



# BİREYLERİ MOTOSİKLET KULLANMAYA MOTİVE EDEN FAKTÖRLERİN ÇEŞİTLİ DEĞİŞKENLERE GÖRE KARŞILAŞTIRILMASI<sup>1</sup>

## COMPARING MOTIVATIONAL FACTORS OF RECREATIONAL MOTORCYCLE USAGE ACCORDING TO SOME DEMOGRAPHICS VARIABLES

Faik ARDAHAN<sup>2</sup> - Selçuk GÜLEÇ<sup>3</sup>

### Öz

Araştırmanın amacı; Bireyleri Motosiklet Kullanmaya Motive Eden Faktörlerin çeşitli değişkenlere göre karşılaştırmaktır. Araştırma tanımlayıcı bir araştırmadır ve örneklem tüm Türkiye genelinden 947 kişiden oluşmaktadır. Veri toplama aracı olarak Ardahan ve Güleç (2017) tarafından geliştirilen Bireylerin Motosiklet Kullanmaya Motive Eden Faktörler Ölçeği kullanılmış ve veriler sosyal medya üzerinden 1 Şubat 2017 – 30 Haziran 2017 tarihleri arasında elektronik anket aracılığıyla toplanmıştır. Çalışmada tanımlayıcı istatistiklerin yanında ANOVA testi (F), Bağımsız Örneklem t testi (t), Mann-Whitney U (Z) testi kullanılmıştır. Analiz sonucunda gruplar arasında fark çıktığında bu farkın hangi gruplardan kaynaklandığını bulmak için LSD testi kullanılmış ve sonuçlar 0.05 anlamlılık düzeyinde değerlendirilmiştir. Motor kullanıcılarının iyi eğitim aldığı, erkek oldukları, orta yaş düzeyinde olduğu, orta düzeyde gelire sahip oldukları, kamu ve özel sektörde çalıştıkları bulgulanmıştır. Sonuç olarak; cinsiyete, gelire ve medeni duruma göre bireyleri motor kullanmaya motive eden faktörlerde istatistiki olarak anlamlı farklılık yokken, yaş ilerledikçe bireylerde Örnek Olma alt boyutunda, eğitim düzeyi azaldıkça Sosyalleşmek boyutunda, Emekli olanlarda Beğenilme/Takdir Edilme alt boyutunda, Motor Türüne göre Chopper kullanıcıları Motorun Gücünü Hissetme ve Beğenilme/Takdir Edilme alt boyutlarında farklılık oluşmaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Motor Kullanımı, Motivasyonel Faktörler, Rekreasyon

### Abstract

The main aim of this research is to compare Motivational Factors of Recreational Motorcycle Usage according to some demographics variables. The research was descriptive and sampling group consisted of 947 participants all around Turkey. Data was collected by using the Motivational Factors Scale of Recreational Motorcycle Usage developed by Ardahan and Güleç (2017) via electronic survey on social media between 1th February 2017- 30 th June 2017. In the processing of data, descriptive statistic methods, Independent Samples T Test, ANOVA Test, Mann-Whitney U test, and LSD Test have been used and results have been assessed according to significant level 0.01 and 0.05. Findings show that majority of motor users were well educated, men, middle aged, have average income level, employed in public and private sectors. As a result, when compared Motivational Factors of Recreational Motorcycle Usage, there was no statistically significant difference with respect to gender, monthly income and marital status, but it makes statistically significant difference in Exemplifying sub dimension, when age increases in Socialization sub dimension when education level decreases. When compared, being retired causes statistically significant difference in Recognition sub dimension, when compared by motor type, there is statistically meaningful difference in chopper user favor in Experiencing the Power of Motorcycle and Recognition sub dimensions.

**Keywords:** Motor Usage, Motivational Factors, Recreation

<sup>1</sup> - Bu çalışma International Congress on Recreation and Sport Management. 10-13 th May 2018. La Blanche Island Hotel, Bodrum, Muğla, Turkey’da sunulan çalışmanın genişletilmiş halidir.

<sup>2</sup> Prof. Dr., Akdeniz Üniversitesi, [faikardahan@akdeniz.edu.tr](mailto:faikardahan@akdeniz.edu.tr), Orcid: 0000-0002-5319-2734

<sup>3</sup> Milli Eğitim Bakanlığı, [selcukgulec07@gmail.com](mailto:selcukgulec07@gmail.com), Orcid: 0000-0002-3779-5914

## Giriş

Motosiklet tehlikeli olduğu kadar kullanımı bireylere sürüş keyfi veren ve tatmin duygusu yaratan bir araçtır. Sahiplerinin “Demir At veya Kanatlı At” olarak da tanımladığı motor kullanımına son yıllarda ilgi hem ülkemizde hem de dünya genelinde artış göstermiştir (TUIK, 2018; Haworth, 2012). Özellikle metropollerde trafik karmaşasının varlığı, artan yakıt fiyatları, araç vergilerin yüksekliği, şehir merkezindeki park problemleri ve park yerlerindeki yüksek fiyatlar, toplu taşıma araçlarının yavaşlığı, kabinlerin kalabalık olması, karbon ayak izinin artması ve ekolojik kötü gidiş, araba karşıtlığı, motor kullanımının verdiği duygusal ve psikolojik rahatlama gibi birçok nedenlerden dolayı bireyler motor kullanımına yönelmektedir (Chang ve Lai, 2015). Bu sebeplerle artışın gelecekte de devam edeceğini söylemek mümkündür.

Motor kullanımının dört farklı formu vardır. Bir bireyin motoru hangi amaçla kullandığının sınırlarını çizmek çok kolay olmasa da birey bu amaçlardan biri ya da daha fazlası için motor kullanabilir (Haworth, 2012; Strutter, 2010). Bunlar; a) Profesyonel Kullanım (Professional Usage); organize edilmiş, gerekli tüm güvenlik önlemleri alınmış, trafiğe kapalı alanlarda sadece show, yarışma ve rekabet amaçlı kullanım, b) Ticari Kullanım (Commercial Usage); kargo, paket taşımacılığı, ticari taksi uygulaması gibi bireylerin veya eşyaların taşınması amacıyla kullanımı, c) Ulaşım Amaçlı Kullanım (Commute / Transportation Usage); şehirlerdeki binek araçların artması, toplu taşıma araçlarının aşırı kalabalık ve istenen hızda olmaması, varılacak yere zamanında ulaşamaması gibi nedenler olan ve park yeri sıkıntısından kaynaklı sorunlardan kurtulmak amaçlı kullanım, d) Rekreatif Kullanım (Recreational Usage); sadece keyif almak için, hobi amaçlı, sürüş keyfi yaşamak, bir yere ulaşmak, görmek, gezmek için motorun kullanımı. Örneğin, hafta içi işe-eve ulaşım için motor kullanan biri hafta sonları ve tatillerde rekreatif amaçlı kullanabilir veya gündüz ticari amaçlı kullanılan bir motor akşamları veya hafta sonlarında başka amaçlı kullanılabilir. Rekreatif motor kullanımına gündelik yaşamın zorunlulukları (işe gidiş-geliş gibi) için yapılan sürüşler dâhil değildir. Onları ulaşım amaçlı kullanıma dahil etmek gereklidir (Ardahan ve Güleç, 2017). Motorun rekreatif kullanımı bireylerin yaşam biçiminin tamamını veya önemli bir kısmını tarif edebilir. Aynı şekilde örneğin balık avlamak için denize, nehre gidiş, kaya tırmanışı yapmak için kaya tırmanışı yapılacak yere ulaşım amaçlı gidiş olarak tarif edilecek bireyin rekreatif hayatının bir parçası olarak motorun kullanımı da rekreatif sürüşe dâhil edilebilir.

Motorun her tür kullanımı rekreatif, psikolojik ve duygusal faydaların yanında, üretim, dağıtım, servis, sigorta, yakıt, ekipman ve aksesuar, eğitim, yarışmalar, motor tarzlarının yarattığı cafe, restoran, eğlence yerleri gibi rekreatif mekanlar, medya boyutu gibi birçok sektörü içine alan ve çok sayıda aracıyı ilgilendiren, aracının rol almasını gerektiren muazzam büyüklükteki bir sektörü tarif eder. Bu haliyle motor kullanımının yarattığı ekonomik katma değerinin önemi de artmaktadır.

Motorun rekreatif amaçlı ve ulaşım amaçlı kullanımındaki yaygınlaşma aynı zamanda motor kazalarındaki sayısını arttırsa da son yıllarda motor kullanıcılarının ve trafikteki diğer sürücülerin güvenli ve bilinçli sürüş konusundaki tutumları, yerel ve merkezi yönetimlerin aldıkları önlemlerle daha güvenli hale gelmiştir (Daniello ve ark. 2009; Huth ve ark. 2014).

