



T.C.

**ÇANAKKALE ONSEKİZ MART ÜNİVERSİTESİ**

**SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**

**DOĞAL DESTİNASYONLARDA REKREATİF  
FAALİYETLERE KATILAN ZİYARETÇİLERİN ÇEVRECİ  
DAVRANIŞ VE ÇEVRECİ SATIN ALMA DAVRANIŞI:  
KAPADOKYA, KÖPRÜLÜ KANYON VE KAZDAĞLARI  
ÖRNEKLERİ**

**Doktora Tezi**

**YASİN SOYLU**

**Tez Danışmanı**

**DOÇ. DR. LÜTFİ ATAY**

**Çanakkale 2019**





T.C.

ÇANAKKALE ONSEKİZ MART ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

TURİZM İŞLETMECİLİĞİ ANABİLİM DALI

DOĞAL DESTİNASYONLARDA REKREATİF FAALİYETLERE KATILAN  
ZİYARETÇİLERİN ÇEVRECİ DAVRANIŞ VE ÇEVRECİ SATIN ALMA  
DAVRANIŞI: KAPADOKYA, KÖPRÜLÜ KANYON VE KAZDAĞLARI  
ÖRNEKLERİ

Doktora Tezi

Hazırlayan  
Yasin SOYLU

Tez Danışmanı  
Doç. Dr. Lütfi ATAY



Bu çalışma, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri kapsamında desteklenmiştir. Proje No: SDK 2018-1424

Çanakkale 2019

## TAAHHÜTNAME

Doktora Tezi olarak sunduğum “Doğal Destinasyonlarda Rekreatif Faaliyetlere Katılan Ziyaretçilerin Çevreci Davranış ve Çevreci Satın Alma Davranışı: Kapadokya, Köprülü Kanyon ve Kazdağları Örnekleri” adlı çalışmanın, tarafımdan, bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı düşecek bir yardıma başvurmaksızın yazıldığını, özgünlüğünü ve bir başka mecraya sunulmadığını, yararlandığım eserlerin kaynakçada gösterilenlerden olduğunu, bunlara atıf yapılarak yararlanılmış olduğunu ve yararlandığım kaynak ve verilerde hiçbir bir çarpıtma yapmadığımı belirtir ve bunu onurumla doğrularım.

26.08.2019

Yasin SOYLU



Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi  
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü'ne



Yasin SOYLU'ya ait "DOĞAL DESTİNASYONLARDA REKREATİF FAALİYETLERE KATILAN ZİYARETÇİLERİN ÇEVRECİ DAVRANIŞ VE ÇEVRECİ SATIN ALMA DAVRANIŞI: KAPADOKYA, KÖPRÜLÜ KANYON VE KAZDAĞLARI ÖRNEKLERİ" adlı çalışma, jürimiz tarafından Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı DOKTORA TEZİ olarak oybirliği/oyçokluğu ile kabul edilmiştir.

Üyeler

İmza

Doç. Dr. Lütfi ATAY  
(Danışman)

Doç. Dr. Bayram ŞAHİN

Dr. Öğr. Üyesi Göksel  
Kemal GİRGİN Üyesi

Dr. Öğr. Mehmet  
CAVUŞOĞLU

Dr. Öğr. Üyesi Hacı  
Mehmet YILDIRIM

Tez No : 10292453

Tez Savunma Tarihi : 26.08.2019

ONAY  
  
Prof. Dr. Şerif KORKMAZ  
Enstitü Müdürü

13.08/2019

## ÖZET

### **Doğal Destinasyonlarda Rekreatif Faaliyetlere Katılan Ziyaretçilerin Çevreci Davranış ve Çevreci Satın Alma Davranışı: Kapadokya, Köprülü Kanyon ve Kazdağları Örnekleri**

Doğaya dayalı destinasyonlarda gerçekleştirilen bireysel ya da kolektif deneyimler ve potansiyel davranışlar çevresel sorunları ve çevre sorunlarını azaltma çabalarını etkileyebilmektedir. Özellikle bireylerin farklı değerlere ve kaynaklara sahip alanlara ziyaretleri, kişinin hem kendisi hakkındaki görüşlerini hem de dünyaya bakış açısını etkilemektedir. Çalışmanın amacı, doğal destinasyonlardaki faaliyetlere katılan rekreasyoncuların çevresel sorunlara yönelik algılarını, endişelerini belirlemek ve bu sorunların azaltılmasına yönelik günlük yaşamlarındaki ya da rekreatif bir etkinlik sırasındaki çevre dostu davranış ve çevreci satın alma davranışlarını açıklamaktır.

Çalışma kapsamında Çanakkale/Kazdağı'nda yürüyüşe gelen, Nevşehir/Kapadokya'da sıcak hava balonuna binen ve Antalya/Köprülü Kanyon'da rafting etkinliğine katılan rekreasyoncularla görüşülmüştür. Toplamda 1164 kişiden çevresel sorunlara ilişkin bilgileri alınmıştır.

