

## Doğa Temelli Turizme Katılım Motivasyonu ve Deneyim Doymu İlişkisi

### The Relation between Nature-Based Tourism Motivations and Experience Satisfaction

Ceren İŞÇİ, Manisa Celal Bayar Üniversitesi, Türkiye, ceren.isci@hotmail.com

Orcid No:0000-0002-5712-1482

*Öz: Doğa ve turizm arasındaki ilişki günümüzde hala net olarak ortaya konulmamıştır. Doğa temelli turizme katılım motivasyonları da bu karmaşıklıkta etkilenmektedir. İnsanların birbirinden farklı motivasyonlarla katıldığı turizm deneyimlerinden kişisel gelişim ve yenilenme deneyimi, nihayetinde de deneyim doymu yaşamayı beklenmektedir. Mevcut çalışma doğa temelli turizme (DTT) katılma motivasyonlarının kişisel gelişim/yenilenme deneyimine ve deneyim doymuna; kişisel gelişim/yenilenme deneyiminin de deneyim doymuna etkisini belirlemeyi amaçlamıştır. Araştırmada anket tekniği kullanılmıştır. Veri toplama süreci sonunda 267 analiz edilebilir anket elde edilmiştir. Elde edilen sonuçlara göre, DTT katılma motivasyonu kişisel gelişim/yenilenme deneyimi ile birlikte deneyim doymunu, kişisel gelişim/yenilenme deneyimi de deneyim doymunu etkilemektedir.*

*Anahtar Kelimeler: Deneyim, Deneyim Doymu, Doğa Temelli Turizm, Kişisel Gelişim, Yenilenme*

*JEL Sınıflandırması: Z31, Z32, Z39*

*Abstract: The relationship between nature and tourism is still not clearly understood today, and the motivations attending tourism facilities are also affected by this complexity. People are expected to experience personal development and regeneration from tourism experiences, in which they participate with different motivations. It ensures that the experience of the person ultimately leads to experience satisfaction. The aim of the current study is to examine the effects of motivations to participate in nature based tourism on the personal development/renewal experience and experience satisfaction; and to determine the effect of personal development/renewal experience on experience satisfaction. Questionnaire technique was used in this research. Totally 267 questionnaires were analyzed. According to the results obtained, motivation to participate in nature based tourism activities affects experience satisfaction together with personal development/renewal experience, and personal development/renewal experience also affects experience satisfaction.*

*Keywords: Experience, Experience Satisfaction, Nature-Based Tourism, Personal Development, Renewal*

*JEL Classification: Z31, Z32, Z39*

## 1. Giriş

Doğa ve turizm arasındaki ilişki hala net olarak açıklanamamıştır (Hall ve Boyd, 2005: 3). Bu belirsizliğe rağmen doğal kaynakların tüketilmeden kullanımını desteklemesi (Luzar vd., 1995: 545) ve ekonomik katkılar yaratması nedeniyle doğa temelli turizm (DTT) zaman içerisinde önem kazanmıştır (Mehmetoglu ve Normann, 2013: 4). Geçmiş dönemlerde ulusal parklar veya benzeri korunaklı arazilerde (Weaver, 2001a: 107) ücret ödmeden veya oldukça düşük ücretler karşılığında gerçekleşen açık hava etkinliklerinden oluşan DTT (Tangeland, 2011) turizm sektörü için de önemli bir bileşen haline gelmiştir (Luo ve Deng, 2008). Zira zaman içinde çevreye karşı

### Makale Geçmişi / Article History

Başvuru Tarihi / Date of Application : 4 Mart / March 2021

Kabul Tarihi / Acceptance Date : 2 Ağustos / August 2021

duyarlılık, tüketici tercihlerinde meydana gelen değişimler ve kitle turizminin olumsuz etkileri bu anlayışa olan talebi arttırmaktadır (Mehmetoglu, 2007a).

Doğa temelli turizm kavramı Valentine (1992) tarafından '*kısmen bozulmuş doğadan doğrudan haz alınması ile ilgili*' olarak tanımlanmakta ve benzer diğer kavramlardan farklılaştırılmaktadır. Valentine (1992)'in yaptığı tanıma rağmen hem tüketici hem de üreticileri içeren oldukça karmaşık bir sistem olması nedeniyle Fredman ve Tyrväinen (2010) kavramın kesin ve tam olarak tanımlanamayacağını belirtmiştir. Örneğin turistler ile açık hava rekreasyon faaliyetlerine katılanların tam olarak birbirinden ayrılması veya aktivitenin de sınırlarının çizilmesi mümkün değildir. Bu nedenle de kavramı '*doğa turistlerinin taleplerini karşılamaya yönelik etkinlikler*' olarak tanımlamayı tercih etmişlerdir.

Sürdürülebilir turizmin bir alt basamağı olan (Zewdie ve Mengesha, 2011: 72) doğa temelli turizm kavramı geçmişte ekoturizm kavramı ile birlikte ele alınmışsa da aslında birbirinden farklıdır. Her iki kavramın karıştırılmasının temel nedeni bozulmamış doğal çevrenin değerlendirilmesi ve benzer bir ortamda gerçekleşen diğer turizm türlerinin varlığıdır. Ancak ilerleyen dönemlerde ekoturizmin sürdürülebilirlik içermesi, buna karşın DTT'in doğal bir ortamda gerçekleşen boş zaman etkinlikleri olarak açıklanması kavramların farklılığını ortaya koymuştur. Bu nedenle, ekoturizm DTT'nin bir alt kümesi olarak değerlendirilmektedir (Weaver, 2001b; Johnston ve Payne, 2005: 21). Bu anlamda DTT kavramı doğal çevrede gerçekleşen turizm türlerini (macera turizmi), doğal çevrenin belli bileşenlerine yönelik turizm faaliyetlerini (doğa turizmi, deniz turizmi) ve doğal çevreyi korumaya yönelik turizm alanlarını (ulusal parklar, ekoturizm) içermektedir (Hall ve Boyd, 2005: 3). İkinci olarak, ekoturizm kavramının aslında doğal çevreden pasif şekilde keyif alma deneyimine yönelik olarak (Tisdell ve Wilson, 2012: 7) öğrenme deneyimi içermesidir. Dinlenme (deniz-kum-güneş gibi) veya macera (trekking, dağcılık vb.) etkinliklerinde kişi hedonik veya risk/heyecan içeren bir deneyim hedeflerken, etkinliklerin gerçekleştiği doğal çekiciliğe sahip yerler sadece mekan görevi üstlenmektedir (Weaver, 2001a: 105). Üçüncü olarak, kavramlar arasındaki fark, turizm ürününe yönelik motivasyon ve etik anlayıştan kaynaklanmaktadır. Her ne kadar ekoturizm ve DDT'de doğa deneyimi yer alsada, çevreye yönelik bakış açısı ve yerel ekonomiye katkıları ile birbirinden ayrılmaktadır. DTT faaliyetleri sadece ekoturizm faaliyetleri olarak değerlendirilmez zira sadece yerel halka katkı sağlamaz (Patterson, 2007: 1). Son olarak DTT aslında sadece doğal manzaranın deneyimlenmesini kapsamaz.

Faaliyetlerin gerçekleştiği alanın bütünüyle değerlendirilmesi söz konusudur ve bu da kavrama holistik bir özellik vermektedir (Newsome vd., 2002: 13).

Turistlere yaşatılan deneyimin turizm sektörünün özü olduğu göz önüne alındığında (Triantafillidou ve Siomkos, 2013: 197) doğa temelli turizmden elde edilen deneyim aslında bir sonuç olarak değil ancak kavramın özünü ve değerini oluşturmaktadır. Birçok bileşeni içermesi ve dolayısıyla karmaşık bir yapıya sahip olan DTT'e katılan turistlerin motivasyon ve tatmin bileşenlerinin incelenmesi uygun pazarlama programlarının geliştirilmesi açısından önemlidir (Valentine, 1992: 123). Özellikle Mehmetoglu (2007a) kavrama yönelik olarak çevrecilik ve seyahat davranışı arasındaki ilişkilerin incelenmesinin gerekli olduğunu belirtirken, sonrasında Luo ve Deng (2008) çevresel değer, tutum, motivasyon, katılım, tatmin ve çevreye dost davranışa yönelik daha karmaşık ilişkilerin ve bunların da özellikle yapısal eşitlik modellemesi ile açıklanması gerektiğini vurgulamaktadır. Bu gerekçelerden yola çıkarak, mevcut araştırmanın amacı DTT'ye katılan kişilerin motivasyonlarının, yaşadıkları yenilikçilik deneyimine ve deneyim doyumuna etkisini ortaya koymaktır. Çalışmada, DTT'de yenilikçi deneyimi merkezine alan, bu deneyimin öncülü ve sonucu olarak, doğa motivasyonu ve deneyim doyumunu ile ilişkilerini inceleyen teorik bir model sunulmaktadır. Deneyim ekonomisinde doğa temelli turizm deneyimlerine dikkat çekme ihtiyacı vardır (Vespestad ve Lindberg, 2011). Bu noktadan hareketle, araştırmada doğa deneyimini ve kavramın doğa motivasyonu ve deneyim doyumunu ile ilişkisinin ortaya konulmasının söz konusu amaca hizmet edeceği düşünülmektedir.

## 2. Literatür

### 2.1 Doğa Temelli Turizm Motivasyonu

Doğal çevreye yönelik tutum, insanların yüzyıllardır süren tartışma konularından biridir. Birbirinden farklı hatta kimi zaman zıt olan düşünceler ortaya konmuştur ve bu düşünceler zaman içerisinde gelişim ve dönüşüm geçirmiştir (Güzel, 2020). Günümüzde ise yeni çevresel paradigmanın beraberinde getirdiği doğa bilgisi ve doğayı kavrayış şekli, toplumun doğa hakkındaki inanç veya değerlerinde önemli bir değişim yaratmaktadır (Luo ve Deng, 2008: 394). Örneğin Espinoza, Ajzen ve Fishbein'in ortaya koyduğu Gerekçeli Eylem Teorisi ve Ajzen'in Planlı Davranış Modelini birleştirerek yeni çevresel paradigmanın insan davranışlarını nasıl açıkladığını anlatmaktadır. Buna göre olumlu çevresel tutuma sahip kişiler, doğayı öğrenmeye ve deneyimlemeye veya DTT anlayışında daha çevreci davranışlarda bulunmaya daha isteklidir. Bu noktadan yola çıkarak DTT deneyimi ile turist, çevre toplum ve topluluğu önemseyen ve bu yönde

hareket eden daha sorumlu bir turist veya ekoturist haline dönüşmektedir. Ancak sonrasında Mehmetoglu (2007a) tüm bunlardan farklı olarak seyahatin gündelik yaşamdan ve sorumluluklardan bir kaçış olduğunu ve bu noktada da DTT için kişide bir çevre bilinci gerektirmediğini belirtmiştir. Aslında Mehmetoglu (2007a: 114)'nun seyahatin kaçış deneyimi olduğu düşüncesini geçmişte Iso-Ahola (1982) '*kaçış temelli bir etkinlik*' olarak tanımlamıştır.