Bireylerin neden motor kullanmaya başladığının, kullanmayı sürdürdüğünün bilinmesi hem araştırmacılar hem de bu sektörün içinde olanlar için önemlidir. Motor sektöründeki üreticiler, dağıtıcılar, perakendeciler bu bilgileri üretim tasarımı ve pazarlama stratejilerini belirlemek için kullanırlarken, araştırmacılar için bir davranışın nedenini tarif için önem arz etmektedir.

Araştırmacılar bireylerin neden motor kullanmaya başladığını ve sürdürdüğünü açıklamak için daha çok motivasyon teorilerini kullanmaktadır. Bu konuda en yaygın kabul gören teorilerden birisi Steg'in (2005) geliştirdiği Taşıt Kullanım Teorisidir (Motivation for Vehicle Use Theory). Bu teoriye göre bireyin bir taşıt aracını kullanmasını üç boyutta ele almak mümkündür. Bunlardan ilki; hız, esneklik, seyahat zamanı, maliyeti, ulaşılabilirliği, yükleme kapasitesi olarak tarif edilecek taşıt kullanımının "Araçsal Boyutu", ikincisi; coşku, heyecan, zevk, hissettirdiği duygular olarak "Duygusal Boyutu", üçüncüsü; bireyin kimliğin bütünleyicisi, tanımlayıcısı, ayırt edicisi, kişisel imajın göstergesi, sosyal statü sembolü ve bir aracın psikolojik boyutu olarak "Sembolik Boyutudur". Motorcular "iki teker" kullanıcısı olmayı, "iki kanatlı" olmaya benzetirler. Motor onlar için çoğu zaman sürüş keyfi veren bir araçtan daha fazlasıdır. Çoğu zaman motorlarını arkadaşları, yoldaşları olarak tanımlarlar ve onunla bütünleşerek bir isim bile verirler. Kendi yaşamlarındaki rüzgârın kaynağı, hızı deneyimleme süreci, yaşam biçimi, kendilerini uçuran kanat, özgürlük, imaj, uzaklaşma aracı, sırdaş, buluşmanın, ulaşmanın, iftihar etmenin, kendini ifade etmenin, bir gruba ait olmanın da içinde olduğu birçok duygusal ve psikolojik gerekçelerle ifade edilebilecek değerler toplamıdır. Diğer bir deyişle birçok motor kullanıcısı için motor kullanımı Ciddi Boş Zaman Faaliyeti olarak tarif edilebilir (Ardahan ve Güleç, 2017).

Rekreasyonel hayatın içerisinde bir davranışın, bir eylemin gerçekleşme ve tekrar edilme sıklığı önemlidir. Stebbins (2005, 2007) sürekliliği olan eylemleri üç boyutta ele almış ve her birini farklı tanımlamıştır. Bunlar;

- Birincisi; gerçekleşmesi, tekrar edilmesi için bireyin nitelikli emek ve çaba harcaması gereken, bireyin yaşam biçimi olarak her koşulda sürekli ve düzenli olarak hayatında var ettiği ciddi boş zaman faaliyetlerini (serious leisure),
- İkincisi; özel donanım, beceri, bilgi ve kısmen hazırlık yapmayı gerektiren, çoğu zaman bir kez veya belli dönemlerde birkaç kez tekrar edilen olaylar/etkinlikler de rol almak, katılmak için harcanan zamanları tarif eden proje tabanlı boş zaman faaliyetleri (project based leisure),
- Üçüncüsü; kendiliğinden yaşanan, önceden planlanmayan, yaşandığında bireyde iyi olma hali yaratan kayıtsız boş zaman (casual leisure) faaliyetleri tarif eder.

Motor kullanıcılarının penceresinden bakıldığında, bireyin kendisi veya en yakınlarındaki bir ya da birkaç kişi önemli bir kaza yaşamamış ise çoğunlukla motor kullanımı bireyin rekreasyonel hayatının odağında olmakta hatta birçokları için vazgeçilmez bir hale gelmektedir. Motor kullanımı Stebbins'in tanımladığı serbest zaman biçimlerinin üçüne de uygundur. Motor kullanımının Ciddi Boş Zaman Faaliyeti olarak kabul edilebilmesi için bireyin motoru koşullar ne olursa olsun sürekli olarak rekreasyonel amaçlı kullanıyor olması gereklidir. Belli dönemlerde söz gelimi tatil süresince kullanımı Proje Tabanlı Boş Zaman aktivitesine örnek iken, akşamüstü veya bir hafta sonu motor kiralayarak veya birilerinin motorunun ödünç kullanımı ise Kayıtsız Boş Zaman Aktivitesi olarak kullanımına örnektir. Bir birey kayıtsız boş zaman faaliyeti olarak motor kullanmaya başlayıp, motor sürüşünün keyfini aldıktan ve kullanabileceğine inandıktan sonra motoru kendi rekreasyonel hayatında proje tabanlı serbest zaman aktivitesi olarak veya ciddi boş zaman faaliyeti olarak konumlandırabilir.

Ciddi Boş Zaman; bireyin profesyonel olmayan/ mesleki olmayan diğer bir deyişle ekonomik bir beklenti, ödül veya kazanç ile yapmadığı, sosyal bir kariyer yaratan/tanımlayan, özel bilgi, beceri, deneyim gerektiren, içinde bulunulan şartlar ne olursa olsun asla istisnalara izin verilmeden yapılan/sürdürülen, bireyin kendi kimliği, kişiliği, yaşam biçimiyle

bütünlenmiş, ilginç, tatmin edici, amatör, hobi ve gönüllü faaliyetler bütünüdür (Stebbins, 1982). Stebbins's (1992) göre bir aktivitenin ciddi boş zaman faaliyeti olarak kabul edilebilmesi için özel çaba gerektirmesi, profesyonel olmasa da profesyonel hayata olumlu etkisi olan sosyal kariyer yaratması, sebat gerektirmesi, bireyin mutluluğunun, yaşam tatmininin uzun süreli olmasını sağlaması, güçlü kişilik ve liderlik gerektirmesi, güçlü bir paradigma (dünya görüşü) sağlaması gereklidir.

Stebbins (2010) bireyler ciddi boş zaman faaliyetleri yaparak kişisel ve sosyal faydalar elde ettiklerini belirtmiştir. Kişisel ödüller; a) yetenek ve beceri olarak bireyin zenginleşmesi, b) kendini gerçekleştirme, c) kendini daha iyi ifade etme, d) kişisel imaja sahip olma, e) yaptıklarından derin haz duyma, kendini yenileme ve f) bazı durumlarda finansal geri dönüş elde etme, Sosyal ödüller ise; a) sosyal çekicilik ve tanınırlık, b) bir grubun parçası olma, grup olarak hareket edebilme ve c) kendi etrafında bir grup oluşturmaktır. Bu faydaların hepsini motor kullanmayı yaşam biçimi haline getirmiş bireylerde görmek mümkündür.

Motor kullanıcılarının dünya genelinde erkek egemen bir yapıda olduğu söylenebilir. Bu hem profesyonel kullanıcılar, hem de ticari kullanıcılar için geçerlidir. Rekreatif kullanım ve ulaşım amaçlı kullanımda yine erkek egemenliği olsa da kadınların bu tarz kullanımda düşük bir oranda olduğu söylenebilir (Christmas ve ark. 2009). Çin ve Tayvan gibi ülkelerde özellikle ulaşım amaçlı motor kullanımında cinsiyetler arası uçurum çok değildir (Chang ve Lai, 2015).

Evliliğin motor kullanımını olumsuz etkilemek anlamında belirleyici bir parametre olduğuna dair literatürde kayıt olmasa da kazalar açısından bakıldığında bekârların daha hızlı kullandıkları kaza risklerinin oldukları bulgulanmıştır. Bunun yanında sosyal roller (ebeveny olma gibi) arttıkça bireylerin daha az risk üstlendiğini de ortaya koymaktadır. Bunun yanında gelir motor sahipliğinde önemli bir parametre olmasa da satın alma gücünün özellikle pahalı motorların alınmasında etkisi olduğu, motor kullanıcılarının iyi eğitim almış ve olgunlaşmış kişiliğe sahip olması bireylerin de kaza riskinin azalttığı bulgulanmıştır (Watson ve ark. 2007; Christmas ve ark. 2009).

