireylerin tespiti oldukça önemlidir.

3. DOĞA TEMELLİ SEYAHAT MOTİVASYONU

Turizm sektörü özü itibariyle doğadan faydalanmaktadır. Doğa temelli turizme katılan bireylerin doğa ile ilgili motivasyonları farklılaşmaktadır. Mehmetoğlu (2007) doğa turistlerinin seyahat motivasyonlarını; doğa ile ilgili fiziksel aktiviteler, yenilik/öğrenme, gündelik/sıradan, sosyal ilişki ve ego/statü olmak üzere altıya ayırmıştır. Doğa ile ilgili boyutta turistlerin doğa ile iç içe olmak, doğa ile ilgili deneyimler yaşamak gibi kavramların doğa motivasyonlarında önemli bir yer edindiği belirtilmiştir. Mackay vd. (2002) de aynı şekilde bu görüşü destekleyerek doğa turistlerinin, doğayı öğrenmek ve bu konuda deneyim elde etmeye yönelik insanları motive etmek açısından önemli olduğunu ve bu özellikleri sayesinde de diğer turistlerden ayrıldığını vurgulamışlardır. Bireyler doğa temelli turizme katıldıklarında doğa ile iç içe olmak ve doğadan tatmin olmak isterler. Dalgıç ve Birdir (2015), bireylerin motivasyonunu etkileyen en önemli unsurun doğa tatmini olduğunu söyleyerek doğa turistlerinin doğa ile ilgili her türlü şeyden güdülenebileceklerini belirtmişlerdir.

Mehmetoğlu (2007) fiziksel aktiviteleri; doğa temelli turizme katılanların doğaya yönelik ya da doğa içerisinde yaptıkları aktiviteler olarak açıklamaktadır. Silverberg vd. (1996), doğa turistlerinin doğa olaylarını gözlemleyebilmek, fiziksel olarak doğada yer alabilmek, doğa ile ilgili bir şeyler öğrenebilmek ve benzer ilgi alanlarına sahip olan bireylerle tanışabilmek adına seyahat ettiklerini söylemektedirler. Blamey (2001)'e göre doğaya dayalı olarak gerçekleştirilen turizm türlerinin motivasyon ögeleri arasında günlük yaşamın baskısından uzaklaşıp rafting, yürüyüş, dağcılık gibi fiziksel aktivitelerin içinde yer almasının bireyleri oldukça memnun ettiğini söyleyerek bu düşünceyi desteklemektedir.

Yenilik/öğrenmede; bireylerin turizm faaliyetleri içerisinde yeni yerler görme, yeni şeyler öğrenme ve gittikleri yerlerdeki yerel halkın kültürünü tanıma gibi unsurlara oldukça önem verildiği görülmektedir (Soykan, 2003). Mehmetoğlu (2007)'na göre bu boyutu yaptığı çalışmasında yeni yerler görme, yeni şeyler öğrenme ve yeni deneyimler elde etme ile açıklamış ve doğa temelli turizmdeki öneminin yüksek olduğunu belirtmiştir. Günümüz turistlerinin daha bilinçli olmasından dolayı yeni şeyler öğrenme, yeni yerler keşfetme, yeni kültürler tanıma vb. unsurlar bireylerin motivasyonunu etkileyen önemli bir boyut olarak karşımıza çıkmaktadır (Harman, 2014). Çalışkan (2013), yeni bir şeyler keşfetmenin turistlerin motivasyonunu oldukça etkilediğini hatta bazı bireyler sadece bu sebepten dolayı olarak turizm faaliyetlerine katıldıklarını söyleyerek bu boyut ile ilgili diğer çalışmaları desteklemektedir. Terblanche (2012)'in Magoebaskloof'u ziyaret eden maceracı turistlerin seyahat motivasyonlarını belirlemek amacıyla geçekleştirmiş olduğu çalışmasında motivasyon ögelerini yedi faktör (bilgi arayışı, kaçış ve rahatlama, çekicilik, ilişki kurma, yenilik, prestij ve grup birlikteliği) olarak incelemiştir. Gerçekleştirmiş olduğu araştırma sonucunda elde ettiği bulgular doğrultusunda turist motivasyonunu etkileyen en önemli dört faktörün sırasıyla kaçış, rahatlama, grup birlikteliği ve bilgi arayışı olduğunu belirlemiştir. Crompton (1979)'a göre destinasyonlar, turistlerin motivasyonlarını yerine getirebilme imkânına sahip oldukları ve bu izlenimi karşıya yansıtabildikleri ölçüde tercih edilmektedir. Tatilcileri o destinasyona çekebilmek için turizm sektörünün karşılanmamış sosyo-psikolojik motivasyonlara yönelik ürün gelişimi ve pazarlaması konusuna odaklanmalarının gerekli olduğu ifade edilmektedir. Turistlerin gerçek motivasyonlarını bulmalarına yardımcı olabilmek adına emek harcanması gerektiğini ve tıpkı 1970'lerin sonunda karşımıza çıkan boş zaman danışmanlığı gibi seyahat acentalarının da seyahat danışmanlığını içine alacak bir biçimde hizmetlerini genişletebilecekleri öne sürülmektedir. Bu anlamda doğa turistlerine yeni destinasyonların önerilmesi ya da aynı destinasyon içerisinde farklı doğa turizm faaliyetlerinin ortaya konulması yerinde olacaktır. Daha önce ziyaret edilen bir destinasyonun artık yeni bir destinasyon olarak açıklanamayacağını ve bu sebepten yenilik motivasyonunu karşılayamayacağı için, yenilik arayışının tekrarlanan gezilere karşı güçlük çıkarabileceği hususunda da ikazlarda bulunmaktadır.

Sıradanlık/gündelik boyutunun; hayatın monotonluğundan kurtulmak, yalnız başına kalmak, eğlenceli deneyimler elde etmek, eğlenmek ve rahatlamak gibi etmenleri içine alarak doğa temelli turizm faaliyetlerine daha çok kalabalık ve gürültülü şehirlerden katılan turistleri kapsadığı belirtilmektedir (Mehmetoğlu, 2007). Bireylerin mental olarak rahatlayabilmeleri ve günlük hayatın karmaşıklığından uzaklaşabilmeleri onları güdüleyen önemli unsurlardan birisidir (Güçlü, 2017).

Mehmetoğlu (2007) çalışmasında, bu görüşü destekleyerek, insanların günlük hayatın zorluğundan uzaklaşıp rahatlamak, eğlenmek, maceraya dayalı vakit geçirmek ve sıradanlıktan kurtulmak istemesi gibi ifadelerle genişletmiştir. Aynı zamanda bireylerin bu unsurlarla güdülendiğini ortaya koymuştur.

Sosyal ilişki boyutunun içeriğinde ise doğa temelli turizm faaliyetlerine arkadaş ya da akrabalar ile katılmak ve diğer bireyler ile sosyal ilişkiler içinde yer almak unsurları yer almaktadır (Mehmetoğlu, 2007). Bireyler; kırsal turizm, ekoturizm ya da doğa temelli turizm gibi turizm faaliyetlerine katıldıkları sırada yerel halk ile ilişki içinde yer almayı ve bu faaliyetlere katılan diğer turistler ile sosyal ilişkiler içerisine girerek onların deneyimlerini de merak etmektedirler (Soykan, 2003). Turistler yerel halk ya da o bölgede yaşayanlarla ilişki kurmak isterler (Harman, 2014). Soykan (2003), bu ifadeyi desteklemenin yanında turistlerin kendileriyle aynı faaliyetlere katılan diğer turistlerin de deneyimlerini merak ettiklerini ve bunları öğrenerek motive olabildiklerini söylemiştir. Mehmetoğlu (2007), tüm bunları destekler nitelikte ifadeler ortaya koymuş ve ek olarak insanların kendi arkadaş, akraba ya da yakınları ile beraber turizm faaliyetlerine katılmalarını da bu boyut altında ele almıştır.

