

BİSİKLET TURİZMİ MOTİVASYONLARININ BELİRLENMESİ

DETERMINING THE BICYCLE TOURISM MOTIVATIONS

Serkan Türkmen¹, Sinan Gökdemir²

Özet

Bisiklet turizmi ana turizm pazarları içerisinde yer almayan ancak son yıllarda turistlerin ilgi duyduğu ve büyümekte olan yeni turizm trendlerinden biridir. Bu açıdan turizm destinasyonları için farklı turist grupları çekebilmek için önemli bir fırsat oluşturmaktadır. Bu yeni turizm pazarının istek ve ihtiyaçlarının anlaşılması çok önemlidir. Bu araştırmanın amacı bisiklet turistlerinin seyahat motivasyonlarının belirlenmesidir. Araştırmanın bisiklet turistlerinin motivasyon unsurlarını belirlemek ve bu unsurlara göre turizm stratejileri belirlenmesine yardımcı olması açısından önemli olduğu düşünülmektedir. Araştırma verileri Çanakkale’de 2018 yılında 24-25 Mart tarihleri arasında düzenlenen Bisiklet Turu Festivali’ne katılan şehir Çanakkale dışından gelen Türk turistlerden elde edilmiştir. Anket tekniği ile 369 katılımcıdan araştırma verileri elde edilmiştir. Elde edilen verilere açıklayıcı ve doğrulayıcı faktör analizi uygulanmıştır. Araştırma sonucunda bisiklet turizmi motivasyonları beş boyutta ortaya çıkmıştır. Bu boyutlar sırasıyla doğayı keşfetme ve rahatlama; yetkinlik-ustalık; yeni deneyim ve bilgi; saygınlık kazanma ve sosyalleşme olarak adlandırılmıştır. İkinci düzey doğrulayıcı faktör analizi yapıldığında bisiklet turizmi motivasyonunda en etkili olan boyutlar yetkinlik –ustalık, yeni deneyim-bilgi ve sosyalleşme boyutları olmuştur. Turistlerin en yüksek düzeyde katılım gösterdikleri boyut doğayı keşfetme ve rahatlama boyutu olurken, saygınlık kazana boyutuna en düşük düzeyde katılım göstermişlerdir.

Anahtar Kelimeler: Bisiklet Turizmi, Bisiklet Turistleri, Seyahat Motivasyonları

Abstract

Bicycle tourism is one of the new tourism trends that is not included in the main tourism markets, but has been growing and attracting tourists in recent years. In this respect, it provides an important opportunity to attract different tourist groups for tourism destinations. Understanding the demands and needs of this new tourism market is essential. The aim of this research is to determine the travel motivation of bicycle tourists. The research is thought to be important in determining the motivation factors of bicycle tourists and helping to determine tourism strategies according to these factors. Research data were obtained from Turkish tourists coming from outside the Canakkale city, who participated in the Bicycle Tour Festival held in Çanakkale between 24-25 March in 2018. Research data were obtained from 369 participants by using the survey technique. Explanatory and confirmatory factor analysis was applied to the data obtained from the participants. As a result of the research, cycling tourism motivations determined in five dimensions. These dimensions are named as discovering / relaxing nature; competence / mastery; new experience / knowledge and gaining dignity / socializing. When the second-level confirmatory factor analysis was done, the most effective dimensions in bicycle tourism motivation were competence / mastery, new experience / knowledge and socialization. The dimension in which the tourists participated at the highest level was the dimension of discovering nature and relaxation. The lowest level of participation was the dimension of gaining prestige.

Keywords: Bicycle Tourism, Cyclist Tourists, Travel Motivations

¹ PhD, Çanakkale Onsekiz Mart Uni., Faculty of Tourism, serkanturkmen17@hotmail.com, ORCID: 0000-0002-0921-6102

² PhD, Çanakkale Onsekiz Mart Uni., Faculty of Tourism, sinangokdemir@comu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-9360-086X

1. GİRİŞ

Boş zamanlarını değerlendirmek isteyen insanların ne tür etkinliklere katılacaklarına ve bu etkinlikleri nerede yapmak istediklerine cevap verebiliyor olmaları, genel ve karma turizm kavramlarının yanına özel ilgi turizminin de eklenmesine neden olmuştur. Genel ve karma turizmde zaman, ekonomik koşullar, güncel ve beğenilen yerler dikkate alınarak öncelikle gidilecek çekim yeri kararı, ardında çekim yerinin sunduğu etkinliklerden yine şartlar el verdiği ölçüde hangilerinin yapılacağı kararı verilir. Özel ilgi turizminde ise çekim yeri seçiminden önce belirli bir etkinliği yapmaya yönelik özel bir ilgi, merak ve istek mevcuttur. Seçimi yapılacak çekim yeri, bu faaliyete yönelik en iyi çekim unsurlarına ve koşullara sahip çekim yerleri arasından seçilebilmektedir. Literatürde alternatif turizm olarak da geçen özel ilgi turizmi 1980'li yıllardan itibaren alan yazında görülmeye başlamıştır. İngilizcesi "Special Interest" ya da "Niche Tourism" olarak bilinen özel ilgi turizmine her geçen gün yeni çeşitler eklenmektedir (Kruja & Gjyzezi, 2011). Özel ilgi turizmi, odaklanılan ve merak uyandıran belirli bisiklet turizmi gibi bir alan üstüne faaliyetler gerçekleştirmek amacıyla bu alan ile ilgili çekim unsuru olan bir bölgeyi veya çekim yerini kapsayan bir turizm türüdür (Albayrak, 2013). Farklı bir tanımda, ilgi ve merakları belirli bir konuya odaklanan ve söz konusu konuya yönelik ilgilerine deneyim katmak isteyen kişilerin, turizm müşterisi olarak belirli bir çekim yerine seyahat etmeleridir (Tanrısevdi & Çavuş, 2003). Özel ilgi turizmi, kırsal turizm, macera ve doğa temelli turizm, kültür ve kültürel miras turizmi, festival ve etkinlik turizmi dahil turistlerin ve yerel halkın ihtiyaçlarına cevap verebilmek amacıyla yeni turizm çeşitlerine odaklanarak, genel turizmine bir tepki olarak doğmuştur (Akoğlan Kozak & Bahçe, 2009). Douglas, Douglas ve Derrett'e (2001) göre özel ilgi turizmi "sürdürülebilir turizmin" bir neticesi olarak değerlendirilmektedir. Aslında, diğer bir açıdan bakıldığında özel ilgi turizmi, yerelden küresel çevreye uzanan geniş bir çevre, bir talep sistemi ve medya destekli bir arz sisteminden oluşan disiplinler arası koordine ihtiyacı olan genel turizm sisteminin bir parçası olarak değerlendirilmelidir (Trauer, 2006). Bisiklet turizmi genellikle festival ve etkinlik turizmi kapsamında değerlendirilmektedir. Belirli alanlarda yapılan belirli tarih aralıklarını kapsayan ve ülkesel ya da uluslararası bir katılım sağlanan bisiklet turizmi son yıllarda ilgi görmeye başlamıştır.

