



**DOĞA TEMELLİ ETKİNLİKLERE KATILANLARIN İÇSEL
MOTİVASYONLARI İLE GELECEKTEKİ DAVRANIŞSAL NİYETİ
ARASINDAKİ İLİŞKİNİN BELİRLENMESİ**

**Determining the Relationship Between Internal Motivations and Future
Behavioral Intention of Participants in Nature-Based Activities**

Sıla KARACAOĞLU

Dr. Öğr. Üyesi, Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi Uygulamalı Bilimler Fakültesi-Turizm
Rehberliği Bölümü



sila.karacaoglu@bilecik.edu.tr
<https://orcid.org/0000-0001-7724-2188>

Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi-
Journal of Ağrı İbrahim Çeçen University Social Sciences Institute-
AİCUSBED 7/2 Ekim/October 2021 / Ağrı

ISSN: 2149-3006

e-ISSN: 2149-4053

Makale Türü- <i>Article Types</i> :	Araştırma Makalesi
Geliş Tarihi- <i>Received Date</i> :	14.07.2021
Kabul Tarihi- <i>Accepted Date</i> :	01.08.2021
Sayfa- <i>Pages</i> : 81-109	https://doi.org/10.31463/aicusbed.971249



<http://dergipark.gov.tr/aicusbed>

This article was checked by

iThenticate®



DOĞA TEMELLİ ETKİNLİKLERE KATILANLARIN İÇSEL MOTİVASYONLARI İLE GELECEKTEKİ DAVRANIŞSAL NİYETİ ARASINDAKİ İLİŞKİNİN BELİRLENMESİ

Determining the Relationship Between Internal Motivations and Future Behavioral Intention of Participants in Nature-Based Activities

Sıla KARACAOĞLU

Öz

Bireylerin doğa temelli etkinliklere katılım nedenlerinin anlaşılmasının ve bu etkinliklere ilişkin gelecekteki davranışlarının tahmin edilmesinin doğa temelli turizm pazarında hizmet sunan paydaşlar açısından önemli olduğu düşünülmektedir. Buradan hareketle çalışmanın iki amacı bulunmaktadır. Birinci amaç; doğa temelli etkinliklere katılanların içsel motivasyonlarının (rahatlama, sosyalleşme, heyecan, öz saygı ve kendini gerçekleştirme) davranışsal niyeti yordama durumunu tespit etmektir. Alt amaç ise doğa temelli etkinliklere katılanların davranışsal niyetlerini etkileyen sosyo-demografik unsurların (yaş, cinsiyet, medeni durum, eğitim seviyesi ve hane halkının gelir durumu) belirlenmesidir. Söz konusu amaçlardan hareketle nicel veri toplama yöntemlerinden anket tekniği kullanılarak veriler toplanmıştır. Çevrimiçi anket, 18 Haziran 2021-10 Temmuz 2021 tarihlerinde Eskişehir’de bulunan çeşitli doğa gruplarındaki 18 yaş ve üzeri 397 gönüllü kişiye kolayda örnekleme tekniğiyle uygulanmıştır. Veri analizinde tanımlayıcı istatistiklerin yanı sıra, doğrulayıcı faktör analizi, çoklu doğrusal regresyon analizi ve çeşitli değişkenler arasındaki karşılaştırmaları ortaya koymak için fark analizleri kullanılmıştır. Analizlerden elde edilen bulgular “rahatlama”, “sosyalleşme”, “öz saygı” ve “kendini gerçekleştirme” olmak üzere dört içsel motivasyon unsurunun davranışsal niyeti yordadığını; “heyecan” ın ise davranışsal niyetin anlamlı bir yordayıcısı olmadığını göstermektedir. Ayrıca, sosyo-demografik özellikler arasından sadece cinsiyet değişkeninin davranışsal niyeti etkilediği, erkek katılımcıların gelecekteki doğa temelli etkinliklere yönelik davranışsal niyetlerinin kadın katılımcılara göre daha yüksek olduğu bulgusuna da erişilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Doğa Temelli Turizm, İçsel Motivasyonlar, Gelecekteki Davranışsal Niyet, Doğa Grupları Üyeleri, Eskişehir.

Abstract

It is believed that comprehending the reasons for individuals’ participation in nature-based activities and predicting their future behaviors regarding these activities are vital for the stakeholders serving in the nature-based tourism market. In this context, there are two aims of the study. The main aim of this study is to determine

whether the intrinsic motivations (relaxation, socialization, excitement, self-esteem, and self-actualization) of those participating in nature-based activities can be utilized to predict the behavioral intention. The sub-aim is to determine the sociodemographic factors (age, gender, marital status, education level and income status of the household) that affect the behavioral intentions of the participants in nature-based activities. Based on these aims, data were collected using the survey technique which is one of the quantitative data collection methods. The online questionnaire was applied to 397 volunteers aged 18 and over from various nature groups in Eskişehir using the convenience sampling technique between 18 June 2021 and 10 July 2021. In data analysis, in addition to descriptive statistics, confirmatory factor analysis, multiple linear regression analysis, and variance analysis were used to determine the difference between various variables. The findings obtained from the analyzes indicate that four intrinsic motivation factors, namely “relaxation”, “socialization”, “self-esteem” and “self-actualization” predict behavioral intention; and that “excitement” is not a significant predictor of behavioral intention. In addition, it was also found that among the socio-demographic characteristics, only the gender variable affects behavioral intention, and that male participants’ behavioral intentions towards future nature-based activities are higher than female participants.

Key Words: Nature-Based Tourism, Internal Motivations, Future Behavioral Intention, Members of Nature Groups, Eskişehir.

Giriş

Kitle turizminin yarattığı olumsuz etkilerin ortaya çıkmasıyla beraber, 1990’lı yıllardan itibaren pek çok ülke sürdürülebilir turizm gelişimini sağlayacak alternatif turizm çeşitleri olan doğa temelli turizm, ekoturizm, yeşil turizm, kırsal turizm, düşük etkili turizm, yumuşak turizm, sorumlu turizm, adil turizm, gönüllü turizm, yoksul odaklı turizm ve toplum temelli turizm gibi niş pazarlara yönelmiştir. Doğa temelli turizm, yılda %10-12 büyüme oranıyla bu sektörde en hızlı ve istikrarlı büyüyen pazarlardan biridir (Iversen, Hem ve Mehmetoğlu, 2016). Ayrıca, doğa temelli turizme yönelik talep, bu turizm türünün doğal olanaklar açısından zengin bölgelerde ekonomik bir çeşitlendirme aracı olarak gelişmesi için fırsatlar da yaratmaktadır (Fredman ve Tyrväinen, 2010). Çeşitli doğal kaynaklara sahip ülkeler, doğal çevrenin tahrip edilmesinden kaçınırken ekonomik kalkınmayı devam ettirmenin nispeten sürdürülebilir bir yolu olarak kabul edilebilecek doğa temelli turizmin gelişmesine büyük önem vermektedirler (Chow, Cheng ve Cheung, 2019).

Doğa temelli turizm kavramı ile ilgili üzerinde fikir birliğine varılmış net bir tanım bulunmamaktadır. İlgili literatürde doğa temelli turizm; “eğitim, eğlence ve genellikle macerayı birleştiren bir doğa seyahati” (Laarman ve Durst, 1987), “esas olarak nispeten rahatsız edilmemiş doğaya ait unsurlardan

doğrudan yararlanma” (Valentine, 1992), “korunan doğal alanlar ve destinasyonlarda gerçekleştirilen seyahatler” (Lang ve O’Leary, 1997), “doğal alan ve çevrelerin korunmasına odaklanan ve bu alanlarda gerçekleştirilen turizm” (Newsome, Moore ve Dowling, 2002), “doğrudan doğal çevreye bağlı etkinliklerin gerçekleştiği turizm türü” (Mehmetoglu, 2007), “kişinin ikameti dışındaki doğal alanlarda zaman geçirmesi” (Fredman ve Sandell, 2009) ve “doğal olanaklar açısından zengin alanlarda gerçekleştirilen faaliyetler” (Lundmark ve Müller, 2010) ile ilişkilendirilmektedir. Tanımlar incelendiğinde doğa temelli turizme ilişkin ortak noktanın turizm deneyiminin üretiminde doğal unsurlarını içermesi ve açık hava rekreasyonlarına dayanması olduğu söylenebilir. Bunun yanı sıra, katılımcıların etkinliği gerçekleştirmek için özel ilgi ve bazı becerilere sahip olmaları ve özel ekipmanlar kullanmaları gerekebilir (Tangeland ve Aas, 2011; Tangeland, Aas ve Odden, 2013). Ayrıca, literatürde ekoturizm ile doğa temelli turizm özü itibarıyla doğa ile uyumlu olarak gerçekleşen turizm çeşitleri olduğundan kimi yazarlar tarafından eş anlamlı olarak da kullanılmaktadır (Boo, 1990; Eagles 1992; Wight 1993; Orams, 1995).

Genel olarak sürdürülebilir turizm türlerine yönelik olarak gerçekleştirilen çalışmalar incelendiğinde sektördeki mevcut büyümeye de paralel olarak olgunun hem arz hem de talep yönlerinin araştırıldığı görülmektedir. Arz tarafında gerçekleştirilen araştırmalar destinasyonun temelini oluşturan doğal kaynaklar (dağlar, göller, nehirler, ormanlar, sahiller vb.) ile bu kaynakların erişimini ve sunumunu sağlayan diğer ürünler ve hizmetleri (ulaşım, konaklama, ziyaretçi merkezleri, turist rehberleri vb.) kapsamaktadır (Fredman ve Tyrväinen, 2010). Talep yönlü çalışmalarda ise turistlerin seyahat kararı vermesinde etkili olan demografik özellikler ile psikolojik/içsel unsurlar (tercihler, motivasyonlar, tutumlar, davranışlar vb.) incelenmektedir (Hultman, Kazemina ve Ghasemi, 2015). Başka bir ifadeyle, turistlerin karar verme süreci hem kendi iç özelliklerinden hem de dış ortamdan etkilenmektedir.