'İnsanlar neden DTT faaliyetlerine katılırlar?' sorusu akla gelmektedir. Her ne kadar DTT'e katılanlar diğer turizm pazarından farklı olsalar ve hatta kendi içinde de farklı boyutlar içerse de (Mehmetoglu, 2005: 367) insanların neden DTT ürün satın aldığı ve katılım gösterdiği sorusunun net bir cevabı bulunmamaktadır. Zira insanları bu faaliyetlere yönelten motivasyonlar kültürel yapıdan oldukça etkilenmektedir ve bu nedenle de her topluluk için genellenebilir bir özellik taşımamaktadır (Eagles vd., 2001; Tangeland, 2011).

Kişilerin neden DTT'e katıldıklarına yönelik birtakım çalışmalar geçmişten bu yana yürütülmektedir. Örneğin, Pearce vd. (1998)'e göre turistlerin on temel motivasyonundan dördü doğa turizmi ile ilişkilidir. Bunlar çevreyi deneyimleme, hoşça giden yerlerde dinlenme ve rahatlama, özel ilgi-yetenekleri sürdürme ve sağlıklı-fit kalma motivasyonlarıdır (akt. Luo ve Deng, 2008: 393). DTT'ye katılmaya yönelik temel motivasyona yönelik çalışmalarda ağırlıklı olarak doğaya dair yeni bir deneyim yaşama (Mehmetoglu, 2005; Tangeland, 2011; Kim vd., 2015; Luo ve Deng, 2008; Fung ve Jim, 2015; Xu ve Chen, 2016), doğa hakkında yeni bilgiler edinme (Mehmetoglu, 2005; Tangeland, 2011; Mehmetoglu ve Normann, 2013; Luo ve Deng, 2008; Fung ve Jim, 2015; Xu ve Chen, 2016), gündelik yaşamdan uzaklaşma, diğer bir ifadeyle kaçış yaşama (Mehmetoglu, 2005; Mehmetoglu ve Normann, 2013; Kim vd., 2015; Luo ve Deng, 2008; Fung ve Jim, 2015; Xu ve Chen, 2016) ve yeni insanlar ile tanışmak ve sosyalleşmek (Mehmetoglu, 2005; Luo ve Deng, 2008; Tangeland, 2011; Kim vd., 2015; Fung ve Jim, 2015; Xu ve Chen, 2016) yer almaktadır.

Diğer yandan fiziksel aktivitelere katılma ve sağlıklı olma (Mehmetoglu, 2005; Luo ve Deng, 2008; Mehmetoglu ve Normann, 2013; Kim vd., 2015; Xu ve Chen, 2016) ile birlikte statü ve prestij beraberinde özgüven elde etme ihtiyaçları (Mehmetoglu, 2005; Tangeland, 2011; Luo ve Deng, 2008; Xu ve Chen, 2016; Mehmetoglu ve Normann, 2013) da insanları DTT'ye yöneltmektedir. Doğaya yakın olmak (Mehmetoglu, 2005; Luo ve Deng, 2008; Fung ve Jim, 2015; Xu ve Chen, 2016), zihinsel olarak rahatlama (Luo ve Deng, 2008; Mehmetoglu ve Normann, 2013; Kim vd., 2015; Xu ve Chen, 2016) ve doğada aile üyeleri ve akrabalar ile birlikte zaman

geçirmek (Mehmetoglu, 2005; Luo ve Deng, 2008; Kim vd., 2015; Xu ve Chen, 2016) için de insanlar DTT faaliyetlerini tercih etmektedir. Son olarak DTT’de insanlar yeni yerler görmek ve başarıya duygusunu yaşamak (Mehmetoglu, 2005; Xu ve Chen, 2016) da istemektedir. DTT katılma motivasyonları yukarıda bahsedilen çalışmalar ile sınırlı olmamakla birlikte DTT insanlar için önemli bir etkinliktir ve yaşam deneyimi kalitesini arttırmaktadır (Tangeland, 2011: 450)

## ***2.2 Deneyim Doyumu***

Turizmin özü, turistlere sunulan deneyimdir (Triantafillidou ve Siomkos, 2013: 197). Hizmet tüketimi satın alma öncesi, hizmet karşılaşması ve karşılaşma sonrası aşamalarından oluşmaktadır. Satın alma öncesi aşama, ihtiyaç farkındalığı, bilgi araştırması, alternatiflerin değerlendirilmesi ve satın alma kararı vermeyi içermektedir. Bir satın alma kararı verdikten sonra, müşteriler hizmet deneyiminin özüne geçmekte, hizmeti başlatmakta, denemekte ve tüketmektedir. Karşılaşma sonrası aşama ise, aynı firmadan tekrar satın almak istemek ve arkadaşlara tavsiye etmek gibi gelecekteki niyetleri belirleyen hizmet performansının değerlendirilmesini içermektedir (Wirtz ve Lovelock, 2018). Mevcut çalışma, hizmetin bu üç ayrı aşamasındaki motivasyon, deneyim ve deneyim doyumu kavramlarına ve aralarındaki ilişkiye odaklanmaktadır.

DTT, aktivite temelli ancak farklı katılım ve fiziksel katılım seviyeleri olan doğada bir turizm deneyimi olarak ifade edilebilir. Doğa temelli turizm deneyimleri açısından, deneyimin kendisi sadece tüketim sürecinin bir sonucu değil, ürün ve değer olarak değerlendirilmektedir. İlgili alan yazında, doğa temelli turist deneyimleri gerçeklik, eğlence, sosyo-kültürel topluluk ve benlik durumu yönleriyle ele alınmaktadır (Vespestad ve Lindberg, 2011). Gerçeklik boyutu, hem tüketici hem de sunum yapan kişi için ilgi ve değer birincil özelliğinin doğa olduğunu vurgulamaktadır. Aynı zamanda doğa turisti eğlence arayandır ve eğlence doğada olmanın nihai amacı ve motivasyonudur. Diğer taraftan DTT’nin odağı sadece doğa ve eğlenceye yönelik değil, aynı zamanda bir grup oluşturma, bir grubun üyesi olma ve kimlik sağlama gibi sosyo-kültürel bir anlam da içermektedir. Son olarak, doğa temelli turizm deneyimi duygu arayan, psikolojik ve fiziksel hedefler arayan, yeni bir varoluş halini de içermektedir. Doğadaki olağanüstü deneyimler, bireyin risk ve zorluk sağlama kabiliyeti ile tanımlanmaktadır (Vespestad ve Lindberg, 2011). Varlık durumu deneyimi Arnould ve Price’ın (1993) çalışmasındaki doğa temelli deneyim kişisel gelişim ve yenilenme boyutu ile örtüşmektedir. Mevcut çalışma DTT deneyiminin kişisel gelişim ve yenilenme boyutuna odaklanmaktadır.

Deneyim kavramı sıradışılık, özümseme, kişisel kontrol kadar yenilenmeyi içermektedir (Csikszentmihalyi 1990 akt. Arnould ve Price, 1993: 25) ve hatırlanmaya değer olaylardan keyif olarak zaman geçirme (Pine ve Gilmore, 1999) olarak tanımlanmaktadır. Dolayısıyla deneyim kişisel gelişime dair bir boyut barındırmaktadır. Ancak karıştırılmaması gereken nokta, kişisel gelişimin bir keyif unsuru olmadığıdır (Vittersø ve Søholt, 2011: 328). Diğer yandan kişilerin yeni deneyimlerini yaşaması, kapasite ile birlikte farkındalığın gelişmesi, kişiliğinin gelişmesi yenilenme olarak ifade edilmektedir (Jaffe, 1985: 101). Dolayısıyla aslında deneyim kavramı yenilenmeyi gerekli kılmaktadır. Özellikle serbest zaman kavramı ‘yenilenme’ deneyiminin sağlanmasında önemlidir. Bu sayede kişi kendi gereksinimleri ve öz-bakımı ile daha yoğun şekilde ilgilenme olanağı bulmaktadır (Grafanaki vd., 2005: 36).

Kişisel gelişime inanan bireyler yaşamları boyunca değişimlere karşı kendilerini sürekli hazır hissederler. Çevresel baskı ile karşılaştıklarında da karşılıklarına birtakım seçenekler çıkar ve kendilerini en çok geliştireceğine inandıkları seçenek üzerinden devam ederler. Bu noktada ortaya çıkan kişisel gelişim girişimi inanç, tutum ve değerlerin de dahil olduğu öz yeterliliğin bilişsel bileşenlerini kapsamaktadır (Robitschek, 1998: 184).

Arnould ve Price (1993), DTT’de kişisel gelişim ve yenilik deneyim boyutunun fiziksel kanıtlarla ilişkilendirilebileceğini, örneğin müşteri beklentileriyle uyumlu kılavuzlar sunmak müşterinin yeni beceriler kazanmasına yardımcı olacağını belirtmektedir. Kişisel deneyim ve yenilenme boyutunun bir diğer birleşeni de öğrenmedir. Deneyim esnasında tüketici deneyim terimlerini öğrenmektedir. Doğaya ile ilgili kişisel gelişim kavramını D’Amato ve Krasny (2011: 238) ‘*çevre eğitimi ve çevre ile ilgili dış mekan deneyimlerin sonucu olan sağlıklı gelişim çıktıları*’ olarak tanımlanmaktadır. Buna göre kavram, bünyesinde eğitimi ve deneyimi kapsamaktadır.

DTT’nin kişisel gelişim ve yenilik deneyim boyutu aynı zamanda tehlike, üstesinden gelinen engel ve korku içermektedir. Bu tür deneyimlerin uyandırdığı korku, kişinin benlik duygusunu belirginleştirmesine yardımcı olmakta, kişisel yoğunlaşma ve yenilenme hissine katkıda bulunmaktadır (Donohue 1991 akt. Arnould ve Price, 1993). Nitekim, Arnould ve Price (1993) araştırmasında deneyimin farklı aşamalarında katılımcılardan topladığı verilerde, kendini keşfetmeye yönelik ifadelerin yanı sıra macera, meydan okuma, heyecan duyguları, kendini keşfetme, farkındalık, başarı ve kişisel dönüşüm duygularını da raporlamıştır.