Bu çalışmadaki hipotezler kısmi en küçük kareler (PLS) analizi kullanılarak yapısal eşitlik modellemesi ile test edilmiştir. Modelleri oluşturmak ve geçerliliklerini değerlendirmek için SmartPLS (V.3.2.6) yazılımı kullanılmıştır. Ek olarak üç bölgenin çevreci davranış düzeylerini karşılaştırmak için Tek Yönlü Varyans analizi kullanılmıştır.

Analizler sonucunda rekreasyoncuların demografik özelliklerine göre çevre dostu davranışlarında önemli tespitler yapılmıştır. Her üç alanda da çevresel fedakârlık çevre dostu davranışı etkileyen önemli bir değişken olmuştur. Dahası rekreasyoncular günlük yaşamlarındaki çevre dostu davranışlarını etkinlik sürecinde de göstermektedirler. Ek olarak üç alanın karşılaştırıldığı anova testinde, tüm bağımsız değişkenlerde Kazdağı alanı rekreasyoncularının daha çevreci oldukları bulunmuştur. Son olarak çalışmadaki bulgular ışığında çeşitli değerlendirmeler sunulmuş, mevcut ve olası sorunlara yönelik öneriler belirtilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Normlar, Yer Tutumu, Çevresel Endişe, Çevresel Fedakârlık, Çevreci Davranış, Çevreci Satın Alma Davranışı, PLS-SEM

## ABSTRACT

### **Environmental Behavior and Environmental Purchasing Behavior of Visitors Participating Recreational Activities In Nature Destinations: Case of Kapadokya, Köprülü Kanyon and Kazdağları**

The individual or collective experiences and potential behaviors in nature-based recreation areas effects to reduce environmental problems and efforts of reducing environmental problems. Especially the visits of individuals to areas with different values and resources may affect the individual's view of herself and her view of the world. Purpose of the study is to determine the perceptions and concerns of the recreators participating in the activities in natural destinations, and to explain environmental friendly behaviors and environmental purchasing behaviors in daily life or during a recreational activity to reduce these problems.

Within the purpose of the study, the recreationists who came for a walk in Çanakkale/Kazdağları (Ida Mountains), boarded a hot air balloon in Nevşehir/Cappadocia and participated in the rafting activity in Antalya/Köprülü Canyon were interviewed. A total of 1164 people were informed about environmental problems.

The hypotheses in this study were tested by structural equation modeling using partial least squares (PLS) analysis. SmartPLS (V.3.2.6) software was used to construct models and evaluate their validity. In addition, one-way analysis of variance was used to compare environmental behavior values of the three regions.

As a result of the analyzes, important determinations were made in the environment friendly behaviors of recreationists according to demographic characteristics. In all three areas, environmental sacrifice has been an important variable affecting environmental friendly behavior. Moreover, recreationists show their environment friendly behavior in their daily lives during the activity process. In addition, in the anova test where three areas were compared, it was found that the recreationists of Ida Mountain area were more environmentally friendly in all independent variables. Finally these findings, presented a variety of assessments stated recommendations for existing and potential problems.

**Keywords:** Norms, Place Attachment, Environmental Concern, Environmental Sacrifice, Environmental Friendly Behavior, Environmental Purchasing Behavior, PLS-SEM

## ÖNSÖZ

Bu araştırma için beni yönlendiren, çalışmamın her aşamasında ilgi ve desteğini esirgemeyen, bilimsel yönden gelişmemi sağlayan değerli hocam ve danışmanım Doç. Dr. Lütfi ATAY'a katkılarından dolayı teşekkürlerimi ve şükranlarımı sunarım. Yapıcı eleştirileriyle tez yazım sürecine yardımcı olan tez izleme komitesi üyeleri Dr. Öğretim Üyesi Mehmet ÇAVUŞOĞLU'na ve Dr. Öğretim Üyesi Hacı Mehmet YILDIRIM'a ve bu süreçte emeği olan tüm hocalarıma teşekkürlerimi sunarım.

Son olarak; tez yazma sürecimde kendilerinden esirgediğim zamanlar için aileme, bu yoğun tempo içerisinde bana en çok katlanan ve anlayışlarını bir an olsun eksik etmeyen, benim için çok önemli olan dostlarım Dr. Öğretim Üyesi Oğuz Taşpınar'a, eşi Rezan Taşpınar'a, Yunus Siyam'a, Emre Safran'a, Zafer Marabaoğlu'na en içten sevgi ve teşekkürlerimi sunarım.