Davranışın temel belirleyicilerini anlamak, sosyal bilimlerdeki birçok teorisyenin birincil hedefidir (Shieh ve Wang, 2012). Bu bağlamda önceki birçok çalışma turistlerin motivasyonları ile davranışsal niyetleri arasındaki ilişkiyi anlamaya çalışarak etkili pazarlama araçları geliştirebilmek için önerilerde bulunmuştur (Powell ve Ham, 2008; Perera ve Vlosky, 2013; Lee, Lee ve Lee, 2014; Lu, Gursoy ve Del Chiappa, 2014; Huang ve Liu, 2017; Jin, Choi, Lee ve Ahmad, 2020). Öte yandan ekoturizm ve doğa temelli

turizm pazarlarındaki büyümeye rağmen, turistlerin içsel motivasyonları hakkında dışsal motivasyonlara nazaran nispeten daha az araştırma yapılması dikkat çekmektedir (Holden ve Sparrowhawk, 2002; Chan ve Baum, 2007; Hartley ve Harrison, 2009; Shieh ve Wang, 2012). Bu nedenle doğa temelli etkinliklere katılanların içsel motivasyonlarının araştırılmasının oldukça önemli olduğu düşünülmektedir. Ayrıca, davranışsal niyeti etkileyen sosyo-demografik değişkenlerin belirlenmesinin pazar bölümlendirmesi açısından çeşitli paydaşlara fikir vermesi beklenebilir. Özetle, bu araştırmanın sonuçlarının doğa temelli turizm ile doğa temelli etkinliklere katılanların pazar bölümlendirmesi hakkındaki literatüre katkı sağlayacağı, bunun yanı sıra turistlerin bu turizm türüne yönlendirilmesi konusunda başta Eskişehir özelindeki destinasyon yöneticileri, turizm pazarlamacıları, seyahat acentaları, doğa grupları dernekleri vb. kesimlere ve genel bağlamda ise pek çok farklı destinasyondaki paydaşlara faydalı bilgiler sunacağı düşünülmektedir.

Literatür Taraması

Motivasyon Kavramı ve Seyahat Motivasyon Teorileri

Motivasyonlar; kişilerin davranışlarını ve etkinliklerini uyandıran, yönlendiren, bütünleştiren psikolojik ve biyolojik ihtiyaçlar ve arzulardır (Pearce, 1993). Başka bir ifadeyle, bir kişi bir ihtiyacını karşılamak istediğinde güdüler ortaya çıkmaktadır. Dolayısıyla motivasyon bir farkındalıktır (Mehmetoglu ve Normann, 2013) ve karar verme süreçlerinde önemli rol oynamaktadır (Uysal, Li ve Sirakaya-Turk, 2008; Yolal, Rus, Cosma ve Gursoy, 2015). Öte yandan turistlerin davranışını tek boyutlu bir açıdan tahmin etmek zordur; çünkü davranışlar daha ziyade çoğul etkilerden ve motivasyonlardan kaynaklanmaktadır (Chang ve Huang, 2004). Bu yüzden seyahat motivasyonu konusu; sosyoloji, antropoloji, psikoloji, pazarlama ve turizm gibi çeşitli akademik alanlardan araştırmacılar tarafından çalışılmıştır (Meng, Tepanon ve Uysal, 2008). Crompton ve McKay (1997) turist motivasyonlarını anlamının üç önemli nedeninin olduğunu savunmuştur. Bu nedenler sırasıyla şunlardır: (1) Turist motivasyonlarını anlamak daha iyi ürün ve hizmetler yaratmanın yolunu açacaktır; (2) turizm deneyimlerinden memnuniyet doğası gereği turistlerin başlangıç motivasyonları ile ilgilidir ve (3) bir destinasyon pazarlamacısının turistlerin karar verme süreçlerini anlayabilmesi için öncelikli güdüler belirlenmelidir.

Seyahat motivasyonları alanında araştırmacılar bir dizi motivasyon teorisi yaklaşımlarını öne sürmüşlerdir. Söz konusu teoriler genellikle turistlerin psikolojik durumuna ve davranış seçimine göre iç ve dış itici güçlere odaklanmıştır. Plog (1974), insanların neden farklı destinasyonlara seyahat etme eğiliminde olduklarını açıklamak için bir model ortaya koymuştur. Bu modele göre, kişilerin psikolojik özellikleri destinasyon seçiminde etkilidir ve buna bağlı olarak üç farklı turist tipi mevcuttur. İçe dönük (psikosentrik) turistler yaşam biçimlerini değiştirme konusunda tutucu olduklarından paket turlarla, kültürel ve fiziki mesafe olarak kendilerine yakın, tanıdık ve güvenilir destinasyonlara seyahat etmeyi tercih etmektedir. Dışa dönük (allosentrik) turistler maceraperest ve meraklı bir yapıya sahip olduklarından bireysel olarak kendi seyahatlerini planlarlar, kültürel ve fiziki mesafe olarak kendilerine uzak, sıradışı, egzotik, pek bilinmeyen ve otantik destinasyonlara seyahatler gerçekleştirirler. Son olarak, iki turist tipinin tam ortasında ne içe ne de dışa dönük olan orta merkezli (midsentrik) turistler yer almaktadır. Daha sonraki yıllarda Dann (1977) tarafından ortaya konan ve Crompton (1979) tarafından geliştirilen “İtme ve Çekme Teorisi”, turistlerin seyahat motivasyonunu belirlemede oldukça yararlı olmuştur ve alanyazında yaygın olarak kullanılmaktadır. Söz konusu teori, iten (içsel) ve çeken (dışsal) faktörlerin bir kişiyi belirli bir turizm faaliyetine katılmaya etkilediğini öne sürmektedir (Klenosky ve Saunders, 2007). Söz konusu varsayıma göre bireyler seyahat kararı verirken önce iç güçleri tarafından itilmekte, sonrasında ise destinasyon özellikleri gibi dış güçler tarafından çekilmektedir (Uysal ve Hagan, 1993). Bu nedenle, hem mantıksal hem de zamansal olarak itme faktörleri çekme faktörlerinden önce gelmektedir (Dann, 1981). İtme faktörleri turistlerin kişilik özelliklerinden kaynaklanan psikolojik değişkenleri içerirken, çekme faktörleri ise destinasyon özelliklerinden kaynaklanan durumsal faktörleri kapsamaktadır (Dann, 1977; Crompton, 1979; Dann, 1981; Pearce ve Caltabiano, 1983; Uysal ve Hagan, 1993). İtme faktörleri, seyahat için duygusal bir itici güç sağlamaktadır (Jamaludin, Aziz ve Mariapan, 2018). Rutin hayattan uzaklaşma, rahatlama, keşfetme, macera ve eğlence, güvenlik, prestij ve statü kazanma, öz benliğini güçlendirme, kendini gerçekleştirme, insanlarla sosyal etkileşim kurma gibi sosyo-psikolojik motifleri yansıtabileceği gibi yenilik arayışı ve bilgi düzeyini arttırma gibi kültürel motifleri de içerebilmektedir (Ivensen vd., 2016). Çekme faktörleri, insanları belirli destinasyonlara çeken güneş, plajlar, deniz, dağlar, güzel manzaralar, tarihi ve kültürel varlıklar (Dann, 1977; Klenosky, 2002; Kim, Lee ve Klenosky, 2003), konaklama tesisleri, ulaşım olanakları, altyapı,

gastronomi, yerel halk, eğlence ve rekreasyon olanakları vb. (Fakeye ve Crompton, 1991) çevresel özellikleri kapsamaktadır. Klenosky (2002), itme faktörlerine “gitmeli mi gitmemeli mi?” ve çekme faktörlerine ise “nereye gitmeli?” şeklinde atıfta bulunarak kavramsal çerçeveyi daha da özetlemiştir.

Iso-Ahola (1982), seyahate ilişkin motivasyonları psikolojik bir bakış açısıyla ele almıştır ve turistlerin iki ana unsur ile seyahat davranışını gerçekleştirdiğini öne sürmüştür. Araştırmacı teorisine göre insanların ya bir şeyleri aramak ya da bir şeylerden kaçmak için seyahat ettiğini ifade etmiştir. “Kaçış ve Arayış Kuramı” olarak da adlandırılan söz konusu yaklaşımda, bireyler bir takım psikolojik sorunlar, zorluklar ve başarısızlıklar gibi kişisel nedenler ile aile ve iş hayatı, arkadaşlar, akrabalar ve tanıdıklar gibi kişilerarası unsurlar nedeniyle seyahat davranışını gerçekleştirmektedir. Kaçış motivasyonları, günlük yaşamı terk etme arzusunu yansıtırken, arayış motivasyonları deneyimden içsel ödüller almayı (örneğin; başarı ve yeterlilik hissi) içermektedir (Hultman vd., 2015). Dolayısıyla, bu motivasyon faktörleri turistlerin neden seyahat etmek istediklerini ve seyahatlerinde nasıl bir destinasyon, deneyim veya aktivite istediklerini açıklamaktadır. Bir diğer motivasyon teorisi ise Pearce ve Caltabiano (1983), Pearce (2005) ve Pearce ve Lee'nin (2005), Maslow'un (1943) “İhtiyaçlar Hiyerarşisi”ne dayanarak seyahat dürtülerini açıklamak için geliştirdikleri “Seyahat Kariyer Basamağı” yaklaşımıdır (Hartley ve Harrison, 2009). Bu model turist motivasyonunu farklı seviyelerden oluşan ihtiyaçlarla tanımlamaktadır. Hiyerarşik olarak yükselen beş ihtiyaç kategorisinin en alt basamağında “rahatlama” yer alırken bunu sırasıyla “güvenlik”, “sosyal ilişkiler”, “kendini geliştirme (benlik saygısı)” ile en üst basamakta ise “kendini gerçekleştirme (tatmin)” takip etmektedir. Bununla birlikte, turistlerin yalnızca tek seviyede seyahat motivasyonuna sahip oldukları düşünülmemiş, ancak basamak seviyelerinde bir ihtiyaç setinin baskın olabileceği de öne sürülmüştür. Teoriye göre, insanların deneyimler edinirken motivasyon seviyelerinde yukarı doğru ilerlerlediği ve dolayısıyla motivasyonlarının seyahat deneyimleriyle değişebileceği ifade edilmiştir. McIntosh ve Goeldner (1986), seyahatin dört motive edici unsuru olduğunu belirtmektedir. Söz konusu boyutlar; “fiziksel”, “kültürel”, “kişilerarası” ile “prestij ve statü”dür. Fiziksel motivasyon, bir kişinin vücut sağlığı ile doğrudan bağlantılıdır. Fiziksel dinlenme, spora katılma, plajda zaman geçirme vb. rekreasyon ihtiyaçları buna örnek verilebilir. Kültürel motivasyon, turistlerin diğer ülkelerin kültürel aktiviteleri hakkında bilgi edinmek istemesi ile ilgilidir. Kişilerarası motivasyon ise turistlerin sosyalleşmesini, yeni insanlarla tanışmasını, arkadaşlarını veya