Turizm sunumu genellikle bir alanda bulunan turistik ürün ve hizmetlerin birleşimi ve hem özel hem de kamusal aktörlerinde de dahil olduğu tüketim deneyimlerinin bir kombinasyonu olarak

kabul edilmektedir. Dolayısıyla turizm deneyimi, turistler tarafından değer verilen ve doyum sağlayan fiziksel ve insani çevre ile etkileşim olarak nitelendirilir (Maunier ve Camelis, 2013). Doyum '*bir dizi tüketici ürün etkileşimini içeren yargı*' olarak tanımlanmaktadır (Wirtz ve Lovelock, 2018: 53). Doyum hizmet tüketiminin son aşamasında yer almakta, tüketicilerin hizmet deneyimine yönelik tutum ve davranışsal tepkilerini içeren bir aşama olarak nitelendirilmektedir. Hizmet karşılaşma sonrası aşamada müşteriler yaşadıkları hizmet performansını değerlendirmekte ve önceki beklentileri ile karşılaştırmaktadır (Wirtz ve Lovelock, 2018).

Serbest zaman (leisure), istediğini yapmak için boş zaman (Bateman vd., 1999); geleneksel olarak, yaşam için iyi koşulları yeniden yaratmak için iş görevlerinden yoksun bir insan etkinliği olarak (Inoguchi, 2018) tanımlanmaktadır. Serbest zaman kavramında zaman, aktivite ve deneyim boyutları ön plana çıkmaktadır. Zaman olarak iş ve zorunlu aktiviteler dışında kalan özgür zaman dilimiyle eş anlamlı olarak; aktivite olarak özgür zamanlarda yapılan aktiviteler, deneyim olarak, gönüllü ve içten olarak kendi isteğiyle yöneldiği aktivitelere dahil olması (Gökçe, 2008: 7) olarak nitelendirilmektedir. Serbest zaman doyumunu ise, bireylerin serbest zaman etkinliklerine katılarak bireysel ihtiyaçlarını karşılamaları sonucu kazandıkları olumlu hisler olarak tanımlanmaktadır (Seigenthaler, 1997 aktaran Gökçe ve Orhan, 2011: 140). Unger ve Kernan (1983) serbest zaman kavramını öznel bir deneyim olarak tanımlamakta ve altı temel koşul belirtmektedir: İçsel doyum, algılanan özgürlük, katılım, uyarılma, hakimiyet ve doğaçlama. Bunlar arasında içsel doyum, algılanan özgürlük ve katılım koşulları serbest zaman kavramını açıklamaktadır. Ancak içsel doyum, serbest zaman kavramının özüdür ve diğer ikisi önemli olmasına rağmen, içsel doyum kadar değerli değildir.

### ***2.3 Araştırma Modeli***

Doğa temelli turizm faaliyetleri, doğa içerisinde gerçekleşen turizm deneyimleridir. Ancak her bir faaliyete katılım düzeyi farklıdır ve faaliyetler ile fiziksel olarak bütünlenilmesi farklı düzeylerde gerçekleşir (Vespestad ve Lindberg, 2011: 566). Özellikle kişisel gelişim deneyiminin katılım ve ilgi içeren bir duygu hali olması (Vittersø ve Søholt, 2011: 328), kişilerin motivasyonlarından etkilendiği anlamına gelmektedir. Zira motivasyon ilgi duyulan deneyim türüne yönelik gerçekleşmektedir. Birçok motivasyonun kişiyi DTT'e yönlendirmesine rağmen yenilenme/kişisel gelişim sağlama deneyimi bu faaliyetlerde temel teşkil etmektedir (Vespestad ve Lindberg, 2011). Buna göre turistlerin DTT motivasyonlarının, yenilenme ve kişisel gelişim deneyimini etkileyeceği düşüncesinden hareketle aşağıdaki hipotez geliştirilmiştir;

*H1: DTT motivasyonları, kişisel gelişim ve yenilenme deneyimini pozitif yönde etkilemektedir.*

Mutanga vd. (2017) safari kampları, günlük safari etkinlikleri ve deve turları gibi vahşi yaşam deneyimlerinin, yaşanan deneyimin tatminine yönelik yaptığı çalışmada vahşi yaşam deneyiminin milli park ziyaretlerinde etkili olduğu ve bu deneyimin temelde vahşi yaşam hakkında bilgi edinme ve bunları anlamlandırmaya katkı sağlayarak doyum sağladığını açıklamaktadır. Arnould ve Price'ın (1993) çalışmasında, kişisel gelişim/yenilenme deneyimi ile genel seyahat memnuniyeti arasında güçlü bir ilişki saptamıştır. Diğer yandan, Agyeiwaah vd. (2019) de benzer şekilde turist deneyimlerinin, deneyimin kalitesini olumlu etkileyerek deneyimden elde edilen doyumunu etkilediğini belirtmektedir. İlgili alan yazından hareketle aşağıdaki hipotez geliştirilmiştir;

*H2: Kişisel gelişim ve yenilenme deneyimi, deneyim doyumunu pozitif yönde etkilemektedir.*

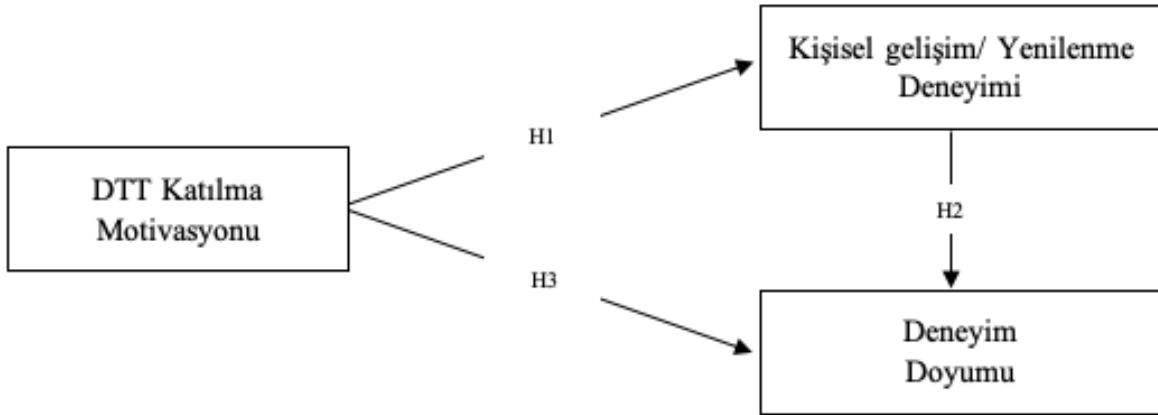
Bireylerin seyahat etkinliğine katılımını Dann (1977) geçmişte sadece 'kaçış' deneyimi ile açıklandığını belirtmekle birlikte bunun tek neden olmadığından, itici-çekici etkenlerin varlığından bahsetmektedir. Bu etkenler kişiyi seyahate yönlendirmektedir. İlgili alan yazında, kişinin seyahat motivasyonu ile tatmin arasındaki ilişki yaygın şekilde yer almaktadır (Devesa vd., 2010). O'Neill vd. (2010) DTT için doyum yapısını, genel doyumun değerlendirilmesinde hangi güçlerin fark yaratacağını, ziyaretçinin tekrar ziyaret etme ve/veya tavsiye etme kararını neyin etkilediğini belirleyen çalışmaların çok az olduğunu belirtmiştir. Bu çalışmalara örnek olarak Moscardo'nun (2005) Avusturalya Yağmur Ormanları turistik deneyim araştırması verilebilir. Söz konusu çalışmada, ziyaretçilerin genel memnuniyetlerine etki eden sekiz faktör belirlenmiştir. Bu faktörler, genel ortam, ziyaretçiler için sağlanan imkanlar, ziyaretçi etkinliklerinin yönetimi, alan hakkında yorumlar, ziyaretçiler için mevcut olan aktivite yelpazesi, alanın temizliği, bilgilere erişim kolaylığı, mevcut bilgilerin kullanılabilirliği. DTT literatüründeki doyum çalışmalarının bir çoğu, ziyaretçinin ziyaret ettiği tek bir destinasyona yönelik bir takım özelliklerin doyum üzerindeki etkilerini incelemek amacıyla. Oysa mevcut çalışma özel bir destinasyon deneyimine yönelik değildir ve turistlerin doğa temelli turizm faaliyetlerinde elde ettiği toplam deneyimine odaklanmaktadır. Neal vd. (1999) seyahat/turizm gezi deneyimlerinde sunulan hizmetlerden elde edilen doyumun yanı sıra gezginlerin boş zaman gezilerinin yansımalarından elde ettiği boş zaman doyumunun da var olduğu ve bu doyumun, uzun vadeli olma potansiyeline sahip olduğunu belirtmektedir. DTT doğal kaynakları kullanmak üzere serbest zaman gezisi olarak değerlendirildiğinden (Batman ve Demirel, 2015), mevcut çalışma deneyim doyumunu serbest zaman olgusu içerisinde ele almaktadır. Bu anlamda her ne kadar motivasyonun tatmine doğrudan



etkisinin incelenmesi kavramın açıklayıcılığını azaltsa da (Yoon ve Uysal, 2005; Albayrak ve Caber, 2018), bu ilişkiyi açıklayan çalışmalar (örn. Dalgıç ve Birdir, 2015; Agyeiwaah vd., 2019) doğrultusunda aşağıdaki hipotez formüle edilmiştir;

*H3: DTT motivasyonu, deneyim doyumunu pozitif yönde etkilemektedir.*

Sunulan hipotezlerden hareketle araştırma modeli yapılandırılmıştır. Turizm endüstrisinde doyumunu değerlendirmek için yapılan çalışmaların çoğu beklentilerin olumsuzlanması modelini (Oliver, 1980) kullanmaktadır. Bu model doyumun tüketici algıları, beklentileri ve niyetlerinin etkileşimi ile ilgili olduğunu öne sürmektedir (Naidoo vd., 2011). Modelde, tüketim öncesi beklentilerin onaylanması veya onaylanmaması, doyumun temel belirleyicisidir (Wirtz ve Lovelock, 2018). Çalışmada sunulan teorik modelde yer alan motivasyon, kişisel gelişim deneyimi, doyum ile beklentilerin olumsuzlanması modelinde yer alan beklenti, performans algısı ve doyum kavramları birbiri ile yakından ilişkilidir. Zira, Gnoth (1997) çalışmasında, motivasyonun beklenti oluşumunda önemli bir parametre olduğunu, beklentilerin ise ürün ve hizmetlerin performans ve deneyim algılarını belirlediğini, aynı zamanda motivasyonun doyum oluşumunu etkilediğini belirtmektedir. Dolayısıyla teorik model, DTT katılım motivasyonlarının (deneyim öncesi) DTT için beklentilerin oluşmasına etki edeceği ve bunun da deneyim doyumunu etkileyeceği düşüncesinden hareket etmektedir. Ayrıca deneyim öncesi oluşan motivasyonların, deneyim esnasında algılanan kişisel gelişim deneyimine ve bu deneyimin de deneyim doyuma etki edeceği düşünülmektedir. Model, bu ilişkiler çerçevesinde kişilerin doğa temelli turizm faaliyetlerine katılma motivasyonları ile kişisel gelişim/yenilenme deneyimi; kişisel gelişim/yenilenme deneyimi ile deneyim doyumunu; DTT katılma motivasyonu ile deneyim doyumunu ilişkilerine odaklanmaktadır (Şekil 1).