Yasin SOYLU

Çanakkale 2019



## İÇİNDEKİLER

|                         |             |
|-------------------------|-------------|
| <b>ÖZET</b>             | <b>i</b>    |
| <b>ABSTRACT</b>         | <b>i</b>    |
| <b>ÖNSÖZ</b>            | <b>ii</b>   |
| <b>İÇİNDEKİLER</b>      | <b>iv</b>   |
| <b>KISALTMALAR</b>      | <b>viii</b> |
| <b>TABLolar LİSTESİ</b> | <b>x</b>    |
| <b>ŞEKİLLER LİSTESİ</b> | <b>xiii</b> |
| <b>GİRİŞ</b>            | <b>1</b>    |

### BİRİNCİ BÖLÜM

#### DESTİNASYON VE REKREASYON

|   |           |
|---|-----------|
| <b>1.1. Destinasyon</b>                                 | <b>3</b>  |
| 1.1.1. Destinasyon Kavramı                              | 3         |
| 1.1.2. Destinasyonu Oluşturan Unsurlar                  | 5         |
| 1.1.3. Destinasyonların Sınıflandırılması               | 8         |
| 1.1.3.1. Siyasi Sınırlara Göre Destinasyon              | 8         |
| 1.1.3.2. Ekonomik Etkisine Göre Destinasyonlar          | 9         |
| 1.1.3.4. Mevsimsellik Özelliklerine Göre Destinasyonlar | 12        |
| 1.1.3.5. Oluşumlarına Göre Destinasyonlar               | 12        |
| 1.1.3.5.1. Yapay Destinasyonlar                         | 12        |
| 1.1.3.5.2. Doğal Destinasyonlar                         | 13        |
| 1.1.4. Destinasyon Çekicilikleri                        | 16        |
| 1.1.4.1. Doğal Çekicilikler                             | 19        |
| 1.1.4.2. İnsan Yapımı Çekicilikler                      | 20        |
| 1.1.5. Destinasyon Yönetimi                             | 22        |
| 1.1.6. Destinasyon Yönetim Örgütleri (DYÖ)              | 27        |
| <b>1.2. Rekreasyon</b>                                  | <b>30</b> |
| 1.2.1. Boş Zaman ve Rekreasyon                          | 31        |
| 1.2.2. Rekreasyonun Özellikleri                         | 41        |
| 1.2.3. Rekreasyon Faaliyetleri                          | 43        |
| 1.2.4. Rekreasyon Faaliyetlerinin Sınıflandırılması     | 48        |
| 1.2.4.1. Katılımcıların Amaçlarına Göre Rekreasyon      | 48        |
| 1.2.4.2. Etkinliklere Katılım Şekline Göre Rekreasyon   | 49        |

|  |    |
|--|----|
| 1.2.4.3. Katılımcıların Yaş Gruplarına Göre Rekreasyon | 50 |
| 1.2.4.4. Katılımcı Sayısına Göre Rekreasyon            | 51 |
| 1.2.4.5. Fonksiyonel Açıdan Rekreasyon                 | 51 |
| 1.2.4.6. Mekânsal Açıdan Rekreasyon                    | 52 |
| 1.2.5. Rekreasyon Etkinlik Türleri                     | 55 |
| 1.2.6. Rekreasyon İşletmeleri                          | 57 |
| 1.2.7. Rekreasyon Planlaması                           | 59 |

## İKİNCİ BÖLÜM

### ÇEVRECİ DAVRANIŞ VE ÇEVRECİ SATIN ALMA DAVRANIŞLARI

|   |            |
|---|------------|
| <b>2.1. Çevreci Davranış</b>                                  | <b>62</b>  |
| 2.1.1. Çevreci Davranış Teorileri                             | 65         |
| 2.1.1.1. Değer-İnanç-Norm Teorisi                             | 65         |
| 2.1.1.2. Planlı Davranış Teorisi                              | 69         |
| 2.1.1.3. Yeni Ekolojik Paradigma                              | 72         |
| 2.1.2. Çevreci Davranışı Etkileyen Bileşenler                 | 73         |
| 2.1.2.1. Çevreci Tüketici ve Özellikleri                      | 73         |
| 2.1.2.2. Çevre Hakkında Bilgi                                 | 77         |
| 2.1.2.3. Çevresel Değer                                       | 81         |
| 2.1.2.4. Çevresel Duyarlılık                                  | 85         |
| 2.1.2.5. Çevresel Endişe                                      | 87         |
| 2.1.2.6. Çevresel Fedakârlık                                  | 92         |
| 2.1.2.7. Yer Tutumu   | 94         |
| 2.1.2.8. Subjektif Normlar                                    | 101        |
| 2.1.1.9. Kişisel Normlar                                      | 103        |
| <b>2.2. Çevreci Satın Alma Davranışları</b>                   | <b>108</b> |
| 2.2.1. Tüketici Satın Alma Davranışı                          | 108        |
| 2.2.2. Tüketici Satın Alma Davranışlarını Etkileyen Faktörler | 110        |
| 2.2.2.1. Kültürel Faktörler                                   | 110        |
| 2.2.2.2. Sosyal Faktörler                                     | 111        |
| 2.2.2.3. Kişisel Faktörler                                    | 112        |
| 2.2.2.4. Psikolojik Faktörler                                 | 114        |
| 2.2.3. Çevreci Satın Alma Niyeti                              | 116        |
| 2.2.4. Çevreci Satın Alma Davranışı                           | 118        |

## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

### DOĞAL DESTİNASYONLARDA REKREATİF FAALİYETLERE KATILAN ZİYARETÇİLERİN ÇEVRECİ DAVRANIŞ VE ÇEVRECİ SATIN ALMA DAVRANIŞI: KAPADOKYA, KÖPRÜLÜ KANYON VE KAZDAĞLARI ÖRNEKLERİNE İLİŞKİN BULGULAR

|   |            |
|---|------------|
| <b>3.1. Araştırma Alanları</b>  | <b>123</b> |
| 3.1.1. Kazdağı Milli Parkı  | 123        |
| 3.1.1.1. Kazdağı Milli Parkı Coğrafi Konumu   | 124        |
| 3.1.1.2. Kazdağı Milli Parkı Turizm Olanakları  | 125        |
| 3.1.2. Kapadokya/Göreme Milli Parkı   | 127        |
| 3.1.2.1. Kapadokya Coğrafi Konumu   | 128        |
| 3.1.2.2. Kapadokya Bölgesi Turizm Olanakları  | 129        |
| 3.1.3. Köprülü Kanyon Milli Parkı   | 133        |
| 3.1.3.1. Köprülü Kanyon Milli Parkı Coğrafi Konumu  | 134        |
| 3.1.3.2. Köprülü Kanyon Milli Parkı Turizm Olanakları   | 135        |
| <b>3.2. Yöntem, Amaç ve Kapsam</b>  | <b>136</b> |
| 3.2.1. Araştırmanın Amacı   | 136        |
| 3.2.2. Araştırmanın Önemi   | 136        |
| 3.2.3. Araştırma Modelinin Geliştirilmesi   | 138        |
| 3.2.4. Evren ve Örneklem  | 143        |
| 3.2.5. Veri Toplama Yöntemi   | 144        |
| 3.2.6. Veri Analiz Yöntemi  | 149        |
| 3.2.7. Geçerlilik ve Güvenirlik Analizi   | 149        |
| 3.2.7.1. Geçerlilik Analizi   | 149        |
| 3.2.7.2. Güvenirlik Analizi   | 152        |
| <b>3.3. Araştırma Bulguları ve Tartışma</b>   | <b>153</b> |
| 3.3.1. Kazdağı Alanı ile İlgili Bulgular  | 155        |
| 3.3.1.1. Katılımcıların Betimleyici Özelliklerine İlişkin Bulgular  | 155        |
| 3.3.1.2. Ölçeklerin Güvenirliğine İlişkin Bulgular  | 156        |
| 3.3.1.3. Kazdağı’da Yürüyüş Etkinliğine Katılan Rekreatyoncuların Demografik Değişkenlerine Göre Çevreci Davranış ve Çevreci Satın Alma Davranışlarına Yönelik Hipotezlerin Test Edilmesi | 158        |

|   |            |
|---|------------|
| 3.3.1.4. Bağımsız Değişkenlerin Çevre Dostu Davranış ve Çevre Dostu Davranışın Çevreci Satın Alma Davranışları Üzerindeki Etkilerine Yönelik Kurulan Hipotezlerin Test Edilmesi                     | 162        |
| 3.3.1.5. Yapısal Modelin Değerlendirilmesi  | 166        |
| 3.3.2. Kapadokya Alanı ile İlgili Bulgular  | 175        |
| 3.3.2.1. Katılımcıların Demografik Özelliklerine İlişkin Bulgular   | 175        |
| 3.3.2.2. Ölçeklerin Güvenirliğine İlişkin Bulgular  | 176        |
| 3.3.2.3. Göreme Milli Parkı'nda Balon Etkinliğine Katılan Rekreasyoncuların Demografik Değişkenlerine Göre Çevreci Davranış ve Çevreci Satın Alma Davranışlarına Yönelik Hipotezlerin Test Edilmesi | 178        |
| 3.3.2.4. Bağımsız Değişkenlerin Çevre Dostu Davranış ve Çevre Dostu Davranışın Çevreci Satın Alma Davranışları Üzerindeki Etkilerine Yönelik Kurulan Hipotezlerin Test Edilmesi                     | 183        |
| 3.3.2.5. Yapısal Modelin Değerlendirilmesi  | 187        |
| 3.3.3. Köprülü Kanyon Alanı ile İlgili Bulgular   | 195        |
| 3.3.3.1. Katılımcıların Demografik Özelliklerine İlişkin Bulgular   | 195        |
| 3.3.3.2. Ölçeklerin Güvenirliğine İlişkin Bulgular  | 196        |
| 3.3.3.3. Köprülü Kanyon'da Rafting Yapan Rekreasyoncuların Demografik Değişkenlerine Göre Çevreci Davranış ve Çevreci Satın Alma Davranışlarına Yönelik Hipotezlerin Test Edilmesi                  | 198        |
| 3.3.3.4. Bağımsız Değişkenlerin Çevre Dostu Davranış ve Çevre Dostu Davranışın Çevreci Satın Alma Davranışları Üzerindeki Etkilerine Yönelik Kurulan Hipotezlerin Test Edilmesi                     | 203        |
| 3.3.3.5. Yapısal Modelin Değerlendirilmesi  | 206        |
| 3.3.4. Kazdağı, Göreme ve Köprülü Kanyon Alanlarının Ortak Değerlendirme Sonuçları  | 215        |
| <b>SONUÇ VE ÖNERİLER</b>  | <b>224</b> |
| <b>KAYNAKÇA</b>   | <b>237</b> |
| <b>EKLER</b>  | <b>266</b> |
| <b>ÖZGEÇMİŞ</b>   | <b>278</b> |