akrabalarını ziyaret etmesini, hayatın rutin gereksinimlerinden uzaklaşmasını veya yeni arkadaşlar edinmek istemesini ifade etmektedir. Son olarak prestij ve statü motivasyonu turistlerin özgüvenini, öz saygısını ve kendinde var olan yetenekleri ortaya çıkararak onları kullanmalarını hedefleyen kendini gerçekleştirmeyi açıklamaktadır (Nicolau ve Mäs, 2006; Tsephe ve Obono, 2013). Fodness (1994), motivasyonların turist davranışını etkileyen birçok değişkenden biri olmasına rağmen, insan davranışının arkasındaki en önemli itici güç olduğunu ifade etmiştir (Tikkanen, 2007). Katz'ın (1960) ortaya çıkardığı yaklaşıma dayalı olarak geliştirdiği işlevsel teoriye göre Fodness (1994), içsel/psikolojik ihtiyaçları karşılamak için bireylerin tutumlarının geliştirilmesini önermiştir ve bu bağlamda seyahat güdülerini dört boyutta açıklamıştır. Bunlar; “bilgi işlevi”, “faydacı işlev”, “sosyal uyum işlevi” ve “değer işlevi”dir (Alexandris, Kouthouris, Funk ve Giovani, 2009). İlk boyut, bireylerin bildiklerini nasıl düzenlediklerini ve seyahat deneyimlerinden elde edilen yeni içgörünün kendilerini gerçekleştirmelerine nasıl yardımcı olduğunu ifade etmektedir. İkinci boyut, turistlerin cezaları nasıl en aza indirmeye (stresli bir günlük yaşamdan kaçma) veya ödülleri en nasıl üst düzeye çıkarmaya (eğlence amaçlı aktivitelere katılma) çalıştıklarını açıklamaktadır. Üçüncü boyut, bir tatilin, bireyin sosyal etkileşim ve aile ya da arkadaşlarla paylaşılan deneyimler yoluyla kişilerarası ilişkilerini sürdürmesine yardımcı olan sosyal yönlerini tanımlamaktadır. Son olarak, dördüncü boyut, sembolizm ve kendini ifade etme unsurlarını birleştirerek kişisel değerlerin ifade edilmesine odaklanmaktadır (Ivensen vd., 2016).

Özet olarak kişiler, içsel olarak motive edilen faaliyetlerden hedonik bir şekilde zevk almaktadırlar; çünkü bunlar davranışın kendisinden türeyerek psikolojik ihtiyaçları (yetkinlik, özerklik, tatmin ve kendini gerçekleştirme vb.) doğrudan karşılamaktadır (Deci ve Ryan 1985; Waterman, Schwartz ve Conti, 2008). Bu durumun aksine, dışsal motivasyona yönelik teşvikler, davranıştan ayrılmış faydacı sonuçlarla daha çok ilgilidir ve bu nedenle psikolojik tatmin üzerinde daha az doğrudan etkiye sahiptir (Vansteenkiste, Lens ve Deci, 2006).

İlgili Literatür

Konuya ilişkin literatür, ekoturistlerin motivasyonlarının geleneksel turistlerin motivasyonlarından daha farklı olduğunu göstermektedir (Eagles, 1992; Holden ve Sparrowhawk, 2002; Weaver ve Lawton, 2007; Chan ve Baum, 2007; Luo ve Deng, 2008). Söz konusu çalışmalarda, seyahat

nedenlerinin çoğu içsel motivasyonların aksine destinasyonun özelliklerine atfedilse de aynı zamanda doğa hakkında bilgi edinmenin, fiziksel olarak aktif olmanın ve benzer ilgi alanlarına sahip insanlarla tanışmanın ekoturistler için en önemli ihtiyaçlar olduğu da tespit edilmiştir. Ekoturistlerin seyahatlerini gerçekleştirme nedenlerini anlamak için yapılan araştırmalar daha çok dışsal motivasyonların tespitine yöneliktir ve içsel motivasyonlar hakkında nispeten az şey bilinmektedir (Wight, 2001; Holden ve Sparrowhawk, 2002; Hartley ve Harrison, 2009; Shieh ve Wang, 2012). Bunun yanı sıra, turistlerin doğa ile ilgili farklı turistik yerleri ve destinasyonları ziyaret etmek için farklı nedenleri bulunması nedeniyle ekoturistlerin motiflerinin de birbirinden farklı olması söz konusudur (Chikuta, Plessis ve Saayman, 2017; Carvache-Franco, Segarra-Oña ve Carrascosa-López, 2019). İtme motivasyonları, turistlerin davranışlarını anlamının başlangıç noktası olarak kabul edildiğinden seyahat arzusunun açıklamada faydalıdır (Crompton, 1979). Dolayısıyla, bireylerin doğa temelli etkinliklere katılmaya yönelik içsel motivasyonları gelecekteki davranışsal niyetleri üzerinde de önemli bir öncül olmaktadır.

Holden ve Sparrowhawk (2002), Pearce'in (1988) Seyahat Kariyer Basamağı yaklaşımını temel alarak Nepal'de doğa yürüyüşüne katılan 156 turistin içsel motivasyonlarını araştırdığı çalışmalarında beş ana motivasyon unsuru tespit etmişlerdir. Bu unsurlar; "rahatlama", "heyecan", "sosyal etkileşim", "öz saygı ve gelişme" ile "tatmin" olarak sınıflandırılmıştır. Katılımcıların seyahat etmeleri için en önemli motivasyonun "rahatlama" olduğu tespit edilirken en az önemli motivasyon ise "öz saygı ve gelişme" olarak saptanmıştır. Luo ve Deng (2008), Çin Orman Parkı'nı ziyaret eden 335 turist üzerinde yürüttükleri çalışmalarında turistleri seyahate iten motivasyon nedenlerini "yenilik/kişisel gelişim", "doğaya dönüş", "bilgi /formda olma" ve "kaçış" olmak üzere dört boyuta ayırmıştır. "Yenilik / kişisel gelişim" in en önemli içsel motivasyon unsuru olduğu belirlenmiştir. Hartley ve Harrison (2009), Avustralya'yı ziyaret eden 992 ekoturistin içsel motivasyonlarını araştırmış ve motivasyonel dürtülerin turistlerin gelecekteki ekoturizm niyetleri üzerindeki etkisini belirlemeyi amaçlamışlardır. Bu doğrultuda araştırmacılar, turistlerin "benlik saygısı", "rahatlama", "sosyal etkileşim", "kendini gerçekleştirme" ve "heyecan" olmak üzere beş ana motivasyon unsuru ile seyahat ettiklerini belirlemişlerdir. Ayrıca araştırmada, "benlik saygısı", "rahatlama" ve "kendini gerçekleştirme" motivasyonlarının ekoturistlerin bir destinasyonu başkalarına tavsiye etme niyetiyle önemli ölçüde ilişkili olduğu; "özgüven" motivasyonunun ise hem doğaya ilişkin etkinliklerde gönüllü olma hem de bu etkinliklere bağlıta bulunma niyetleriyle

ilgili olduğu bulgusuna erişilmiştir. “Kendini gerçekleştirme” ve “heyecan” motivasyonlarının ise ekoturistleri gelecek beş yıl içerisinde doğa temelli etkinliklere katılmaya iten en önemli unsurlar olduğu saptanmıştır. Bununla beraber, “sosyal etkileşim” motivasyonunun ekoturistlerin gelecekteki davranışsal niyetlerinin hiç biriyle önemli ölçüde ilişkili olmadığı sonucuna da ulaşılmıştır. Saayman ve Saayman (2009), Güney Afrika’da bulunan Addo Fil Milli Parkı’nda 537 ziyaretçi ile gerçekleştirdiği araştırma sonucunda bu parkı ziyaret eden turistlerin motivasyonlarını “doğa”, “aktiviteler”, “aile ve sosyalleşme”, “kaçış”, “cazibe merkezleri” ile “fotoğrafçılık” olarak belirlemiştir. Ayrıca, sosyo-demografik değişkenlerin ve motivasyon faktörlerinin turistlerin harcama kararlarını etkilediği bulgusu da ortaya çıkmıştır. Shieh ve Wang (2012), Tayvan’daki 470 turistin ekoturizme karşı tutumlarını belirleyen güdüleri ve tekrar ziyaret niyetlerini araştırmışlardır. Bu keşifsel çalışmadan elde edilen bulgular turistlerin “öz saygı”, “rahatlama” ve “sosyal etkileşim” olmak üzere üç temel içsel motivasyona sahip olduğunu göstermektedir. Buna ek olarak “öz saygı” ve “sosyal etkileşim” güdülerinin ekoturistlerin gelecekte Tayvan’ı tekrar ziyaret etme niyetiyle önemli ölçüde ilişkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Mehmetoğlu ve Normann’ın (2013), Norveç’te 858 turistin doğa temelli etkinliklere katılma nedenlerini incelediği çalışmalarında; “yenilik”, “prestij” ve “fiziksel aktivite” ana motivasyon kaynakları olarak belirlenmiştir. Turistlerin katılmayı en çok tercih ettiği doğa temelli etkinlikler ise sırasıyla; balina safari, olta balıkçılığı ve doğa yürüyüşü olmuştur. Nguyen ve Pham (2015), yabancı turistlerin Vietnam’da ekoturizme katılma nedenlerini 200 kişilik bir örneklem grubunda araştırmıştır. Bulgular, “kişisel arayış” boyutunun ekoturizme katılma niyeti üzerinde önemli ve olumlu etkileri olduğu göstermiştir. Bir diğer ifadeyle, turistler yeni şeyler deneyimlemeye motive olduğunda ekoturizme katılımlarının daha güçlü olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Lee vd., (2014) Güney Kore’de restore edilen ekolojik parkları ziyaret eden 319 turistin motivasyonları ile söz konusu motivasyonların tekrar ziyaret niyetiyle ilişkisini incelemiştir. Turistlerin “kişisel gelişim”, “kişilerarası ilişkiler”, “ödül”, “kişisel ilişkiler kurma”, “kaçış”, “ego-savunma işlevi” ve “doğa takdiri” olmak üzere yedi motivasyona sahip oldukları belirlenmiştir. Söz konusu faktörlerden “ego-savunma işlevi” turistlerin ziyaretlerinin en önemli yordayıcısı olarak tespit edilirken, bunu “kişisel gelişim” ve “ödül” takip etmiştir. Ma, Chow, Cheung ve Liu (2018), Nanling Ulusal Orman Parkı ve Dinghushan Ulusal Doğa Koruma Alanı’ndaki 402 Çinli turist

motivasyonlarını araştırmıştır. Sonuçlar, içsel ve dışsal seyahat motivasyonlarının ziyaretçiler için aynı düzeyde etkili olduğunu göstermiştir. Söz konusu bulguya ek olarak, “rahatlama” ile “doğa keşfi” unsurlarının turistleri ziyarete güdüleyen en önemli motivasyon kaynakları olduğu da tespit edilmiştir. Chow vd., (2019), Hong Kong'daki Ramsar sulak alanına gelen 414 ziyaretçi üzerinde gerçekleştirdiği çalışmada en önemli içsel motivasyonların “rahatlama” ve “bilgi edinme” olduğunu tespit etmişlerdir. Carvache-Franco, Segarra-Oña ve Carrascosa-López (2019b), Ekvador'daki turistik çekicilik merkezlerinden biri olan ve kambur balinaları görme fırsatının da bulunduğu bir kıyı bölgesi Machalilla Ulusal Parkı'nda 386 ekoturist ile gerçekleştirdiği araştırmada ziyaretçilerin yedi katılım motivasyonu olduğunu saptamıştır. Söz konusu boyutlar arasından “kişisel gelişim”in temel motivasyon unsuru olarak öne çıktığı bulgusuna ulaşılmıştır. Bunun yanı sıra, “kişisel gelişim”, “kişilerarası ilişkiler” ve “ego savunma işlevi” tekrar ziyaret niyetini en çok açıklayan motivasyonlar olarak tespit edilmiştir. “Doğa temelli motivasyon” ise şaşırtıcı bir şekilde tekrar ziyareti en az yordayan unsur olarak belirlenmiştir.