Şekil 1. Araştırma Modeli

### 3. Metodoloji

Araştırmada veri toplama aracı olarak anket kullanılmıştır. Anket formu çevrimiçi olarak katılımcılara ulaştırılmıştır. Araştırma evreni, “Türkiye’deki doğa yürüyüşlerine ve/veya kamplara katılan bireylerdir”. Doğa yürüyüşlerine ve/veya kamplara katılan bireylerin turist olarak tanımlanıp tanımlanamayacağı araştırma evreni açısından cevaplanması gereken önemli bir sorudur. Mehmetoglu (2007b) çalışmasında, turizm araştırmacılarının doğa temelli turist tanımını üzerinde henüz fikir birliğine varmadığını, ancak genel olarak doğa temelli turistlerin doğayla daha çok ilgilendikleri, daha sık ve daha uzun mesafeler kat ettikleri ve bir destinasyonda daha uzun süre kaldıklarına inanıldığını belirtmektedir. Doğa temelli turistler, doğa alanlarına veya destinasyonlara seyahat edenlerdir (Lang ve O’Leary, 1997). Boulton (1997 akt Kiper ve Arslan, 2007), doğa turistini değerbilirlik, katılımcılık ve duyarlılık ruhu içinde, doğal özelliklerini nispeten koruyan alanları ziyaret eden kişi olarak tanımlamış, amaçlarını keşfetmek, macera, rekabet, dostluk, doğa bilinci ya da iç dünyalarını geliştirmek olduğunu belirtmiştir. Fernandes (2011) çalışmasında DTT aktivitelerini fiziki zorluklarına göre düşük, orta ve yüksek zorluk derecelerine ayırmış, doğa yürüyüşleri ve kampçılığı düşük zorluğa sahip doğa temelli turizm aktivitesi olarak tanımlamıştır. İlgili alan yazından hareketle, mevcut çalışmada doğa yürüyüşlerine ve kamplara katılan bireyler turist olarak nitelendirilmiştir.

Araştırma evreni sayıca tam olarak bilinmediğinden, tesadüfi olmayan örneklem metotlarından amaçlı örnekleme uygulanmıştır. Anket formu Ocak- 15 Şubat 2020’de uygulanmış, 294 anket elde edilmiştir. Ancak tüm sorulara aynı yanıtları veren katılımcıların soru formları analiz dışı tutulmuş, böylelikle analiz edilebilir 267 form elde edilmiştir. Anket linki, doğa spor kulüplerinin ayrıca KampTurkey, Rota35 vb. özel ilgi alanı doğa yürüyüşleri ve kamp olarak belirlenmiş facebook gruplarında aktive edilmiştir. Eş zamanlı olarak, Türkiye Dağcılık Federasyonuna kayıtlı tüm kulüpler listelenmiş, anket linkini üyelerle paylaşması için e-posta atılmıştır. Çevrimiçi anket formu, tüm katılımcılara araştırmanın amacını ve etik hakları açıklayan bir üst yazı ile ulaştırılmıştır.

Araştırmada kullanılan soru formu dört bölüm olarak tasarlanmıştır. İlk bölümde, Luo ve Deng (2008) çalışmasındaki dört boyutlu motivasyon ölçeğinin Türkçe uyarlaması yer almaktadır. Söz konusu ölçek dört boyut ve toplam on dört ifadeden oluşmaktadır. Ölçeğin örnek ifadeleri arasında “...yeni ve farklı şeyler deneyimliyorum”, “...doğa manzarasını seyretmeyi seviyorum”, “...fit olmama yardımcı oluyor”, “...kalabalık ve stresten kaçıyorum” ifadeleri yer almaktadır. İkinci

bölümde Arnould ve Price'ın (1993) çalışmasından doğa deneyimi ölçeğinin uyarlaması yer almaktadır. Söz konusu ölçek Triantafillidou ve Siomlos (2013)'ın çalışmasında "kamp deneyimi'nin ölçümlenmesinde uygulanmıştır. Mevcut çalışmada ölçeğin beş ifadelik "kişisel gelişim ve yenilenme deneyim" boyutu yer almaktadır. Bu ölçeğin örnek ifadeleri "*kendimi macerada hissediyorum*", "*kendi sınırlarımı aştığımı hissediyorum*" ifadeleridir. Üçüncü bölümde, Neal vd. (1999) deneyim doyumu ölçek ifadeleri yer almaktadır. Söz konusu ölçek, tek boyutludur ve üç sorudan oluşmaktadır. Ölçekte, çift yönlü yargılar yer almaktadır. Bu ifadelere örnek olarak, "*bu gezinin hayatımı zenginleştirdiğini hissediyorum, bu geziye çıktığım için gerçekten çok memnunum*", "*bu gezide tatil yapma amacına ulaştım, bu deneyim beni zenginleştirdi*" verilebilir. İlgili alan yazında maddelerin yazımında bir madde ile birden fazla özellik ya da yargı ölçülmemesi (Gürbüz ve Şahin, 2014) önerilmektedir. Bu nedenle çift yönlü ifadeler, bir uzman akademisyen yardımıyla, yürüyüş ve kamp deneyimine uyarlanarak tek yargılı ifadelerle dönüştürülmüştür. Ölçek formunda yer alan nihai ifadeler: "*katıldığım yürüyüşlerin/kampların hayatımı zenginleştirdiğini düşünürüm.*", "*... katılma amacıma ulaştığımı hissedirim*", "*bana birçok kazanım sağladığını düşünürüm.*", "*kendimle ve başka şeylerle ilgili daha iyi duygular içerisinde olurum*" ifadeleridir. "İlk üç bölümdeki sorular deneyim öncesi, esnası ve sonrasını ölçmeye yönelik hazırlanmıştır. Motivasyon ölçeği soruları katılımcılara, "*doğa yürüyüşlerine/kamplara katılıyorum çünkü...*"; deneyim ölçeği soruları "*yürüyüşler ve/veya kamplar esnasında genel olarak...*"; deneyim doyumu soruları "*yürüyüşler ve/veya kamplar sonrası...*" yönlendirme ifadeleriyle yönetilmiştir. Anket formunda yer alan tüm ölçek uyarlamaları, uzman ve birbirinden bağımsız iki araştırmacı tarafından çevrilmiş, çeviri karşılaştırılmış ve fikir birliğine varılmıştır. Soru formunun son bölümünde ise, cinsiyet, eğitim durumu, yürüyüşlere katılım durumu ve son bir yılda gerçekleştirilen kamp ve yürüyüş sayıları sorularından oluşan tanımlayıcı sorular yer almaktadır.

Araştırma veri toplama aşamasına geçmeden önce, soru formu ön teste tabi tutulmuştur. Ön test, Aralık 2019'da çevrimiçi olarak yaklaşık 30 katılımcı ile gerçekleştirilmiştir. Ön test katılımcıları, Türkiye Dağcılık Federasyonuna üye, İzmir ilinde faaliyet gösteren bir doğa kulübünün üyelerinden oluşmuştur. Ön test sonucunda, ölçek güvenilirlikleri kontrol edilmiş, motivasyon ölçeğinde yer alan ve güvenilirlik değerini düşüren üç madde soru formundan çıkarılmıştır. Bu maddeler; "*iç gözlem yapıyorum*", "*heyecanı deneyimliyorum*" ve "*kaygısız hissediyorum*" maddeleridir. Ön testin cronbach alpha değerleri, motivasyon ölçeği (11 ifade), 0,971;

kişisel gelişim ve yenilenme (5 madde) ,913; deneyim doyumu (4 madde) ,948 olarak tespit edilmiştir.

Elde edilen verinin analizinde SPSS ve LISREL paket programlarından yararlanılmıştır. SPSS 20 programında güvenilirlik analizi, tanımlayıcı analizler ve açıklayıcı faktör analizi yapılmıştır. Doğrulayıcı faktör analizi, LISREL 8.54 programında gerçekleştirilmiştir. Anket tasarımı, katılımcıların soru atlamalarına izin vermediğinden, kayıp veri bulunmamaktadır.

#### 4. Bulgular

İlk aşamada, katılımcıların demografik verileri incelenmiştir. Katılımcıların çoğunluğunun erkek (%71,2),41-50 yaş aralığında (35,6) ve eğitim düzeyinin lisans (%51,3) olduğu saptanmıştır. Cevaplayıcılar yürüyüşlere ve/veya kampa genellekle tek olarak katıldıklarını (%30,6) belirtmişlerdir. Ayrıca son 1 yılda yürüyüş ve/veya kampa katılım sayısı ortalama 22 olarak rapor edilmiştir (Tablo 1).

Tablo 1. Katılımcı Profili

Değişkenler	N	Frekans %	Ortalama
Cinsiyet	Kadın	77	28,8
	Erkek	190	71,2
	Toplam	267	100
Yaş	20 ve altı	3	1,1
	21-30 yaş	21	7,9
	31-40	52	19,5
	41-50	95	35,6
	51-60	73	27,3
	61 ve üzeri	23	8,6
	Toplam	267	100
Eğitim	İlköğretim	9	3,4
	Lise	43	16,1
	Ön Lisans	42	15,7
	Lisans	137	51,3
	Lisansüstü	36	13,5
	Toplam	267	100
Katılım durumu* (genel)	Tek katılıyorum	91	30,6
	Eşimle katılıyorum	61	20,5
	Arkadaşlarımla katılıyorum	63	21,2
	Arkadaş grubumla katılıyorum	82	27,7
	Toplam*	297	100
Son 1 yılda doğa yürüyüşüne ve/ veya kampa katılım sayısı			22
*Katılımcılar birden fazla seçenek işaretleyebilmiştir.			