**KISALTMALAR**

AVE : (Average Variance Extracted) - Açıklanan Ortalama Varyans

Böl. : Bölüm

ÇDD : Çevre Dostu davranış

ÇDSAD: Çevre Dostu Satın Alma Davranışı

ÇE : Çevresel Endişe

ÇF : Çevresel Fedakarlık

CR : (Composite Reliability) - İç Tutarlık Güvenirlik

ÇTD: Çevresel Turizm Davranışı

Çev. : Çeviren

D. : Dergi(si)

Der. : Derleyen

Ed. : Editör

Gzt. : Gazete(si)

KN : Kişisel Norm

NAM:: (Norm-Activation Model) - Norm-Aktivasyon Kuramı

NEP: (New Ecological Paradigm) - Yeni Ekolojik Paradigma

No. : Numara

Nu. : Number

p. : Page

PBC:(Perceived Behavioral Control) - Algılanan Davranışsal Kontrol

PLS : (Partial Least Square ) - Kısmi En Küçük Kareler Tekniği

s. : Sayfa

SEM : (Structural Equation Model ) -Yapısal Eşitlik Modeli

SN : Sübjektif Norm

TPB: (Theory of Planned Behavior) - Planlanmış Davranış Teorisi (PDT)

Vol. : Volume

VBN: (Value-Belief-Norm) - Değer-İnanç-Norm Teorisi

YT : Yer Tutumu



## TABLOLAR LİSTESİ

|  |     |
|--|-----|
| Tablo 1.1. Destinasyonun Altı Unsuru (6A) .....  | 6   |
| Tablo 1.2. Zaman Türleri ve Kullanım Şekilleri .....   | 31  |
| Tablo 1.3. Rekreyasyona Yönelten Nedenler .....  | 46  |
| Tablo 1.4. Açık Alan Etkinlikleri ve Katılım oranları (ABD).....   | 54  |
| Tablo 1.5. Rekreasyon Etkinlik Türleri .....   | 55  |
| Tablo 2. 1. YEP ve DSP Paradigmaları Arasındaki Karşıtlıklar .....   | 72  |
| Tablo 3. 1. Kapadokya Bölgesi Turizm Faaliyeti Olanakları .....  | 132 |
| Tablo 3. 2. Bölgenin Turizm Değerleri .....  | 133 |
| Tablo 3. 3. Örneklem Büyüklüğünü Belirleme Tablosu .....   | 144 |
| Tablo 3. 4. Anket Formunu Oluşturan Ölçekler ile İlgili Bilgiler .....   | 146 |
| Tablo 3. 5. Ölçeklerde Yer Alan İfadeler .....   | 147 |
| Tablo 3. 6. Ölçeklerin Güvenilirlik Analizi Sonuçları .....  | 153 |
| Tablo 3. 7. Kazdağı Alanı Rekreasyoncularının Betimleyici İstatistikleri.....  | 155 |
| Tablo 3. 8. Ölçeklerin Güvenirliğine İlişkin Bulgular.....   | 157 |
| Tablo 3. 9. Rekreasyoncuların Çevre Dostu Davranış Görüşlerinin Cinsiyete Göre Karşılaştırılması.....                  | 158 |
| Tablo 3. 10. Rekreasyoncuların Çevreci Satın Alma Davranışlarının Cinsiyete Göre Karşılaştırılması.....                | 159 |
| Tablo 3. 11. Rekreasyoncuların Çevre Dostu Davranış Görüşlerinin Yaşa Göre Karşılaştırılması.....                      | 159 |
| Tablo 3. 12. Rekreasyoncuların Çevreci Satın Alma Davranış Görüşlerinin Yaşa Göre Karşılaştırılması.....               | 160 |
| Tablo 3. 13. Rekreasyoncuların Çevre Dostu Davranış Görüşlerinin Gelire Göre Karşılaştırılması.....                    | 160 |
| Tablo 3. 14. Rekreasyoncuların Çevreci Satın Alma Davranış Görüşlerinin Gelire Göre Karşılaştırılması.....             | 161 |
| Tablo 3. 15. Rekreasyoncuların Çevre Dostu Davranış Görüşlerinin Eğitim SeviyesineGöre Karşılaştırılması.....          | 161 |
| Tablo 3. 16. Rekreasyoncuların Çevreci Satın Alma Davranış Görüşlerinin Eğitim Seviyesine Göre Karşılaştırılması ..... | 162 |
| Tablo 3. 17. Maddelerin, yapıların ve ölçüm modelinin değerlendirilmesi .....  | 163 |
| Tablo 3. 18. “Fornell-Larcker” Ayırt Edici Geçerlilik Kriteri .....  | 166 |