Bir özel ilgi turizmi olarak sayılabilecek olan bisiklet turizmi, sürüş etkinliğinin yapıldığı çekim merkezlerine ve o çekim merkezinin sakinlerine sosyal, ekonomik ve en önemlisi de çevresel katkılar sağlayan, her geçen gün gelişim gösteren bir turizm türüdür (Faulks vd., 2007: 7; Ritchie vd., 2010: 409). Alan yazında bu konuda yapılan çalışmalar her geçen gün artmaktadır. Bu anlamda macera turizmi, spor turizmi, sağlık turizmi, sürdürülebilir turizm ve özel ilgi turizmi gibi turizm türleri ile ilintili çalışılan bu kavram (Aşan ve Akoğlan Kozak, 2015; Han vd., 2017; Kaplan vd., 2015; Lee & Huang, 2014; Nickerson vd., 2014; Piket vd., 2013; Payne & Dror, 2015; Sağlam, 2020), gün geçtikçe farklı disiplinlerle ilişkilendirilerek çalışılmaktadır. Bu çalışma bisiklet turizmine katılan bireylerin motivasyon unsurlarını ölçmek amacıyla yapılmıştır. Araştırmanın bisiklet turistlerinin motivasyon unsurlarını belirlemek ve bu unsurlara göre turizm stratejileri belirlenmesine yardımcı olması açısından önemli olduğu düşünülmektedir.

2. BİSİKLET TURİZMİ

Bisiklet turizmi hem uluslararası hem de ulusal boyutta farklı akademisyenler tarafından farklı şekillerde tanımlanmıştır. Bu bağlamda, bisiklet turları kısa süreli turlardır ve genellikle hafta sonlarında bu turizm türüne ilgi duyan kişilerin yakın çevrelere yaptıkları, acentalar ya da topluluklar tarafından planlanmış kısa süreli etkinliklerdir (Pratte, 2006: 63). Bir diğer tanımda Lamont (2009) bisiklet turizmini, ana faaliyeti bisiklet sürmek olan bir kişi ya da grubun tatil ya da boş zamanlarında yaşadıkları yerden en az 40km ya da 4 saat uzağa yapılan sürüşleri içeren

günübirlik ya da konaklamalı etkinliklerin tümü olarak tanımlanmaktadır. Ayrıca bu etkinlikler izlemek amacıyla pasif olarak etkinliğe katılan kişiler de bisiklet turizmi içerisinde değerlendirilmektedir (Lamont, 2009). Bisiklet turları günübirlik organize edilebildiği gibi konaklamalı da organize edilebilmektedir. Bu anlamda literatürde de bir tartışma mevcuttur. İlk defa 1998’de yayımlanan bir çalışmada bu turizm türüne katılan kişilerin bu turizm türünde en az 24 saat harcamaları gerektiği belirtilmiştir (Ritchie, 1998: 568). Bu konuda başka bir araştırmacı bu turizm türünün bir günü aşan sürede olabileceği gibi bir gün hatta bir günden daha kısa süre de yapılabileceği konusunda tanım yapmıştır (Lumsdon, 1996). Başka bir araştırmacı da, bisiklet turizmine katılan kişiler günübirlik bir etkinliğe katılsalar bile, yiyecek içecek ve diğer turistik ürünlerden faydalandıkları için bisiklet turizmi içine değerlendirileceklerini savunmuştur (Lamont, 2009). Nihayet 2010 yılında yapılan başka bir tanımda hem günübirlikçi hem de konaklamalı katılımın olduğu etkinlikler bisiklet turizmi içerisinde değerlendirilmesi ile ilgili bir tanım yapılmış ve temel amacın bisiklet etkinliği olmasının yeterliliği ortaya konulmuştur. Son duruma göre bisiklet turizmi, turistik destinasyonlara yönelik tatil, spor, eğlence, etkinlik ve rekreasyon gibi etkinlikler kapsamında yapılan, bisiklet kullanma ya da etkinliği izleme amacıyla katılım sağlanan, konaklamalı ya da konaklamasız faaliyetlerin tümüdür (Faulks, 2010: 42).

Bisiklet etkinliklerinin yapılabilmesi için öncelikle etkinliğin yapılacağı yerin bir çekim unsuru olması ve sonrasında da gerekli ön hazırlıkların gerek yerel yönetimler gerek ise merkezi yönetim tarafından sağlanması gerekmektedir. Ardahan ve Mert’e (2014) göre, bisiklet ile ilgili organizasyonların yapılabilmesi için, öncelikle parkurun çizilip müsait hale getirilmesi gerekmektedir. Bu parkur, patika ya da terkedilmiş eski yollarda oluşturulabildiği gibi trafiğin yoğun olduğu parkurlarda da gerekli trafik önlemleri alındıktan sonra yapılabilir. Bu organizasyonlar günübirlik olabileceği gibi otel konaklamalı ya da çadır konaklamalı olarak da organize edilebilmektedir. Bisiklet turizminin organize edildiği çekim merkezine turizm açısından bazı yararlar sağladığı söylenebilir. Amerika Birleşik Devletleri Montana eyaletinde faaliyet yürüten Macera Bisikleti Derneğine (Adventure Cycling Association) (2021) göre, bisiklet turizmi kapsamında yapılan etkinlikler ekonomik etki anlamında dikkate değer bir büyüme sağlamıştır. Bu ekonomik etki Avrupa’da yaklaşık 45 milyar avro, İngiltere’de yaklaşık 3 milyar sterlin, ve Amerika’da 135 milyar dolar olarak hesaplanmıştır (ACA, 2021). Bu anlamda bisiklet turizmine katılan bireylerin motivasyon unsurlarının belirlenmesi ve Türkiye’nin bu unsurlar çerçevesinde strateji belirlemesi ve pastadan hak ettiği payı alması ülke ekonomisine katkı anlamında oldukça önemlidir.

Diğer tüm özel ilgi alanları gibi bisiklet turizmi de insanlar tarafından yoğun ilgi gören bir turizm türüdür. Dünyada ve Türkiye’de birçok insan bisiklet turizmi kapsamında organize edilen etkinliklere katılmakta ve bunu birçok zorluğa rağmen yapmaktadırlar. Bu anlamda başta Avrupa ve Amerika kıtası olmak üzere Okyanusya kıtasında da bisiklet turizmine yönelik altyapı yatırımları yapılmış, yeni rotalar oluşturulmuş ve bisiklet turizmine dayalı etkinlikler artırılmıştır (Çelik Uğuz & Özbek, 2018). Dünya genelinde başta gelen bisiklet temalı etkinlikler; Avrupa kıtasında düzenlenen en büyük bisiklet etkinliği olan 1903 yılında organize edilmeye başlanılan Tour De France (Fransa Bisiklet Turu) , Avusturya Global Bike Festival (Dünya Bisiklet Festivali), Amerika Birleşik Devletleri Arizona’da organize edilen Sedona Mountain Bike Festival (Sedona Dağ Bisikleti Festivali) ve California’da organize edilen The Sea Otter Classic Cycling Festival (The Sea Otter Klasik Bisiklet Festivali), Afrika’da organize edilen ve 44üncüsü düzenlenecek olan Cape Town Cycle Tour (Cape Town Bisiklet Turu) ve Avustralya’da organize edilen The Great Victoria Bike Ride (Büyük Viktorya Bisiklet Turu), Santos Festival of Cycling (Santos Bisiklet Festivali) olarak bilinenler bunlardan bazılarıdır. Türkiye’de başta gelen bisiklet temalı etkinlikler ise; 1963 yılından