Statü, bireylerin doğa temelli turizme katılıp daha sonra buralarda elde ettikleri deneyimlerini başkalarına aktarmakta ve bundan dolayı da bireyler kendilerini başarılı hissedebilmektedirler. Bu da araştırmanın statü boyutunu oluşturmakla beraber bireylerde ego hissini de barındırmaktadır (Mehmetoğlu, 2007). Günümüz turistleri, yaşadıklarını, gördüklerini ya da kazanımlarını günlük hayatlarına geri döndükleri zaman oradaki kişilere anlatmaktan keyif almaktadırlar (Dalgıç ve Birdir, 2015). Örneğin Çalışkan (2013), bazı turistleri gastronomi turizmine katıldıkları sırada farklı lezzetler tatmanın yanında onlara statü kazandırdıklarına da inandıklarını belirtmiştir.

4. İLGİLİ LİTERATÜR

Walpole ve Goodwin (2000), doğa temelli turizmin daha bilinçli turistler tarafından tercih edildiğini vurgulayarak bu sayede doğal çevrenin gelecek nesillere de aktarılabileceğini söylemişlerdir. Erdoğan (2008)'ın çalışmasında, doğa temelli turizme katılan bireylerin en çok önemsediği unsurun doğayı ve kültürel mirası korumak olduğunu belirtmesi bu görüşü destekler niteliktedir. Doğa temelli turizme katılacak turistlerde merak unsurunun da ön planda bulunmasının sonucu olarak; bilme, görme ve öğrenme gibi gereksinimler içinde bulunmaları da doğa temelli turizmin başka bir özelliği olarak karşımıza çıkarmaktadır (Walpole ve Goodwin, 2000). Mieczkowski (1995) ise yeni şeyler öğrenme ve keşfetme ihtiyacı ile turizme yönelen kişilerin bunu doğa unsuru ile birleştirmesi sonucunda doğa temelli turizmin ortaya çıktığını söylemiş ve turizmin bu sayede kendi kendini koruyabildiğini savunmuştur.

Doğa turistlerinin motivasyonları farklılık gösterebilmektedir. Valentine (1992)'in gerçekleştirmiş olduğu çalışmada ise "fiziksel aktiviteler"in, doğa turizmi için oldukça önemli bir boyut olduğu tespit edilmiştir. Doğa turizmindeki fiziksel aktiviteler, genellikle doğaya bağlıdır. Ekoturizm ve doğa turizminde yer alan fiziksel aktivitelerin birçoğu, doğaya yönelik olmasına karşın, açık hava etkinlikleri tam olarak doğaya bağlı değildir. Ekoturizm ve doğa turizminde bulunan fiziksel aktiviteler, doğa tarafından kendiliğinden gelişmektedir; ancak, bu çeşit fiziksel etkinlikler için elbette ki her zaman ortam yalnızca doğa değildir. Fiziksel aktiviteler bağlamında, maksimum düzeyde bir fark olmadığı takdirde suni ortamlarda, kişiler, tırmanış ya da şnorkel dalışından da keyif alabilir. Buna benzer biçimde kültürel bakımdan zengin bir mirasa sahip olan bir destinasyon da ekoturizm bakımından tatmin edici bir alan olabilir. Bu tip ortamlar turistler için kırsal ya da doğal bir çevrede yer almadan alışılmamış (egzotik) bir ortam yaratabilmektedir (Hill, 1995; Björk, 2000).

Weiler ve Hall (1992), doğa temelli turizm faaliyet türlerini gruplandırmışlar ve turistlerin bu faaliyetlere katılmalarındaki amaçlarını ise; doğaya dayalı kültürel (etnik) seyahatlere, tarihe, macera seyahatlerine, sanat ve halk festivallerine, sağlık ve spor turizmine, çiftlik turizmine ve doğa turizmine yönelik faaliyetler olarak sınıflandırmıştır. Silverberg vd. (1996)'nin yapmış olduğu çalışmada ise; doğa turistlerinin daha çok huzurlu bir ortam, geleneksel el yapımı ürünler, konaklamada ve diğer hizmet alanlarında verilen bireysel hizmetler, güzel bir manzara ve doğa ile ilgili aktiviteleri ilgi çekici bulduklarına değinmişlerdir. Gerçekleştirilen çalışmada doğa turistlerinin güneşli bir havadan, güvenli veya tanıdık bir ortamdan, pahalı otellerden veya restoran tarzı yerlerden etkilenmediklerine değinilmiştir. Başka bir ifade ile, doğa turistlerinin daha çok kültürel farklılıkları ve tahrip olmamış

çevre yapısına sahip olmasından dolayı yerel bölgeleri ziyaret etmek ile daha fazla ilgili oldukları gözlemlenmiştir.

Pearce vd. (1998)'nin turist güdülerini araştırmak üzere yapmış olduğu çalışmada, on güdüden dördünün doğa temelli turizm ile bağlantılı olduğu tespit edilmiştir. Bunlar sırasıyla; "doğayı deneyimlemek", "keyifli bir ortamda dinlenmek ve rahatlamak", "özel ilgi alanlarına yönelmek" ve "yeteneklerle ilişkili etkinliklere katılmak" biçimindedir. Ray ve Anderson (2000) gerçekleştirmiş oldukları çalışmada, doğa temelli turizme katılanların büyük bir kısmının çevre dostu davranış kalıpları sergilediklerini belirtmişlerdir. Luo ve Deng (2007)'in çalışmasında da çevreye karşı tutumlar ve doğa temelli güdüler arasında pozitif bir ilişki olduğu ifadesiyle benzerlik göstermiştir. Holden ve Sparrowhawk (2002), Nepal'de doğa yürüyüşüne katılan bireylerin güdülerini araştırmaya yönelik olarak gerçekleştirmiş oldukları çalışmalarında, esas güdülerin; "doğaya yakın olmak ve doğanın tadını çıkarmak", "gündelik yaşantıda değişiklik", "hayat dolu hissetmek", "yetenekleri zorlamak" ve "sağlıklı kalmak" olduğu sonucunu çıkarmışlardır. Bunun yanı sıra "risk alma", "arkadaşlarını etkileme", "fiziksel rahatlama" ve "doğayı kontrol etme gücüne sahip olma" gibi güdülerin ise diğer güdülere kıyasla minimum etkiye sahip olduğu bulgusunu elde etmişlerdir. Mackay vd. (2002)'nin gerçekleştirmiş oldukları çalışmada doğa turistleri motivasyon ve davranış şekilleri (harcama oranları ve kalış süreleri) bakımından diğer turistlerden ayrılmaktadır. Doğa turistleri, diğer turist tiplerine oranla daha çok para harcamakta, gittikleri bölgelerde daha uzun süre kalmakta ve daha sık seyahat etmektedirler. Doğa turistleri, doğayı öğrenmek ve bununla birlikte deneyim yaşamaya yönelik insanları motive etmek açısından oldukça önemli bir fayda sağlayarak diğer turistlerden ayrılmaktadır. Bunun yanı sıra doğa turistleri, manzarayı ve yaban hayatı seyretmek veya ıssız bölgeleri ziyaret etmenin yanı sıra kültürel ve tarihi alanları da ziyaret etmekten çok hoşlanmaktadırlar. Dutcher vd. (2007), doğa temelli turizme katılan turistlere yönelik gerçekleştirmiş oldukları çalışmada oldukça yüksek düzeyde doğaya olan bağlılığın, çevresel bilincin ve doğaya karşı duyarlı davranışı olumlu bir biçimde etkilediğini vurgulamaktadır. Mehmetoğlu (2007) ise; doğa temelli turistlere yönelik gerçekleştirmiş olduğu çalışmasında, doğa temelli aktif turistleri, pasif turistlerden ayırt eden motivasyonlar olarak incelemiştir. Bunlar büyük ölçüde, doğa, fiziksel aktiviteler, yenilik/öğrenme, sıradanlık/gündelik, sosyal ilişki ve statüdür. Ayrıca bu çalışmada, psikografik (pazar bölümlemenin temelini oluşturan varsayımlar) bilgilerin turistlerin davranışlarının anlaşılması konusunda oldukça güçlü olduğunu da göstermektedir. Bunun yanı sıra doğa turizmine yönelik olarak gerçekleştirilen çalışmalar da turist motivasyonlarının belirlenmesine yönelik olarak gerçekleştirilmiştir. Elde edilen sonuçlara bakıldığında edinilen bilgiler doğrultusunda, alanyazında yer alan katılımcıların doğa etkinliklerine katılımındaki temel güdüleri ile aralarında benzerlik bulunmaktadır (Holden ve Sparrowhawk, 2002; Luo ve Deng, 2007). Bu söylenilenlerden yola çıkarak, doğa temelli olarak gerçekleştirilen aktivitelerin, katılımcıların "doğa" merkezinde bir yaklaşımla fiziksel ögelerden ziyade, "ruhsal ve sosyal kazanımları" gösteren motivasyonlarla hareket ettikleri söylenebilir.