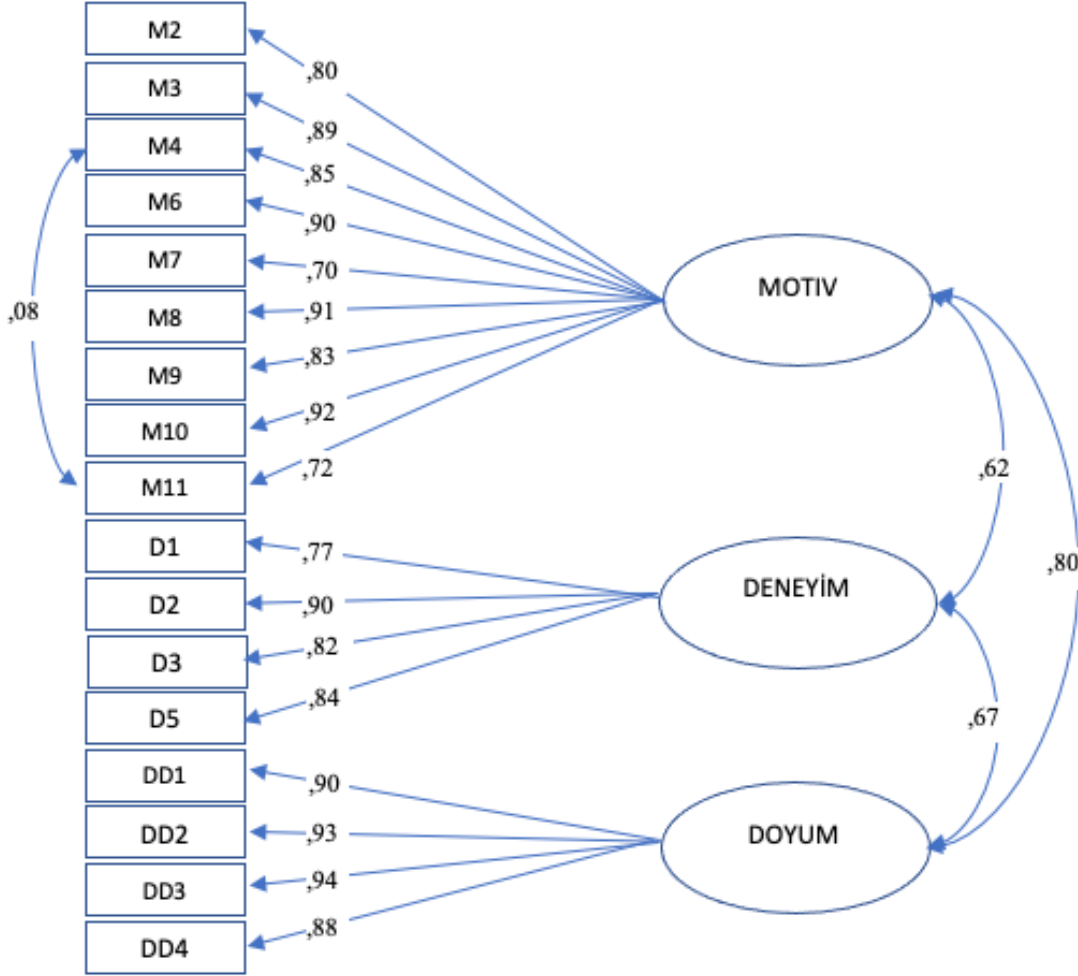
Mevcut çalışmada yabancı literatürden alınan ölçekler Türkçe'ye uyarlanmıştır. Orçan (2018: 414) çalışmasında, uyarlama çalışmalarında sadece DFA'nın kullanılmasının bazı sorunlara yol açabileceğini belirtmektedir. Uyarlama çalışmalarında çeviriden kaynaklı hatanın farkedilmesi ve kültürel farklılıkların ortaya konulmasında öncelikle AFA'nın yapılmasının uygun olduğu belirtilmektedir (Orçan, 2018). Şimşek (2007: 4) çalışmasında her ne kadar AFA çalışmasıyla belirlenen faktör yapılarının doğrulayıcı faktör analizine tabi tutulmasının yapısal eşitlik modelinin doğasıyla bir miktar çeliştiğini belirtse de, bu uygulamanın son derece kabul gördüğünü ifade etmektedir. Benzer şekilde, Çapık (2014) çalışmasında, öncelikle AFA yapıp, DFA ile doğrulatmanın sık başvurulan yol olduğunu belirtmektedir. Bu nedenle veri setine öncelikle AFA uygulanmıştır.

Çalışma grubundan toplanan verilerin faktör analizine uygunluğunu test etmek amacıyla KMO ve Barlett testleri yapılmıştır. Motivasyon ölçeği için KMO değeri ,953 ve Barlett testi  $\chi^2$  değeri 3433,274 ( $p<,001$ ); deneyim ölçeği için KMO değeri ,866 ve Barlett testi  $\chi^2$  değeri 919,286 ( $p<,001$ ); deneyim doyumu ölçeği için KMO değeri ,862 ve Barlett testi  $\chi^2$  değeri 1115,790 ( $p<,001$ ) olarak bulunmuştur. Elde edilen değerler, verinin faktör analizine uygunluğunu göstermektedir. Tablo 2'de görüldüğü üzere, motivasyon ölçeği için toplam varyansın %74,952'sini açıklayan tek faktörlü bir yapı ortaya çıkmıştır. Bu yapıya ilişkin ifadelerin faktör yüklerinin ,935 ile ,720 arasında değiştiği görülmektedir. Kişisel gelişim ve yenilenme deneyimi ölçek de toplam varyansın %74,706'sını açıklayan tek faktörlü yapı ortaya çıkmış, ifadelerin faktör yükleri ,891 ile ,831 arasında değişim gösterdiği saptanmıştır. Deneyim doyumu ölçeğinde ise toplam varyansın %87,371'ini açıklayan, tek boyutlu bir yapı bulunmuş, madde yükleri ,949 ile ,911 arasında değiştiği gözlemlenmiştir (Tablo 2).

Tablo 2. Motivasyon, Deneyim ve Deneyim Doyumunu Ölçekleri AFA Tablosu

Ölçekler ve ölçeklere ait ifadeler	Faktör Yükleri	Özdeğer	Açıklanan Varyans (%)	Coranbach's Alpha
<b>MOTIVASYON (MOTIV)</b>		8,245	74,952	,965
M10: Fiziksel/zihinsel olarak rahatlıyorum.	,935			
M5: Doğada huzur buluyorum.	,928			
M6: Doğadayken kaygılarımdan arınıyorum.	,902			
M3: Yeteneklerimi ve becerilerimi geliştiriyorum.	,900			
M8: Doğa hakkında çok şey öğreniyorum.	,899			
M4: Doğa manzarasını seyretmeyi seviyorum.	,897			
M1: Yeni ve farklı şeyler deneyimliyorum.	,891			
M9: Kalabalık ve stresten kaçıyorum.	,842			
M2: Yeni insanlarla tanışıyorum.	,836			
M7: Fit olmama yardımcı oluyor.	,743			
M11: Çevremdeki insanlarla (ailem ve/veya arkadaşlarımla) yakınlaşmamı sağlıyor.	,720			
			<i>Kaiser Meyer Olkin Ölçek Geçerliliği ,953</i>	
			<i>Barlett Küresellik Testi Ki Kare 3433,274</i>	
			<i>Sd 55</i>	
			<i>P değeri ,000</i>	
<b>DENEYİM-KİŞİSEL GELİŞİM ve YENİLENME (DENEY)</b>		3,735	74,706	,914
D2: Kendi sınırlarımı aştığımı hissediyorum.	,891			
D5: Sınırlarımı test ettiğimi hissediyorum.	,887			
D3: Adrenalin patlaması hissediyorum.	,858			
D4: Yeni şeyler öğrendiğimi hissediyorum.	,853			
D1: Kendimi macerada hissediyorum.	,831			
			<i>Kaiser Meyer Olkin Ölçek Geçerliliği ,866</i>	
			<i>Barlett Küresellik Testi Ki Kare 919,286</i>	
			<i>Sd 10</i>	
			<i>P değeri ,000</i>	
<b>DENEYİM DOYUMU (DOYUM)</b>		3,495	87,371	,951
DD2: Yürüyüşlere/kamplara katılma amacıma ulaştığımı hissederim.	,949			
DD3: Bana birçok kazanım sağladığımı düşünürüm.	,949			
DD1: Katıldığım yürüyüşlerin/kampların hayatımı zenginleştirdiğini düşünürüm.	,929			
DD4: Kendimle ve başka şeylerle ilgili daha iyi duygular içerisinde olduğumu hissederim.	,911			
			<i>Kaiser Meyer Olkin Ölçek Geçerliliği ,862</i>	
			<i>Barlett Küresellik Testi Ki Kare 1115,790</i>	
			<i>Sd 6</i>	
			<i>P değeri ,000</i>	

AFA 'dan elde edilen madde-faktör yapısından sonra ölçüm modeline DFA uygulanmıştır. Bu işlem, yapısal modele geçmeden önce, yapısal modeldeki tüm gizil değişkenler arası ilişkilerin serbest bırakılmasıdır (Şimşek, 2007). DFA için, öncelikle gözlenen değişkenler gizil değişkenlere tanımlanmıştır. Sınanan ölçüm modeli Şekil 2'de gösterilmiştir. Ölçüm modeli değişkenlerinin birbirleriyle ilişkileri incelenmiş ve tamamının pozitif yönlü olduğu saptanmıştır.



Şekil 2. Ölçüm Modeli DFA

Ölçme modelinin DFA sonuçları incelendiğinde (Tablo 3), motivasyon faktörüne ilişkin değişkenliğin en çok M10 ( $R^2=,85$ ); deneyim faktörüne ilişkin değişkenliğin D2 ( $R^2=,81$ ); doyum faktörüne ilişkin değişkenliğin ise en çok DD3 ( $R^2=,88$ ) tarafından açıklandığı tespit edilmiştir. Standardize edilmiş yol katsayıları incelendiğinde tamamının ,50'nin üzerinde olduğu ve bu duruma göre standardize edilmiş yol katsayılarının yüksek etkiye sahip olduğu (Aksu, Eser ve Güzeller, 2017) belirtilmelidir.

Şimşek (2007) çalışmasında, yapısal modele (yol analizi) geçmeden önce ölçme modelini test edilmesinin, ulaşabilecek en iyi uyum değerlerine ulaşmamızı sağlayacağını belirtmektedir. Bu nedenle öncelikle ölçme modelinin iyi uyum üretmesi gerekmektedir. Eğer iyi uyum üretmiyorsa, ölçme modeli kabul edilebilir uyum değerleri üretecek şekilde değiştirilir (düzeltme indeksleri aracılığıyla) ve anca ondan sonra yapısal modelin test edilmesi için ikinci aşamaya geçilir (Şimşek,

2007: 65). Bu doğrultuda modelin düzeltme önerileri incelenmiş, M1, M5 ve D4 ifadeleri birden fazla düzeltme önerisi tespit edilmiş ve bu ifadeler modelden çıkarılmıştır. Söz konusu maddelerin çıkarımından sonra ölçek güvenilirlikleri tekrar kontrol edilmiş ve değerler, Tablo 3’de rapor edilmiştir. Model kapsamında tüm ölçeklerin yüksek derece güvenli (>0,80) (Lorcu, 2015) olduğu saptanmıştır. Ayrıca programın önerdiği düzeltme indeksleri incelendiğinde, modeldeki M4 ve M10 ifadeleri arasında bir ilişki tanımlanması durumunda modele ilişkin uyum ölçüsü olan ki-kare değerinin 30.0 birim azalacağını göstermiş, düzeltme gerçekleştirilmiştir.