Tüm bunların yanında motor kullanıcılarının kişilikleri hem yaşam tarzlarını hem de sahip oldukları motor tipini ve motoru kullanma biçimini belirleyecek ve etkileyecektir. Elbette ki kişilik ve davranış; yaşa, üstlenilen sosyal roller ve profesyonel kariyere, bireyin bizzat yaşadıkları ve/veya şahit olduğu olaylara bağlı olarak değişecektir (Rand, 2011a). Bireyin kişiliğinin yanında, çevresindeki kişilerle özellikle kendini ait hissettiği sosyal yapıyla etkileşim biçimi bireyin hem davranışlarını hem de yaşam biçimini büyük ölçüde etkilemektedir. Eğer bireyin çevresinde motor kullanan birileri varsa ve bu o bireyin çevresinde onaylanmasına, liderlik göstermesine, çekicilik yaratıyorsa doğal olarak başkaları da onun gibi olmayı isteyeceği için motor kullanımına yönelecektir (Crandal, 1980). Buna ilave olarak Levy'in de (1979) savunduğu gibi bireyin davranışlarının önemli nedenlerinden birinin de bireyin içinde bulunduğu koşulların bir davranışı gösterilmesine/gösterilmemesine neden olabileceğidir. Örneğin ulaşım imkanlarının kısıtlı olduğu bir yerde bireyin işe/okula gidip gelmesini kolaylaştırmak için motor alması bunun en güzel örneğidir. Diğer yandan, motorun çekiciliği, sürüş keyfi vermesi, bireylerin içsel nedenlerle motorun bu çekiciliğine yönelmesi, Kirkwood'un (2009) İten ve Çeken Faktörler Teorisi'nde (Pull and Push Factor Theory) kullanarak açıklanabilir.

Motosiklet literatüründe daha çok güvenlik, ekonomik boyut ve kazalarla ilgili çalışmalar vardır. Bireylerin neden motor kullandıkları, bireyleri motor kullanmaya motive eden faktörlerin neler olduğu konusundaki çalışmalar sınırlıdır (Ardahan ve Güleç, 2017).

Kullanım biçimini daha çok bireylerin motordan sürüş olarak beklentileri ve bireyin kişilik özellikleri tanımlamaktadır. Söz gelimi hızlı seven birisinin gezinti motoru kullanması,

arazide sürüşü tercih eden birisinin hız motorunu tercih etmesi, motoru ulaşım amaçlı kullanmak isteyen birisinin uzun yol veya arazi motorunu kullanması çok olası gözükmemektedir.

Motoru sınıflandırırken birçok ölçüt vardır. En yaygın kullanılan sınıflandırma yakıt türüne ve kullanım amacına göre olanıdır. Motor yapısına göre elektrikli, fosil yakıtlı olarak ikiye ayırmak mümkündür. Elektrikli motorlar daha çok ulaşım amaçlı kullanılmaktadır. fosil yakıtlı motorlar, benzin, dizel ve LPG'yi yakıt olarak kullanılmaktadır. Benzinli motorları sınıflamanın en yaygın hali kullanım biçimine göreler. Motor hacmi bu sınıflama içinde daha çok segmentleri tanımlamak için kullanılmaktadır. Bir sınıflamaya göre 50-250 cc Hafif, 251-500 cc Orta, 501-800 cc Ağır, 801 cc ve üstü Süper Ağır olarak tanımlanmaktadır (Yongpisanphob, 2017). Motorları kullanım amaçları göre altı grupta toplamak mümkündür. Bunlar<sup>4,5,6</sup>; a) bu tarz motorlar sağlam motorkros motorlar ile uzun mesafe touring motorların karışımıdır, her arazi koşulunda, her tarz kullanıma uygun, yük taşıyabilen her tarz yolda kullanılan Enduro, b) Daha çok şehir içi ulaşım amaçlı kullanılan; Scooter, c) Uzun yol sürüşlerinde kullanılan; Turing / Sport Touring, d) manevra kabiliyeti yüksek, şehir içi ve uzun yol kullanımına uygun, üzerinde hiç aksesuar bulundurmayan; Naked, e) Amerikan Harley-Davidson marka motorun öncülüğünü yaptığı, günümüzde birçok markanın ürettiği, uzun ön çatalları, geriye kaykılan oturma pozisyonu ve bol bol parlak kromajla belli eden; Chopper, f) aşırı ivmelenme kapasitesine sahip, hız için üretilmiş, pistlerde kullanım için üretilmiş; Super Sport (Racing).

Motoru sınıflamanın yanında motor kullanıcılarını da sınıflandırmak mümkündür. Krige (1995) motor kullanıcılarını; kişilik özelliklerini, sosyal karakterlerini, sürüş motive eden faktörleri, serbest zaman tercihleri ve yaşamdan beklentilerini esas alarak beş grupta toplamıştır. Bu sınıflamaya göre; a) “Otoriteye karşı grup- bikie group”: İlk olarak İkinci Dünya Savaşından sonra Amerika’da ortaya çıkmışlardır. Harley Davidson ve Chopper tarzı motor kullanıcılar, iyi organize olmuş bir grubun parçasıdır, sigara alkol kullanıcılarıdır. Her ne kadar başlangıçta suça yakın bir yaşam tarzları olsa da daha sonraları yasadışı yaşamı reddeden bir yapıya bürünmüşlerdir. Tüm dünya genelinde de böyle bir resim ortaya koymaktadırlar. b) “Harika çocuk- boy wonder” olarak sınıflanan ikinci grup kullanıcılar, çoğunlukla hızı seven, limitleri zorlayan, kazalara en yakın olan, motor sürüşü konusunda çoğunlukla tecrübesiz, bir gruba ait ama çoğunlukla bir kulübün parçası olmayan, yarışmayı seven kişilerdir ve daha çok Racing tarzı motor kullanmayı tercih etmekte. c) “İnatçılar-Dirts”: Bu tarz kullanıcılar zoru seven, beraber motor kullanmaktan keyf alan, sürüş keyfi yaşayan, çoğunlukla bir gruba/kulübe üye, daha çok offroad tarzı arazi motorlarını veya Enduro tarzı motor kullanmayı tercih etmekte. d) “Ulaşım İçin Kullananlar- Commuters”: Motoru; ekonomi sağladığı, kolay park edilebilir olduğu, vergi avantajı sağladığı için gündelik ulaşım ihtiyacında kullanırlar. Bu tarz motor kullanıcıları daha çok düşük hacimli, scooter adı verilen motorları kullanırlar. e) “Hafta Sonu Kullanıcıları- Weekend Warriors”: Bu tarz motor kullanıcıları daha çok şehir dışı sürüşlerde bir gruba beraber motor kullanmayı tercih ederler. Daha çok Turing tarzı kullanıcılarıdır ama Chopper, Enduro kullanıcıları da bu tarz sürüşte olurlar. Çoğunlukla orta yaşın üstünde, iyi eğitilmiş, iyi gelir düzeyinde, tanınmış kulüplerin üyesi kişilerdir. Amaç sürüş keyfi yaşamaktır, yarışmazlar, emniyet ve güvenliği önem verirler.

<sup>4</sup> - <https://www.motorcular.com/tr/moto-bilgi/motosiklet-turleri>

<sup>5</sup> - <https://www.bizevdeyokuz.com/motosiklet-cesitleri/>

<sup>6</sup> - <http://www.kalfaoglu.com/motosiklet/turler.html>

Nasıl sınıflandırılırsa sınıflandırılırsın, hangi amaç için kullanılırsa kullanılırsın, sürüş riskleri de olsa motor, gelecekte birçok kişinin ilgisini çeken önemli trafik taşıtlarından birisi olmaya devam edecektir.

Bu çalışmanın ana amacı giderek yaygınlaşan motor kullanımının cinsiyet, medeni durum, yaş, eğitim durumu, gelir, çalışılan yer, kullanılan motor türü değişkenleriyle rekreasyonel motor kullanmaya başlama nedenlerinin değişip değişmediğini ortaya koymaktır.

### Yöntem

**Araştırmanın amacı;** Bireyleri Motosiklet Kullanmaya Motive Eden Faktörlerin Çeşitli Değişkenlere Göre Karşılaştırılmasıdır.

**Araştırma Türü:** tanımlayıcı bir araştırmadır ve Türkiye’de rekreasyonel motor kullanıcılarının sayıları net olarak bilinmemektedir. Sportif amaçlı motor kullanıcıları da araştırma kapsamı dışında tutulduğu için Motor Sporları Federasyonu’na bağlı sportif motor kullanıcıları kapsam dışında tutulmuştur. Bu haliyle araştırmanın örnekleme 947 kişiden oluşmaktadır.