Çalışmanın Amacı

Kapsamlı olarak gerçekleştirilen literatür taraması çerçevesinde bu araştırmada iki amaç belirlenmiştir. Bu doğrultuda çalışmanın temel amacı, doğa temelli etkinliklere katılanların içsel motivasyonlarının (rahatlama, sosyalleşme, heyecan, öz saygı ve kendini gerçekleştirme) gelecekteki davranışsal niyeti yordama durumunu tespit etmektir. Alt amaç ise doğa temelli etkinliklere katılanların gelecekteki davranışsal niyetlerini etkileyen sosyo-demografik unsurların (yaş, cinsiyet, medeni durum, eğitim seviyesi ve hane halkının gelir durumu) belirlenmesidir.

Yöntem

Araştırmanın Modeli

Çalışmanın genel amacı doğrultusunda doğa temelli etkinliklere katılanların içsel motivasyonlarının gelecekteki davranışsal niyeti yordama durumunun incelenmesi ve alt amacından hareketle ise katılımcıların gelecekteki davranışsal niyetlerinin sosyo-demografik değişkenlere göre (yaş, cinsiyet, medeni durum, eğitim düzeyi, hane halkının gelir durumu) puan ortalamalarına ilişkin karşılaştırmaların yapılması söz konusudur. Bu nedenle araştırmada ilişkisel model kullanılmıştır. İlişkisel modellerde değişkenler arasında değişim olup olmadığı araştırılmakta; eğer varsa değişimin derecesi

belirlenmeye çalışılmaktadır. Bu ilişkiler korelasyon veya karşılaştırma yöntemleri ile araştırılabilmektedir. İlişkisel modelde, araştırmanın amaçlarının araştırma sorusu ve/veya denence (hipotez) şeklinde ifade edildiği ve böylece olayların olası nedenlerine ilişkin yargıların sınanarak kuram geliştirme yönünde bir adım atıldığı görülmektedir (Karasar, 2012: 78-81).

Çalışma Grubu

Araştırmanın örneklemini Eskişehir’de bulunan doğa gruplarındaki 18 yaşından büyük bireyler oluşturmaktadır. Doğa gruplarında etkinliklere katılan kişi sayısı tam olarak kestirilemediğinden ve $d = \pm 0.05$ örnekleme hatası ve $p=0.05$, $q=0.05$ güven aralığında evrenin 1 milyon ile 100 milyon olması durumunda örneklem yeter sayısının 384 olarak hesaplandığı kabul edildiğinden (Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2004) bu çalışmada örneklem büyüklüğü için en az 384 kişiye ulaşılması ve mümkünse bu sayının aşılması hedeflenmiştir. Araştırmanın çalışma grubunu, Eskişehir Doğa Sporları ve Yürüyüş Aktivite Grubu (EDYAG), Eskişehir Bisiklet Derneği (VeESBİD), Eskişehir Outdoor Sport (EOS), Eskişehir Dağcılık ve Doğa Sporları Kulübü (ESDAK) ve Eskişehir Dağcılık İhtisas Kulübü Derneği’yle (EDİK) doğa temelli etkinliklere katılan 397 kişi oluşturmaktadır.

Veri Toplama Aracı

Araştırma amaçları doğrultusunda veri toplamak için yapılandırılmış bir soru formu kullanılmıştır. Üç bölümden oluşan anket formunun birinci ve ikinci bölümlerinde; Hartley ve Harrison (2009) tarafından ekoturistlerin içsel motivasyon dürtülerini anlamak için geliştirdikleri 18 maddelik ölçek ve gelecekteki davranışsal niyetlerini ölçmek için geliştirdikleri 5 maddelik ölçek yer almaktadır. Ölçekler, özgün makalede olduğu üzere 5’li Likert tipinde (1: kesinlikle katılmıyorum- 5: kesinlikle katılıyorum) derecelendirilmiştir. Son bölümde ise katılımcılara ilişkin sosyo-demografik bilgilerin edinileceği sorular yöneltilmiştir. İngilizce dilinde olan ölçekler, çevirilerin geçerliliğinin sağlanması için İngiliz dili eğitimi almış iki akademisyen tarafından Türkçe’ye çevrilmiş ve iki çeviri arasındaki farklılıklar kontrol edilerek ölçek maddeleri kontrol edilmiştir. Daha sonra anket formunda yer alan soruların açık ve anlaşılır olup olmadığını anlamak amacıyla çevrim içi platformlar aracılığıyla 30 doğa grubu üyesi ile pilot uygulama gerçekleştirilmiştir.

Araştırmada kullanılan ölçeklerin psikometrik niteliklerine ilişkin görgül kanıtlara ulaşmak amacıyla yapı geçerliliğini test etmek için

doğrulayıcı faktör analizi (DFA) yapılmıştır. DFA, ölçme aracının faktör analizinin bir model olarak doğrulanıp doğrulanmadığını belirlemede kullanılan çok değişkenli bir istatistiktir. Bu nedenle ölçeğin özgün formunun faktör yapısının Türk örnekleme doğrulanıp doğrulanmayacağını belirlemek üzere DFA yapılmıştır. Ardından, iç tutarlılık bağlamında güvenilirliği kestirmek için Cronbach Alpha katsayıları hesaplanmıştır.

DFA’da tahmin yöntemi olarak maksimum olabilirlik (maximum likelihood) esas alınmıştır. Yapılan analiz sonucunda tüm göstergelerin örtük değişkenleri açıklamada anlamlı t değerleri verdiği belirlenmiştir. Göstergelerin t değerleri 4,96 ile 15,15 arasında değişmektedir. Diğer taraftan tüm göstergelerin hata varyansları ,90’ın altında yer almaktadır (Tabachnick ve Fidell, 2013; Çokluk, Şekercioğlu ve Büyüköztürk, 2012). Buna göre hata varyansları ,03 ile ,61 arasında değişmektedir. Analizde bir modifikasyon yapılmamasına karar verilmiştir. DFA sonucunda uyum indekslerinin $SB\chi^2(125)=238,22$, $p=,000$, $SB\chi^2/sd=1,91$, $RMSEA=,048$, $NNFI=,99$, $CFI=,99$ ve $SRMR=,11$ olduğu belirlenmiştir. Bu doğrultuda, $SB\chi^2$ ve sd oranının 2’nin altında, $RMSEA$ değerinin ,05’in altında, $NNFI$ ve CFI değerlerinin ,95’in üzerinde ve $SRMR$ değerinin ise ,08’in üzerinde olduğu belirlenmiştir. Dolayısıyla, uyum indeksleri genel olarak değerlendirildiğinde uyum düzeyini genellikle çok iyi düzeyde karşılandığı ve içsel motivasyon ölçeğinin beş faktörlü yapısının bir model olarak doğrulandığı ifade edilebilir. Öte yandan, içsel motivasyon ölçeği alt ölçekleri ve tüm ölçekten elde edilen puanların iç tutarlılık bağlamında güvenilirlik düzeyini kestirmek amacıyla Cronbach Alpha katsayıları hesaplanmıştır. Yapılan analizlerin sonucunda Cronbach Alpha iç tutarlılık katsayılarının “öz saygı” alt ölçeği için ,84, “rahatlama” alt ölçeği için ,88, “sosyalleşme” alt ölçeği için ,91, “kendini gerçekleştirme” alt ölçeği için ,86, “heyecan” alt ölçeği için ,80 ve tüm ölçek için ,90 olduğu belirlenmiştir. Buna göre elde edilen güvenilirlik katsayılarının görece yüksek olduğu kabul edilebilir.

Davranışsal niyet ölçeğinin orijinal kültürdeki tek faktörlü yapısının Türk kültüründe de bir model olarak doğrulanma durumunu tespit etmek amacıyla DFA yapılmıştır ve analizde tahmin yöntemi olarak maksimum olabilirlik esas alınmıştır. Yapılan analiz sonucunda tüm göstergelerin örtük değişkenleri açıklamada anlamlı t değerleri verdiği belirlenmiştir. Göstergelerin t değerleri 3,91 ile 6,78 arasında değişmektedir. Diğer taraftan tüm göstergelerin hata varyansları ,90’ın altında yer almaktadır. Buna göre hata varyansları ,01 ile ,47 arasında değişmektedir. Analizde 4 ve 5.

göstergeler arasında bir adet modifikasyon yapılmasına karar verilmiştir. Yapılan modifikasyonun ki-kare’de istatistiksel olarak anlamlı bir düşüş sağladığı belirlenmiştir, $p < ,05$. DFA sonucunda uyum indekslerinin $SB\chi^2(4)=2,02$, $p=,660$, $SB\chi^2/sd=,51$, $RMSEA=,000$, $NNFI=1,00$, $CFI=1,00$ ve $SRMR=,013$ olduğu saptanmıştır. Buna göre $SB\chi^2$ p değerinin anlamlı olmadığı, diğer bir ifadeyle beklenen kovaryans matrisi ile gözlenen kovaryans matrisi arasında anlamlı bir fark olmadığı belirlenmiştir. Öte yandan, $SB\chi^2$ ve sd oranının 2’nin altında, $RMSEA$ değerinin ,00’a eşit, $NNFI$ ve CFI değerlerinin 1,00’a eşit üzerinde ve $SRMR$ değerinin ise ,05’in altında olduğu tespit edilmiştir. Buradan hareketle, uyum indeksleri genel olarak değerlendirildiğinde uyum düzeyinin çok iyi düzeyde karşılandığı ve davranışsal niyet ölçeğinin tek faktörlü yapısının bir model olarak doğrulandığı ifade edilebilir. Ayrıca, davranışsal niyet ölçeğinden elde edilen puanların iç tutarlılık bağlamında güvenilirlik düzeyini kestirmek amacıyla Cronbach Alpha katsayısı hesaplanmış ve iç tutarlılık katsayısının ,90 olduğu belirlenmiştir. Buna göre iç tutarlılık bağlamında güvenilirlik katsayısının görece yüksek olduğu kabul edilebilir.