beri yapılan Cumhurbaşkanlığı Türkiye Bisiklet Turu, 2000 yılından beri düzenlenen Cappadocia Cycling Festival (Kapadokya Bisiklet Festivali), Bodrum Bisiklet Turu, Veloturk Grand Fondo Çeşme, Malatya Uluslararası Bisiklet Festivali, Bursa Bisikletle Yüzyıllık Macera Turu, Gökova Bisiklet Turu, Eskişehir Velesbid Bisiklet Evi Etkinliği, İzmir Bisifest Karşıyaka ve Kale Çanakale Bisiklet Festivali bunlardan bazılarıdır.

2.1. Alan Yazın

Alan yazın incelendiğinde gerek uluslararası gerek ise ulusal anlamda bazı çalışmalara rastlanmıştır. Ritchie, Tkaczynski ve Faulks'un (2010) motivasyon teorilerine göre döngüsel turist davranış ve niyetlerini anlamak amacıyla Avustralya'daki 564 bisiklet kulübü üyesini örneklem olarak yapmış oldukları çalışmada katılımcıları beş kümeye ayırmışlardır. Bunlar, seyahat motivasyonları, seyahat davranışları, davranışsal niyetleri, sosyodemografik özellikleri ve bisiklet davranışları olarak tespit edilmiştir. Bu kümelemeler sayesinde ihtiyaç duyulan talepler değerlendirilmiş ve her biri için ayrı birer strateji oluşturulmuştur. Bu sayede bölge turizmden daha fazla pay almayı ve kalkınmayı amaçlamıştır. Bir diğer çalışma, Lee ve Huang'ın (2014) bisiklet turizminin destinasyon çekiciliği anlamında Tayvan'ın bir bisiklet turizmi destinasyonu olabilme potansiyelini analitik hiyerarşi süreci yöntemi ile irdeledikleri çalışmadır. Bu çalışmada, bisiklet kullanımı için rahat bir iklimin olması, ayrılmış bisiklet tesisleri ve yollarının bulunması ülkeyi ayırtıran önemli unsurlar olduğu tespit edilmiştir. Bu anlamdan çalışma raporları doğrultusunda eksik olan altyapı alanları belirlenmiş ve geliştirilmesi için önerilerden bulunulmuştur.

Kaplan, Manca, Nielsen ve Prato'nun (2015) yapmış oldukları çalışmada, tatildayken eğlence amaçlı bisiklet kullanımı için kentsel bisiklet paylaşımını kullanan turistlerin niyetlerinin altında yatan davranış faktörlerini araştırmak amaçlanmıştır. Bu amaçla Kopenhag'daki (Danimarka) şehir içi bisiklet kiralama sisteminden yararlanma ihtimali olan 655 potansiyel turist örneklem olarak alınmıştır. Kişilere varsayımsal bir tatil senaryosu açıklanmış ve davranışları ölçülmeye çalışılmıştır. Sonuç olarak, sık sık ve çok amaçlı bisiklet kullanmaya olan büyük ilgi uyandırdığı, elektrikli bisikletlerin bisiklet teknolojisine yüksek ilgi duyan turistler için cazibe oluşturduğu ve son olarak bisiklet sürüş kolaylığı ve kolay ilerleme tanınması davranışların temel nedenlerini açıklamıştır. Bu sonuçlardan hareketle şehir içi bisiklet kiralama güzergahları düzenlenmiş bu sayede daha fazla bisiklet turizmine ilgi duyan turistlerin dikkatini çekmek amaçlanmıştır.

Aşan ve Akoğlan Kozak (2015) yapmış oldukları çalışmada bisiklet deneyiminin postmodern yanlarını ortaya koymayı amaçlamışlardır. Nitel araştırmada sonuç olarak bisiklet turizminde postmodern özelliklerinin, deneyimin çoğullaşması, aynışma ve öznel olarak özgünlüğün algılanması olduğunu saptamışlardır. Bu sonuçtan hareketle Türkiye'de bisiklet turizmine katılan kişilerin daha çok sosyalleşme ve etkinlik yapma anlamında tercih edildiği söylenebilir. Payne ve Dror (2015) ABD Kaliforniya'da bir tur güzergahı oluşturmak amacıyla yapmış oldukları çalışmada, bir bisikletçinin çıkış noktası, varış noktası, ziyaret etmek istediği yerler ve bisiklet konusundaki uzmanlıkları göz önüne bulundurulmuş ve bu değişkenlere göre, gece konaklamalı bir tur güzergahı planlanmıştır. Henüz çok yeni olan bu tarz çalışmalar turizm sektöründe irdelenip turistlere zaman avantajı sağlamak düşünülebilir.

Han, Meng ve Kim'in (2017) yapmış oldukları çalışmada turistlerin bisiklet turu anlamında karar verme sürecini araştırmışlardır. Çalışmaları sonucunda planlı davranış teorisini genişletmiş ve kendi modellerinin orijinal modelden daha üstün olduğunu tespit etmişlerdir. Sonuç olarak, bisikletle seyahat eden kişilerin karar verme sürecinin sürdürülemez alternatiflerin çekiciliğine göre daha etkili olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Çelik Uğuz ve Özbek (2018) tarafından Burhaniye Bisiklet Festivalinin ele alındığı ve bu festivalin Türkiye'ye ekonomik ve kültürel etkisinin ortaya

koyulmaya çalışıldığı araştırmada, bisiklet turizminde yaşanan değişim ve gelişmelerin ülke ekonomisine ve kültürüne olumlu katkı yaptığı tespit edilmiştir. Sağlam (2020) İzmir’de yapmış olduğu çalışmada bisiklet etkinliği katılımcılarının motivasyonlarını ve ilgilenimlerini incelemiş ve 451 katılımcıya ulaşmıştır. Sonuç olarak kişileri bisiklet turizmine yönelten motivasyon unsurlarını rahatlatma/kaçış, yetkinlik, sosyalleşme, macera/deneyimi ve meydan okuma olarak tespit etmiştir.

3. YÖNTEM

Bu araştırmanın amacı Türk turistlerin bisiklet turizmine katılma motivasyonlarının belirlenmesidir. Bu amaç doğrultusunda bisiklet turizmi motivasyonunda yer alan yapıların ortaya çıkarılması amaçlanmıştır. Araştırmanın bisiklet turistlerinin motivasyon unsurlarını belirlemek ve bu unsurlara göre turizm stratejileri belirlenmesine yardımcı olması açısından önemli olduğu düşünülmektedir.