**Veri Toplama Aracı:** Çalışmada kullanılan anket formu iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde demografik verilerin alındığı sorulara ikinci bölümde Ardahan ve Selçuk (2017) tarafından geliştirilen Bireylerin Motosiklet Kullanmaya Motive Eden Faktörler Ölçeği’ne (BMKMEFÖ) ait sorulara yer verilmiştir. Veriler sosyal medya üzerinden Şubat 2017 – Haziran 2017 tarihleri arasında elektronik anket aracılığıyla toplanmıştır. Ölçek maddeleri beşli Likert tipi 1-Kesinlikle Katılmıyorum, ..., 5- Kesinlikle Katılıyorum şeklinde yapılandırılmıştır.

BMKMEFÖ toplam sekiz faktörden oluşmakta ve faktörlerin bu çalışma için güvenilirlik katsayıları, ortalama ve standart sapma değerleri izleyen biçimdedir. Sosyalleşmek (Cronbach's Alpha=0.876, Ort±SS=2,84±0,98), Uzaklaşmak ve Dinlenmek (Cronbach's Alpha=0.890, Ort±SS=4,35±0,73), Motorun Gücünü Hissetme (Cronbach's Alpha=0.846, Ort±SS=4,25±0,76), Fiziksel Aktivite ve Sağlık (Cronbach's Alpha=0.867, Ort±SS=3,13±1,12), Yenilenme ve Gelişme (Cronbach's Alpha=0.829, Ort±SS=3,77±0,88), Rekabet Etme/Başarma (Cronbach's Alpha=0.841, Ort±SS=3,38±1,09), Örnek Olma (Cronbach's Alpha=0.919, Ort±SS=2,91±1,29) ve Beğenilme/Takdir Edilme (Cronbach's Alpha=0.725, Ort±SS=2,41±1,07).

**Verilerin Analizi:** Çalışmada tanımlayıcı istatistiklerin yanında normal dağılım gösteren karşılaştırmalarda ANOVA testi (F), Bağımsız Örneklem t testi (t), parametrik olmayan karşılaştırmalarda ise Mann-Whitney U testi kullanılmıştır. Analiz sonucunda gruplar arasında fark çıktığında bu farkın hangi gruplardan kaynaklandığını bulmak normal dağılım gösteren karşılaştırmalarda LSD testi kullanılmış ve sonuçlar 0.05 anlamlılık düzeyinde değerlendirilmiştir.

### Bulgular

Motor kullanıcılarının demografik özellikleri Tablo-1’de verilmiştir. Tablodan da görülebileceği gibi motor kullanıcılarının önemli bir kesimi erkek (%95.60) ve birçoğu üniversite ve üstü mezunu iyi eğitim görmüş (%72.90) bireylerdir. Buna ilave olarak evli ve bekâr kullanıcıların oranı evlilerin lehine fazla ise de aralarındaki fark çok fazla değildir. Önemli bir çoğunluk özel sektör veya kamuda çalışmakta (%65.70). 4000 TL ve altı gelire sahip (%65.50) ve 35-54 yaş aralığındadır (%48.30). Ağırlıklı olarak Enduro (%30.10), Scooter (%22.50) ve Turing/Sport Touring (%16.80) tarzı motora binmektedirler.

**Tablo-1: Motor Kullanıcılarının Demografik Özellikleri**

Demografik Değişkenler	n	%	Demografik Değişkenler	n	%
2000 TL ve altı	235	24.80	Enduro	285	30.10
2001 - 4000 TL	385	40.70	Scooter	213	22.50
4001 - 6000 TL	172	18.20	Turing / Sport Touring	159	16.80
6001 TL ve üstü	155	16.40	Naked	120	12.70
Özel Sektör	459	48.50	Chopper	90	9.50
Kamu Sektörü	163	17.20	Super Sport (Racing)	80	8.40
Kendi İşim	203	21.40	İlköğretim	43	4.50
Öğrenci	59	6.20	Lise ve Dengi	214	22.60
Emekli	63	6.70	Üniversite ve Üstü	690	72.90
24 Yaş ve Altı	103	10.90	Erkek	906	95.60
25-34 Yaş	326	34.40	Kadın	41	4.30
35-44 Yaş	292	30.80	Evli	536	56.60
45-54 Yaş	166	17.50	Bekâr	411	43.60
55 Yaş ve Üstü	60	6.30	<b>Toplam</b>	<b>947</b>	<b>100.00</b>

Bireyleri motor kullanmaya motive eden faktörlerin cinsiyete göre karşılaştırması Tablo-2’de verilmiştir. Tablodan da görülebileceği gibi bireyleri motor kullanmaya motive eden faktörler cinsiyete göre istatistiki olarak anlamlı bir farklılık göstermemektedir. Diğer bir deyişle hem erkekler hem de kadınlar benzer gerekçelerle motor kullanmaya motive olmaktadır.

**Tablo-2: Bireyleri Motor Kullanmaya Motive Eden Faktörlerin Cinsiyete Göre Karşılaştırılması**

Faktörler	Cinsiyet	Ort±SS	Z	p
Sosyalleşmek	Erkek	2,84±0,98	-0,314	0,753
	Kadın	2,87±1,07		
Uzaklaşmak ve Dinlenmek	Erkek	4,35±0,73	-1,233	0,218
	Kadın	4,25±0,69		
Motorun Gücünü Hissetme	Erkek	4,24±0,76	-0,046	0,963
	Kadın	4,30±0,61		
Fiziksel Aktivite ve Sağlık	Erkek	3,14±1,12	-0,956	339
	Kadın	2,99±1,05		
Yenilenme ve Gelişme	Erkek	3,77±0,88	-0,463	0,644
	Kadın	3,73±0,85		
Rekabet Etme/Başarma	Erkek	3,39±1,09	-0,093	0,926
	Kadın	3,34±1,10		
Örnek Olma	Erkek	2,90±1,29	-0,585	0,558
	Kadın	3,02±1,21		
Beğenilme/Takdir Edilme	Erkek	2,41±1,07	-0,738	0,460
	Kadın	2,29±1,09		

Bireyleri motor kullanmaya motive eden faktörlerin medeni duruma göre karşılaştırması Tablo-3’de verilmiştir. Tablodan da görülebileceği gibi bireyleri motor kullanmaya motive eden faktörler medeni duruma göre istatistiki olarak anlamlı bir farklılık göstermemektedir. Diğer bir deyişle hem evliler hem de bekârlar benzer gerekçelerle motor kullanmaya motive olmaktadır.

**Tablo-3: Bireyleri Motor Kullanmaya Motive Eden Faktörlerin Medeni Duruma Göre Karşılaştırılması**

Faktörler	Cinsiyet	Ort±SS	t	p
Sosyalleşmek	Evli	2,87±0,99	1,060	0,289
	Bekâr	2,80±0,96		
Uzaklaşmak ve Dinlenmek	Evli	4,39±0,68	1,851	0,065
	Bekâr	4,30±0,78		
Motorun Gücünü Hissetme	Evli	4,27±0,73	1,004	0,316
	Bekâr	4,22±0,79		
Fiziksel Aktivite ve Sağlık	Evli	3,16±1,13	1,027	0,305
	Bekâr	3,09±1,11		
Yenilenme ve Gelişme	Evli	3,78±0,87	0,232	0,817
	Bekâr	3,76±0,88		
Rekabet Etme/Başarma	Evli	3,42±1,08	1,190	0,234
	Bekâr	3,34±1,09		
Örnek Olma	Evli	2,95±1,31	1,187	0,236
	Bekâr	2,85±1,26		
Beğenilme/Takdir Edilme	Evli	2,42±1,09	0,423	0,672
	Bekâr	2,39±1,04		

Bireyleri motor kullanmaya motive eden faktörlerin eğitim duruma göre karşılaştırması Tablo-4’de verilmiştir. Tablodan da görülebileceği gibi bireyleri motor kullanmaya motive eden faktörler eğitim duruma göre istatistiki olarak anlamlı bir farklılık göstermemektedir. Diğer bir deyişle ilköğretim, lise ve dengi, üniversite ve üstü bireyler benzer gerekçelerle motor kullanmaya motive olmaktadır.