Verilerin Toplanması

Araştırmada, olasılığa dayalı olmayan örnekleme türlerinden kolayda örneklemeden faydalanılmıştır. Araştırma verileri; zaman, maliyet ve pandemi koşulları göz önünde bulundurularak çevrim içi ortamlarda toplanmıştır. Bu doğrultuda oluşturulan elektronik anket, 18 Haziran 2021-10 Temmuz 2021 tarihleri arasında doğa grubu liderlerinin yönettiği çeşitli çevrimiçi platformlar aracılığıyla paylaşılmıştır. Söz konusu tarihler arasında anketi cevaplamayı kabul eden 397 katılımcıya ilişkin soru formu değerlendirmeye tabi tutulmuştur.

Verilerin Analizi

Araştırmada elde edilen veriler sosyal bilimlerde kullanılan istatistikî analiz programlarına aktararak analizler gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın amaçları doğrultusunda veri analizinde tanımlayıcı istatistiklerin yanı sıra verilerin istatistiksel çözümlenmeleri için; DFA, çoklu doğrusal regresyon analizi ve çeşitli değişkenler arasındaki fark analizlerinin çözümlenmesi için varyans analizleri, Mann-Whitney U testi ile Kruskal-Wallis H testi kullanılmıştır.

Bulgular**Katılımcıların Sosyo-demografik Bilgilerine ve Doğa Temelli Etkinliklere Katılımlarına İlişkin Bulgular**

Tablo 1’de çalışma grubunun sosyo-demografik özelliklerine ilişkin bulgular yer almaktadır. Araştırmaya katılanların 141’i (%35,5) kadın ve 256’sı (%64,5) erkektir. Medeni duruma bakıldığında, katılımcıların 223’ünün (%56,2) evli ve 174’ünün bekar (%43,8) olduğu görülmektedir. Eğitim düzeyi incelendiğinde %70,5 ile üniversite (önlisans/lisans) mezunu olan katılımcıların en yüksek orana sahip olduğu tespit edilmiştir. Katılımcılar arasında lisansüstü eğitim yapanlar ise %11,3’ü oluşturmaktadır. Araştırmaya katkı sağlayan kişilerin yaş dağılımları 18-30 (%19,4), 31-40 (%36,5), 41-50 (%21,9) ile son olarak 51 yaş ve üzeri (%22,2) olarak yoğunlaşmaktadır. Son olarak katılımcıların haneye giren aylık gelir miktarı incelendiğinde çoğunluğun gelirinin 5001-7500 TL (%37,3) olduğu tespit edilmiştir. Bu oranı sırasıyla 7501-10000 TL (%21,7), 5000 TL ve altı (%20,9) ile 10000 TL ve üzeri (%20,2) gelire sahip olan katılımcılar takip etmektedir.

Tablo 1. Çalışma Grubuna İlişkin Sosyo-Demografik Bulgular (n=397)

		<i>n</i>	%
Cinsiyet	Kadın	141	35,5
	Erkek	256	64,5
Medeni Durum	Bekar	174	43,8
	Evli	223	56,2
Eğitim Düzeyi	Ortaokul	9	2,3
	Lise	63	15,9
	Üniversite	280	70,5
	Lisansüstü	45	11,3
Yaş	18-30 yaş	77	19,4
	31-40 yaş	145	36,5
	41-50 yaş	87	21,9
	51 yaş ve üzeri	88	22,2
Haneye Giren Aylık Gelir	5000 TL ve altı	83	20,9
	5001-7500 TL	148	37,3
	7501-10000 TL	86	21,7
	10000 TL ve üzeri	80	20,2

Tablo 2’de çalışma grubunda yer alan kişilerin doğa temelli etkinliklere katılımlarına ilişkin bilgilere yer verilmektedir. Doğa temelli etkinliklere katılma geçmişi incelendiğinde katılımcıların neredeyse yarısının (%48,6) 0-5 yıldır bu etkinliklere katıldığı tespit edilmiştir. Katılımcıların %35,8’i yılda 6-10 kez doğa temelli etkinliklerde yer almaktadır. Söz konusu

etkinliklere en çok kiminle beraber katılım sağlandığı yönündeki soruya ise çoğunluk (%69,5) doğa grupları ile yanıtını vermiştir. Son olarak araştırmaya katılanların birden fazla seçeneği işaretleyebildikleri ve en çok katılım sağladıklarını ifade ettikleri ilk üç etkinlik ise sırasıyla; doğa yürüyüşü (%82,4), çadırli kamp/kamping (%26,7) ve bisiklet (%17,6) olarak tespit edilmiştir.

Tablo 2. Çalışma Grubunun Doğa Temelli Etkinliklere Katılımlarına İlişkin Bulgular (n=397)

		n	%
Doğa Temelli Etkinliklere Katılma Geçmişi	0-5 yıl	193	48,6
	6-10 yıl	114	28,7
	11-15 yıl	38	9,6
	16-20 yıl	26	6,5
	21 yıl ve üzeri	26	6,5
Doğa Temelli Etkinliklere Yılda Ortalama Katılma Sayısı	0-5 kez	74	18,6
	6-10 kez	142	35,8
	11-15 kez	65	16,4
	16-20 kez	40	10,1
	21 kez ve üzeri	76	19,1
Doğa Temelli Etkinliklere En çok Birlikte Katılman Kişiler	Doğa grupları	276	69,5
	Arkadaş	77	19,4
	Aile	32	8,1
	Yalnız	12	3
En Çok Katılman Birinci Doğa Etkinliği*	Doğa yürüyüşü	327	82,4
En Çok Katılman İkinci Doğa Etkinliği*	Çadırli kamp/kamping	106	26,7
En Çok Katılman Üçüncü Doğa Etkinliği*	Bisiklet	70	17,6

Dip Not: Katılımcılar “ * ” ile işaretlenmiş sorularda birden fazla seçenek işaretleyebilmiştir.

Gelecekteki Davranışsal Niyetin Kestirilmesine İlişkin Bulgular

İçsel motivasyon ölçeğinin alt ölçekleri doğrultusunda “rahatlama”, “sosyalleşme”, “heyecan”, “öz saygı” ve “kendini gerçekleştirme” değişkenlerinin davranışsal niyetin anlamı bir yordayıcısı olup olmadığı belirlemek amacıyla çoklu doğrusal regresyon analizi yapılmıştır. Analiz öncesinde yordayıcı değişkenlerin yordanan değişken ile olan korelasyonları incelenmiş ve buna göre davranışsal niyet ile öz saygı arasında pozitif, orta ve anlamlı, $r=,47$, $p=,000$; rahatlama arasında pozitif, orta ve anlamlı, $r=,59$, $p=,000$; sosyalleşme arasında pozitif, orta ve anlamlı, $r=,50$, $p=,000$; kendini gerçekleştirme arasında pozitif, orta ve anlamlı, $r=,56$, $p=,000$ ve son olarak

heyecan arasında pozitif, orta ve anlamlı, $r=,52$, $p=.000$ ilişki gösterdiği belirlenmiştir. Yordayıcı değişkenlere ait VIF değerleri incelendiğinde yordayıcı değişkenler arasında bağlantı probleminin olmadığı ($VIF<10$) görülmektedir (Kutner, Nachtsheim, Neter ve Li, 2004; Çokluk, Şekercioğlu ve Büyüköztürk, 2012). Yapılan analiz sonucunda heyecan değişkeninin davranışsal niyeti anlamlı bir biçimde yordamadığı ($p>,05$) tespit edilmiştir. Bu doğrultuda elde edilen analiz sonuçları Tablo 3'te gösterilmiştir.

Tablo 3. Davranışsal Niyet İçin Çoklu Doğrusal Regresyon Analizi Sonuçları

Değişkenler	B	Standart Hata (B)	β	t	p	VIF
Sabit	5.936	1,309		4,534	,000	
Rahatlama	,464	,077	,324	6,002	,000	2,014
Sosyalleşme	,206	,058	,175	3,537	,000	1,693
Öz Saygı	,055	,019	,141	2,988	,003	1,544
Kendini Gerçekleştirme	,334	,123	,156	2,710	,007	2,297

Tablo 3'te görüldüğü üzere katılımcıların rahatlama, sosyalleşme, öz saygı ve kendini gerçekleştirme puanları, davranışsal niyet puanlarını anlamlı bir biçimde yordamaktadır. Bu değişkenler içinde rahatlama davranışsal niyetin varyansını %35, sosyalleşme %5,5, öz saygı %1,7, kendini gerçekleştirme %1,1 ve söz konusu dört değişken birlikte davranışsal niyetin varyansını %43,3 düzeyinde açıkladığı görülmüştür. $R=,66$, $F(4,392)=74,839$, $p=,000$.

Fark Analizlerine İlişkin Bulgular

Davranışsal niyet sıra ortalamalarının cinsiyete ve medeni duruma göre anlamlı bir biçimde farklılaşıp farklılaşmadığını belirlemek amacıyla Mann-Whitney U testi yapılmıştır. Analizlere ilişkin sonuçlar Tablo 4'te verilmiştir.

Tablo 4. Cinsiyete ve Medeni Duruma Göre Davranışsal Niyet Sıra Ortalamaları Arasındaki Farklar

Düzeyleyler	n	Sıra Ortalaması	U	p
Kadın	141	190,19	16805,5	,018
Erkek	256	203,85		
Evli	174	197,23	19093,5	,571
Bekar	223	200,38		

Tablo 4'te görüldüğü üzere davranışsal niyet sıra ortalamalarının cinsiyete göre anlamlı bir biçimde farklılaştığı belirlenmiştir, $U=16805,5$, $p=,018$. Buna göre erkek katılımcıların sıra ortalaması (203,85), kadın katılımcıların sıra ortalamasından (190,19) yüksektir. Öte yandan davranışsal niyet sıra ortalamalarının medeni duruma göre anlamlı bir biçimde farklılaşmadığı tespit edilmiştir. $U=19093,5$, $p=,571$.

Davranışsal niyet sıra ortalamalarının yaşa, eğitim düzeyine ve aylık hane gelirine göre anlamlı bir biçimde farklılaşıp farklılaşmadığını belirlemek amacıyla Kruskal-Wallis H testi yapılmıştır. Yapılan analizler sonucunda elde edilen bulgular Tablo 5'te yer almaktadır.