Bisiklet turizmi motivasyonları diğer turizm motivasyonlarından farklı değildir. İlgili literatür incelendiğinde bisiklet turizmi motivasyonlarını inceleyen çalışmalarda da bu durum ifade edilmektedir (Ritchie vd., 2010; Ho vd., 2015; Fialho ve Eusebio, 2017). Bu çalışmada bisiklet turizmi motivasyonlarını belirlemek için veri toplama yöntemi olarak anket tekniğinden yararlanılmıştır. Anket iki bölümde oluşmaktadır. Birinci bölümde bisiklet turizmi motivasyonlarını belirlemeye yönelik beş dereceli Likert ölçeğinde yararlanılmıştır (1=Hiç katılmıyorum...5= Tamamen katılıyorum). Anketin ikinci kısmında ise kişilerin belirli özelliklerini (yaş, cinsiyet vb.) belirlemeye yönelik betimleyici sorular yer almaktadır. Birinci kısımda yer alan bisiklet turizmi motivasyonları daha önce bu konuyu farklı ülkelerde araştırmış olan Gibson ve Chang’ın (2012), Ritchie vd. (2010) ve Faulks ve Ritchie’nin (2008) çalışmalarından yararlanılarak hazırlanmıştır.

Araştırma evreni olarak 2018 yılında organize edilen Kale Çanakkale Bisiklet Turu Festivali katılımcıları oluşturmaktadır. Bu festival Çanakkale İl Kültür Turizm Müdürlüğü tarafından 2018’in Troya Yılı ilan edilmesinden dolayı desteklenmiştir (ÇKTB, 2020). Festival 24-25 Mart 2018 yılında gerçekleşmiştir. Yaklaşık 200’ü yabancı olmak üzere 5000 kişi festivale katılmıştır (Çanakkale TV, 2020). Bu evrenin seçilmesinin temel nedeni Türkiye’nin farklı yerlerinden festivale katılım olması ve şehir dışından gelen katılımcıların bisiklet turisti olarak değerlendirilebilmeleridir.

Araştırma verileri 23-26 Mart 2018 tarihleri arasında yüz yüze anket tekniği ile toplanmıştır. Kişilere anket gönüllü olarak katılmak isteyip istemedikleri sorulduktan sonra şehir dışından geldikleri tespit edilen yaklaşık 430 kişiye anket dağıtılmış ve bunlardan 382 tanesi geri toplanabilmiştir. Daha sonra veri girişi yapılırken 13 tanesinde eksik veri olduğu anlaşılmış ve analize dahil edilmemiştir. Dolayısıyla araştırma örnekleme 369 bisiklet turistinden oluşmaktadır. Elde edilen veriler istatistik programlarında analiz edilmiş, açıklayıcı ve doğrulayıcı faktör analizlerine tabi tutulmuştur.

4. BULGULAR

Araştırmada anket uygulanan bisiklet turistlerinin sosyo-demografik özellikleri ve bisiklet turizmine katılırken kullandıkları ulaşım türlerine ilişkin elde edilen bilgiler Tablo 1’de yer almaktadır. Araştırma grubunun yaklaşık % 80’ini erkeklerden oluşmaktadır. Katılımcıların yaklaşık % 41’i lisans ve %27’si de önlisans mezunudur. Katılımcıların yaş dağılımları incelendiğinde, % 36’sı 18-25 yaş aralığında ve % 30’u 26-35 yaş aralığında yer almaktadırlar. Gelir dağılımına bakıldığında yaklaşık % 33’ü aylık 2000-4000 TL arasında ve % 31 4001-6000 TL arasında gelir elde etmektedirler. Bisiklet turizmine katılırken kullanılan ulaşım araçları incelendiğinde yaklaşık % 50’si otobüs ve % 44’ü de kendi araçları ile etkinlik bölgesine ulaşım sağlamışlardır

Tablo 1: Katılımcıların Demografik Özellikleri

Yaş			Eğitim		
	N	%		N	%
18-25 yaş	134	36,3	Ortaöğretim	87	23,6
26-35 yaş	110	29,8	Önlisans	98	26,6
36-45 yaş	69	18,7	Lisans	151	40,9
46+ yaş	56	15,2	Lisansüstü	33	8,9
Gelir			Ulaşım Türü		
	%	N		N	%
2000-4000 TL	121	32,8	Otobüs	186	50,4
40001-6000 TL	113	30,6	Havayolu	3	0,8
6001-8000 TL	78	21,1	Tren	17	4,6
8001 + TL	57	15,5	Şahsi araç	163	44,2
Cinsiyet					
	N	%			
Kadın	74	20,1			
Erkek	215	79,9			

Araştırma verilerini analiz etmeden önce ölçeğin güvenilirlik değeri (Cronbach'ın Alfa değeri) ve verilerin normal dağılımı kontrol edilmiştir. Kullanılan ölçeğin Cronbach'ın Alfa katsayısı 0,70'in üzerinde bulunmuş ve verilerin normal dağılımı çarpıklık-basıklık değerleri ile kontrol edilmiştir. Ölçekte yer alan maddelerin çarpıklık-basıklık değerleri $\pm 1,5$ arasında yer almış ve araştırma verilerinin normal dağılım gösterdiği kabul edilmiştir (Tabachnick ve Fidell, 2013). Bu şartlar sağlandıktan sonra açıklayıcı faktör analizi (AFA) uygulanmıştır.

Bisiklet turizmi motivasyonları ölçeği için Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) değeri 0,941 olarak tespit edilmiş ve Bartlett'in küresellik testi sonuçları anlamlı çıkmıştır ($p < .001$; $\chi^2/df = 7466,592/406$). AFA'da 4 maddenin binişik madde olması, 5 maddenin faktör yükünün 0,50'nin ve bir maddenin de ortak varyans yük değerinin 0,50'nin altında olması sebebiyle analizden çıkarılmıştır. Geriye kalan 29 madde beş boyut altında toplanmış ve toplam açıklanan varyans yaklaşık % 68 olarak tespit edilmiştir.

Birinci boyut yedi maddeden oluşmakta ve varyansın % 15,717'sini açıklamaktadır. Bu boyut içerisinde yer alan maddeler doğal çevre ve kişisel rahatlama ile ilgili ifadeler olduğu için "**doğayı keşfetme ve rahatlama**" olarak adlandırılmıştır. İkinci boyut altı maddeden oluşmakta ve varyansın yaklaşık % 13,7'sini açıklamaktadır. Bu boyutta yer alan maddeler Faulks vd. (2008) ve Ritchie vd. (2010) çalışmalarında yetkinlik-ustalık boyutu altında yer aldığı için bu boyuta "**yetkinlik-ustalık**" boyutu olarak adlandırılmıştır. Üçüncü boyut da altı maddeden oluşmakta ve varyansın yaklaşık % 13,64'ünü açıklamaktadır. Bu boyutta yer alan maddelerin bir kısmı Faulks vd. (2008) çalışmasında entelektüellik olarak ifade edilmiş, Gibson ve Chang'ın (2012) çalışmasında yeni deneyim ve bilgi olarak ifade edilmiştir. Bu çalışmada da bu boyut "**yeni deneyim ve bilgi**" olarak adlandırılmıştır. Dördüncü boyut beş maddeden oluşmakta ve varyansın yaklaşık % 12,63'ünü açıklamaktadır. Bu boyutta yer alan maddeler Faulk vd. (2018) çalışmasında başkalarının saygısını kazanma olarak ifade edildiği bu alısmada "**saygınlık kazanma**" olarak adlandırılmıştır. Beşinci boyut da beş maddeden oluşmakta ve varyansın yaklaşık % 12,33'ünü açıklamaktadır. Bu boyut altında yer alan ifadeler yeni insanlar tanışma ve etkileşimde bulunma ilgili ifadelerdir. Bisiklet turizmi motivasyonlarını araştıran birçok yazar tarafından sosyalleşme olarak ifade edilmektedir (Faulks vd., 2008; Ritchie vd., 2010; Gibson ve Chang, 2012; Ho vd., 2015). Bu çalışmada da bu boyut "**sosyalleşme**" olarak adlandırılmıştır.