Doğa temelli turistlerin genel olarak post fordist (üretimde çeşitliliğin artması, seçenek sunulmaya başlanması), daha çok uzun mesafelere seyahat gerçekleştiren, gittikleri bölgelerde daha uzun süre kalan, eğitim seviyesi yüksek olan ve daha fazla harcama eğiliminde olan homojen bir küme oldukları görülmektedir (Lang ve O'leary, 1997). Hodur vd. (2008), doğaya yönelik olarak yapılan turizm faaliyetlerinin daha çok tarım, çiftlik ve yaban hayatına yönelik olarak gerçekleştirilen faaliyetlerden oluştuğunu ifade etmektedirler. Araştırmaya göre yaban hayatı turizmi, turizm gelişiminin sürdürülebilir olan bölümünü meydana getirmekte, tarım turizmi ve çiftlik turizmi ise kırsal gelişim ve gelecek nesiller için oldukça önemli bir katalizör görevi görmektedir. Buradan da anlaşılacağı üzere doğaya yönelik olarak gerçekleştirilen turizm faaliyetlerinin, kırsal alanlar için doğal kaynakların zarar görmesini önleyerek önemli derecede sürdürülebilir gelişime katkı sağlamak açısından oldukça önemli bir yere sahip olduğunu görmekteyiz. Nowaczek (2009) ise, doğa turizmi faaliyetlerine katılan bireylerin genellikle doğayı ve kültürü öğrenme, çevreyi koruma ile ahlaki değerler çerçevesinde davranış gösterdiğini açıklamıştır.

Açık alan rekreasyonlarından biri doğa temelli etkinlikler ve turizm ilişkisi ile alakalı olarak tasarlanmış olan yalnızca birkaç tane araştırmanın olduğu dikkat çekmektedir (Aşan, 2013). Uluslararası alanyazın incelendiğinde ise bu konuda yapılmış çalışmaların sayıca daha çok olduğu karşımıza çıkmaktadır. Konuyla alakalı olan çalışmaların genellikle, doğa temelli turizme katılanların güdülerinin belirlenmesine yönelik olarak gerçekleştirildiği görülmektedir (Holden ve Sparrowhawk, 2002; Mehmetoğlu, 2005; Luo ve Deng, 2007).

Bu konuda gerçekleştirilmiş olan diğer çalışmalara bakıldığında ise turist memnuniyeti (Naidoo vd., 2011), yeni çevre paradigması hususundaki fikirleri (Luo ve Deng, 2007), etkinlik tercihleri (Tangeland ve Aas, 2011) ve destinasyon tercihleri (Holden ve Sparrowhawk, 2002; Chhetri vd., 2004) gibi değişik konularda gerçekleştirildiği görülmektedir. Karacaoğlu vd., (2016) yapmış oldukları çalışmada ise bireyleri doğa temelli etkinliklere katılmaya güdüleyen en temel faktörün "rahatlama ve birliktelik" olduğunu saptamışlardır. Bu faktörün altında yer alan güdüler karşılaştırıldığında en çok katılım gösterilen ifadeler "özgürlük hissini yaşamak", "doğanın tadını çıkarmak" ve "ruhsal olarak rahatlamak" olarak görülmüştür.

5. ARAŞTIRMA YÖNTEMLERİ

Araştırma, Kaz Dağları'nda bulunan doğa temelli işletmelerde konaklayan yerli turistler üzerinde gerçekleştirilmiştir. Araştırma için Kaz Dağları'nın tercih edilmesinin nedeni ise doğa temelli turizmin gün geçtikçe bu bölgede artış göstermesidir. Elde edilen bulgular doğrultusunda eşsiz doğası ve temiz havası ile Kaz Dağları, doğa turistlerinin gün geçtikçe daha yoğun ilgisine tanıklık etmektedir. Araştırmada veri toplama yöntemi olarak yüz yüze anket veri toplama tekniğinden faydalanılmıştır. Elde edilen veriler ise SPSS 21 Statistic paket programı aracılığıyla analiz edilmiştir. Daha sonra ise elde edilen bu bulgular tablo haline getirilerek yorumlanmıştır. Veriler Ağustos 2017 ile Eylül 2018 ayları içerisinde kolayda örnekleme tekniği ile toplanmıştır. Kolayda örnekleme, ana kütle içerisinden tercih edilecek olan örnek bölümün araştırmacının kendi yargılarınca belirlediği tesadüfî olmayan örnekleme yöntemidir. Kolayda örnekleme yöntemi sayesinde veriler, ana kütleden en ekonomik, en hızlı ve en kolay biçimde toplanır (Malhotra, 2004).

Veriler anket formları yoluyla Kaz Dağlarında bulunan doğa temelli turistik işletmelerinde konaklayan 134 yerli katılımcıdan elde edilmiştir. Bu anketler Kaz Dağları'nda doğa temelli turistik işletmelerde konaklayan müşteriler tarafından doldurulmuştur. Oluşan tutarsızlık ve veri eksikliklerinden kaynaklı olarak 46 adet anket formu çıkartılarak toplam 134 adet anket analizlere katılmıştır.

Anketin birinci kısmında katılımcıların demografik özelliklerinin belirlenebilmesi adına 14 adet soru yöneltilmiştir. Bunlar; yaş, cinsiyet, eğitim, aylık gelir, medeni durum, bölgeye nereden gelindiği, nasıl gelindiği, kaçıncı kez bu bölgeye gelindiği, kaç kez doğa temelli turizm faaliyetlerine katılım gerçekleştirildiği, yöreyi ziyaret ederken yerel halk ile etkileşim gerçekleştirilip gerçekleştirilmediğidir. Bunun yanı sıra faaliyetlerde kimlerle bulunulduğu, kaç gün süre bu bölgede kalındığı, tatil süresi boyunca ortalama ne kadar harcama gerçekleştirildiği ve bu bölgeyi tercih etmedeki bilgi kaynağının ne olduğudur. İkinci kısımda yer alan 20 ifade ise doğa turistlerinin motivasyonlarını ortaya koymanın yanı sıra bu yönde hizmet veren işletmelerin pazarlama stratejilerini belirlemesine yardımcı olmak amacıyla gerçekleştirilmiştir. Anket içerisinde kullanılan bu 20 madde Mehmetoğlu (2007)'nun çalışmasından faydalanılarak hazırlanmıştır. Anket formunda 5'li Likert tipi ölçek kullanılmıştır.

5.1. Katılımcılara Yönelik Demografik Bulgular

Katılımcıların erkek ve kadın oranı birbirine yakın olup, lisans mezunu katılımcılar daha fazladır (%45). Bekarlar (%57) evli katılımcılara göre daha fazladır. Katılımcıların aylık gelirleri birbirine yakındır. Yaş grupları açısından incelendiğinde de 25-34 yaş grubunda olan katılımcılar diğer gruplara (%31) göre fazladır.

Tablo 1. Katılımcıların Demografik Dağılımları

Demografik Özellikler	Sıklık	Oran (%)
Cinsiyet		
Erkek	70	52.2
Kadın	64	47.8
Toplam	**134**	**100.0**
Yaş Grubu		
18-24 Yaş grubu	26	19.4
25-34 Yaş grubu	41	30.7
35-44 Yaş grubu	18	13.4

45-54 Yaş ve üzeri grubu	16	11.9
55 Yaş ve üzeri	33	24.6
Toplam	**134**	**100.0**
Eğitim Durumu		
Ortaokul	4	3.0
Lise	24	17.9
Ön Lisans	14	10.4
Lisans	60	44.8
Yüksek Lisans	23	17.2
Doktora	9	6.7
Toplam	**134**	**100.0**
Medeni Durum		
Evli	58	43.3
Bekâr	76	56.7
Toplam	**134**	**100.0**
Aylık Gelir		
0-1999 TL	25	26.8
2000-2999 TL	38	28.4
3000-3999 TL	28	20.9
4000 TL ve Üzeri	32	23.9
Toplam	**134**	**100.0**

5.2. Geçerlik Analizi

Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA), önceden belirlenmiş ya da kurgulanmış bir yapının gerçek verilerle ne derece uyum gösterdiğini değerlendirmeye yönelik gerçekleştirilen bir analizdir (Çokluk vd., 2012). Doğa temelli turist motivasyon boyutlarını ortaya koymak için uyarlanan bu çalışmada, örneklemdeki geçerliliğinin sağlanmasında DFA'nın yapılması planlanmıştır. 6 ana faktör olan doğa ile ilgili, fiziksel aktiviteler, yenilik/öğrenme, gündelik/sıradan, sosyal ilişki ve ego/statü (örtük değişken) 20 alt faktör (gözlenen değişken) analize sokulmuştur.