**Tablo-4: Bireyleri Motor Kullanmaya Motive Eden Faktörlerin Eğitim Durumuna Göre Karşılaştırılması**

Faktörler	Eğitim Durumu	Ort±SS	F	p
Sosyalleşmek	İlköğretim	3,04±0,87	2,862	0,058
	Lise ve Dengi	2,95±0,96		
	Üniversite ve Üstü	2,80±0,99		
Uzaklaşmak ve Dinlenmek	İlköğretim	4,43±0,76	0,591	0,554
	Lise ve Dengi	4,31±0,74		
	Üniversite ve Üstü	4,35±0,73		
Motorun Gücünü Hissetme	İlköğretim	4,23±0,83	0,007	0,993
	Lise ve Dengi	4,24±0,76		
	Üniversite ve Üstü	4,25±0,75		
Fiziksel Aktivite ve Sağlık	İlköğretim	3,24±1,14	0,425	0,654
	Lise ve Dengi	3,17±1,18		
	Üniversite ve Üstü	3,11±1,10		
Yenilenme ve Gelişme	İlköğretim	3,71±0,81	0,512	0,599
	Lise ve Dengi	3,82±0,86		
	Üniversite ve Üstü	3,76±0,89		
Rekabet Etme/Başarma	İlköğretim	3,59±0,95	2,305	0,100
	Lise ve Dengi	3,49±1,02		
	Üniversite ve Üstü	3,34±1,11		
Örnek Olma	İlköğretim	2,89±1,28	0,094	0,911
	Lise ve Dengi	2,94±1,28		
	Üniversite ve Üstü	2,90±1,30		
Beğenilme/Takdir Edilme	İlköğretim	2,53±1,13	1,260	0,284
	Lise ve Dengi	2,49±1,07		
	Üniversite ve Üstü	2,37±1,06		



Bireyleri motor kullanmaya motive eden faktörlerin gelire göre karşılaştırması Tablo-5’de verilmiştir. Tablodan da görülebileceği gibi bireyleri motor kullanmaya motive eden faktörler farklı gelir grupları arasında istatistiki olarak anlamlı bir farklılık göstermemektedir. Diğer bir deyişle her gelir düzeyindeki bireyler benzer gerekçelerle motor kullanmaya motive olmaktadır.

**Tablo-5: Bireyleri Motor Kullanmaya Motive Eden Faktörlerin Gelire Göre Karşılaştırılması**

Faktörler	Gelir	Ort±SS	F	p
Sosyalleşmek	2000 TL ve altı	2,88±0,98	1,181	0,316
	2001 - 4000 TL	2,80±0,97		
	4001 - 6000 TL	2,94±0,99		
	6001 TL ve üstü	2,77±0,99		
Uzaklaşmak ve Dinlenmek	2000 TL ve altı	4,35±0,74	0,356	0,785
	2001 - 4000 TL	4,36±0,74		
	4001 - 6000 TL	4,30±0,73		
	6001 TL ve üstü	4,38±0,68		
Motorun Gücünü Hissetme	2000 TL ve altı	4,25±0,80	0,734	0,532
	2001 - 4000 TL	4,26±0,72		
	4001 - 6000 TL	4,17±0,77		
	6001 TL ve üstü	4,29±0,77		
Fiziksel Aktivite ve Sağlık	2000 TL ve altı	3,09±1,21	0,922	0,429
	2001 - 4000 TL	3,13±1,07		
	4001 - 6000 TL	3,24±1,08		
	6001 TL ve üstü	3,06±1,15		
Yenilenme ve Gelişme	2000 TL ve altı	3,75±0,88	0,269	0,848
	2001 - 4000 TL	3,80±0,88		
	4001 - 6000 TL	3,78±0,82		
	6001 TL ve üstü	3,73±0,94		
Rekabet Etme/Başarma	2000 TL ve altı	3,35±1,10	0,592	0,620
	2001 - 4000 TL	3,35±1,11		
	4001 - 6000 TL	3,47±1,01		
	6001 TL ve üstü	3,42±1,10		
Örnek Olma	2000 TL ve altı	2,76±1,25	2,044	0,106
	2001 - 4000 TL	2,90±1,29		
	4001 - 6000 TL	3,07±1,29		
	6001 TL ve üstü	2,95±1,35		
Beğenilme/Takdir Edilme	2000 TL ve altı	2,38±1,08	0,980	0,401
	2001 - 4000 TL	2,41±1,07		
	4001 - 6000 TL	2,51±1,06		
	6001 TL ve üstü	2,31±1,08		

Bireyleri motor kullanmaya motive eden faktörlerin çalışılan yere göre karşılaştırması Tablo-6’da verilmiştir. Tablodan da görülebileceği gibi bireyleri motor kullanmaya motive eden faktörler çalışılan yere göre Beğenilme/Takdir Edilme faktörü dışında istatistiki olarak anlamlı bir farklılık göstermemektedir. Beğenilme/Takdir Edilme faktöründeki farklılık Emeklilerle Özel Sektör çalışanları ( $MD_{5-1}$ , 0.48574, 0.001), Kamu Sektörü çalışanları ( $MD_{5-2}$ , 0.39715, 0.012), Kendi İşinde çalışanlar ( $MD_{5-3}$ , 0.423464, 0.006) ve öğrenciler ( $MD_{5-4}$ , 0.45781, 0.018) arasındaki farklılıktan kaynaklanmaktadır. Diğer bir deyişle emekliler diğer çalışan gruplarına göre daha fazla beğenilme ve takdir edilme amaçlı motor kullanmaya motive olmaktadır.

**Tablo-6: Bireyleri Motor Kullanmaya Motive Eden Faktörlerin Çalışılan Yere Göre Karşılaştırılması**

<b>Faktörler</b>	<b>Gelir</b>	<b>Ort±SS</b>	<b>F</b>	<b>p</b>
<b>Sosyalleşmek</b>	Özel Sektör	2,80±0,98	1,070	0,370
	Kamu Sektörü	2,81±0,96		
	Kendi İşim	2,87±0,96		
	Öğrenci	2,98±0,89		
	Emekli	3,02±1,16		
<b>Uzaklaşmak ve Dinlenmek</b>	Özel Sektör	4,32±0,73	1,071	0,370
	Kamu Sektörü	4,32±0,75		
	Kendi İşim	4,36±0,80		
	Öğrenci	4,49±0,52		
	Emekli	4,44±0,54		
<b>Motorun Gücünü Hissetme</b>	Özel Sektör	4,24±0,72	0,842	0,499
	Kamu Sektörü	4,19±0,78		
	Kendi İşim	4,25±0,87		
	Öğrenci	4,30±0,65		
	Emekli	4,38±0,60		
<b>Fiziksel Aktivite ve Sağlık</b>	Özel Sektör	3,14±1,10	1,010	0,401
	Kamu Sektörü	3,10±1,09		
	Kendi İşim	3,04±1,15		
	Öğrenci	3,21±1,18		
	Emekli	3,34±1,20		
<b>Yenilenme ve Gelişme</b>	Özel Sektör	3,76±0,86	0,809	0,519
	Kamu Sektörü	3,71±0,87		
	Kendi İşim	3,78±0,95		
	Öğrenci	3,89±0,76		
	Emekli	3,89±0,90		
<b>Rekabet Etme/Başarma</b>	Özel Sektör	3,34±1,09	1,262	0,283
	Kamu Sektörü	3,35±1,11		
	Kendi İşim	3,39±1,10		
	Öğrenci	3,53±1,07		
	Emekli	3,63±1,02		
<b>Örnek Olma</b>	Özel Sektör	2,87±1,27	1,600	0,172
	Kamu Sektörü	2,93±1,33		
	Kendi İşim	2,90±1,32		
	Öğrenci	2,76±1,27		
	Emekli	3,28±1,26		
<b>Beğenilme/Takdir Edilme</b>	Özel Sektör	2,35±1,07	<b>2,924</b>	<b>0,020</b>
	Kamu Sektörü	2,43±1,07		
	Kendi İşim	2,41±1,03		
	Öğrenci	2,37±0,92		
	Emekli	2,83±1,23		

Bireyleri motor kullanmaya motive eden faktörlerin yaş gruplarına göre karşılaştırması Tablo-7’de verilmiştir. Tablodan da görülebileceği gibi bireyleri motor kullanmaya motive eden faktörler yaş gruplarına göre Örnek Olma faktörü dışında istatistiki olarak anlamlı bir farklılık göstermemektedir. Örnek Olma faktöründeki farklılık 55 yaş ve üstü bireylerin 24 yaş ve altı bireyler ( $MD_{5-1}$ , 0.53161, 0.011) ve 25-34 yaş arası bireyler ( $MD_{5-2}$ , 0.48725, 0.007) arasındaki farklılıktan kaynaklanmaktadır. Diğer bir deyişle bireyler yaş aldıkça toplumda başkalarına göre örnek olma güdüsü artmakta ve bu sebeple motor kullanmaya motive olmaktadır.