Açıklayıcı faktör analizinden sonra ortaya çıkan yapılar doğrulayıcı faktör analizi (DFA) ile de sınanmıştır. Ortaya çıkan beş yapıyı bisiklet turizmi motivasyonlarının DFA ile test edilerek güvenilirlik ve geçerlilikleri kontrol edilmiştir. DFA’da doğayı keşfet ve rahatlama boyutunda yer alan “MU2” ve saygınlık kazanma boyutu altında yer alan “MU37” maddelerinin yük değerleri 0,50’nin altında olduğu için modelden çıkarılmıştır (Wixom ve Watson, 2001). DFA analizinde öncelikle araştırma verilerinin ölçüm modeline uyumu bazı uyum iyilikleri ile kontrol edilmiştir. Literatürde farklı yazarlar tarafından farklı uyum iyiliği değerleri kullanılmaktadır. Hooper vd. (2008) ifade ettiği gibi en çok χ^2 /df , SRMR, RMSEA, TLI ve CFI değerleri ile uyum iyilikleri kontrol edilmektedir. O yüzden bu çalışmada da farklı Tablo 3’ün altında yer alan uyum iyilikleri ile kontrol yapılmıştır. NFI değeri kabul edilebilir değere yakın bir değere sahip ve onun dışındaki değerlerin kabul edilen aralıklarda oldukları için araştırma verilerinin ölçüm modeline iyi uyum sağladığı söylenebilir (Hair vd. 2010; Awang vd. 2012).

Tablo 2: Bisiklet Turizmi Motivasyonlarının AFA Sonuçları

Maddeler	AFA Faktör yükleri					OVY
	<i>Doğayı Keşfetme - Rahatlama</i>	<i>Yetkinlik - Uсталık</i>	<i>Yeni Deneyim - Bilgi</i>	<i>Saygınlık Kazanma</i>	<i>Sosyalleşme</i>	
MU39	,792					,677
MU13	,785					,739
MU1	,744					,632
MU6	,742					,667
MU21	,616					,598
MU7	,609					,677
MU2	,584					,514
MU26		,741				,729
MU25		,720				,732
MU23		,694				,742
MU34		,642				,629
MU35		,638				,597
MU22		,610				,661
MU9			,739			,721
MU16			,738			,780
MU11			,681			,666
MU10			,673			,632
MU17			,665			,646
MU20			,598			,583
MU36				,775		,737
MU4				,760		,668
MU5				,737		,696
MU38				,701		,665
MU37				,546		,613
MU15					,800	,813
MU14					,743	,779
MU18					,702	,771
MU3					,677	,624
MU27					,600	,734
Aritmetik Ortalama	4,33	3,73	3,70	2,85	3,56	
Cronbach's α	,875	,886	,895	,836	,909	
Özdeğer	4,558	3,974	3,955	3,661	3,575	
Açıklanan Varyans (%)	15,717	13,705	13,637	12,623	12,327	
Toplam Açıklanan V. (%)	15,717	29,422	43,058	55,682	68,008	
Kaiser-Meyer-Olkin Örneklem Yeterliliği Testi						.941
Bartlett'in Küresellik Testi						Yaklaşık ki-kare: 7466,592 sd:406 sig: p<.001

Note: Varimax Rotation, Temel Bileşenler Analizi; OVY=ortak yük değeri

Tablo 3: Bisiklet Turizmi Motivasyonları DFA Sonuçları

Yapılar ve Maddeler	\bar{x}	γ	Hata δ	t-değeri	p				
Doğayı Keşfetme ve Rahatlama	4,41								
MU39- Doğayla iç içe olmak	4,53	,740	,452	λ 1'e sabit					
MU21- Günlük faaliyetlerin oluşturduğu telaş ve koşuşturmadan uzaklaşmak	4,16	,690	,524	12,626	***				
MU13- Zihinsel olarak rahatlama	4,47	,838	,298	15,810	***				
MU7- Fiziksel olarak rahatlama	4,37	,785	,384	14,387	***				
MU6- Yeni yerler keşfetmek	4,49	,758	,425	16,525	***				
MU1- Manzaranın tadını çıkarmak	4,39	,694	,518	13,129	***				
Yetkinlik-Ustalık	3,73								
MU20- Bisiklet sürücülüğünde iyi olmak	3,75	,679	,539	λ 1'e sabit					
MU17- Bisiklete binme becerimi ve yeteneğimi geliştirmek	3,81	,747	,442	15,285	***				
MU16- Fiziksel beceri ve yetenekler geliştirmek	3,91	,874	,236	14,413	***				
MU11- Yeteneklerime meydan okumak	3,21	,700	,510	12,225	***				
MU10- Fiziki görünümümü geliştirmek	3,61	,709	,497	12,202	***				
MU9- Fiziksel yeteneklerimi kullanmak	4,05	,791	,374	13,375	***				
Yeni Deneyim ve Bilgi	3,70								
MU35- Yaratıcı olmak	3,37	,630	,603	λ 1'e sabit					
MU34- Hayal gücümü kullanmak	3,50	,666	,556	16,235	***				
MU26- Merakımı gidermek	3,62	,818	,331	12,736	***				
MU23- Bilgimi genişletmek	3,88	,825	,319	12,582	***				
MU22- Etrafımdaki şeyleri öğrenmek	3,99	,745	,445	11,552	***				
MU25- Yeni fikirleri keşfetmek	3,84	,843	,289	12,959	***				
Saygınlık Kazanma	2,65								
MU38- Düşüncelerimi, duygularımı veya fiziksel becerilerimi başkalarına açıklamak	2,92	,819	,329	λ 1'e sabit					
MU36- Başkalarının saygısını kazanmak	2,60	,854	,271	16,804	***				
MU4- Tehlikeyi tatmak	2,43	,725	,474	14,657	***				
MU5- Sosyal prestij kazanmak	2,66	,938	,120	14,962	***				
Sosyalleşme	3,56								
MU27- Yakın arkadaşlıklar geliştirmek	3,42	,843	,289	λ 1'e sabit					
MU18- Başkalarıyla arkadaşlık kurmak	3,47	,897	,195	21,720	***				
MU15- Yeni ve farklı insanlarla tanışmak	3,73	,822	,324	18,579	***				
MU14- Başkalarıyla etkileşim kurmak	3,69	,812	,341	18,273	***				
MU3- Yerel insanlarla etkileşime geçmek	3,40	,666	,556	14,057	***				
	χ^2	df	χ^2/df	SRMR	RMSEA	NFI	IFI	TLI	CFI
Kabul değerleri			≤ 5	$<,08$	$<,08$	$\geq,90$	$\geq,90$	$\geq,90$	$\geq,90$
Ölçüm Modeli	777,345	307	2,532	,0624	,065	,894	,933	,923	,933
NOT: Kabul edilebilir uyum değerleri Hair vd. (2010) ve Awang'in (2012) çalışmalarında ifade edilen değerlerden oluşturulmuştur.***=p<.001									