Tablo 2. Doğrulayıcı Faktör Analizi Uyum İyilik Ölçütleri

Uyum İyiliği Ölçütleri	**Doğa Temelli Seyahat Motivasyonu**	**Standart Değerler**
CMIN/DF (x^2/df)	3.015	≤5
RMSEA	.74	≤.08 veya .10
CFI	.90	≥.90
IFI	.90	≥.90
AGFI	.91	≥.90

Örneklem sayısının düşük olması sebebiyle boostrapping analiz kullanılmıştır (Hair vd., 2010). Boostrapping analizi, araştırmanın geçerliliğini değerlendirmek için kullanılan yaygın bir yöntem olmakla beraber belirli bir sonucun tekrarlanabilir olduğunu ortaya koymak amacıyla tercih edilir (Hillis ve Bull, 1993). Fiziksel aktiviteler boyutunda yer alan bir madde "Çaba gerektirmeyen fiziksel aktiviteler ile meşgul olmak" analize sokulduğunda faktör yükünün 0.50'nin altında olduğu görülmüştür. Bu madde analiz dışı bırakıldığında ise modelin uyum iyiliği indeksleri tablo 2'de görüldüğü gibi standart değerlere eşit veya bu değerlerden daha yüksek çıkmıştır. x^2/df= 3.015'in 5 değerinden küçük olduğu CFI=0.90 ve IFI=.90 uyum iyiliği değerlerinin 90'a eşit olduğu görülmektedir. Bu değerler oluşturulan modelin uyumunun iyi olduğunu ifade ederken RMSEA 0.74 olması ve AGFI'nın 0.91 olması DFA'nın kabul edilebilir değerler içerisinde olduğunu göstermektedir (Bayram, 2013).

Tablo 3. Doğrulayıcı Faktör Analizi DFA Değerleri

Yapı & Faktör	Faktör Yükleri	t- değerleri	Birleşik Güvenirlik	Çıkarılan Ortalama Varyans
Doğa Temelli Seyahat Motivasyonu				
Doğa ile İlgili			0.926	0.81
Doğaya Yakın Olmak	0.893	6.029		
Doğa ile İlgili Deneyimler Yaşamak	0.895	5.989		
Doğal Çekicilikleri Ziyaret Etmek	0.905	5.723		
Fiziksel Aktiviteler			0.670	0.50
Doğa Temelli Aktivitelere Katılmak	0.719	6.296		
Çaba Gerektiren Fiziksel Aktivitelere Katılmak	0.701	6.828		
Yenilik Öğrenme			0.925	0.76
Yeni Deneyimler Elde Etmek	0.720	7.694		
Yeni Yerler Keşfetmek	0.927	5.423		
Yeni Kültür/Yer/Şey Öğrenmek	0.918	5.763		
Yeni Bilgiler Edinmek	0.896	6.367		
Gündelik/Sıradan			0.848	0.53
Zihinsel Olarak Rahatlamak	0.695	7.268		
Kendime Vakit Ayırmak	0.759	6.850		
Yaşamın Monotonluğundan Kaçmak	0.785	6.608		
Cesaret İsteyen Deneyimler Yaşamak	0.669	7.386		
Eğlenceli Vakit Geçirmek	0.717	7.148		
Sosyal İlişki			0.796	0.66
Eğlenceli Vakit Geçirmek	0.839	5.212		
Yakın Dostlarım ile Beraber Olmak	0.787	6.293		
Ego/Statü			0.890	0.73
Üzerine Konuşabileceğim Deneyimlere Sahip Olmak	0.678	7.692		
Kendime Olan Güvenimi Artırmak	0.942	4.562		
Başarı Hissi Elde Etmek	0.923	4.021		

Bir ölçüm modelinin geçerli olması için yakınsak ve ayırt edici geçerlilik kriterlerini karşılaması gerekmektedir. DFA analizi sonucunda standardize edilmiş faktör yükleri, t değerleri ve bu değerlerin anlamlılıkları yakınsak geçerlilikte kullanılmaktadır. Tablo 3'te her bir maddeye ait olan standardize edilmiş faktör yüklerini ve standardize edilmemiş t değerlerini göstermektedir. Tablo 3'te yer alan standardize edilmiş faktör yükleri 0.669 ile 0.942 değerleri arasında değişmektedir. Bununla birlikte tüm t değerleri α=0.05 düzeyinde anlamlıdır. Bu sonuç yakınsak geçerlilik kriterini sağladığını göstermektedir.

Yakınsak geçerlilik sonrası incelenmesi gereken ayırt edici geçerlilik kriterinin gerçekleşip gerçekleşmediğinin tespit edilmesi amacıyla yapılmaktadır. Ayırt edici geçerlilik incelenirken kullanılan yöntemlerden biri Çıkarılan Ortalama Varyans (ÇOV) değerinin karekökü ile değişkenler arası korelasyon katsayısını karşılaştırmaktır. O boyut için elde edilen ÇOV değerinin karekökü,

değişkenler arasındaki her bir korelasyon katsayısından daha büyük ise ayırt edici geçerlilik sağlanmış demektir (Fornell ve Larcker, 1981). Sonuç olarak Tablo 4'te 0.5'in altında açıklanan bir ÇOV değeri olmadığından ve tüm ÇOV değerinin karekökünün faktörler arasındaki korelasyon değerlerinden büyük olduğu için ayırt edici geçerliliği de sağladığı söylenebilir.

Tablo 4. Seyahat Motivasyon Boyutları Ayırt edici Geçerlilik Değerleri

	1	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**
Doğa ile İlgili (1)	**.900**					
Fiziksel Aktiviteler (2)	.667**	**.707**				
Yenilik/Öğrenme (3)	.773**	.602**	**.872**			
Gündelik/Sıradan (4)	.419**	.500**	.568**	**.728**		
Sosyal İlişki (5)	.232**	.424**	.465**	.675**	**.812**	
Ego/Statü (6)	.266**	.479**	.445**	.602**	.682**	**.854**

5.3. Güvenirlik Analizi

Güvenirlik analizi sonuçları incelediğinde en düşük güvenirlik boyutunun 0.621 ile fiziksel aktivite, en yüksek boyutun ise doğa ile ilgili boyuttan oluştuğu tespit edilmiştir. Tüm boyutların güvenilir (bakınız Tablo 5) olduğu söylenebilir (Güriş ve Astar, 2014).

Tablo 5. Güvenirlik Analizi Sonuçları

Boyutlar	***Madde Sayısı***	***Cronbach α***
Doğa ile İlgili	3	.925
Fiziksel Aktiviteler	2	.621
Yenilik/Öğrenme	4	.915
Gündelik/Sıradan	5	.830
Sosyal İlişki	2	.793
Ego/Statü	3	.870

5.4. Hipotezler

H_1: Doğa temelli turizm faaliyetlerine katılan turistlerin cinsiyetleri ile seyahat motivasyonları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık vardır.

H_2: Doğa temelli turizm faaliyetlerine katılan turistlerin medeni durumları ile seyahat motivasyonları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık vardır.

H_3: Doğa temelli turizm faaliyetlerine katılan turistlerin bölgeye geliş şekilleri ile seyahat motivasyonları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık vardır.

H_4: Doğa temelli turizm faaliyetlerine katılan turistlerin geldikleri kişiler ile seyahat motivasyonları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık vardır.

H_5: Doğa temelli turizm faaliyetlerine katılan turistlerin yaşları ile seyahat motivasyonları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık vardır.