**Tablo-7: Bireyleri Motor Kullanmaya Motive Eden Faktörlerin Yaş Gruplarına Göre Karşılaştırılması**

<b>Faktörler</b>	<b>Gelir</b>	<b>Ort±SS</b>	<b>F</b>	<b>p</b>
<b>Sosyalleşmek</b>	24 Yaş ve Altı	2,76±0,94	1,182	0,317
	25-34 Yaş	2,82±0,94		
	35-44 Yaş	2,87±0,99		
	45-54 Yaş	2,80±1,00		
	55 Yaş ve Üstü	3,08±1,09		
<b>Uzaklaşmak ve Dinlenmek</b>	24 Yaş ve Altı	4,29±0,73	1,383	0,238
	25-34 Yaş	4,29±0,79		
	35-44 Yaş	4,36±0,75		
	45-54 Yaş	4,43±0,58		
	55 Yaş ve Üstü	4,43±0,63		
<b>Motorun Gücünü Hissetme</b>	24 Yaş ve Altı	4,21±0,80	1,835	0,120
	25-34 Yaş	4,20±0,79		
	35-44 Yaş	4,22±0,77		
	45-54 Yaş	4,34±0,67		
	55 Yaş ve Üstü	4,41±0,55		
<b>Fiziksel Aktivite ve Sağlık</b>	24 Yaş ve Altı	2,99±1,09	1,885	0,111
	25-34 Yaş	3,09±1,09		
	35-44 Yaş	3,19±1,15		
	45-54 Yaş	3,08±1,14		
	55 Yaş ve Üstü	3,43±1,11		
<b>Yenilenme ve Gelişme</b>	24 Yaş ve Altı	3,70±0,85	2,082	0,081
	25-34 Yaş	3,70±0,87		
	35-44 Yaş	3,80±0,90		
	45-54 Yaş	3,82±0,89		
	55 Yaş ve Üstü	4,01±0,78		
<b>Rekabet Etme/Başarma</b>	24 Yaş ve Altı	3,25±1,04	1,535	0,190
	25-34 Yaş	3,31±1,06		
	35-44 Yaş	3,43±1,12		
	45-54 Yaş	3,46±1,11		
	55 Yaş ve Üstü	3,59±1,08		
<b>Örnek Olma</b>	24 Yaş ve Altı	2,76±1,19	<b>2,434</b>	<b>0,046</b>
	25-34 Yaş	2,80±1,25		
	35-44 Yaş	2,97±1,31		
	45-54 Yaş	2,95±1,39		
	55 Yaş ve Üstü	3,29±1,23		
<b>Beğenilme/Takdir Edilme</b>	24 Yaş ve Altı	2,29±0,92	0,999	0,407
	25-34 Yaş	2,38±1,02		
	35-44 Yaş	2,43±1,08		
	45-54 Yaş	2,44±1,21		
	55 Yaş ve Üstü	2,61±1,14		

Bireyleri motor kullanmaya motive eden faktörlerin motor türüne göre karşılaştırması Tablo-8’de verilmiştir. Tablodan da görülebileceği gibi bireyleri motor kullanmaya motive eden faktörler motor türüne göre Motorun Gücünü Hissetme ve Beğenilme/Takdir Edilme faktörleri dışında istatistiki olarak anlamlı bir farklılık göstermemektedir.

Motorun Gücünü Hissetme faktöründeki istatistiki anlamlı farklılık, Chopper kullanıcıları ile Enduro kullanıcıları ( $MD_{5-1}$ , 0.18749, 0.040), Naked kullanıcıları ( $MD_{5-4}$ , 0.27389, 0.009) ve Scooter kullanıcıları ( $MD_{5-4}$ , 0.21631, 0.022) arasındaki farklılıktan ve Turing/Sport Turing kullanıcıları ile Naked kullanıcıları ( $MD_{3-4}$ , 0.21631, 0.022) ve Naked kullanıcıları ( $MD_{3-2}$ , 0.22764, 0.013) arasındaki farklılıklardan kaynaklanmaktadır.

Beğenilme/Taktir Edilme faktöründeki istatistiki anlamlı farklılık, Chopper kullanıcıları ile Naked kullanıcıları ( $MD_{5-4}$ , 0.35370, 0.017), Turing/Sport Turing kullanıcıları ( $MD_{5-3}$ , 0.33788, 0.016) ve Super Sport (Racing) kullanıcıları ( $MD_{5-6}$ , 0.44398, 0.007) arasındaki farklılıktan kaynaklanmaktadır.

**Tablo-8: Bireyleri Motor Kullanmaya Motive Eden Faktörlerin Motor Türüne Göre Karşılaştırılması**

<b>Faktörler</b>	<b>Motor Türü</b>	<b>Ort±SS</b>	<b>F</b>	<b>p</b>
<b>Sosyalleşmek</b>	Enduro	2,89±0,97	0,548	0,740
	Scooter	2,81±0,96		
	Turing / Sport Touring	2,74±1,08		
	Naked	2,87±0,92		
	Chopper	2,92±0,98		
	Super Sport (Racing)	2,83±1,06		
<b>Uzaklaşmak ve Dinlenmek</b>	Enduro	4,44±0,61	1,699	0,132
	Scooter	4,35±0,79		
	Turing / Sport Touring	4,29±0,73		
	Naked	4,28±0,78		
	Chopper	4,46±0,60		
	Super Sport (Racing)	4,28±0,73		
<b>Motorun Gücünü Hissetme</b>	Enduro	4,40±0,65	<b>2,459</b>	<b>0,032</b>
	Scooter	4,21±0,81		
	Turing / Sport Touring	4,13±0,74		
	Naked	4,19±0,80		
	Chopper	4,36±0,69		
	Super Sport (Racing)	4,29±0,65		
<b>Fiziksel Aktivite ve Sağlık</b>	Enduro	3,09±1,06	1,366	0,235
	Scooter	3,14±1,16		
	Turing / Sport Touring	3,11±1,05		
	Naked	3,05±1,12		
	Chopper	3,32±1,11		
	Super Sport (Racing)	3,03±1,16		
<b>Yenilenme ve Gelişme</b>	Enduro	3,80±0,84	0,899	0,481
	Scooter	3,75±0,90		
	Turing / Sport Touring	3,76±0,84		
	Naked	3,71±0,95		
	Chopper	3,90±0,81		
	Super Sport (Racing)	3,73±0,82		
<b>Rekabet Etme/Başarma</b>	Enduro	3,49±1,03	1,930	0,087
	Scooter	3,48±1,13		
	Turing / Sport Touring	3,28±1,08		
	Naked	3,31±1,09		
	Chopper	3,44±1,04		
	Super Sport (Racing)	3,15±1,09		
<b>Örnek Olma</b>	Enduro	3,08±1,37	1,519	0,181
	Scooter	2,93±1,34		
	Turing / Sport Touring	2,88±1,16		
	Naked	2,88±1,23		
	Chopper	2,97±1,31		
	Super Sport (Racing)	2,58±1,31		

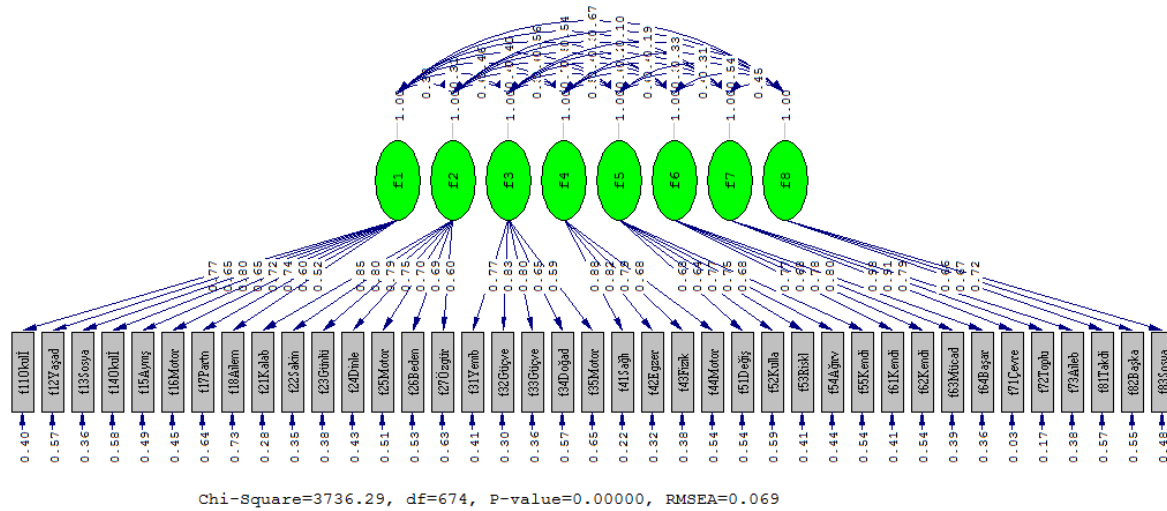
<b>Beğenilme/Takdir Edilme</b>	Enduro	2,65±1,16	<b>2,237</b>	<b>0,049</b>
	Scooter	2,46±1,10		
	Turing / Sport Touring	2,29±0,97		
	Naked	2,45±1,04		
	Chopper	2,31±1,07		
	Super Sport (Racing)	2,20±1,01		

Bireyleri Motor Kullanmaya Motive Eden Faktörler Ölçeğine DFA uygulanmış, Path diyagramı Şekil-01’de, uyum indeks değerleri de Tablo-3’de verilmiştir. Tablodan da görülebileceği gibi uyum indeks değerleri istatistikî olarak yeterli, iyi ve mükemmel uyum değerlerine sahiptir. Diğer bir deyişle model DFA ile geçerlilik ve güvenilirliğe sahiptir (Thompson, 2004).