Bisiklet turizmi motivasyonları ölçüm modeline ilişkin DFA sonuçları ve yer alan maddelere ait aritmetik ortalamalar Tablo 3'te yer almaktadır. DFA sonucunda uyum iyiliği değerleri göz önüne alındığında, beş yapıdan ve 27 maddeden oluşan ölçüm için gözlenen değişkenlerin, gizil değişkenleri anlamlı bir şekilde açıkladığı ortaya çıkmıştır. Turistlerin bu motivasyonlara katılım düzeyleri değerlendirildiğinde doğayı keşfetme ve rahatlama boyutuna 4,41 ortalama ile en yüksek katılım olduğu görülmüştür. Yetkinlik-ustalık boyutuna katılım 3,73; yeni deneyim ve bilgi boyutuna katılım 3,70; ve sosyalleşme boyutuna katılım düzeyi 3,56 seviyesinde ortaya çıkmıştır.

Bisiklet turizmi motivasyonlarından en düşük katılım gösterilen boyut 2,65 ortalama ile saygınlık kazanma boyutu olmuştur.

Tablo 4'te ölçüm modelinde yer alan yapıların korelasyon, AVE (average variance extracted), CR (composite reliability) ve Cronbach'ın Alfa (α) değerleri yer almaktadır. İç tutarlılık AVE, CR ve α değerlerine bakılarak kontrol edilmiştir. Bisiklet turizmi motivasyonları ölçüm modelinin benzeşim ve ayırım geçerlilikleri değerlendirilmiştir. Ölçüm modelindeki yapıların güvenilirliği için AVE değeri 0,50'den, CR ve α değerlerinin 0,70'ten büyük olmalıdır (Fornell ve Larcker, 1981; Hair vd. 2010). Bu koşul yerine getirildiği için araştırma modeli güvenilirliğini sağlamıştır. Benzeşim geçerliliği için Hair vd. (2010) belirttiği gibi AVE değerinin 0,50'den ve CR değerinin de AVE değerinden ($CR > AVE$; $AVE > 0,5$) büyük olması şartı aranır ve Tablo 4'e bakıldığında ölçüm modelinde yer alan beş yapı bu koşulu sağlamaktadır. Ayırım geçerliliğinde ise bir boyutun AVE değerinin kare kökünün yapılar arasındaki en yüksek korelasyon değerinden büyük ve her bir yapının AVE değerinin en yüksek korelasyon değerinin karesinden (MSV) büyük olması gerekir (Fornell ve Larcker, 1981). Ayırım geçerliliği de sağlandığı için araştırma modelinde kullanılan yapıların güvenilirliği ve geçerliliği sağlanmıştır.

Tablo 4: Korelasyon, Güvenilirlik ve Geçerlilik Sonuçları

<i>Boyutlar</i>		<i>r</i>	<i>CR</i>	<i>AVE</i>	<i>MSV</i>	<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>
1	Doğayı keşfetme ve rahatlama	,886	,886	,566	,464	,752				
2	Yetkinlik ve ustalık	,886	,887	,567	,537	,621	,756			
3	Yeni deneyim ve bilgi	,895	,890	,576	,534	,681	,713	,760		
4	Saygınlık kazanma	,872	,903	,701	,356	,199	,561	,512	,837	
5	Sosyalleşme	,909	,905	,659	,537	,534	,733	,731	,597	,812

NOT: Tablodaki $AVE = \frac{\sum \lambda^2}{\sum \lambda^2 + \sum \epsilon}$ ve $CR = \frac{(\sum \lambda)^2}{(\sum \lambda)^2 + \sum \epsilon}$ formülleriyle hesaplanmıştır.

Maximum Shared Variance (MSV): Boyutlar arasındaki en büyük korelasyon değerinin karesi

Beş gizil ve 27 gözlenen değişkenle test edilen birinci düzey yapıya "bisiklet turizmi motivasyonları" ikinci düzey gizil değişkeni eklenerek tekrar DFA yapılmıştır. Tablo 5'in altında görüldüğü gibi uyum iyiliği değerleri kabul edilebilir değerler içerisinde yer almış araştırma verilerinin ölçüm modeline iyi uyum sağladığı görülmüştür. II. Düzey DFA sonuçlarına ilişkin değerler Tablo 5'te yer almaktadır. Yol katsayılarına ve t-değerlerine göre bisiklet turizmi motivasyonunu açıklamada etki boyutları değerlendirildiğinde en çok etkili olan boyut yeni deneyim ve bilgi ($R^2=0,743$) olmuştur. Bu boyuta yakın seviyede etkisi diğer iki boyut ise sırasıyla yetkinlik-ustalık ($R^2=0,737$) ve sosyalleşme ($R^2=0,73$) boyutları olmuştur. Doğayı keşfetme ve rahatlama ($R^2=0,456$) turist motivasyonlarını etkilemede dördüncü sıradayken en az etkili olan boyut ise saygınlık kazanma ($R^2=0,344$) boyutu olmuştur.

Tablo 5. Bisiklet Turizmi Motivasyonları II. Düzey DFA

II. Düzey Değişken	I. Düzey Değişkenler	γ	Hata δ	t-değeri	R^2	p
Bisiklet Turizmi Motivasyonu	Doğayı keşfetme ve rahatlama	,675	,544	λ 1'e sabit	,456	***
	Yetkinlik ve ustalık	,859	,262	9,049	,737	***
	Yeni deneyim ve bilgi	,862	,257	8,868	,743	***
	Saygınlık kazanma	,587	,655	7,770	,344	***

	Sosyalleşme			,856	,267		9,901	,733	***
	χ^2	df	χ^2/df	SRMR	RMSEA	NFI	IFI	TLI	CFI
Kabul değerleri			≤ 5	<,08	<,08	$\geq .90$	$\geq .90$	$\geq .90$	$\geq .90$
II. Düzey Ölçüm	851,896	312	2,730	,0769	,069	,884	,923	,913	,923

NOT: Kabul edilebilir uyum değerleri Hair vd. (2010) ve Awang'in (2012) çalışmalarında ifade edilen değerlerden oluşturulmuştur.***=p<.001