H_6: Doğa temelli turizm faaliyetlerine katılan turistlerin gelirleri ile seyahat motivasyonları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık vardır.

H_7: Doğa temelli turizm faaliyetlerine katılan turistlerin yerel halkla etkileşimleri ile seyahat motivasyonları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık vardır.

5.5. Analizler

Katılımcıların cinsiyetleri ile seyahat motivasyonları boyutları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık olup olmadığını sınamak amacıyla Mann Whitney-U testi uygulanmış ve sonuçları ortaya konulmuştur (Bkz. Tablo 6). Yapılan analiz sonucunda cinsiyet ile seyahat motivasyon boyutları (doğa, fiziksel aktiviteler, yenilik/öğrenme, gündelik/sırandan, sosyal ilişki ve ego/statü) arasında anlamlı bir farklılık tespit edilememiştir. Dolayısıyla **H_1** hipotezi **desteklenememiştir** (Bkz. Tablo 6).

Tablo 6. Boyutlara İlişkin Cinsiyet Farklılık Analizi

Boyutlar	Cinsiyet	n	Sıra Ortalaması	Sıra Toplamları	Anlamlılık
Doğa	Erkek	70	67.89	4752.00	.901
	Kadın	64	67.08	4293.00	
Fiziksel Aktiviteler	Erkek	70	66.69	4668.50	.798
	Kadın	64	68.38	4376.50	
Yenilik/Öğrenme	Erkek	70	69.95	4896.50	.431
	Kadın	64	64.82	4148.50	
Gündelik/Sıradan	Erkek	70	65.81	4606.50	.592
	Kadın	64	69.35	4438.50	
Sosyal İlişki	Erkek	70	67.34	4713.50	.958
	Kadın	64	67.68	4331.50	
Ego/Statü	Erkek	70	66.50	4655.00	.752
	Kadın	64	68.59	4390.00	

Araştırmanın ikinci hipotezinde katılımcıların medeni durumları ile seyahat motivasyonları boyutları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık olup olmadığını sınamak amacıyla da Mann Whitney-U testi uygulanmıştır. Yapılan analiz sonucunda medeni durum ile seyahat motivasyon boyutları (doğa, fiziksel aktiviteler, yenilik/öğrenme, gündelik/sırandan, sosyal ilişki ve ego/statü) arasında anlamlı bir farklılık tespit edilememiş ve **H_2** hipotezi **desteklenememiştir** (Bkz. Tablo 7).

Tablo 7. Boyutlara İlişkin Medeni Durum Farklılık Analizi

Boyutlar	Medeni Durum	n	Sıra Ortalaması	Sıra Toplamları	Anlamlılık
Doğa	Evli	57	68.14	3884.00	.657
	Bekar	75	65.25	4894.00	
Fiziksel Aktiviteler	Evli	57	67.32	3837.50	.827
	Bekar	75	65.87	4940.50	
Yenilik/Öğrenme	Evli	57	63.94	3644.50	.489
	Bekar	75	68.45	5133.50	
Gündelik/Sıradan	Evli	57	62.91	3586.00	.341
	Bekar	75	69.23	5192.00	
Sosyal İlişki	Evli	57	61.96	3531.50	.222
	Bekar	75	69.95	5246.50	
Ego/Statü	Evli	57	64.89	3698.50	.669
	Bekar	75	67.73	5079.50	

Araştırmanın diğer bir hipotezinde katılımcıların bölgeye geliş şekli ile seyahat motivasyonları boyutları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık olup olmadığı sınanmış ve bunun için Mann Whitney-U testi uygulanmıştır. Yapılan analiz sonucunda bölgeye geliş şekli ile seyahat motivasyon boyutları (doğa, fiziksel aktiviteler, yenilik/öğrenme, gündelik/sırandan, sosyal ilişki ve ego/statü) arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmemiştir. Bu bağlamda, **H_3** hipotezi **desteklenememiştir** (Bkz. Tablo 8).

Tablo 8. Boyutlara İlişkin Bölgeye Geliş Şekli Farklılık Analizi

Boyutlar	Bölgeye Geliş Şekli	n	Sıra Ortalaması	Sıra Toplamları	Anlamlılık
Doğa	Seyahat Acentası	20	56.95	1139.00	.516
	Bağımsız	112	62.39	6364.00	
Fiziksel Aktiviteler	Seyahat Acentası	20	63.73	1274.50	.755
	Bağımsız	112	61.06	6228.50	
Yenilik/Öğrenme	Seyahat Acentası	20	58.25	1165.00	.645
	Bağımsız	112	62.14	6338.00	
Gündelik/Sıradan	Seyahat Acentası	20	68.48	1369.50	.328
	Bağımsız	112	60.13	6133.50	
Sosyal İlişki	Seyahat Acentası	20	61.53	1230.50	.997
	Bağımsız	112	61.50	6272.50	
Ego/Statü	Seyahat Acentası	20	53.60	1072.00	.269
	Bağımsız	112	63.05	6431.00	

Araştırmanın dördüncü hipotezinde doğa temelli turistlerin destinasyona geldikleri kişilerle seyahat motivasyonu arasında anlamlı farklılıkların olup olmadığı Kruskal-Wallis analizi ile incelenmiştir. Yapılan analiz sonucunda turistlerin geldikleri kişilerle seyahat motivasyonu arasında anlamlı farklılıklar tespit edilememiştir. Dolayısıyla, **H_4** hipotezi **desteklenememiştir** (Bkz. Tablo 9).

Tablo 9. Boyutlara İlişkin Geldikleri Kişilere Göre Farklılık Analizi

Boyutlar	Kiminle Geldiniz?	n	X^2 Test İstatistiği	Sıra Toplamları	Sd	Anlamlılık
Doğa	Yalnız	10	3.062	49.15	2	.216
	Ailemle	51		61.87		
	Arkadaşlarımla	67		68.79		
Fiziksel Aktiviteler	Yalnız	10	5.076	48.35	2	.079
	Ailemle	51		59.25		
	Arkadaşlarımla	67		70.91		
Yenilik/Öğrenme	Yalnız	10	2.717	57.65	2	.257
	Ailemle	51		59.28		
	Arkadaşlarımla	67		69.49		
Gündelik/Sıradan	Yalnız	10	3.727	72.55	2	.155
	Ailemle	51		56.92		
	Arkadaşlarımla	67		69.07		
Sosyal İlişki	Yalnız	10	3.940	54.15	2	.139
	Ailemle	51		58.73		
	Arkadaşlarımla	67		70.44		
Ego/Statü	Yalnız	10	3.515	53.65	2	.172
	Ailemle	51		59.23		
	Arkadaşlarımla	67		70.13		

Araştırmanın beşinci hipotezinde ise doğa temelli turistlerin yaşları ile seyahat motivasyonu arasında anlamlı farklılıkların olup olmadığı Kruskal-Wallis analizi ile incelenmiştir. Yapılan analiz sonucunda turistlerin yaşları ile seyahat motivasyonlarından gündelik/sıradan, sosyal ilişki ve ego/statü boyutları arasında anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir. Dolayısıyla, H_5 hipotezi **desteklenmiştir.** Farklılıkların hangi yaş aralığında olduğunu tespit etmek amacıyla Bonferroni düzeltmeli Mann Whitney-U testleri sonucunda gündelik/sıradan, sosyal ilişki ve ego statü boyutlarında anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir (Bkz. Tablo 10).