|  |     |
|--|-----|
| Tablo 3. 19. “HTMT” Ayırt Edici Geçerlilik Kriteri .....   | 166 |
| Tablo 3. 20. Model hipotez istatistikleri (önyükleme) .....  | 169 |
| Tablo 3. 21. Endojen yapı değerlendirmesi .....  | 170 |
| Tablo 3. 22. Biyolojik Ortama Etki Ölçeğine İlişkin Bilgiler .....   | 173 |
| Tablo 3. 23. Göreme Alanı Rekreatyoncularının Betimleyici İstatistikleri .....   | 176 |
| Tablo 3. 24. Ölçeklerin Güvenirliğine İlişkin Bulgular.....  | 177 |
| Tablo 3. 25. Rekreatyoncuların Çevre Dostu Davranış Görüşlerinin Cinsiyete Göre Karşılaştırılması.....                 | 178 |
| Tablo 3. 26. Rekreatyoncuların Çevreci Satın Alma Davranış Görüşlerinin Cinsiyete Göre Karşılaştırılması.....          | 179 |
| Tablo 3. 27. Rekreatyoncuların Çevre Dostu Davranış Görüşlerinin Yaşa Göre Karşılaştırılması.....                      | 179 |
| Tablo 3. 28. Rekreatyoncuların Çevreci Satın Alma Davranış Görüşlerinin Yaşa Göre Karşılaştırılması.....               | 180 |
| Tablo 3. 29. Rekreatyoncuların Çevre Dostu Davranış Görüşlerinin Gelire Göre Karşılaştırılması.....                    | 180 |
| Tablo 3. 30. Rekreatyoncuların Çevreci Satın Alma Davranış Görüşlerinin Gelire Göre Karşılaştırılması.....             | 181 |
| Tablo 3. 31. Rekreatyoncuların Çevre Dostu Davranış Görüşlerinin Eğitim Seviyesine Göre Karşılaştırılması.....         | 181 |
| Tablo 3. 32. Rekreatyoncuların Çevreci Satın Alma Davranış Görüşlerinin Eğitim Seviyesine Göre Karşılaştırılması ..... | 182 |
| Tablo 3. 33. Maddelerin, yapıların ve ölçüm modelinin değerlendirilmesi .....  | 183 |
| Tablo 3. 34. “Fornell-Larcker” Ayırt Edici Geçerlilik Kriteri .....  | 186 |
| Tablo 3. 35. “HTMT” Ayırt Edici Geçerlilik Kriteri .....   | 186 |
| Tablo 3. 36. Model hipotez istatistikleri (önyükleme) .....  | 189 |
| Tablo 3. 37. Endojen yapı değerlendirmesi .....  | 191 |
| Tablo 3. 38. Köprülü Kanyon Alanı Rekreatyoncularının Betimleyici İstatistikleri .....                                 | 195 |
| Tablo 3. 39. Ölçeklerin Güvenirliğine İlişkin Bulgular.....  | 197 |
| Tablo 3. 40. Rekreatyoncuların Çevre Dostu Davranış Görüşlerinin Cinsiyete Göre Karşılaştırılması.....                 | 198 |
| Tablo 3. 41. Rekreatyoncuların Çevreci Satın Alma Davranış Görüşlerinin Cinsiyete Göre Karşılaştırılması.....          | 199 |