Tablo 5. Yaşa, Eğitim Düzeyine ve Aylık Hane Gelirine Göre Davranışsal Niyet Sıra Ortalamaları Arasındaki Farklar

Düzyerler	n	Sıra Ortalaması	sd	H	p
18-30 yaş	77	200,14	3	6,424	,093
31-40 yaş	145	204,37			
41-50 yaş	87	201,96			
51 yaş ve üzeri	88	186,23			
Ortaokul	9	215,5	3	1,492	,684
Lise	63	193,51			
Üniversite	280	199,73			
Lisansüstü	45	198,83			
5000TL ve altı	83	193,3	3	4,328	,228
5001-7500 TL	148	204,87			
7501-10000 TL	86	201,54			
10000 TL ve üzeri	80	191,33			

Tablo 5'te görüldüğü üzere davranışsal niyet sıra ortalamalarının yaşa göre $H(3)=6,424$, $p=,093$; eğitim düzeyine göre $H(3)=1,492$, $p=,684$ ve aylık hane gelirine göre $H(3)=4,328$, $p=,228$ anlamlı bir biçimde farklılaşmadığı belirlenmiştir.

Sonuç ve Tartışma

Doğa temelli turizm pazarı turistlerin her geçen gün artan ilgileri ve talepleri doğrultusunda hızlı bir şekilde büyümektedir. Dolayısıyla, bireylerin doğa temelli etkinliklere katılım nedenlerinin anlaşılmasının ve gelecekteki davranışlarının tahmin edilmesinin söz konusu pazarda yer alan çeşitli paydaşların kendini doğru konumlandırması ve uygun rekabet stratejileri geliştirebilmesi açısından önemli olduğu düşünülmektedir. Buradan hareketle, keşifsel nitelik taşıyan bu araştırma Eskişehir'deki çeşitli doğa gruplarının 18 yaşından büyük 397 üyesi ile yürütülmüştür.

Sosyo-demografik bulgular katılımcıların çoğunluğunun; erkek (%64,5), evli (%56,2), üniversite (önlisans/lisans) ve lisansüstü düzeylerde eğitim sahibi (%81,8), 31-40 yaş aralığında (%36,5), aylık hane geliri 5001 TL ve üzeri (%79,2) olan kişilerden oluştuğunu göstermektedir. İlgili literatür incelendiğinde ekoturizm ve doğa temelli turizm etkinliklerine katılanların genel profillerini; erkek, orta yaş aralığında, yüksek eğitime ve orta-yüksek gelir düzeyine sahip kişilerin oluşturduğu gözlenmektedir (Hvenegaard ve Dearden, 1998; Wight, 2001; Fennel, 2008; Biggs, 2013). Bu bağlamda, bu araştırmadaki çalışma grubunun sosyo-demografik özelliklerinin literatürle örtüştüğü söylenebilir. Anketi cevaplayanların neredeyse yarısının doğa temelli etkinliklere katılım geçmişlerinin 0-5 sene (%48,5) olduğu, çoğunluğun yılda ortalama 6-10 kez (%35,8) ve doğa gruplarıyla birlikte (%69,5) etkinliklere katılım sağladığı görülmektedir. Katılımcıların birden fazla seçenek işaretleyerek en çok tercih ettiklerini ifade ettikleri ilk üç etkinlik ise; doğa yürüyüşü (%82,4), çadırli kamp/kamping (%26,7) ve bisiklet (%17,6) olarak belirlenmiştir.

Çeşitli motivasyon faktörlerinin turistlerin davranışını etkilediği bilinmektedir. Ajzen (1987), davranışsal niyetin birçok yordayıcısı arasında motivasyonların etkisinin oldukça önemli olduğunu ileri sürmektedir. Zira literatürdeki pek çok çalışma motivasyonun davranışsal niyeti belirlediğini, özellikle bir destinasyonu tekrar ziyaret niyeti üzerinde önemli etkileri olduğunu göstermektedir (Lee vd., 2014; Huang ve Liu; 2017; Jin, vd., 2020). Bu kapsamda çalışmanın temel amacı doğrultusunda Hartley ve Harrison'un (2009) "Maslow'un İhtiyaçlar Hiyerarşisi" (1943) teorisinden yola çıkarak oluşturdukları ölçeklerinde yer alan beş farklı içsel motivasyon boyutunun doğa temelli etkinliklere katılanların gelecekteki davranışsal niyetini (başkalarına tavsiye, yakın ve uzak gelecekte doğa temelli etkinliklere katılma, doğa koruma etkinliklerine gönüllü olarak katılma ve bu etkinliklere bağışta bulunma) yordama durumu araştırılmıştır. Araştırma sonuçları, doğa temelli etkinliklere katılan bireylerin gelecekteki davranışsal niyetini birden fazla içsel motivasyon unsurunun etkilediğini ortaya koymaktadır. Analizlerden elde edilen bulgular "rahatlama", "sosyalleşme", "öz saygı" ve "kendini gerçekleştirme" olmak üzere dört içsel motivasyon unsurunun davranışsal niyeti yordadığını; "heyecan" ın ise davranışsal niyetin anlamlı bir yordayıcısı olmadığını göstermektedir. Araştırmada doğa temelli etkinliklere katılanların

gelecekteki davranışsal niyetlerinin en önemli yordayıcısının “rahatlama” ve ikinci önemli yordayıcısının ise “sosyalleşme” olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Söz konusu bulgu, daha önce yürütülen araştırmaların sonuçlarıyla örtüşmektedir. Pek çok araştırmada; hayatın rutininden uzaklaşmak, rahatlamak, günlük yaşamdan kaçmak, fiziksel ve zihinsel sağlık, aile ve arkadaşlarla iletişim kurmak, mevcut ilişkileri güçlendirmek, yeni insanlarla tanışmak gibi güdüler doğa temelli turizm etkinliklerine katılan turistlerin ana motivasyon kaynağı olarak tespit edilmiştir (Krippendorf, 1987; Holden ve Sparrowhawk, 2002; Saayman ve Saayman, 2009; Mehmetoglu ve Normann, 2013; Ma vd., 2018; Chow vd., 2019). Öte yandan, “öz saygı” ile “kendini gerçekleştirme” motivasyonlarının da davranışsal niyetin anlamlı yordayıcıları olması, araştırmaya katılanların “rahatlama” ve “sosyalleşme” gibi günlük yaşamın rutini ile monotonluğundan uzaklaşma ve sevdikleriyle güzel zaman geçirme eğilimlerinin dışında daha üst düzey ihtiyaçlarını gerçekleştirmelerini önemsediklerine işaret etmektedir. Zira, davranışsal niyet ölçeğinde yer alan gelecekte doğayı koruma etkinliklerine gönüllü katılım sağlamak ve söz konusu etkinliklerde bağışçı olmak gibi kişileri psikolojik olarak motive edebilecek faaliyetlerin katılımcıların kişisel tatmin, öz saygı, başarı ve kendini gerçekleştirme ihtiyaçlarına hitap ettiği söylenebilir. Benzer bulgulara literatürde yer alan kimi çalışmalarda da rastlanmıştır (Holden ve Sparrowhawk, 2002; Galley ve Clifton, 2004; Hartley ve Harrison, 2009; Shieh ve Wang, 2012). Son olarak “heyecan” boyutunun doğa temelli etkinliklere katılanların gelecekteki davranışsal niyetlerini etkilememesi ilginç bir bulgu olarak değerlendirilebilir. Çünkü, fiziksel güce dayanan doğa temelli etkinlik çeşitleri kişileri çoğunlukla süprizler, riskler ve zorluklara yöneltmektedir. Fakat elde edilen bulgular, doğa temelli etkinliklere katılanların gelecekteki davranışsal niyetlerinde “heyecan” unsurunun herhangi bir etkisinin olmadığını göstermektedir. Bununla beraber, genel itibarıyla bu araştırmanın sonuçlarının, doğa temelli etkinliklere katılanların içsel motivasyonları ile gelecekteki davranışsal niyetleri arasında olumlu ve anlamlı bir ilişki tespit ettiği söylenebilir. Buradan hareketle, doğa temelli turizm etkinlikleri düzenleyen seyahat acentaları, tur operatörleri ve doğa gruplarının satış ve pazarlama stratejilerini belirlerken müşterilerin rahatlama, sosyal ihtiyaçlar, benlik saygısı, başarı ve kişisel gelişim ihtiyaçlarını öncelikleyen, onların psikolojik ve hedonik güdülerini göz önünde bulunduran yaklaşımlar benimsemeleri tavsiye edilebilir. Bu doğrultuda turistlerin doğa ve çevreyi gönüllü

koruyarak kendilerini iyi hissedebilecekleri, yerel halk ile etkileşime geçerek manevi tatmin duygularını üst düzeyde yaşayabilecekleri (çöp toplama, hayvanları koruma- besleme, yerel halkı bilgilendirme ve yerel halkın kalkınmasına destek olma vb.) ve gönüllü bağışta bulunabilecekleri sosyal etkinlikler düzenlenebilir.

Pazar bölümlendirmesi, hedef grupları belirlemek, onların istek ve ihtiyaçlarını anlamak, gelecekteki davranışlarını tahmin etmek ve bunlara uygun ürün, hizmet ve deneyim sunulması açısından çok önemlidir. Bu bölümlendirme yapılırken sosyo-demografik özellikler belirleyici rol oynamaktadır. Bu kapsamda, araştırmanın alt amacından hareketle doğa temelli etkinliklere katılanların davranışsal niyetlerinin sosyo-demografik özelliklere göre anlamlı bir biçimde farklılaşıp farklılaşmadığı incelenmiştir. Analizlerden elde edilen bulgular çerçevesinde sadece cinsiyet değişkeninin anlamlı bir şekilde farklılaştığı; erkek katılımcıların gelecekteki doğa temelli etkinliklere yönelik davranışsal niyetlerinin kadın katılımcılara göre daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bununla beraber yaş, medeni durum, eğitim seviyesi ve hane halkının aylık gelir durumunun doğa temelli etkinliklere katılanların gelecekteki davranışsal niyetini etkileyen herhangi bir etkisine rastlanmamıştır.

Genel olarak, bu çalışma gün geçtikçe talebi artan ve rekabetçi bir pazar haline gelen doğa temelli turizmle ilgili gerek literature katkıda bulunmayı gerekse bu turizm türüne ilişkin etkinliklerin planlaması, pazarlanması ve satışı ile ilgili faaliyetler yürüten çeşitli paydaşlara bilgi sağlamayı hedeflemiştir. Bununla beraber her araştırmada olduğu gibi bu araştırmada da bazı sınırlılıklar bulunmaktadır. İlk olarak, bu çalışma motivasyonun itici (içsel/psikolojik) yönlerine odaklanmış ve çekme motivasyonlarını (dışsal) incelememiştir. Gelecekte çalışma yapacak araştırmacılar için doğa temelli etkinliklere katılanların hem içsel hem de dışsal motivasyonlarının beraber ele alınarak davranışsal niyet ile ilişkisini incelemeleri önerilebilir. Araştırma; zaman, maliyet ve pandemi koşulları gibi sınırlılıkları sonucunda Eskişehir'deki doğa grupları üyeleri ile yürütülmüştür. Dolayısıyla farklı şehirlerde doğa temelli etkinliklere katılım sağlayanlar ile gerçekleştirilecek araştırmalar yürütülerek sonuçlar karşılaştırılabilir.