Düzeltilme sonucu modelin uyum ölçütleri kabul edilebilir duruma gelmiştir. Ki kare değerinin ( $\chi^2$ ) serbestlik derecesine (df) bölünmesiyle (254,61/115= 2,214) bulunan oranın, 5’in altında ve RMSEA değerinin 0.10’un altında (referans değer için bkz Aksu, Eser ve Güzeller, 2017: 185) olduğu görülmüştür. Ölçüm modelinin uyum ölçüleri incelendiğinde (Tablo 3), RMSEA=,068; NFI=,98; NNFI=,99; CFI=,99; GFI=,90; AGFI=,87 değerleri saptanmıştır. Saptanan RMSEA, GFI ve AGFI değerleri kabul edilebilir uyuma, diğer değerler ise iyi uyuma (Çelik ve Yılmaz, 2013: 173) işaret etmektedir. Uyum ölçütleri modelin bütünsel olarak anlamlı olduğunu göstermektedir (Tablo 3).

Tablo 3. Ölçüm Modelinin DFA Sonuçları

Faktörler/Maddeler	Standart Yükler	t- değeri	R <sup>2</sup>	Coranbach’s Alpha	AVE	CR
<b>MOTIVASYON</b>				<b>,954</b>	<b>,704</b>	<b>,955</b>
M2	,80	15,51	,63			
M3	,89	18,63	,80			
M4	,85	17,17	,72			
M6	,90	18,97	,81			
M7	,70	12,94	,49			
M8	,91	19,15	,82			
M9	,83	16,51	,69			
M10	,92	19,73	,85			
M11	,72	13,54	,52			
<b>DENEYİM</b>				<b>,899</b>	<b>,695</b>	<b>,901</b>
D1	,77	-	,59			
D2	,90	15,67	,81			
D3	,82	14,02	,66			
D5	,84	14,54	,71			
<b>DOYUM</b>				<b>,951</b>	<b>,833</b>	<b>,952</b>
DD1	,90	-	,81			
DD2	,93	25,39	,			
DD3	,94	26,06	,88			
DD4	,88	21,78	,77			
<b>UYUM ÖLÇÜTLERİ</b>				<b>ÖLÇÜM MODELİNİN UYUM ÖLÇÜTLERİ</b>		
RMSEA				,068		
NFI				,98		



NNFI	,99
CFI	,99
GFI	,90
AGFI	,87
$\chi^2/df$	254,61/115= 2,214

**AGFI** (Uyarlanmış uyum iyiliği indeksi- Adjusted Goodness-of-Fit-Index), **CFI** (Uyum iyiliği indeksi- Goodness-of-Fit-Index), **NFI** (Normlandırılmış uyum indeksi- Normed Fit Index), **NNFI** (Normlandırılmamış uyum indeksi- Nonormed Fit Index), **RMSEA** (Yaklaşık artık kareler ortalamasının kare kökü- Root Mean Square Error of Approximation)

Ölçeklerin yakınsak ve ıraksak geçerliliği için her bir faktöre ait açıklanan ortalama varyans (AVE) ve iç tutarlılık güvenilirlik (CR) değerleri hesaplanmıştır. Bu değerler Tablo 3’de gösterilmiştir. Yakınsak geçerlilik için, ölçeğe ilişkin tüm CR değerlerinin AVE değerinden büyük olması ve AVE değerinin de ,50’den büyük olması beklenmektedir (Yaşlıoğlu, 2017: 82). Elde edilen tüm CR değerleri (,955; ,901; ,952) AVE değerlerinden, AVE değerlerinin de (,704; ,695; ,833) ,50’den büyük olduğu saptanmıştır. ıraksak geçerlik için ise, faktörler arası korelasyonlar incelenmiştir (Tablo 4). Yaşlıoğlu (2017: 83), ıraksak geçerlik için AVE’nin karekökünün faktörler arası korelasyondan büyük olması koşulunun sağlanması gerektiğini belirtmiştir. AVE karaköklerinin (,839; ,833; ,912), elde edilen korelasyon değerlerinden (motivasyon- deneyim ,582; motivasyon-doyum ,771; deneyim-doyum ,619) büyük olduğu saptanmıştır (Tablo 4). ıraksak geçerlik için ayrıca hesaplanması gereken MSV değeri (Maksimum Paylaşılan Varyansın Karesi - bir faktörün diğer faktörlerden herhangi biriyle paylaştığı en yüksek varyansın karesi) ve ASV değeri (Paylaşılan Varyansın Karesinin Ortalaması- bir faktörün diğer faktörlerle paylaştığı varyansın karelerinin toplamının paylaşılan varyans sayısına bölünmesi) (Yaşlıoğlu, 2017: 83) Tablo 4’de rapor edilmiştir. ıraksak geçerlilik için gerekli olan  $MSV < AVE$ ;  $ASV < MSV$  eşitsizliklerinin sağlandığı tespit edilmiştir (Tablo 4).

Tablo 4. Değişkenler Arası İlişki Katsayıları ve AVE Değerlerinin Karekökleri

Faktörler	Motivasyon	Deneyim	Doyum
<b>Motivasyon</b>	<b>,839*</b>		
MSV=.64			
ASV=.51			
AVE=.704			
<b>Deneyim</b>	,582	<b>,833*</b>	
MSV=.44			
ASV=.41			
AVE=.695			
<b>Doyum</b>	,771	,619	<b>,912*</b>

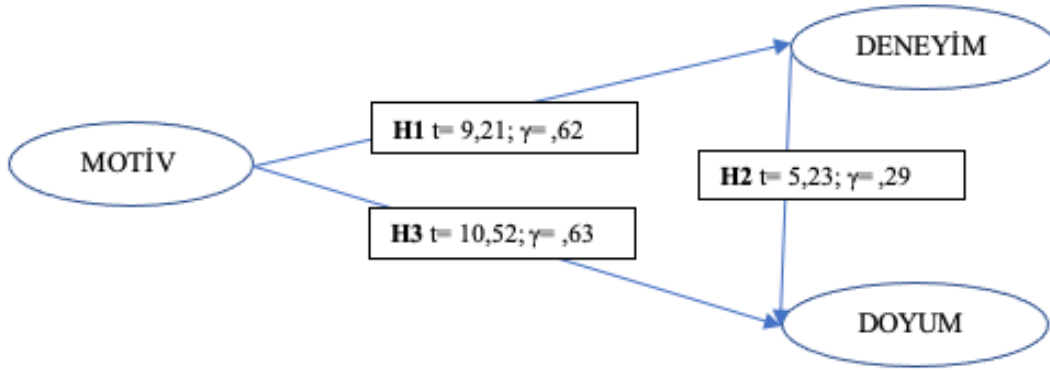
MSV=.64

ASV=.54

AVE=.833

\*AVE değerleri karekökü

DFA, güvenilirlik ve geçerlilik analizlerinden sonra yol analizine geçilmiştir. Sınanan yapısal model Şekil 3’de verilmiş, YEM sonuçları ise Tablo 4’de verilmiştir. Deneyim gizil değişkeni ile motiv gizil değişkeni arasında ( $,62$ ); doyum gizil değişkeni ile deneyim gizil değişkeni arasında ( $,29$ ); doyum gizil değişkeni ile motiv gizil değişkeni arasında ( $,63$ ) pozitif yönde istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmuştur.



Şekil 3. Yapısal Model

Yapısal modelin T değerlerinin tamamının ise 1,96’dan büyük olduğu görülmektedir. Dolayısıyla Hipotez 1 (t=9,21), Hipotez 2 (t=5,23), Hipotez 3 (t=10,52) istatistiksel açıdan anlamlı bulunmuştur (Tablo 5). Ayrıca motiv gizil değişkeni, deneyim gizil değişkeninin %38’ini ; deneyim ve motiv gizil değişkenlerinin de doyum gizil değişkeninin %69’unu açıkladığı belirlenmiştir. Yapısal modelin uyum ölçüleri, ölçüm modeliyle aynı değerleri vermiştir. Bunun nedeni, DFA’da serbest bırakılan gizil değişkenler arası ilişkilerin tümünün YEM’de tanımlanmış olması ve düzeltme önerilerinin DFA aşamasında yapılmış olmasıdır. YEM’de program ayrıca bir düzeltme önerisi sunmamıştır. Bu durum modelin DFA aşamasında ulaşabilecek en iyi uyum indekslerine ulaştığının göstergesidir. Elde edilen uyum ölçütleri incelendiğinde, yapısal modelin bütünsel olarak anlamlı olduğunu göstermektedir (Tablo 5).

Tablo 5. Yapısal Model YEM Sonuçları

Yapısal İlişkiler	Standart Yükler	t- değeri	Hipotez Testi
MOTIV → DENEYİM	,62	9,21	<b>H1 KABUL</b>
DENEYİM → DOYUM	,29	5,23	<b>H2 KABUL</b>
MOTIV → DOYUM	,63	10,52	<b>H3 KABUL</b>
<b>Yapısal Eşitlikler</b>		<b>R<sup>2</sup></b>	
DENEYİM = ,62 X MOTIV		,38	
DOYUM = ,29 X DENEYİM + ,63 X MOTIV		,69	
<b>UYUM ÖLÇÜTLERİ</b>	<b>YAPISAL MODELİN UYUM ÖLÇÜTLERİ</b>		
RMSEA		,068	
NFI		,98	
NNFI		,99	
CFI		,99	
GFI		,90	
AGFI		,87	
x <sup>2</sup> /df		254,61/115 = 2,214	

**AGFI** (Uyarlanmış uyum iyiliği indeksi- Adjusted Goodness-of-Fit-Index), **CFI** (Uyum iyiliği indeksi- Goodness-of-Fit-Index), **NFI** (Normlandırılmış uyum indeksi- Normed Fit Index), **NNFI** (Normlandırılmamış uyum indeksi- Nonormed Fit Index), **RMSEA** (Yaklaşık artık kareler ortalamasının kare kökü- Root Mean Square Error of Approximation)

## 5. Sonuç ve Öneriler

İnsanlar doğada çeşitli motivasyonlardan etkilenerek zaman geçirmek ve birtakım deneyimler yaşamak ve bu deneyimlerden de doyum sağlamak ister. Mevcut çalışmada amaç, DTT'ye katılan kişilerin motivasyonlarının, yaşadıkları yenilikçilik deneyimine ve deneyim doyumuna etkisinin belirlenmesidir. Elde edilen sonuçlara göre, DTT katılanların motivasyonları yaşadıkları deneyimi ve doyumunu etkilerken, yaşanan deneyim de doyumunu sağlamıştır. Önerilen teorik modelin iyi uyum endeksleri üretmesi ile birlikte motivasyon, deneyim ve doyumunu etkilediğini ve doyumun da diğer iki kavramdan etkilendiğini göstermiştir.