|  |     |
|--|-----|
| Tablo 3. 42. Rekreatyoncuların Çevre Dostu Davranış Görüşlerinin Yaşa Göre Karşılaştırılması.....                      | 199 |
| Tablo 3. 43. Rekreatyoncuların Çevreci Satın Alma Davranış Görüşlerinin Yaşa Göre Karşılaştırılması.....               | 200 |
| Tablo 3. 44. Rekreatyoncuların Çevre Dostu Davranış Görüşlerinin Gelire Göre Karşılaştırılması.....                    | 201 |
| Tablo 3. 45. Rekreatyoncuların Çevreci Satın Alma Davranış Görüşlerinin Gelire Göre Karşılaştırılması.....             | 201 |
| Tablo 3. 46. Rekreatyoncuların Çevre Dostu Davranış Görüşlerinin Eğitim Seviyesine Göre Karşılaştırılması.....         | 202 |
| Tablo 3. 47. Rekreatyoncuların Çevreci Satın Alma Davranış Görüşlerinin Eğitim Seviyesine Göre Karşılaştırılması ..... | 202 |
| Tablo 3. 48. Maddelerin, yapıların ve ölçüm modelinin değerlendirilmesi .....  | 203 |
| Tablo 3. 49. “Fornell-Larcker” Ayırt Edici Geçerlilik Kriteri .....  | 206 |
| Tablo 3. 50. “HTMT” Ayırt Edici Geçerlilik Kriteri .....   | 206 |
| Tablo 3. 51. Model hipotez istatistikleri (önyükleme) .....  | 209 |
| Tablo 3. 52. Endojen yapı değerlendirmesi .....  | 210 |
| Tablo 3. 53. Su Tasarrufu Ölçeğine İlişkin Bilgiler .....  | 212 |
| Tablo 3. 54. Alanların ANOVA Testi İstatistikleri.....   | 217 |

## ŞEKİLLER LİSTESİ

|   |     |
|---|-----|
| Şekil 1.1. Destinasyonu Oluşturan Genel Çekicilikler .....  | 18  |
| Şekil 1.2. Destinasyon Yönetiminde Pazarlama–Planlama–Gelişim Fonksiyonları .....                                       | 24  |
| Şekil 1.3. VICE Modeli .....  | 25  |
| Şekil 1.4. Aristo Boş Zaman Ayrımı .....  | 36  |
| Şekil 2. 1. Norm-Aktivasyon Kuramı (Schwartz, 1977) .....   | 66  |
| Şekil 2. 2. Değer-İnanç-Norm Kuramı (Stern vd., 1999) .....   | 68  |
| Şekil 2. 3. Planlı Davranış Teorisi (Theory of Planned Behavior), Ajzen, 1991:182. ....                                 | 71  |
| Şekil 2. 4. Çevre Dostu Davranış Erken Modeli .....   | 81  |
| Şekil 2. 5. Algılama Süreci .....   | 114 |
| Şekil 3. 1. Kazdağı Araştırma Alanının Haritası .....   | 124 |
| Şekil 3. 2. Kazdağı Milli Parkı ve Çevresi Ayrıntılı Haritası .....   | 126 |
| Şekil 3. 3. Kapadokya Coğrafi Konumu .....  | 128 |
| Şekil 3. 4. Kapadokya Bölgesi Turizm Kaynakları .....   | 130 |
| Şekil 3. 5. Köprülü Kanyon Milli Parkı Coğrafi Konumu .....   | 134 |
| Şekil 3. 6. Araştırmanın Kavramsal Modeli .....   | 139 |
| Şekil 3. 7. Modelin yol katsayıları ( $\beta$ ) ve endojen yapıları ( $R^2$ ) .....                                     | 168 |
| Şekil 3. 8. Modelin yol katsayıları ( $\beta$ ) ve endojen yapıları ( $R^2$ ) .....                                     | 189 |
| Şekil 3. 9. Ziyaretçilerin Geleneksel Turizm Unsurları ve Hava Kirliliği Önceliklerine<br>İlişkin Yanıt Yüzdeleri ..... | 191 |
| Şekil 3. 10. Modelin yol katsayıları ( $\beta$ ) ve endojen yapıları ( $R^2$ ) .....                                    | 208 |

## GİRİŞ

19. yüzyıl sonlarında başlayan ve günümüzde her geçen gün etkinliğini arttıran teknolojik gelişmeler ve ülkelerin sürekli büyüme isteği, toplumların etkileşime geçtikleri fiziksel çevrede her geçen gün büyük değişimler yaşanmasına sebep olmuştur (Atay and Dilek, 2013:203). Özellikle endüstrileşme ve kentleşmeyle birlikte metropol şehirlerin ortaya çıkması fiziksel çevre üzerindeki değişimleri hızlandırmıştır. Bu durum, canlıların yaşam standartlarını ve doğal bölgelerin ekolojisini olumsuz yönde etkilemiştir. Yoğun iş temposu altında bu alanlara sıkışmış bireyler sağlıksız ortamlara maruz kalarak, doğal çevre ile olan ilişkilerini gözden geçirmeye başlamışlar ve çevreye yönelik koruma-kullanma davranışlarını düzeltme noktasında kendilerini zorunlu hissetmişlerdir (Mansuroğlu, 2002). Bu bir nevi kişilerin çevre kullanımlarına yönelik öz eleştiri yapmalarına olanak sağlamıştır.