5. SONUÇ

Turizm sektörü özellikle gelişmekte olan ülkeler açısından ekonomik ve sosyal faydası en yüksek sektörlerden biridir. Ancak sektörün doğası gereği ve uluslararası seyahat imkanlarının artmasıyla birlikte gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler kıyasıya rekabet içerisindedirler. Dolayısıyla uluslararası turizm hareketlerindeki artışa rağmen turizm pazarından pay alabilmek gittikçe zorlaşmaktadır. Yeni turizm eğilimleri ile birlikte son yıllarda bisiklet turizmine katılanların sayısı artmakta ayrı bir turizm pazarı oluşmaktadır. Hamilton ve Wichman (2018) bisiklet turizminin doğal ortam üzerindeki baskısının az olduğunu katma değeri yüksek bir ürün olduğunu ifade etmektedir. Zhou vd. (2020) bu turizm akımını anlayan ve istekleri doğrultusunda ürün geliştiren destinasyonların başarı şansının yüksek olduğunu ifade etmektedir. Bisiklet turistlerine yönelik ürün hazırlamak ve destinasyonları bisiklet turizmi açısından konumlandırmak isteyen ülkelerin bisiklet turistlerinin seyahat motivasyonlarını anlamaları ve pazarlama ve tanıtım faaliyetlerini bu motivasyonlar üzerinden geliştirmeleri gerekmektedir.

Türkiye'de bisiklet turizmine yönelik araştırmaların sayısı görece az olmakla birlikte bu pazara yönelik yapılan yatırımlar henüz olgunlaşmamıştır. Bu çalışmada bisiklet turistlerinin seyahat motivasyonları araştırılmıştır. Bisiklet festivaline katılan kişiler üzerinden yapılan bu çalışma sonuçları genellemek mümkün olmasa da mevcut örneklem üzerinden bisiklet turistlerinin seyahat motivasyonları tespit edilmiş ve anlamlı sonuçlara ulaşılmıştır. Bu açıdan ilgili literatüre katkı sunması beklenmektedir.

Elde edilen sonuçlar doğrultusunda bisiklet motivasyonları beş boyutlu bir yapıda ortaya çıkmıştır. Yetkinlik-ustalık, sosyalleşme ve yeni deneyim ve bilgi boyutları bisiklet turistlerinin seyahat motivasyonlarını en güçlü açıklayan boyutlar olmuştur. Faulks vd. (2008), Ritchie vd. (2010), Gibson ve Chang'ın (2012) ve Sağlam (2020) çalışmalarında da en önemli seyahat motivasyonları olarak ele alınmıştır. Özellikle sosyalleşme boyutu bisiklet turistleri için farklı çalışmalarda da önemli seyahat motivasyonları olarak değerlendirilmiştir (Ho vd., 2015; Kruger vd., 2016; Sağlam, 2020). Daha sonra doğayı keşfetme ve rahatlama boyutu bisiklet turizminin önemli seyahat motivasyonu boyutlarında yer almıştır. Bisiklet turistlerinin doğada bisiklet turu yapmaları, farklı yerleri keşfetmeleri, rutinden kaçıp fiziksel ve zihinsel olarak dinlenmek istedikleri görülmektedir. Bu boyutun diğer turizm türlerindeki seyahat motivasyonlarıyla örtüştüğü görülmektedir. Çalışmada turistlerin en yüksek katılım gösterdiği boyut olmuştur. Saygınlık kazanma boyutu ise bu boyutlar içerisinde bisiklet turizmi motivasyonlarında en düşük etkisi olan boyut olarak çıkmıştır. Turistlerin katılım düzeylerinin de en düşük olduğu boyuttur. Ancak Faulks vd. (2008) çalışmalarında olduğu gibi bu amaçla da seyahat eden kişilerin olduğu ve güçlü bir şekilde olmasa da seyahat motivasyonları içerisinde yer aldığı görülmüştür.

Bu çalışmanın önemli kısıtlarından biri araştırmanın evrenidir. Araştırma Çanakkale'de bisiklet turu festivaline katılan şehir dışından gelen katılımcılar üzerinde yapılmıştır. Bu çalışmada anlamlı sonuçlar elde edilse de daha sonra yapılacak çalışmalarda evrenin ve örneklemin

genişletilerek genellenebilir sonuçlara ulaşmak mümkün olabilir. Sonraki çalışmalarda destinasyon temelli değerlendirmeler yapılarak önem-performans üzerinden değerlendirmeler yapmak mümkün olabilir. Son olarak destinasyon yöneticilerinin gerek yerel yönetimler gerek ise merkezi yönetimler olmak üzere çalışmada ortaya konulan motivasyon unsurlarını baz alıp destinasyon planlamaları yapmaları, destinasyon tercihi açısından önemli olacaktır.

KAYNAKÇA

- Adventure Cycling Association (ACA), (2021). <https://www.adventurecycling.org/15.01.2021>
- Akoğlan Kozak, M., & Bahçe, A. S. (2009). *Özel ilgi turizmi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Albayrak, A. (2013). *Alternatif Turizm*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Ardahan, F. & Mert, M. (2014). Bireyleri bisiklet kullanmaya motive eden faktörler ölçeğinin geliştirilmesi ve Türk popülasyonu için güvenilirlik geçerlilik çalışması. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 2(1), 409-427.
- Aşan, K. & Akoğlan Kozak, M. (2015). Postmodern turist deneyimi ve bisiklet turizmi. *International Journal of Eurasia Social Sciences*, 6 (21), 265-288.
- Awang, Z. H. (2012). *A Handbook on SEM: Structural Equation Modeling* (4th ed.). Kualalumpur: Centre For Graduate Studies, University Teknologi MARA Kelantan.
- Çelik Uğuz, S. & Özbek, V. (2018). Destinasyon sadakatini etkileyen faktörler: bisiklet turizmi ve Burhaniye bisiklet festivali örneği. *International Review of Economics and Management*, 6(2), 84-102.
- Douglas, N., Douglas, N., & Derrett, R. (2001). *Special interest tourism*. Wiley: Pennsylvania Devlet Üniversitesi.
- Faulks, P. (2010). *Motivations and serious leisure careers of bicycle tourists participating in big rides* (Doctoral thesis). Australia: University of Canberra.
- Faulks, P., Ritchie, B. & Fluker, M. (2007). *Cycle Tourism in Australia: An Investigation into its Size and Scope*. Gold Coast: Sustainable Tourism Cooperative Research.
- Faulks, P., Ritchie, B., & Dodd, J. (2008, December). *Bicycle tourism as an opportunity for re-creation and restoration? Investigating the motivations of bike ride participants*. Paper presented at the New Zealand Tourism and Hospitality Research Conference, Hanmer Springs, New Zealand.
- Fialho, A. R., & Eusebio, C. (2017). Motivations and travel behavior of cycling tourists: a youth market analysis. *Revista Turismo & Desenvolvimento (RT&D)*, 27 (28), 2073-2084.
- Fornell, C., ve Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39-50.
- Gibson, H., & Chang, S. (2012). Cycling in mid and later life: Involvement and benefits sought from a bicycle tour. *Journal of Leisure Research*, 44 (1), 23-51.
- Hair, J., Anderson, R., Tatham, R. ve Black, W. (2010). *Multivariate data analysis: a global perspective* (7th ed.). UpperSaddleRiver, NJ: PearsonPrentice-Hall.
- Hamilton, T. L., & Wichman, C. J. (2018). Bicycle infrastructure and traffic congestion: Evidence from DC's capital Bikeshare. *Journal of Environmental Economics and Management*, 87, 72-93.
- Han, H., Meng, B. & Kim, W. (2017). Emerging bicycle tourism and the theory of planned behavior. *Journal of Sustainable Tourism*, 25(2), 292-309.