DTT deneyimine insanların katılmalarına yönelik motivasyon tek faktör altında toplanmıştır. Bu faktörü en yüksek düzeyde fiziksel/zihinsel rahatlama, doğada huzur bulma, doğada bulunulan süre içerisinde kaygılardan arınma ile yeteneklerin/becerilerin geliştirilmesi açıklamıştır. Elde edilen bu sonuç aslında şaşırtıcıdır zira rahatlama DTT çalışmalarında (Mehmetoglu ve Normann, 2013; Kim vd., 2015; Xu ve Chan, 2016) diğer motivasyon türlerine kıyasla daha az yoğunlukla bahsedilen bir motivasyondur. Nitekim Mehmetoglu ve Normann (2013) rahatlama kavramını kaçış ile birlikte ele almış ve aslında bu iki deneyimin daha sakin etkinlikler ile birlikte de elde

edilebileceğini, bu anlamda DTT aktivitelerine katılımın belirleyicisi olmadığını da belirtmiştir. Diğer yandan Xu ve Chan (2016) rahatlamayı itici bir faktör olarak değerlendirirken, aslında farklı bir deneyim yaşama ve yeni yerler öğrenme ile birlikte değerlendirerek rahatlamaktan bahsetmiştir. Ayrıca çalışmalarında rahatlamayı dinlenme ile beraber ele alarak açıklamıştır. Kim vd. (2015) rahatlama ile zihinsel ve fiziksel dinlenmeyi kastederek yenilenmeyi açıklamıştır. Dolayısıyla aslında rahatlama kavramı tek başına bir dinlenmeyi değil, aynı zamanda başka bir takım deneyimler ile birlikte gelen bir rahatlama olarak açıklanmıştır. Mevcut çalışmada ise kavram diğer çalışmalara benzer şekilde zihinsel/fiziksel dinlenme olarak değerlendirilmekle birlikte başka bir deneyim aracılığı ile bu rahatlamanın sağlanmadığı ortaya çıkmıştır. Dolayısıyla aslında dinlenme/rahatlama hiçbir turistik aktiviteye katılmadan da elde edilebilecek bir deneyim olarak düşünülmelidir. Ancak DTT faaliyetlerine katılmanın özünde bir motivasyon ve faaliyet olduğu düşünüldüğünde sadece katılmak bile kendi başına bir aktivite şeklinde de değerlendirilebilir. Diğer yandan DTT motivasyonunu doğada huzur bulmak olarak açıklanmıştır. Huzur ve rahatlama kavramları her ne kadar birlikte ele alınsa da aslında, rahatlama kavramı bir eylemi gerektirirken, huzurlu olmak bir duygu durumudur. Bu anlamda aslında DTT öncelikle bir eylem daha sonrasında da bir duygu durumu ile açıklanmıştır.

Çalışmada insanların DTT katılma motivasyonlarının kişisel gelişim/yenilenme deneyimlerini etkilediği belirlenmiştir. Kişisel/özgelişim kavramı DTT çalışmalarında ağırlık olarak bir motivasyon çeşidi (Mehmetoglu, 2005; Luo ve Deng, 2008; Tangeland, 2011; Xu ve Chan, 2016) olarak ele alınmıştır. Nitekim kavram yeni ve farklı şeylerin deneyimlenmesi, iç gözlem, heyecan deneyimi, yeni ve farklı insanların tanınması ile beceri ve yeteneklerin geliştirilmesi olarak açıklanmıştır. Mevcut çalışmada kavram bir motivasyon olarak değil, deneyimin bir boyutu olarak ele alınmıştır. Kavram, kişinin kendi sınırlarını aşması ve bunların test edilmesi olarak tanımlanmaktadır. Kişisel gelişimin kökeninde ise deneyim yer alır (Hopkins ve Putnam, 2012). DTT özünde bir deneyimdir ve yenilenmeyi içerir (Csikszentmihalyi 1990 akt. Arnould ve Price, 1993; Vespestad ve Lindberg, 2011) ve hatta bunu gerekli kılar (Grafanaki vd., 2005). Bu noktadan hareketle aslında motivasyonun yenilenme/öz gelişim deneyimini etkilemesi beklenen bir etki olarak kabul edilmelidir.

Mevcut çalışmada DTT motivasyonu deneyim doyumunu etkilemektedir. Deneyim doyumunu kavramı çalışmada ağırlıklı olarak yürüyüşlere katılma amacı ile kazanım elde etme ve hayatı zenginleştirilmesi ile açıklanmıştır. Kavram ayrıca iyi duygulara sahip olmayı da içermektedir.

Kişinin seyahat motivasyonu ile tatmini arasındaki destekleyici (Devesa vd., 2010) ve açıklayıcı (Agyeiwaah vd., 2019; Dalgıç ve Birdir, 2015) ilişkilere varlık gösterse de, bazı çalışmalar etkinin azalacağını göstermiştir. Mevcut çalışma motivasyon ile doyum arasındaki ilişkiyi güçlü şekilde açıklamaktadır. Kişinin DTT katılma motivasyonunun doğrudan doyumunu etkilediği, bu anlamda motivasyonunun kişinin amacına ulaşmasına hizmet ettiğini ve kazanıma katkı sağladığını göstermektedir. Böylece motivasyon ile doyum arasındaki ilişkiyi inceleyen çalışmalar desteklenmiştir. Bu anlamda kişinin motivasyonu ile deneyimden elde edilen doyum arasındaki ilişkide ilişkinin gücünü etkileyen bir takım farklı etkenler olduğu düşünülmektedir. Ayrıca motivasyonun, deneyimin öncesinde ve esnasında gerçekleşirken, deneyim doyumunun sadece deneyimin sonunda gerçekleşeceği düşüncesinden hareketle, motivasyondaki değişmelerin de deneyim doyumunda etkili olup olmadığını incelenmelidir.

Son olarak mevcut çalışmada kişisel gelişim ve yenilenme deneyiminin deneyim doyumunu olumlu etkilediği saptanmıştır. Elde edilen sonuç, literatür (Arnould ve Price, 1993; Agyeiwaah vd., 2019) ile benzer sonuçlar sunmuştur. Bu anlamda kişinin kendi sınırlarını aşması, yeni şeyler öğrenmesi ve kendi sınırlarını test etmesi, kişinin bu tür etkinliklere katılma amacına ulaştığını, hayatını zenginleştirdiğini ve duygusal olarak da iyi bir ruh hali sunduğunu göstermektedir.

Çalışmanın bir takım sınırlılıkları vardır. Doğa temelli turizmi Valentine (1992) üç şekilde sınıflandırır: Doğaya dayanan/bağımlı olan, doğa ile arttırılan ve doğa yapımı tesadüfi olduğu ortam. Mevcut araştırmada söz konusu faaliyetlerden hangisinin gerçekleştirildiği sorulmamıştır. İlerleyen araştırmalarda kişinin içinde bulunduğu DTT faaliyetlerini Valentine (1992)'nin boyutlarına göre sınıflandırılması ve farklılıkların belirlenmesi önerilir. Albayrak ve Caber (2018) çalışmalarında motivasyon kavramının aslında deneyimin gerçekleşmesinden önceki aşama olarak tanımlar. Buna göre motivasyon deneyim öncesi gerçekleşir ve bu süreçte ölçülmesi gerekir. Nitekim deneyim esnasında veya sonrasında ölçülmesi motivasyonu gerçekliğinden uzaklaştırabilir, zira motivasyonun deneyim esnasında değişebilir. Mevcut çalışmada bu durum değerlendirilmemiştir. Katılımcılardan elde edilen veriler DTT deneyimi sonrasında elde edilmiştir. Bu anlamda gelecekte yapılacak çalışmalarda deneyim öncesinde motivasyonların ölçülmesi ve deneyim sonrasında da doyumun ölçülmesi önerilmektedir. Ayrıca Luo ve Deng (2008) çalışmalarda itici motivasyonların yer aldığını ancak çekici etkenlerin bu tür araştırmalarda yer almadığını belirtmektedir. Bu anlamda gelecekteki çalışmalarda çekici etkenlerin de incelenmesi önerilmektedir.