**Tablo-3: DFA Uyum İndeks Değerleri**

$X^2/ Ser. Der$	= 3736.29/674= 5.54		
GFI	= 0.83	CFI	= 0.96
AGFI	= 0.81	NFI	= 0.95
RMSEA	= 0.069	NNFI	= 0.96
RMR	= 0.079	PGFI	= 0.72
SRMR	= 0.058	IFI	= 0.96

**Şekil-01: Bireyleri Motor Kullanmaya Motive Eden Faktörler Ölçeği Path Diyagramı**



## Tartışma

Bireyleri motor kullanmaya motive eden faktörlerin Cinsiyet, Medeni Durum ve Gelir demografik değişkenlerine göre farklılık göstermemesi, kadın ve erkeklerin, evli ve bekârların ve her gelir düzeyindeki bireylerin aynı gerekçelerle motor kullanmayı tercih ettikleri, farklılık olsa da farklılığın istatistikî olarak anlam ifade etmediği söylenebilir. Birçok çalışmada motor kullanan erkeklerin kadınlardan, yüksek gelirli motor kullanıcılarının düşük gelirli olanlardan daha fazla km cinsinden yol yaptıkları tespit edilmiş olsa da (Steg ve ark. 2001) Steg’in (2005) çalışmasında ortaya koyduğu faktörlerin arabanın sembolik ve duygusal değer gelire, yaşa, yapılan km cinsinden yola göre farklılık gösterse de araçsal ve özgürlük hissi alt boyutlarına göre yaşa, gelire göre bireylerin neden taşıt sahibi oldukları farklılık göstermemektedir. Benzer şekilde Chang ve Lai’nin (2015) bireylerin neden motor kullanmayı ve/veya sahibi olmayı istediklerine dönük çalışmalarında; Araçsal Motivasyon, İçsel Duygusal Motivasyon, Motor Kullanmaya Dönük Beklenen Ebeveyn Davranışı Boyutlarında cinsiyete göre, Araçsal Motivasyon, Sembolik Motivasyon, İçsel Duygusal Motivasyon, Motor Kullanmaya Dönük Beklenen Ebeveyn Davranışı Boyutlarında Eğitim

düzeyine göre anlamlı farklılık bulunmamıştır. Rand'ın (2011b) çalışmasında medeni durum, cinsiyet, gelir sahip olunan motorun markasını, modelini, motor türünün etkilerken motor kullanma nedeni üzerinde çok belirleyici olmadığı belirtilmiştir Tüm bu sonuçlar mevcut çalışmadaki sonuçları destekler ve örtüşür nitelikteki bulgulardır.

Bireyin neden o motoru tercih ettiği daha çok yaşam biçimi, sosyal karakteri, sürüş özellikleri ve kişilik özellikleri ile yakından ilgilidir. Bu aynı zamanda hayatın geri kalan kısımlarında sahip olunan eşyalarla da ilgilidir (Ardahan ve Güleç, 2018). Farklı motor tiplerinin farkı motor kullanmaya başlamaları mümkündür. Bu Ardahan ve Güleç'in (2017) çalışmalarında detaylı ele alınıp incelenmiştir. Bireyleri motor kullanmaya motive eden faktörler açısından bakıldığında Sosyalleşmek, Uzaklaşmak ve Dinlenmek, Fiziksel Aktivite ve Sağlık, Yenilenme ve Gelişme, Rekabet Etme/Başarma, Örnek Olma faktörlerinde cinsiyete, medeni duruma, eğitim durumuna, gelire göre istatistiki olarak anlamlı farkın olmaması motor kullanmaya başlama tercihlerinin bu değişkenlerin etkili olmadığıdır. Buna karşılık; Motorun Gücünü Hissetme ve Beğenilme/Takdir Edilme faktörlerinde anlamlı farkın olması, farkın güçlü, prestijli motor tiplerinin lehine olması Krige'nin (1995) ortaya koyduğu motor kullanıcılarının sınıflamasına ve Steg'in (2005) Taşıt Kullanım Teorisinde belirtilen tanımlamalara uygundur. Özellikle Chopper kullanıcılarının diğer tarz motor kullanıcılarına göre daha fazla Beğenilme/Takdir Edilme amaçlı motor sahibi olma/kullanma biçimleri Steg'in (2005) Taşıt Kullanım Teorisinde belirttiği, Steg ve arkadaşlarının (2001) bulguladıkları motorun simgesel, duygusal değeriyle örtüşmektedir. Benzer durum Motorun Gücünü Hissetme alt boyutunda anlamlı farklılığın Chopper, Turing/Sport Touring, Enduro motor türünün lehine olması durumu için de geçerli olduğu söylenebilir. Bunlara ilave olarak; Yaş Gruplarına göre farklılığın sadece Örnek Olma alt boyutunda olması diğer birçok rekreasyonel etkinliklerde olduğu gibi motor kullanıcılarında da olması beklenen durumdur. Birçok toplumda yaş ilerledikçe bireyin sosyal rollerinin artması, yapılanların ve birikiminin artması, birikimin (beceriye yapılan yatırım) yaş ilerledikçe çoğalması bireyleri ileriki yaşlarda Örnek Olma davranışına itmektir (Ardahan, 2016). Örnek olma davranışı olumlu bir davranış göstermek, olumsuz bir davranış göstermemek biçimindeki bir önderliği içine almaktadır. Bireyin liderlik rolündeki artış Örnek Olma davranışını göstermek konusunda da bir baskı yaratmaktadır (Lerner, 2008; Olesia ve ark. 2014). Bu aynı zamanda Maslow'un ihtiyaçlar Hiyerarşisi içinde üst düzeyli ihtiyaçlar olarak da görülebilir (İbrahim ve Cordes, 2002). Literatürdeki bu tartışmalarla mevcut çalışmanın sonuçları örtüşmektedir.

Bireylerin çalışma durumu, çalışıp çalışmaması, elde ettiği gelirin ortalama gelir düzeyinin neresinde olduğu bireyin satın alma davranışını etkilediği yazın dilinde üstünde durulan bir gerçektir (Tek, 1999; Durmaz ve ark. 2011). Özellikle emeklilik döneminde üretkenliğin azalması, statü kaybı, sosyal yalnızlaşma, gelir düzeyinin düşmesi (Karadeniz ve Öztepe, 2013; Öztop, 2010) nedenlerle bireyin yaptıklarıyla, sosyal yaşamlarıyla kişisel ödül beklentisi içinde olunması Beğenilme/Takdir Edilme alt boyutunda Emeklilerin lehine istatistiki olarak anlamlı farklılığın olması beklenen bir durumdur. Bu aynı zamanda Ciddi boş zaman faaliyeti olarak motor kullanma ile de açıklanabilir (Stebbins, 1982, 1992, 2007, 2010). Bu sonuçlar Ardahan ve İlyas'ın (2019) 60+ yaşındaki koristlerle yaptığı çalışmanın sonuçlarıyla örtüşmektedir.

Eğitim düzeyi arttıkça bireylerin toplumda üstlendikleri rollerin artması, ait olma, statü sahibi olma ve kendini gerçekleştirme fırsatları artsa da (İbrahim ve Cordes, 2002) eğitim düzeyi ile sosyalleşme beklentisi kişilerin profesyonel ve sosyal yaşamlarının tatmin düzeyine büyük ölçüde bağlıdır. Bireylerin sosyal yaşamları ve rekreasyonel yaşamları büyük ölçüde birbirleriyle ilişkilidir ve eğitim düzeyi düştükçe bireylerin sosyalleşme arzusuyla rekreasyonel etkinliklere katılma arzusu literatürde beklenen bir durumdur (Ardahan ve ark.

2016). Mevcut çalışmada orta düzey eğitime sahip, Lise ve Dengi mezunu bireylerin Sosyalleşme arzusuyla motora biniyor olması literatürle örtüşmektedir.

### **Sonuç**

Yarattığı ekonomik ve rekreasyonel faydalarla dünya genelinde motor kullanıcılarının sayısının artıyor olması gelecekte de devam edecektir. Bireyleri motor kullanmaya motive eden faktörlerin cinsiyet, medeni hal, yaş grupları, gelir, çalışılan yer ve eğitim düzeyine göre büyük ölçüde farklılık göstermemesi motorun her yaş, her gelir, her eğitim düzeyinden bireylerin çalışıp/çalışmadığı, kadın erkek olduğu fark etmeden büyük ölçüde aynı olması anlamına gelmektedir.