- Ho, C-l., Liao, T-Y., Huang, S-C., & Chen, H-M. (2015). Beyond environmental concerns: using means–end chains to explore the personal psychological values and motivations of leisure/recreational cyclists. *Journal of Sustainable Tourism*, 23 (2), 234-254.
- Çanakkale TV (2020, 16 Eylül), Bisiklet Turu Festivali haberi, Erişim adresi: <https://www.canakkaletv.com.tr/turkiye-nin-en-buyuk-bisiklet-festivali-kale-canakkale-bisiklet-festivali-yapildi/7768/>
- ÇKTB-Çanakkale İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü (2020, 20 Eylül) Erişim adresi: <https://canakkale.ktb.gov.tr/TR-210862/2018-troya-yili.html>
- Kaplan, S., Manca, F., Nielsen, T. & Prato, C. (2015). Intentions to use bike-sharing for holiday cycling: An application of the theory of planned behavior. *Tourism Management*, 47, 34-46.
- Kruja, D., & Gjyzezi, A. (2011). The special interest tourism development and the small regions. *International Scientific Journal* , 77-89.
- Lamont, M. (2009). *Independent bicycle tourism in Australia: a whole tourism systems analysis* (Doctoral thesis). Lismore, NSW: Southern Cross.
- Lee, C-F. & Huang, H-I. (2014). The attractiveness of Taiwan as a bicycle tourism destination: a supply-side approach. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 19(3), 273-299.
- Lumsdon, L. (1996). *Cycle tourism in Britain*. Insights Press, 27-32.
- Nickerson, N. P., Jorgenson, J. D., Berry, M., Kwenye, J., Kozel, D. & Schutz. A. (2014). Bicycle tourism: providing economic development opportunities for Montana. *Institute for Tourism and Recreation Research Publications*, 3-7.
- Payne, K. & Dror, M. (2015). Multi-day bicycle tour route generation. *Journal of Quantitative Analysis in Sports*, 11(2), 85-96.
- Piket, P., Eijgelaar, E. & Peeters, P. (2013). European cycle tourism: a tool for sustainable regional rural development. *Applied Studies in Agribusiness and Commerce*, 7 (2-3), 1-5.
- Pratte, J. (2006). *Bicycle tourism: on the trail to economic development*. (Ed.) B. Hallman, J. Gardiner ve D. Blair, Prairie Perspectives: Geographical Essays. Canada: University of Winnipeg Printing Services.
- Ritchie, B. W., Tkaczynski, A., & Faulks, P. (2010). Understanding the motivation and travel behavior of cycle tourists using involvement profiles. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 27 (4), 409-425.
- Ritchie, B., Tkaczynski, A. & Faulks, P. (2010). Understanding the motivation and travel behavior of cycle tourists using involvement profiles. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 27(4), 409-425.
- Sağlam, M. C. (2020). *Bisiklet etkinliği katılımcılarının motivasyonları ve ilgilenimleri: izmir ili üzerine bir çalışma* (Yüksek Lisans Tezi). İzmir Katip Çelebi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Tabachnick, B. ve Fidell, L. (2013). *Using multivariate statistics* (6. Ed.). Boston: Pearson.
- Tanrısevdi, A., & Çavuş, Ş. (2003). Özel ilgi turizmi ve özel ilgi turizmi kapsamında kuşadası ve çevresinde var olan potansiyel kaynaklar. *Anatolia; Turizm Araştırma Dergisi* , 9-22.
- Trauer, B. (2006). Conceptualizing special interest tourism frameworks for analysis. *Tourism Management* , 187.
- Zhou, B., Liu, T., Ryan, C., Wang, L. E., & Zhang, D. (2020). The satisfaction of tourists using bicycle sharing: a structural equation model-the case of Hangzhou, China. *Journal of Sustainable Tourism*, 28 (7), 1063-1082.

Ek-1: AFA ve DFA sonucunda çıkarılan maddeler

AFA SONUCUNDA ÇIKARILAN MADDELER

- MU8- Fiziksel olarak formda kalmak
- MU12- Yeni şeyleri keşfetmek
- MU19- Stres ve gerginliği gidermek
- MU24- Aktif olmak
- MU28- Kendim hakkında bilgi edinmek.
- MU29- Yavaşlamak için
- MU30-Dinlenmek
- MU31-Zamanımı değiştirmek
- MU32-Sosyal olarak yetkin ve yetenekli olmak i
- MU33- Bir aidiyet duygusu kazanmak

DFA SONUCUNDA ÇIKARILAN MADDELER

- MU2- Kalabalıktan kaçmak
- MU37- Çünkü bazen yalnız olmayı sevdiğim için

Ek-2: Araştırma Sonucunda Ortaya Bisiklet Turizmi Motivasyonları

Doğayı Keşfetme ve Rahatlama
MU39- Doğayla iç içe olmak
MU21- Günlük faaliyetlerin oluşturduğu telaş ve koşuşturmadan uzaklaşmak
MU13- Zihinsel olarak rahatlamak
MU7- Fiziksel olarak rahatlamak
MU6- Yeni yerler keşfetmek
MU1- Manzaranın tadını çıkarmak
Yetkinlik-Ustalık
MU20- Bisiklet sürücülüğünde iyi olmak
MU17- Bisiklete binme becerimi ve yeteneğimi geliştirmek
MU16- Fiziksel beceri ve yetenekler geliştirmek
MU11- Yeteneklerime meydan okumak
MU10- Fiziki görünümümü geliştirmek
MU9- Fiziksel yeteneklerimi kullanmak
Yeni Deneyim ve Bilgi
MU35- Yaratıcı olmak
MU34- Hayal gücümü kullanmak
MU26- Merakımı gidermek
MU23- Bilgimi genişletmek
MU22- Etrafımdaki şeyleri öğrenmek
MU25- Yeni fikirleri keşfetmek
Saygınlık Kazanma
MU38- Düşüncelerimi, duygularımı veya fiziksel becerilerimi başkalarına açıklamak
MU36- Başkalarının saygısını kazanmak
MU4- Tehlikeyi tatmak
MU5- Sosyal prestij kazanmak
Sosyalleşme
MU27- Yakın arkadaşlıklar geliştirmek
MU18- Başkalarıyla arkadaşlık kurmak
MU15- Yeni ve farklı insanlarla tanışmak
MU14- Başkalarıyla etkileşim kurmak
MU3- Yerel insanlarla etkileşime geçmek