## KAYNAKÇA

- Agyeiwaah, E., Otoo, F.E., Sontikul, W. ve Huang, W-J. (2019). Understanding Culinary Tourist Motivation, Experience, Satisfaction, and Loyalty Using a Structural Approach, *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 36(3): 295-313.
- Aksu, G., Eser, M.T. ve Güzeller, C.O. (2017). *Açımlayıcı ve Doğrulayıcı Faktör Analizi ile Yapısal Eşitlik Modeli Uygulamaları*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Albayrak, T. ve Caber, M. (2018). Examining the Relationship between Tourist Motivation and Satisfaction by two Competing Methods. *Tourism Management*, 69: 201-213.
- Arnould, E. ve Price, L.L. (1993). River Magic: Extraordinary Experience and the Extended Service Encounter, *Journal of Consumer Research*, 20: 24-45.
- Bateman, H., Harris, E. ve McAdam, K. (1999). *Dictionary of Leisure, Travel and Tourism*. Third edition. London: A&C Black.
- Batman, Z.P. ve Demirel, Ö. (2015). Altındere Vadisi Meryemana Deresi Güzergahında Doğa Temelli Turizm Etkinliği: Yamaç Paraşütü. *İnönü Üniversitesi Sanat ve Tasarım Dergisi*, 5(11): 13-26.
- Çapık, C. (2014). Geçerlik ve Güvenirlilik Çalışmalarında Doğrulayıcı Faktör Analizinin Kullanımı, *Anadolu Hemşirelik ve Sağlık Bilimleri Dergisi*, 17(3), 196-205.
- Çelik, E.H. ve Yılmaz, V. (2013). *LISREL 9.1 ile Yapısal Eşitlik Modellemesi Temel Kavramlar- Uygulamalar- Programlama*. Anı Yayıncılık.
- Dalkıç, A. ve Birdir, K. (2015). Yayla Turizmine Katılan Turistlerin Seyahat Motivasyonları, Algılanan Değer, Tatmin Düzeyleri ve Sadakatleri Üzerine Bir Araştırma, *Journal of Tourism and Gasronomy Studies*, 3(3): 3-17.
- D'Amato, L.G. ve Krasny, M.E. (2011). Outdoor Adventure Education: Applying Transformative Learning Theory to Understanding Instrumental Learning and Personal Growth in Environmental Education. *The Journal of Environmental Education*, 42, 237-254.
- Devesa, M., Laguna, M. ve Palacios, A. (2010). The Role of Motivation in Visitor Satisfaction: Empirical Evidence in Rural Tourism. *Tourism Management*, 31(4): 547-552.
- Eagles, P. F. J., Bowman, M. E. ve Tao, T. C-H. (2001). *Guidelines for Tourism in Parks and Protected Areas of East Asia*. Canada: Waterloo Printing.
- Fernandes, L.M. (2011). Nature- Based Touris Behavior and The Conservation of Natural Resources: The Case of Itacare in the Brazilian Atlantic Forest. Université du Quebec a Montreal. Master's in Environmental Sciences. <https://archipel.uqam.ca/4025/1/M12048.pdf>.
- Fredman, P. ve Tyrväinen, L. (2010). Frontiers in nature-based tourism. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 10(3): 177-189.
- Fung, C. K. ve Jim, C. Y. (2015). Segmentation by Motivation of Hong Kong Global Geopark Visitors in Relation to Sustainable Nature-Based Tourism. *International Journal of Sustainable Development & World Ecology*, 22(1): 76-88.
- Gnoth, J. (1997). Tourism Motivation and Expectation Formation. *Annals of Tourism Research*, 24(2): 283-304.
- Gökçe, H. (2008). *Serbest zaman Doyumunun Yaşam Doyumu ve Sosyo-Demografik Değişkenlere İlişkisinin İncelenmesi*. Basılmamış Yüksek Lisans Tezi. Pamukkale Üniversitesi, Denizli.
- Gökçe, H. ve Orhan, K. (2011). Serbest Zaman Doyum ölçeğinin Türkçe Geçerlilik Güvenirlilik Çalışması. *Sosyal Bilimleri Dergisi, Hacettepe J. Of Sport Sciences*, 22(4): 139-145.
- Grafanaki, S, Pearson, D., Cini, F., Godula, D., McKenzie, B., Nason, S. ve Anderegg, M. (2005). Sources of Renewal: A Qualitative Study on the Experience and Role of Leisure in the Life of Counsellors and Pyschologist. *Counselling Psychology Quarterly*, 18(1), 31-40.
- Gürbüz, S. ve Şahin, F. (2014). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri Felsefe- Yöntem- Analiz*. Seçkin Yayıncılık.
- Güzel, B. (2020). Ekolojik Etik. (Eds.). Akgül D. ve Çetinkaya, F. F. *İşletmelerde Etik Yaklaşımlar* içinde (ss. 231-256). Bursa: Dora Yayıncılık.
- Hall, C. M. ve Boyd, S. (2005). Nature-Based Tourism in Peripheral Areas: Introduction. (Editors) Hall, M. ve Boyd, S. *Aspects of Tourism Nature-Based Tourism in Peripheral Areas Development or Disaster?* içinde (ss. 3-18). UK: Channel View Publications.
- Hopkins, D. ve Putnam, R. (2012). *Personal Growth Through Adventure*. USA: Routledge.
- Inoguchi, T. (2018). Leisure Satisfaction in Relation to Quality of Life Using the Asia Barometer Survey Data. (Eds.) de la Vega, R. Ve Walter, T. *Handbook of leisure, physical activity, sports, recreation and quality of life* içinde (ss. 19-31) Springer.
- Jaffe, D.T. (1985). Self-Renewal: Personal Transformation Following Extreme Trauma. *Journal of Humanistic Pyschology*, 25(4), 99-124.

- Johnston, M. ve Payne, R. (2005). Ecotourism and Regional Transformation in Northwestren Ontario. (Eds.) Hall, M. ve Boyd, S., *Aspects of Tourism Nature-Based Tourism in Peripheral Areas Development or Disaster?* içinde (ss. 21-35). UK: Channel View Publications.
- Lorcu, F. (2015). Örneklerle Veri Analizi SPSS Uygulamalı. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kim, H., Lee, S., Uysal, M., Kim, J., ve Ahn, K. (2015). Nature-Based Tourism: Motivation and Subjective Well-Being. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 32(1): 76-96.
- Kiper, T., Arslan, M. (2007). Anadolu'da Doğa Turizmi Kapsamında Doğa Yürüyüşü Güzergahlarının Belirlenmesinde Örnek Bir Çalışma. *Tekirdağ Ziraat Fakültesi Dergisi*, 4(2): 165- 174.
- Lang, C.-T. ve O'Leary, J. T. (1997). Motivation, Participation, and Preference: A Multi-Segmentation Approach of the Australian Nature Travel Market, *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 6(3/4): 159–80.
- Luo, Y., ve Deng, J. (2008). The New Environmental Paradigm and Nature-Based Tourism Motivation. *Journal of Travel Research*, 46(4): 392-402.
- Luzar, E. J., Diagne, A., Gan, C. E., ve Henning, B. R. (1995). Evaluating Nature-Based Tourism Using the New Environmental Paradigm. *Journal of Agricultural and applied Economics*, 27(2): 544-555.
- Maunier, C. ve Camelis, C. (2013). Toward an Identification of Elements Contributing to Satisfaction with the Tourism Experience. *Journal of Vacation Marketing*, 19(1): 19-39.
- Mehmetoglu, M. (2005). A Case Study of Nature-Based Tourists: Specialists Versus Generalists. *Journal of Vacation Marketing*, 11(4): 357-369.
- Mehmetoglu, M. (2007a). Nature-Based Tourism: A Contrast to Everyday Life. *Journal of Ecotourism*, 6(2): 111-126.
- Mehmetoglu, M. (2007b). Nature- Based Tourists: The Relationship Between their Trip Expenditures and Activities. *Journal of Sustainable Tourism*, 15(2): 200-215.
- Mehmetoglu, M. ve Normann, Ø. (2013). The Link Between Travel Motives and Activities in Nature-Based Tourism. *Tourism Review*, 68(2): 3-13.
- Mutanga, C.N., Vengesayi, S., Chikuta, O., Never, M. ve Gandiwa, E. (2017). Travel Motivation and Tourist Satisfaction with Wildlife Tourism Experiences in Gonarezhou and Matusadona National Parks, Zimbabwe. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 20: 1-18.
- Moscardo, G. (2005). Escaping the jungle: An exploration of the relationships between lifestyle market segments and satisfaction with a nature based tourism experience. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 5(2-4): 75-94.
- Naidoo, P., Ramseook- Munhurrin, P. ve Seegoola, P. (2011). An Assessment of Visitor Satisfaction with Nature-Based Tourism Attractions. *International Journal of Management and Management and Marketing Research*, 4(1): 87-98.
- Neal, J.D., Sirgy, M.J. ve Uysal, M. (1999). The Role of Satisfaction with Leisure Travel/Tourism Services and Experience in Satisfaction with Leisure Life and Overall Life. *Journal of Business Research*, 44(3): 153-163.
- Newsome, D., Moore, S. A. ve Dowling, R. K. (2002). *Natural Area Tourism, Ecology, Impact and Management*. UK: Channel View Publications.
- Oliver, R.L. (1980). A Cognitive Model of the Antecedents and Consequences of Satisfaction Decisions. *Journal of Marketing*, 17(4): 460-469.
- O'Neill, M.A., Riscinto-Kozub, K. ve Hyfte, M.V. (2010). Defining Visitor Satisfaction in the Context of Camping Oriented Nature- Based Tourism- The Driving Force of Quality!. *Journal of Vacation Marketing*, 16(2): 141-156.
- Orçan, F. (2018). Açımlayıcı ve Doğrulayıcı Faktör Analizi: İlk Hangisi Kullanılmalı?. *Eğitimde ve Psikolojide Ölçme ve Değerlendirme Dergisi*, 9(4), 413-421.
- Patterson, C. (2007). *The Business of Ecotourism, The Complete Guide for Nature and Culture Based Tourism Operators*. Canada: Trafford Publishing.
- Pearce, P. A., Morrison, M. ve Rutledge, J. L. (1998). *Tourism: Bridges across Continents*. Australia: McGraw-Hill.
- Pine, J. ve Gilmore, J. (1999). *The Experience Economy*. Boston: Harvard Business School Press.
- Robitschek, C. (1998). Personal Growth Initiative: The Construct and its Measure. *Measurement and Evaluatşion in Counseling and Development*, 30(4): 183-198.
- Şimşek, Ö.F. (2007). *Yapısal Eşitlik Modellemesine Giriş Temel İlkeler ve LISREL Uygulamaları*. Ekinoks: Ankara.
- Tangeland, T. (2011). Why Do People Purchase Nature-Based Tourism Activity Products? A Norwegian Case Study of Outdoor Recreation. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 11(4): 435-456.
- Tisdell, C. ve Wilson, C. (2012). *Nature Based Tourism and Conservation. New Economic Insights and Case Studies*. USA: Edward Elgar Publication.
- Triantafillidou, A. ve Siomkos, G. (2013). Summer Camping: An Extraordinary, Nostalgic, and Interpersonal Experince. *Journal of Vacation Marketing*, 19(3): 197-208.

- Unger, L.S., ve Kernan, J.B. (1983). On the Meaninf of Leisure: An Investigation of Some Determinants of the Subjective Experience. *Consumer Research*, 9(4): 381-392.
- Valentine, P. (1992). *Nature-based tourism*. Belhaven Press.
- Vespestad, M.K. ve Linberg, F. (2011). Understanding Nature-Based Tourist Experiences: An Ontological Analysis. *Current Issues in Tourism*, 14(6): 563-580.
- Weaver, D. B. (2001a). Ecotourism As Mass Tourism: Contradiction or Reality?. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 42(2): 104-112.
- Weaver, D. B. (2001b). Ecotourism in the Context of Other Tourism Types. (Ed.) Weaver, D. B. *The Encyclopedia of Tourism* içinde (ss. 73-83). USA: CABI Publishing.
- Wirtz, J. ve Lovelock, C. (2018). *Essentials of Services Marketing (3rd Edition)*. Pearson.
- Vittersø, J., Søholt Y. (2011). Life Satisfaction Goes with Pleasure and Personal Growth Goes with Interest: Futher Arguments for Separating Hedonic and Eudaimonic Well-Being. *The Journal of Positive Psychology*, 6(4): 326-335.
- Xu, J. B., ve Chan, S. (2016). A New Nature-Based Tourism Motivation Model: Testing the moderating Effects of the Push Motivation. *Tourism Management Perspectives*, 18: 107-110.
- Yaşlıoğlu, M.M (2017). Sosyal Bilimlerde Faktör Analizi ve Geçerlilik: Keşfedici ve Doğrulayıcı Faktör Analizlerinin Kullanılması. *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 46 (özel sayı): 74-85.
- Yoon, Y. ve Uysal, M. (2005). An Examination of the Effects of Motivation and Satisfaction on Destination Loyalty: A Structural Model. *Tourism Management*, 26: 45-56.
- Zewdie, T. ve Mengesha, G. (2011). Linkages Mutual Benefits and Future Opportunities of Sustainable Dryland Forest Management and Ecotourism Experiences of the Dryland Ecosystems in Ethiopia. Research and Development in Dryland Forests of Ethiopia. Proceedings of the National Workshop Organized by Forestry Research Center, Ethiopian Institute of Agricultural Research (EIAR) & Center for International Forestry Research (CIFOR): 69-86.