Teşekkür

Araştırmanın veri toplama sürecinde doğa grupları liderleriyle iletişime geçerek anketlerin uygulanmasına yardımcı olan Muş Dağcılık, Doğa Sporları ve Kurtarma Kulübü (MUDOSK) görevlisi Alpinist Dağcı Mesut AKGÜN'e ve soru formunu doldurma zahmetinde bulunan tüm katılımcılara teşekkür etmeyi bir borç bilirim.

Kaynakça

- Ajzen, I. (1987). "Attitudes, Traits, and Actions: Dispositional Prediction of Behavior in Personality and Social Psychology". *Advances in Experimental Social Psychology*, 20, 1-63.
- Alexandris, K., Kouthouris, C., Funk, D., & Giovani, C. (2009). "Segmenting Winter Sport Tourists by Motivation: The Case of Recreational Skiers." *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 18(5), 480-499.
- Biggs, D. (2013). "Birding, sustainability and ecotourism". *International Handbook on Ecotourism* (R. Ballantyne & J. Packer Eds.). Cheltenham: Edward Elgar. 394– 403.
- Boo, E. (1990). *Ecotourism: The Potentials and Pitfalls*. Baltimore, MD: World Wildlife Fund.
- Carvache-Franco, M., Segarra-Oña, M., & Carrascosa López, C. (2019a). "Motivations Analysis in Ecotourism Through an Empirical Application: Segmentation, Characteristics and Motivations of the Consumer". *Geo Journal of Tourism and Geosites*, 24(1), 60-73.
- Carvache-Franco, M., Segarra-Oña, M., & Carrascosa-López, C. (2019b). "Segmentation and Motivations in Eco-Tourism: The Case of a Coastal National Park". *Ocean & Coastal Management*, 178, 1-8.
- Chan, J. K. L., & Baum, T. (2007). "Ecotourists' Perception of Ecotourism Experience in Lower Kinabatangan, Sabah, Malaysia". *Journal of Sustainable Tourism*, 15(5), 574–590.
- Chang, T. C., & Huang, S. (2004). "Urban Tourism: Between The Global and the Local". *A companion to tourism* (Lew, C. M. Hall, & A. M. Williams Eds.). Oxford: Blackwell (223–234).
- Chikuta, O., Du Plessis, L., & Saayman, M. (2017). "Nature-Based Travel Motivations for People with Disabilities". *African Journal Of Hospitality, Tourism and Leisure*, 6(1), 1-16.
- Chow, A. S., Cheng, I. N., & Cheung, L. T. (2019). "Self-Determined Travel Motivations and Ecologically Responsible Attitudes of Nature-Based

- Visitors to the Ramsar Wetland in South China". *Annals of Leisure Research*, 22(1), 42-61.
- Çokluk, Ö., Şekercioğlu, G. ve Büyüköztürk, Ş. (2012). *Sosyal Bilimler İçin Çok Değişkenli İstatistik: SPSS ve LISREL Uygulamaları*. Ankara: Pegem Akademi.
- Crompton, J. L. (1979). "Motivations for Pleasure Vacation". *Annals of Tourism Research*, 6(4), 408-424.
- Crompton, J. L. & McKay, S. L. (1997). "Motives of Visitors Attending Festival Events". *Annals of Tourism Research*, 24(2), 425-439.
- Dann, G. M. S. (1977). "Anomie, Ego-Enhancement and Tourism". *Annals of Tourism Research*, 4(4), 184-194.
- Dann, G. M. S. (1981). "Tourist Motivation an Appraisal". *Annals of Tourism Research*, 8(2), 187-219.
- Deci, E.L. & Ryan, R.M. (1985), *Intrinsic Motivation and Self-Determination in Human Behavior*. New York: Plenum Press.
- Eagles, P. F. (1992). "The Travel Motivations of Canadian Ecotourists". *Journal of Travel Research*, 31(2), 3-7.
- Fakeye, P. C., & Crompton, J. L. (1991). "Image Differences Between Prospective, First-Time, and Repeat Visitors to The Lower Rio Grande Valley". *Journal Of Travel Research*, 30(2), 10-16.
- Fennell D. (2008). *Ecotourism (Third edition)*. London: Routledge.
- Fredman, P., & Sandell, K. (2009). "Protect, Preserve, Present – The Role of Tourism in Swedish National Parks". *Tourism and national parks. International perspectives on development, histories and change.* (F. Warwick & C.M. Hall (Eds.). London: Routledge. 209-219.
- Fredman, P., & Tyrväinen, L. (2010). "Frontiers in Nature-Based Tourism". *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 10(3), 177-189.
- Fodness, D. (1994). "Measuring Tourist Motivation". *Annals of Tourism Research*, 21(3), 555-581.
- Galley, G., & Clifton, J. (2004). "The Motivational and Demographic Characteristics of Research Ecotourists: Operation Wallacea Volunteers in Southeast Sulawesi, Indonesia". *Journal of Ecotourism* 3(1), 69-82.
- Hartley, N., & Harrison, P. (2009). "An Exploration of Motives for Attending Australian Ecotourism Locations and Their Influence on Future Intentions". *Sustainable Management and Marketing*, 30 November-2 December 2009. Monash University, Melbourne, 1-9.

- Holden, A., & Sparrowhawk, J. (2002). "Understanding the Motivations of Ecotourists: The Case of Trekkers in Annapurna, Nepal". *International Journal of Tourism Research*, 4(6), 435-446.
- Huang, Y.-C., & Liu, C.-H. S. (2017). "Moderating and Mediating Roles of Environmental Concern and Ecotourism Experience for Revisit Intention". *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 29(7), 1854-1872.
- Hultman, M., Kazemina, A., & Ghasemi, V. (2015). "Intention to Visit and Willingness to Pay Premium for Ecotourism: The Impact of Attitude, Materialism, and Motivation". *Journal of Business Research*, 68(9), 1854-1861.
- Hvenegaard, G. T., & Dearden, P. (1998). "Ecotourism Versus Tourism in a Thai National Park". *Annals of Tourism Research*, 25(3), 700-720.
- Iso-Ahola, S. E. (1982). "Toward a Social Psychological Theory of Tourism Motivation: A Rejoinder". *Annals of Tourism Research*, 9(2), 256-262.
- Iversen, N. M., Hem, L. E., & Mehmetoglu, M. (2016). "Lifestyle Segmentation of Tourists Seeking Nature-Based Experiences: The Role of Cultural Values and Travel Motives". *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 33(sup1), 38-66.
- Jamaludin, M., Aziz, A., & Mariapan, M. (2018). "Millennial Travelers Decision Making Influenced Through User-Generated Contents and Psychological Attributes on Destination Loyalty to a Tropical Island". *Journal of Tourism, Hospitality and Environment Management*, 3(8), 44-55.
- Jin, M. L., Choi, Y., Lee, C. K., & Ahmad, M. S. (2020). "Effects of Place Attachment and Image on Revisit Intention in an Ecotourism Destination: Using an Extended Model of Goal-Directed Behavior". *Sustainability*, 12(18), 1-16.
- Karasar, N. (2012). *Bilimsel Araştırma Yöntemi* (23. Baskı). Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Klenosky, D. B. (2002). "The 'Pull' of Tourism Destinations: A Means-End Investigation". *Journal of Travel Research*, 40(4), 396-403.
- Kim, S. S., Lee, C. K., & Klenosky, D. B. (2003). "The Influence of Push and Pull Factors at Korean National Parks". *Tourism Management*, 24(2), 169-180.

- Klenosky, D. B., & Saunders, C. D. (2007). "Put Me in The Zoo! A Laddering Study of Zoo Visitor Motives". *Tourism Review International*, 11(3), 317-327.
- Krippendorf, J. (1987). *The Holidaymakers: Understanding the Impact of Leisure and Travel*. London: Heinemann-Butterworth.
- Kutner, M. H., Nachtsheim, C. J., Neter, J., & Li, W. (2004). *Applied Linear Statistical Models*. Boston: McGraw-Hill Irwin.
- Laarman, J.G., & Durst, P.B. (1987). "Nature Travel in the Tropics". *Journal of Forestry*, 85(5), 43-46.
- Lang, C.-T., & O'Leary, J.T. (1997). "Motivation, Participation and Preference: A Multi-Segmentation Approach of the Australian Nature Travel Market". *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 6(3), 159-180.
- Lee, S., Lee, S., & Lee, G. (2014). "Ecotourists' Motivation and Revisit Intention: A Case Study of Restored Ecological Parks in South Korea." *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 19(11), 1327-1344.
- Lu, A. C. C., Gursoy, D., & Del Chiappa, G. (2016). "The Influence of Materialism on Ecotourism Attitudes and Behaviors". *Journal of Travel Research*, 55(2), 176-189.
- Lundmark, L., & Müller, D. K. (2010). "The Supply of Nature-Based Tourism Activities in Sweden". *Tourism: An International Interdisciplinary Journal*, 58(4), 379-393.
- Luo, Y., & Deng, J. (2008). "The New Environmental Paradigm and Nature-Based Tourism Motivation". *Journal of Travel Research*, 46(4), 392-402.
- Nguyen, T. H., & Pham, T. M. L. (2015). "The Influence of Tourism Motivation to Foreign Tourist's Intention to Engage in Vietnam Ecotourism". 3rd World Tourism Conference 17th International Joint World Cultural Tourism Conference. 20-22 November 2015. Quang Trung Campus, Duy Tan University, Danang, Vietnam. 1-10.
- Ma, A. T., Chow, A. S., Cheung, L. T., Lee, K. M., & Liu, S. (2018). "Impacts of Tourists' Sociodemographic Characteristics on the Travel Motivation and Satisfaction: The Case of Protected Areas in South China". *Sustainability*, 10(10), 3388.
- McIntosh, R.W. & Goeldner, C.R. (1986). *Tourism: Principles, Practices and Philosophies* (5th ed.). New York: John Wiley & Sons.