Farklı demografik özelliklerdeki bireylerin gelirine, yaşına, medeni durumuna, sosyal rollerinin olup olmadığına, kişilik özelliklerine bağlı olarak tercih ettiği motor türü farklılaşabilmektedir. Bu satın alma davranışı diğer tüm satın alma biçimlerinde de geçerlidir. Satın alma davranışında farklılaşan bir yapının Bireyleri Motor kullanmaya motive eden faktörler açısından büyük ölçüde farklılaşmaması önemli bir bulgudur.

### **Kaynakça**

- Ardahan, F. (2016). Volunteering as a Serious Leisure Activity: The case of AKUT. *Mediterranean Journal of Humanities*. 6(1): 47-61. DOI: 10.13114/MJH.2016119288.
- Ardahan, F. ve Güleç, S. (2017). Developing and Doing Validity and Reliability of the Motivational Factors Scale of Recreational Motorcycle Usage. 5th International Academic Conference on Social Sciences. Proceedings Book. 27-28 th July 2017, Barcelona, Spain.
- Ardahan, F. ve Güleç, S. (2018). Rekreasyonel Amaçlı Motor Kullanıcılarının Profilleri: Türkiye Örneği. International Congress on Recreation and Sport Management, Proceeding Book, 10-13 th May 2018. La Blanche Island Hotel, Bodrum, Muğla, Turkey.
- Ardahan, F. ve İlyas, S. (2019). Rekreasyonel korolara korist olarak katılan 60+ bireylerin koroya katılım nedenlerinin ve koroya katılımı elde ettikleri faydaların çeşitli demografik değişkenlere göre incelenmesi. *Journal of Human Sciences*, 16(2):448-468. doi:10.14687/jhs.v16i2.5388.
- Ardahan, F., Turgut, T. ve Kaplan Kalkan, A. (2016). Her Yönüyle Rekreasyon. Ankara: Delta Yayıncılık.
- Chang, H.L. ve Lai, C.Y. (2015). Using travel socialization and underlying motivations to better understand motorcycle usage in Taiwan. *Accident Analysis and Prevention* 79: 212–220.
- Christmas, S., Young, D., Cookson, R. ve Cuerden, R. (2009). Passion, Performance, Practicality: Motorcyclists' Motivations and Attitudes to Safety – Motorcycle Safety Research Project. Project Record: PPRO 4/001/043. Transport Research Laboratory. Department for Transport, Road User Safety.
- Crandall, R. (1980). Motivation for Leisure. *Journal of Leisure Research*, (12)1: 45-54.
- Daniello, A., Gabler, H. ve Mehta, Y. (2009). Effectiveness of motorcycle training and licensing. Transportation Research Record: Journal of the Transportation Research Board, No. 2140, Transportation Research Board of the National Academies, Washington, D.C: pp. 206–213. DOI: 10.3141/2140-23.

- Durmaz, Y., Bahar Oruç, R. ve Kurtlar, M. (2011). Kişisel Faktörlerin Tüketici Satın Alma Davranışlarına Etkisi Üzerine Bir Araştırma. *Journal of Academic Approaches*. 2(1): 114-133.
- Haworth, N. (2012). Powered two wheelers in a changing world – Challenges and opportunities. *Accident Analysis and Prevention*, 44(1), 12–18.
- Huth, V., Füssl, E. ve Risser, R. (2014). Motorcycle riders' perceptions, attitudes and strategies: Findings from a focus group study. *Transportation Research Part F: Traffic Psychology and Behaviour*. 25:74-85.
- Ibrahim H.ve Cordes K.A. (2002). *Outdoor Recreation, Enrichment For a Lifetime*. Urbana, IL.
- Karadeniz, O. ve Öztepe, N.D. (2013). Türkiye'de Yaşlı Yoksulluğu. *Çalışma ve Toplum*, 38(3).
- Kirkwood, J. (2009). Motivational Factors in a Push-Pull Theory of Entrepreneurship. *Gender in Management: An International Journal*, 24(5):346-364.
- Krige, M. (1995). Quantitative report on the profile of Australian motorcycle riders, Public Education Market Research Report 2/95. Canberra: Federal Office of Road Safety.
- Lerner, R.M. (2008). Exemplifying the Integrations of the Relational Developmental System. Synthesizing Theory, Research, and Application to Promote Positive Development and Social Justice. *Journal of Adolescent Research*. 23(3): 245-255.
- Levy, J. (1979). Motivation for Leisure: An Intereactionist Approach. In H. Ibrahim and R. Crandall (Eds.), *Leisure: A Psychological Approach*. Los Alamitos, CA: Hwong Publishing.
- Olesia, W.S., Namusonge, G.S. ve Dr. Mike A. Iravo, M.A. (2014). Servant Leadership: The Exemplifying Behaviours. *Journal Of Humanities And Social Science (IOSR-JHSS)*. 19(6): 75-80.
- Öztop, H. (2010). Yaşlılık Dönemi ve Tüketim. *Tüketici Yazıları (II)*, 187.
- Rand, J.P. (2011a). Psychology Disciplines and Motorcycle Riding: Where to next? Retrieved at [www.strategiclearningalliance.org](http://www.strategiclearningalliance.org).
- Rand, J.P. (2011b). Leisurely Motorcycle Riding: A Phenomenological study of the psychology of leisurely motorcycle riding. Available at: <https://www.yumpu.com/en/document/view/36299756/leisurely-motorcycle-riding-hgsitebuildercom-hgsitebuilder>
- Stebbins, R.A. (1982). Serious leisure: A conceptual statement. *Pacific Sociological Review*. 25:251-272.
- Stebbins, R.A. (1992). *Amateurs, professionals and serious leisure*. Montreal, QC: McGill-Queen's University Press.
- Stebbins, R.A. (2005). Project-based leisure: Theoretical neglect of a common use of free time. *Leisure Studies*. 24:1-11.
- Stebbins, R.A. (2007). *Serious leisure: A perspective for our time*. New Brunswick, NJ: Transaction.
- Stebbins, R.A. (2010). Leisure Reflections No. 24. Addiction to Leisure Activities: Is It Possible? LSA Newsletter No. 86 . retrived from [http://www.seriousleisure.net/uploads/8/3/3/8/8338986/reflections\\_24.pdf](http://www.seriousleisure.net/uploads/8/3/3/8/8338986/reflections_24.pdf) retrived in 31-03-2018



- Steg, L. (2005). Car use: lust and must. Instrumental, symbolic and affective motives for car use. *Transportation Research Part A* 39: 147-162.
- Steg, L., Geurs, K. ve Ras, M. (2001). The Effect of Motivational Factors on Car Use: A Multidisciplinary Modelling Approach. *Transportation Research Part A* 35: 789-806.
- Strutter, E. (2010). *Sons of Anarchy (Season III)*. New York, NY: FX Network.
- Thompson, B. (2004). *Exploratory and confirmatory factor analysis understanding concepts and applications*. Washington, DC: APA
- Tek, Ö.B. (1999). *Pazarlama İlkeleri*, Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş., İstanbul
- TUIK (2018) Motorlu Kara Taşıtları, Tablo-3: Yıllara göre motorlu kara taşıtları sayısı  
<http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=27642>
- Watson, B., Tunncliff, D., White, K., Schonfeld, C. ve Wishart, D. (2007). Psychological and social factors influencing motorcycle rider intentions and behaviour. Australian Transport Safety Bureau. Queensland University of Technology. ATSB Research And Analysis Report Road Safety Research Grant Report 2007-04.  
[https://infrastructure.gov.au/roads/safety/publications/2007/pdf/road\\_rgr\\_200704.pdf](https://infrastructure.gov.au/roads/safety/publications/2007/pdf/road_rgr_200704.pdf)
- Yongpisanphob, W. Thailand Industry Outlook 2017-19 Motorcycle Industry.  
[https://www.krungsri.com/bank/getmedia/84c6ab26-ae3-4937-a812-0bfe4e5e07e6/IO\\_Motorcycle\\_2017\\_EN.aspx](https://www.krungsri.com/bank/getmedia/84c6ab26-ae3-4937-a812-0bfe4e5e07e6/IO_Motorcycle_2017_EN.aspx)
- <https://www.motorcular.com/tr/moto-bilgi/motosiklet-turleri>
- <https://www.bizevdeyokuz.com/motosiklet-cesitleri/>
- <http://www.kalfaoglu.com/motosiklet/turler.html>