Tablo 10. Boyutlara İlişkin Yaşa Göre Farklılık Analizi

Boyutlar	Yaş	n	X^2 Test İstatistiği	Sıra Toplamları	Sd	Anlamlılık	Farklılık
	18-24	26		67.60			
	25-34	41		62.26			
Doğa	35-44	18	5.332	77.92	4	.255	
	45-54	16		54.38			
	55 ve üzeri	33		74.62			
	18-24	26		68.69			
	25-34	41		63.68			
Fiziksel Aktiviteler	35-44	18	1.212	64.08	4	.876	
	45-54	16		68.31			
	55 ve üzeri	33		72.77			
	18-24	26		82.56			
	25-34	41		64.22			
Yenilik/Öğrenme	35-44	18	6.877	62.56	4	.143	
	45-54	16		54.00			
	55 ve üzeri	33		68.95			
	18-24	26		84.06			
	25-34	41		73.09			
Gündelik/Sıradan	35-44	18	10.202	57.83	4	.037*	1>5
	45-54	16		56.34			
	55 ve üzeri	33		58.20			
	18-24	26		93.02			
	25-34	41		69.54			
Sosyal İlişki	35-44	18	18.087	59.58	4	.001*	1>5,4
	45-54	16		52.22			
	55 ve üzeri	33		56.59			
	18-24	26		90.10			
	25-34	41		63.04			
Ego/Statü	35-44	18	11.688	65.81	4	.020*	1>4
	45-54	16		56.91			
	55 ve üzeri	33		61.30			

Araştırmanın altıncı hipotezinde doğa temelli turistlerin gelirleri ile seyahat motivasyonu arasında anlamlı farklılıkların olup olmadığı Kruskal-Wallis analizi ile incelenmiştir. Yapılan analiz sonucunda turistlerin gelirleri seyahat motivasyonu arasında anlamlı farklılıklar tespit edilememiştir. Dolayısıyla, **H_6** hipotezi **desteklenememiştir** (Bkz. Tablo 11).

Tablo 11. Boyutlara İlişkin Gelire Göre Farklılık Analizi

Boyutlar	Gelir	n	X^2 Test İstatistiği	Sıra Toplamları	sd	Anlamlılık
Doğa	2000 TL ve altı	37	1.412	72.45	3	.703
	2001-3000	37		65.30		
	3001-4000	28		62.07		
	4001 TL ve üzeri	32		69.08		
Fiziksel Aktiviteler	2000 TL ve altı	37	.789	63.01	3	.852
	2001-3000	37		70.64		
	3001-4000	28		68.05		
	4001 TL ve üzeri	32		68.58		
Yenilik/Öğrenme	2000 TL ve altı	37	7.152	80.77	3	.067
	2001-3000	37		66.80		
	3001-4000	28		59.21		
	4001 TL ve üzeri	32		60.22		
Gündelik/Sıradan	2000 TL ve altı	37	4.099	76.35	3	.251
	2001-3000	37		66.61		
	3001-4000	28		68.16		
	4001 TL ve üzeri	32		57.72		
Sosyal İlişki	2000 TL ve altı	37	2.289	75.03	3	.515
	2001-3000	37		67.11		
	3001-4000	28		63.61		
	4001 TL ve üzeri	32		62.66		
Ego/Statü	2000 TL ve altı	37	2.060	73.07	3	.560
	2001-3000	37		65.96		
	3001-4000	28		70.23		
	4001 TL ve üzeri	32		60.45		

Araştırmanın son hipotezinde katılımcıların yerel halkla etkileşimi ile seyahat motivasyonları boyutları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık olup olmadığı sınanmış ve bunun için Mann Whitney-U testi uygulanmıştır. Yapılan analiz sonucunda yerel halkla etkileşim ile seyahat motivasyon boyutlarından doğa, fiziksel aktiviteler, yenilik ve ego/statü arasında pozitif yönlü anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir. Bu bağlamda, **H_7** hipotezi **desteklenmiştir.** Buna göre doğa, fiziksel aktiviteler, yenilik ve ego/statü boyutlarında yerel halk ile etkileşim kuranların kurmayanlara göre seyahat motivasyonu daha yüksek çıkmıştır (Bkz. Tablo 12).

Tablo 12. Boyutlara İlişkin Yerel Halk ile Etkileşim Farklılık Analizi

Boyutlar	Yerel Halk ile Etkileşim	N	Sıra Ortalaması	Sıra Toplamları	Anlamlılık
Doğa	Evet	105	70.93	7448.00	.018*
	Hayır	28	52.25	1463.00	
Fiziksel Aktiviteler	Evet	105	70.60	7412.50	.034*
	Hayır	28	53.52	1498.50	
Yenilik/Öğrenme	Evet	105	70.79	7433.00	.024*
	Hayır	28	52.79	1478.00	
Gündelik/Sıradan	Evet	105	66.80	7014.50	.909
	Hayır	28	67.73	1896.50	
Sosyal İlişki	Evet	105	69.44	7291.00	.147
	Hayır	28	57.86	1620.00	
Ego/Statü	Evet	105	70.91	7445.50	.022*
	Hayır	28	52.34	1465.50	

6. SONUÇ ve ÖNERİLER

Doğa temelli turizm temelini; kır ve yazlık alanlar, bitki örtüleri, su kaynakları, yabani ortamlar ve doğal manzaralar gibi insan etkisinin az olduğu doğal ortamlar oluşturmaktadır. Doğa temelli turizm, insanların el değmemiş olan yerlerde doğal çekicilikleri ziyaret etmek ve kitle turizminin tam tersine kalabalıktan ve gürültüden uzak kalmak istemesi ile doğrudan doğruya bağlantılıdır. Bunun yanı sıra doğa temelli turizm, doğayı koruma ve kullanma dengesinin en üst düzeyde önemsenmesi gerektiğini ortaya koyan bir alternatif turizm çeşididir. Doğa temelli turizmi gerçekleştirilirken, doğal dengenin korunabilmesi adına da çevreye oldukça önem verilmektedir. Doğa temelli turizm kapsamındaki etkiler arasında doğa yürüyüşleri, dağa tırmanma, piknik, doğal çekicilikleri ziyaret etmek gibi etkinliklere de sıklıkla rastlanmaktadır (Korkmaz, 2001). Bu bağlamda, Kaz Dağları doğa temelli turizm açısından önemli bir destinasyon olarak değerlendirilebilir. Bu amaçla çalışmada, Kaz Dağları'nda yürütülmüş ve buraya gelen turistlerin cinsiyet, medeni durum, bölgeye geliş şekli, yaş, gelir, yerel halkla etkileşim gibi değişkenler açısından seyahat motivasyonlarında farklılık olup olmadığı araştırılmaya çalışılmıştır.

Araştırmadan elde edilen bulgulara göre; katılımcıların cinsiyet, medeni durum, bölgeye geliş şekilleri açısından anlamlı bir farklılık tespit edilememiştir. Bu araştırmadan elde edilen sonuçlar Luo ve Deng (2007)'in çalışmasıyla benzer sonuçlara ulaşılmıştır. Karacaoğlu vd. (2016)'nin gerçekleştirmiş oldukları çalışmalarında araştırmaya katılım gerçekleştiren bireylerin cinsiyet bazında homojen bir dağılım gösterdiklerine ve doğa temelli etkinliklere katılım gösteren bekar bireylerin evli olan bireylerden daha fazla olduğuna değinmişlerdir.

Katılımcıların bölgeye geliş şekliyle seyahat motivasyonları arasında da bir farklılık tespit edilememiştir. Bu farklılığın anlamlı olmamasında gruplar arası niceliksel farkın fazla olması etkilemiş olmuştur. Aynı zamanda bu bölgeye gelen seyahat acentalarına daha küçük boyutta tur düzenlemeleri (büyük otobüsler yerine küçük çaplı taşımacılık) rol oynamıştır.

Araştırmada katılımcılara yöneltilmiş bir diğer soru "Bölgeye kiminle geldiniz?" sorusuydu ve bunun seyahat motivasyonları açısından anlamlı bir farklılık tespit edip etmediğinin ortaya konulmasıydı. Elde edilen sonuçlara göre; kişilerin seyahat motivasyonları açısından anlamlı bir farklılık oluşturmamıştır. Bu sonuç özellikle motivasyonun daha kişisel bir faktör olmasından kaynaklıdır. Başka bir ifade ile kişi doğa temelli ortamı yaşamak istemektedir. Bu bağlamda da bir farklılık tespit edilememesi öngörülebilir bir sonuç olarak değerlendirilebilir. Ayrıca bireylerin bilgi kaynağı olarak arkadaş tavsiyelerini tercih etmeleri ile bölgeye bireysel olarak gelmeleri de doğru orantılıdır.