- Mehmetoglu, M. (2007). "Typologising Nature-Based Tourists by Activity-Theoretical and Practical Implications". *Tourism Management*, 28, 651-660.
- Mehmetoglu, M. & Normann, Ø. (2013), "The Link Between Travel Motives and Activities in Nature-Based Tourism", *Tourism Review*, 68(2), 3-13.
- Meng, F., Tapanon, Y., & Uysal, M. (2008). "Measuring Tourist Satisfaction by Attribute and Motivation: The Case of a Nature-Based Resort". *Journal of Vacation Marketing*, 14(1), 41-56.
- Newsome, D., Moore, S. A., & Dowling, R. K. (2002). *Natural Area Tourism: Ecology, Impacts and Management*. Clevedon, UK: Channel View Publications.
- Nicolau, J. L., & Mas, F. J. (2006). "The Influence of Distance and Prices on the Choice of Tourist Destinations: The Moderating Role of Motivations". *Tourism Management*, 27(5), 982-996.
- Orams, M. B. (1995). "Towards a More Desirable Form of Ecotourism". *Tourism Management*, 16(1), 3-8.
- Pearce, P. L. (1988). *The Ulysses Factor: Evaluating Visitors in Tourist Settings*. New York: Springer-Verlag.
- Pearce, P. L. (1993). "Fundamentals of Tourist Motivation". *Tourism Research: Critiques and Challenges* (D. Pearce & R. Butler (Eds.)). London, UK: Routledge and Kegan Paul. 85-105.
- Pearce, P. L. (2005). *Tourist Behaviour: Themes and Conceptual Schemes*. Clevedon, UK: Channel View Publications.
- Pearce, P. L., & Caltabiano, M. L. (1983). "Inferring Travel Motivation From Travelers' Experiences". *Journal of Travel Research*, 22(2), 16-20.
- Pearce, P. L., & Lee, U. I. (2005). "Developing the Travel Career Approach to Tourist Motivation". *Journal of Travel Research*, 43(3), 226-237.
- Perera, P., & Vlosky, R. (2013). "How Previous Visits Shape Trip Quality, Perceived Value, Satisfaction, and Future Behavioral Intentions: The Case of ForestBased Ecotourism in Sri Lanka". *International Journal of Sport Management, Recreation & Tourism*, 11, 1-24.
- Plog, S. (1974). "Why Destination Areas Rise and Fall in Popularity". *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 14(4), 55-8.
- Powell, R. B., & Ham, S. H. (2008). "Can Ecotourism Interpretation Really Lead to Pro-Conservation Knowledge, Attitudes and Behaviour? Evidence From the Galapagos Islands". *Journal of Sustainable Tourism*, 16(4), 467-489.

- Saayman, M., & Saayman, A. (2009). "Why Travel Motivations and Socio-Demographics Matter in Managing a National Park". *Koedoe*, 51(1), 1-9.
- Shieh, W. L., & Wang, W. B. (2012). "Consumer Attitudes and Participate Intentions in Relation to Ecotourism in Taiwan". *桃園創新學報*, (32), 413-428.
- Tabachnick, B. G., & Fidell, L. S. (2013). *Using Multivariate Statistics* (6th ed.). Boston: Allyn and Bacon.
- Tangeland, T., & Aas, Ø. (2011). "Household Composition and the Importance of Experience Attributes of Nature Based Tourism Activity Products-A Norwegian Case Study of Outdoor Recreationists". *Tourism Management*, 32(4), 822-832.
- Tangeland, T., Aas, Ø., & Odden, A. (2013). "The Socio-Demographic Influence on Participation in Outdoor Recreation Activities–Implications for the Norwegian Domestic Market for Nature-Based Tourism". *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 13(3), 190-207.
- Tikkanen, I. (2007). "Maslow's Hierarchy and Food Tourism in Finland: Five Cases". *British Food Journal*, 109(9), 721–734
- Tsephe, N. P., & Obono, S. E. (2013). "A Theoretical Framework for Rural Tourism Motivation Factors". *International Journal of Economics and Management Engineering*, 7(1), 273-278.
- Uysal, M., & Hagan, L. (1993). "Motivations of Pleasure Travel and Tourism". *Encyclopaedia of Hospitality And Tourism* (M. Khan, M. Olsen, & T. Var (Eds.)). New York: Van Nostrand Reinhold.798-810.
- Uysal, M., Li, X., & Sirakaya-Turk, E. (2008). "Push-Pull Dynamics in Travel Decisions". *Handbook of Hospitality Marketing Management* (O. Haemmoon (Ed.)). Butterworth-Heinemann: Oxford.412-439.
- Valentine, P. (1992). "Nature-based Tourism". *Special Interest Tourism*. (C. Hall and B. Weiler, Eds.). London: Belhaven Press.105–127.
- Vansteenkiste, M., Lens, W., & Deci, E. L. (2006). "Intrinsic Versus Extrinsic Goal Contents in Self-Determination Theory: Another Look at the Quality of Academic Motivation". *Educational psychologist*, 41(1), 19-31.
- Waterman, A. S., Schwartz, S. J., & Conti, R. (2008). "The Implications of Two Conceptions of Happiness (Hedonic Enjoyment And Eudaimonia) for the Understanding of Intrinsic Motivation". *Journal of Happiness Studies*, 9(1), 41-79.

- Weaver, D. B., & Lawton, L. J. (2007). "Twenty Years On: The State of Contemporary Ecotourism Research". *Tourism Management*, 28(5), 1168-1179.
- Wight, P. (1993). "Ecotourism: Ethics or Eco-Sell?". *Journal of Travel Research*, 31(3), 3-9.
- Wight, P. A. (2001). "Ecotourists: Not a Homogeneous Market Segment". *The Encyclopedia of Ecotourism*, 37-62.
- Yazıcıoğlu, Y. ve Erdoğan, S. (2004). *SPSS Uygulamalı Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Yolal, M., Rus, R. V., Cosma, S., & Gursoy, D. (2015). "A Pilot Study on Spectators' Motivations and Their Socio-Economic Perceptions of a Film Festival". *Journal of Convention & Event Tourism*, 16 (3), 253-271.

Extended Summary

Nature-based tourism is one of the fastest and most stable growing markets in sustainable tourism sector, with a growth rate of 10-12% per year (Iversen, Hem and Mehmetoğlu, 2016). Despite the growth in ecotourism and nature-based tourism markets, it is noteworthy that relatively less research has been done on the intrinsic motivations of tourists compared to extrinsic motivations (Holden and Sparrowhawk, 2002; Chan and Baum, 2007; Hartley and Harrison, 2009; Shieh and Wang, 2012). For this reason, it can be stated that it is vital to study the intrinsic motivations of those who participate in nature-based activities. In addition, the determination of socio-demographic variables that affect behavioral intention can be expected to provide insight to various stakeholders in terms of market segmentation. In this direction, the main aim of the study is to determine the predictive status of the intrinsic motivations (relaxation, socialization, excitement, self-esteem, and self-actualization) of the nature-based activities participants on their behavioral intention in the future. The sub-aim is to determine the socio-demographic factors (age, gender, marital status, education level, and income status of the household) that affect the future behavioral intentions of those participating in nature-based activities.

The sample of the study consists of individuals aged over 18 in nature groups in Eskişehir. In the research, convenience sampling, which is one of the non-probabilistic sampling types, was used. The study group of the research consists of the 397 members of the following groups in Eskişehir: Eskişehir Outdoor Sports and Hiking Activity Group, Eskişehir Cycling Association, Eskişehir Outdoor Sport, Eskişehir Mountaineering and Outdoor

Sports Club, and Eskişehir Mountaineering Specialization Club Association. Research data were collected online due to time, cost, and pandemic conditions. The electronic questionnaire was shared between 18 June 2021 and 10 July 2021 through various online platforms managed by nature group leaders. The questionnaire for 397 participants who agreed to answer the questionnaire between the mentioned dates was evaluated.

A structured questionnaire was used to collect data for research purposes. In the first and second parts of the questionnaire consisting of three parts; there is an 18-item scale developed by Hartley and Harrison (2009) to understand the intrinsic motivational impulses of ecotourists and a 5-item scale developed to measure their future behavioral intentions. Confirmatory factor analysis (CFA) was conducted to test the construct validity in order to reach empirical evidence regarding the psychometric properties of the scales used in the study. The maximum likelihood is used as the estimation method in CFA. As a result of the analysis, it was determined that all indicators gave significant t values in explaining the latent variables. Then, Cronbach's Alpha coefficients were calculated to predict reliability in terms of internal consistency. Accordingly, it was observed that the reliability coefficients obtained were relatively high.

For the aims of the research, CFA was used for statistical analysis of the data as well as descriptive statistics in data analysis. In addition, analysis of variance, Mann-Whitney U test and Kruskal-Wallis H test were used for analysis of multiple linear regression and difference analysis between various variables. Socio-demographic findings reveal that the majority of the participants are male (64.5%), married (56.2%), had university (associate/undergraduate) and postgraduate education (81.8%), are 31-40 years old (36.5%), and have a monthly household income as 5001 TL and above (79.2%). It is seen that almost half of the respondents have had an experience in nature-based activities for 0-5 years (48.5%), the majority of them participate in activities with an average of 6-10 times a year (35.8%) and with nature groups (69.5%). The three most attended events are; hiking (82.4%), tent camping/camping (26.7%) and cycling (17.6%). The results of the research reveal that more than one intrinsic motivation factor affects the future behavioral intention of individuals participating in nature-based activities. The findings obtained from the analyzes indicate that four intrinsic motivation factors, namely "relaxation", "socialization", "self-esteem" and "self-actualization" predict behavioral intention, on the other hand, it shows that "excitement" is not a significant predictor of behavioral intention. In the

research, it was concluded that the most important predictor of the future behavioral intentions of the participants in nature-based activities is “relaxation” and the second important predictor is “socialization”. This finding is consistent with the results of previous studies (Krippendorf, 1987; Holden and Sparrowhawk, 2002; Saayman and Saayman, 2009; Mehmetoglu and Normann, 2013; Ma et al., 2018; Chow et al., 2019). Conversely, self-esteem and self-actualization being significant predictors of behavioral intention point out that the participants of the study care about fulfilling their higher-level needs aside from their inclination to get away from the routine and monotony of daily life and to have a good time with their loved ones like “relaxing” and “socializing”. Since, it can be said that activities that can motivate people psychologically, such as voluntary participation in future nature protection activities and donor in the future, which are included in the behavioral intention scale, address the personal satisfaction, self-esteem, success, and self-realization needs of the participants. Similar findings were also found in some studies in the literature (Holden and Sparrowhawk, 2002; Galley and Clifton, 2004; Hartley and Harrison, 2009; Shieh and Wang, 2012). Finally, it can be considered as an interesting finding that the “excitement” dimension does not affect the future behavioral intentions of those participating in nature-based activities. Because nature-based activities based on physical strength often lead people to surprises, risks, and difficulties. However, in general, it can be said that the results of this research have determined a positive and significant relationship between the intrinsic motivations of the participants in nature-based activities and their future behavioral intentions. From this point of view, it can be recommended that travel agencies, tour operators, and nature groups, which organize nature-based tourism activities, adopt approaches that prioritize the relaxation, social needs, self-esteem, success, and personal development needs of the customers and consider their psychological and hedonic motives when determining their sales and marketing strategies. In addition, it was concluded that only the gender variable differed significantly and male participants’ behavioral intentions towards future nature-based activities were higher than female participants. However, age, marital status, education level, and monthly income of the household did not affect the future behavioral intention of those participating in nature-based activities.