Araştırmada yaş değişkeninin seyahat motivasyonu açısından farklılık gösterip göstermediği de tespit edilmeye çalışılmıştır. Buna göre seyahat motivasyon boyutlarından gündelik/sıradan boyutunda 18-24 yaş grubunun 55 yaş ve üzeri grubuna göre; sosyal ilişki boyutunda 18-24 yaş grubunun 45-54 ve 55 yaş ve üzeri grubuna göre daha yüksek; ego/statü boyutunda da 18-24 yaş grubunun 45-54 yaş grubuna göre daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Bu araştırma sonuçları kısmen Mackay vd. (2002)'nin çalışmasıyla farklılık gösterse de seyahat motivasyonlarının alt boyutları açısından bu farklılığın anlamlı olduğu değerlendirilebilir. Çünkü gündelik/sıradan boyutu rutinden kaçmak anlamına gelmektedir. Özellikle Z kuşağı olarak ifade edilen bu grubun sosyal medyanın etkisiyle diğer yaş gruplarına göre farklılığı araması postmodern dünyada daha normal olarak değerlendirilmektedir. Benzer durum diğer boyutlar açısından da ifade edilmektedir. Katılımcılardan genç bireylerin, yaşlı bireylere göre daha fazla sosyal ilişki kurduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Katılımcıların gelir durumuyla seyahat motivasyonları arasında anlamlı bir farklılık tespit edilememiştir. Mackay vd. (2002)'nin çalışmasıyla bu durum farklılık göstermektedir. Ancak, doğada olmak, doğayı yaşamak ve anlamak için gelirin seyahat motivasyonu açısından bir farklılık göstermemesi normal olarak değerlendirilebilir. Çünkü her gelir düzeyinden birey yaşamın sıkıcı ve baskıcı özelliğinden etkilenmekte ve hayatın monotonluğundan kaçmak istemektedir. Bu bağlamda her gelir düzeyinden insanlar doğa ile içe içe olmak isteyeceklerdir.

Son olarak katılımcıların yerel halkla etkileşim boyutunda doğa, fiziksel aktiviteler, yenilik/öğrenme, ego/statü boyutlarında yerel halkla etkileşim kuran katılımcıların kurmayanlara göre seyahat motivasyonları daha yüksek çıkmıştır. Doğa temelli turizm yapısı itibariyle sürdürülebilir

turizm felsefesini benimseyen yerel halk ile etkileşimi önemseyen bir yapıya sahiptir. Bu bağlamda, farklılığın anlamlı çıkması beklenen bir sonuç olarak değerlendirilebilir.

Bu çalışma, doğa turistlerinin yaş, gelir, medeni durum, cinsiyet vb. değişkenlere göre seyahat motivasyonları arasında farklılık olup olmadığını daha net bir şekilde belirlenmesi ve bunların neler olduğunun ortaya konulması amacıyla gerçekleştirilmiştir. Bu sayede doğa turistlerine yönelik olarak hizmet veren işletmelere stratejilerini belirleme konusunda yardımcı olmak hedeflenmiştir. Bölgede yer alan ya da ileride kurulabilecek işletmeler, bireylerin beklentilerine yönelik stratejiler belirlediklerinde doğa temelli turizm amacına daha kolay ulaşacaktır. Özellikle genç yaş grubundaki bireylerin doğa temelli turizme daha fazla düzeyde katıldıkları tespit edilmiştir. Bu bağlamda işletmelerin, farklı fiziksel aktiviteler düzenlemeleri gerek katılımcılar beklentilerine gerekse işletmenin stratejik beklentilerini karşılamada fayda sağlayacaktır. Ayrıca geç yaş grubunun sosyal ilişki boyutunda yüksek motivasyonlu çıktığı göz önüne alınırsa, gençlerin daha kolay sosyal ortam kurabileceği etkinliklerin düzenlenmesi doğru bir pazarla stratejisi olacaktır. Bunların yanı sıra katılımcıların yerel halkla ilişki kurmaları seyahat motivasyonlarına büyük etki etmektedir. Bu bağlamda işletmeler, yerel halkla ile bağlantılar kurarak katılımcılar ile yerel halk arasında bir köprü görevi alabilirler. Bu da doğa temelli turizme katılan bireylerin beklentilerini karşılayacak bir pazarlama stratejisi olacaktır.

Gelecekte doğa etkinliklerine katılan bireylerin motivasyonlarını belirlemeye yönelik olarak araştırma yapmak isteyeceklere, daha karmaşık bir yapıyla; bu faaliyetlere katılım gerçekleştirecek olan bireylerin güdülerini belirlemeye yönelik, destinasyon tercihleri, çevresel değerler ve çevre dostu tutumlar gibi farklı değişkenler arasındaki ilişkilerin birlikte ele alınması önerilmektedir. Bunun yanı sıra, doğa temelli turizm pazarında birbirinden farklı turistik mal ve hizmet bulunmasından kaynaklı olarak katılımcılar üzerine araştırmalar yapılmalı ve bunlara uygun olan ürünlerin geliştirilmesi önerilmektedir.

Sonuç olarak bu çalışmada, son dönemlerde gittikçe artan bir öneme sahip olan ve açık alan etkinlikleri kapsamında yer alan bireysel ya da grup halinde yapılabilen doğa temelli turizm faaliyetlerinde bulunan bireylerin çeşitli değişkenler üzerinden seyahat motivasyonları ele alınarak alanyazına katkı sağlanmaya çalışılmıştır. Araştırmacılar daha fazla katılımcıyla bu araştırmayı farklı parametreleri de devreye sokarak araştırmayı yineleyebilirler. Bunun dışında çalışmayı arz faktörünü de ekleyerek Kaz Dağları bağlamında daha kapsamlı hale getirerek net bir profil ortaya koyabilirler.

KAYNAKÇA

Akay, B. ve Zengin, B. (2012). Ekoturizm Kaynaklarının Geliştirilmesi: Doğu Marmara Bölgesi Örneği. *Karamanoğlu Mehmet Bey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 14(23), 115-122.

Aşan, K. (2013). *Doğa Deneyimleri, Açık Alan Rekreasyon Güdüleri ve Tatil Aktivite Tercihleri Arasındaki İlişkinin Belirlenmesi.* Yayımlanmamış yüksek lisans tezi, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.

Avcıkurt C. (2007). *Turizm Sosyolojisi, Turist Yerel Halk Etkileşimi,* Ankara: Detay Yayıncılık.

Bayram, N. (2013). *Yapısal Eşitlik Modellemesine Giriş AMOS Uygulamaları*, Bursa: Ezgi Kitabevi.

Björk, P. (2000). Ecotourism From A Conceptual Perspective, an Extended Definition of A Unique tourism Form. *International Journal of Tourism Research,* 2(3), 189-202.

Blamey, R. K. (2001). *Principles of Ecotourism. the Encyclopedia of Ecotourism*, New York: CAB International.

Chhetri, P., Arrowsmith, C. ve Jackson, M. (2004). Determining Hiking Experiences In Nature-Based Tourist Destinations. *Tourism Management*, 25(1), 31-43.

Cicek, D. ve Korkmaz, E. (2021). Doğa Temelli Turizme Katılan Bireylerin Cevre Yaklaşımlarının İncelenmesi. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(4), 2666-2682.

Crompton, J. L. (1979). Motivations for Pleasure Vacation. *Annals of Tourism Research,* 6, 408-424.

Çakıcı, A. C. (2000). Seyahat Sıklığı Değişkenine Göre Müşterilerce Otel Özelliklerinin Değerlendirilmesi. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, Hasan Olalı Özel Sayısı, Yıl 11, Eylül-Aralık, 160-168.

Çalışkan, O. (2013). Destinasyon Rekabetçiliği ve Seyahat Motivasyonu Bakımından Gastronomik Kimlik. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies,* 1(2), 39-51.

Dalgıç, A. ve Birdir, K. (2015). Yayla Turizmine Katılan Turistlerin Seyahat Motivasyonları, Algılanan Değer, Tatmin Düzeyleri ve Sadakatleri Üzerine Bir Araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3(3), 3-7.

Duffy, R. A. (2002). *Trip Too Far: Ecotourism, Politics and Exploitation,* London: Earthscan Publications.

Dutcher, D. D., Finley, J. C., Luloff, A. E. ve Johnson, J. B. (2007). Connectivity with Nature As A Measure of Environmental Values. *Environment and Behavior*, 39(4), 474-493.

Erdoğan N. (2008). Ekoturizm ve Doğa Temelli Turizmin Geldikleri Noktadaki Kavramsal Çerçeve. *Ekoturizm Çalıştayı ve 10. Yılında TODEG*, 41(1), 47-112.

Fornell, C. ve Larcker, D. F. (1981). *Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error,* Algebra and Statistics.

Genc, V. ve Genc, S. G. (2021). COVID-19 effects on tourist psychology and purchasing behavior. In *COVID-19 and the Hospitality and Tourism Industry*. Edward Elgar Publishing.

Genç, V. ve Seven, E. (2020). Kelebek Gözlemciliği ve Türkiye'nin Kelebek Turizm Potansiyeli. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(3), 3064-3081. Geliş tarihi gönderen https://tutad.org/index.php/tutad/article/view/346

Godfrey, J. (2011). *The Grass is Greener on the Other Side: What Motivates Backpackers to Leave Home and Why They Choose New Zealand as a Destination,* A thesis Submitted for the Degree of Master o f Tourism at the University of Otago Dunedin. New Zeland: Doctoral dissertation, University of Otago.

Güçlü, C. (2017). Bilgi Kaynaklarının Seyahat Motivasyonları Üzerindeki Etkisi: Alanya Örneği. *Alanya Akademik Bakış Dergisi*, 1(3), 61-79.

Güriş, S. ve Astar, M. (2014). *Bilimsel araştırmalarda SPSS ile istatistik,* İstanbul: Der Yayınları.

Harman, S. (2014). Bağımsız Seyahat Eden Yerli Gezginlerin Seyahat Motivasyonları Üzerine Bir Araştırma. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 10(21), 107-128.

Hill, B. J. (1995). A guide to adventure travel. Parks & Recreation (Arlington). *Industry, Journal of Travel Research*, 30(9), 56-65.

Hillis, D. M. ve Bull, J. J. (1993). An Empirical Test of Bootstrapping as a Method for Assessing Confidence in Phylogenetic Analysis. *Systematic Biology*, 42(2), 182-192.

Hodur, N. M., Leistritz, F. L. ve Wolfe, K. L. (2008). Developing the Nature-Based Tourism Sector In Southwestern North Dakota. *Great Plains Research*, 81-92.

Holden, A. ve Sparrowhawk, J. (2002). Understanding the Eotivations of Ecotourists: The Case of Trekkers in Annapurna, Nepal. *International Journal of Tourism Research*, 4(6), 435-446.

Karacaoğlu S, Özdemir C, ve Yolal, M. (2016). Doğa Etkinliklerine Katılanların Doğa Temelli Turizme Yatkınlarının ve Etkinliklere Katılım Güdülerinin Belirlenmesi, *17. Ulusal Turizm Kongresi*, Ankara: Detay Yayıncılık.

Keleş, Ö. (2017). Sürdürülebilir Ulaşımı Tercih Edin Ekolojik Ayak İziniz Azalsın. *Journal of Inquiry Based Activities*, 4(1), 46-57.

Kızılırmak, İ. (2006). Türkiye'de Düzenlenen Yerel Etkinliklerin Turistik Çekicilik Olarak Kullanılmasına Yönelik Bir İnceleme. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 15(1), 181-196.

Kibrit, S. ve Dilek, S. E. (2020). Sürdürülebilir Otelcilik Uygulamaları: Yerli Turistlerin Satın Alma Davranışlarının İncelenmesi. *Yönetim, Ekonomi ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi,* 4(5), 331-342.

Kiper, T. ve Arslan, M. (2007). Anadolu'da Doğa Turizmi Kapsamında Doğa Yürüyüşü Güzergâhlarının Belirlemesinde Örnek Bir Çalışma. *Tekirdağ Ziraat Fakültesi Dergisi*, 4(2), 165-174.

Korkmaz M. (2001). Orman Kaynaklarında Doğa Turizmi Etkinliklerinin Ekonomik Çözümlemeleri: Kızıldağ Milli Park Örneği. *Süleyman Demirel Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi,* 2(1), 111-134.

Kozak, M. (2002). Comparative Analysis of Tourist Motivations by Nationality and Destinations. *Journal of Tourism Management*, 23(2), 221-232.

Kozak, M. (Ed.). (2014). *Sürdürülebilir turizm: kavramlar, uygulamalar*, Ankara: Detay Yayıncılık.

Köroğlu, Ö. ve Karaman, S. (2014). Doğaya Dayalı Turizm Faaliyetlerinin Gelişiminde Toplum Temelli Doğal Kaynak Yönetiminin Önemi. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 1, 95-106.

Küçük, M., Arpa, N. Y. ve Özmen, S. (2004). Türkiye'de Doğa Koruma Çalışmaları, Kaynak Değerlerini Etkileyen Faktörler ve Ekoturizm. *2. Uluslararası Turizm, Çevre ve Kültür Sempozyumu*, 127- 142.

Lang, C. T. ve O'leary, J. T. (1997). Motivation, Participation, and Preference: A multi-Segmentation Approach of the Australian Nature Travel Market. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 6(3-4), 159-180.

Luo, Y. ve Deng, J. (2007). The New Environmental Paradigm and Nature-Based Tourism Motivation. *Journal of Travel Research*, 46(4), 392-402.

Luzar, E. J., Diagne, A., Ecgan, C. ve Henning. B. R. (1998). Profiling the NatureBased Tourist: A Multinomial Logit Approach. *Journal of Travel Research*, 37(1), 48-55.

MacKay, K. J., Andereck, K. L. ve Vogt, C. A. (2002). Understanding Vacationing Motorist Niche Markets. *Journal of Travel Research*, 40(4), 356-363.

Malhotra, N. K. (2004). *Marketing Research: An Applied Orientation*, New Jersey: Upper Saddle River.

Masberg B. A. (1999). A Case Analysis of Strategies in Ecotourism Development. *Aquatic Ecosystem Health and Management*, 2(3), 289-300.

Mehmetoglu, M. (2007). Nature-Based Tourists: The Relationship Between Their Trip Expenditures and Activities. *Journal of Sustainable Tourism*, 15(2), 200-215.

Mieczkowski, Z. (1995). *Environmental Issues of Tourism and Recreation*, University Press of America.

Naidoo, P., Ramseook-Munhurrun, P. ve Seegoolam, P. (2011). An Assessment of Visitor Satisfaction with Nature-Based Tourism Attractions. *International Journal of Management and Marketing Research*, 4(1), 87-98.

Nowaczek, A. ve Smale, B. (2010). Exploring the Predisposition of Travellers to Qualify As Ecotourists: the Ecotourist Predisposition Scale. *Journal of Ecotourism*, 9(1), 45-61.

Orams, M. (2007). Sport Tourism and Natural Resource Impacts. *Sport Tourism Destinations*, 248.

Pearce, P. A., Morrison, M. ve Rutledge, J. L. (1998). *Tourism: Bridges Across Continents*. Sydney, Australia: McGraw-Hill.

Ray, P. ve Ray, S. A. (2000). *The Cultural Creatives: How 50 Million Americans are Changing the Way We Live*. Harmony Publishng.

Silverberg, K. E., Backman, S. J. ve Backman, K. F. (1996). A Preliminary Investigation Into the Psychographics of Nature-Based Travelers to the Southeastern United States. *Journal of Travel Research*, 35(2), 19-28.

Soykan, F. (2003). Kırsal Turizm ve Türkiye Turizmi İçin Önemi. *Ege Coğrafya Dergisi*, 12(1), 1-11.

Tangeland, T. ve Aas, O. (2011). Household Composition and The Importance of Experience Attributes of Nature Based Tourism Activity Products-A Norwegian Case Study of Outdoor Recreationists. *Journal of Tourism Management*, 32(4). 822-832.

Terblanche, H. (2012). *Travel Motives of Adventure Tourists: A Case Study of Magoebaskloof Adventure.* Doctoral dissertation, North-West University.

Valentine, P. (1992). Review: Nature-Based tourism In CM Hall and B. Weiler. *Special Interest Tourism*, 105-127.

Walpole, M. J. ve Goodwin, H. J. (2000). Local Economic Impacts of Dragon Tourism in Indonesia. *Annals of Tourism Research*, 27(3), 559-576.

Weaver, D. B (1999). Magnitude of Ekoturizm in Costa Rica and Kenya. *Annals of Tourism*, 26(4), 792-816.

Weiler, B. ve Hall, C. M. (1992). Special Interest Tourism: In Search of An Alternative. Special Interest Tourism: In Search of an Alternative. *Journal of University of Newcastle*, 199-204.