Ancak çoğu zaman bireylerin uzun bir tatil planı yapma fırsatı bulunmamaktadır. Bu nedenle bireyler kendine yakın ancak doğa temelli ve doğal kaynakları deneyimledikleri alanları tercih edebilirler. Bireylerin doğa ile etkileşime geçerek bedensel ve ruhsal olarak dinlenmelerine olanak veren ve uluslararası piyasada önemi artmaya başlayan açık hava rekreasyon faaliyetleri öncelikle ormanlar, tahrip edilmemiş doğa parçaları, akarsular, doğal yaşam parkları ve doğallığını koruyabilmiş alanlarda gerçekleştirilmektedir (Arni ve Khiaril, 2013:58; Bell vd., 2007:5).

Özellikle, bu tür doğal alanlarla etkileşime giren rekreasyoncular çevresel sorunları fark edebilir, bu sorunlara yönelik bir tepki gösterebilir ve çevresel sorunlara yönelik kişisel etkilerini azaltmaya ilişkin bir tutum sergileyebilirler. Bu açıdan turizm faaliyetine ve doğada yapılan rekreatif faaliyetlere katılan kişilerin çevre sorunlarına karşı tutumları, etkinlik sırasındaki ve günlük yaşantılarındaki çevreci davranışlarının anlaşılması son derece önemlidir.

Doğa, turizm sektörü için vazgeçilmezdir. Doğanın korunması ve doğada gerçekleştirilebilecek rekreatif faaliyetlerin çevreye olan etkilerinin en aza indirilmesi, turizm sektörünün geleceği ve turizmden elde edilen gelirlerin artırılması için önemlidir. Turizm işletmeleri ve turizm bölgeleri sektörde talep yaratabilmek için çevre kaynaklarını son derece yoğun bir şekilde kullanmaktadırlar. Bu kullanım turizm sektörüne yarar sağlamanın yanında çevresel faktörler üzerinde de bir takım baskılar oluşturmaktadır. Bu baskılar çeşitli önlemler alınmadığı takdirde çevresel kaynakların geri dönüşü olmayan

sorunlarla karşılaşmasına neden olmaktadır ve olmaya da devam edecektir. Tabi ki bu baskının üstesinde gelmek, sadece turizm işletmelerinin ya da turizm ile ilgili kararlar veren devlet kurumlarının sorunu olmaktan çıkmaktadır. Çeşitli arzu ve ihtiyaçlarını karşılamak üzere bir seyahat programı hazırlayan ve tatil deneyim yaşayan ziyaretçilerin de hem günlük yaşamlarında hem de tatilleri sırasında çeşitli önlemler almaları gerekmektedir.



## BİRİNCİ BÖLÜM

### DESTİNASYON VE REKREASYON

#### 1.1. Destinasyon

Destinasyonlar, ister doğal isterse insan yapımı güzelliklere sahip olsun ziyaretçilerin bir seyahat programı belirlemede önemli bir yer tutmaktadır. Seyahat kararı çerçevesinde kişiler birçok farklı unsurdan etkilenerek, birbirinden farklı güzelliklere sahip destinasyonlar arasından tercih yapmaktadırlar. Turizm sektörünün doğası gereği, gerçekleştirilen organizasyonun sosyal ve fiziksel bir ortamda yer alması destinasyon kavramının açıklanmasının önemini ortaya koymaktadır. Bu bölümün destinasyon başlığı altında, destinasyon tanımı, destinasyonun bileşenleri, destinasyon özellikleri, destinasyon sınıflandırılması ve çekicilikleri ele alınmıştır.

##### 1.1.1. Destinasyon Kavramı

Turizm ve pazarlama kaynaklı araştırmalar incelendiğinde, “destinasyon” kavramının, araştırmacılar tarafından “turizm alanı”, “turizm merkezi”, “turizm mahalli” gibi ifadelerle de açıklanmaya çalışıldığı görülmektedir. Destinasyon; kelime kökeni ve pazarlama alanındaki anlamının dışında, turistlerin zamanlarını evlerinden uzakta geçirmeyi planladıkları “yer”i ifade etmektedir. Ziyaret amaçlı ifade edilen bu yer (coğrafi birim), olanaklarıyla kendine yetebilen bir merkez, bir köy, kasaba, şehir, bölge, ada ve/veya bir ülke olabilir (Medlic, 1993:165, Cho, 2000:144, Sainaghi, 2006:1054, Ivanaovic, 2009:66). Destinasyon tek bir yer veya mekân olabileceği gibi, içinde birden fazla çekiciliği ve yerden de oluşabilir. Buhalis bu durumun, müşterilerin seyahat planlamalarına, sahip oldukları kültürel yapılarına, ziyaret nedenlerine, eğitimlerine ve geçmişte bu tür etkinliklerden elde ettikleri deneyimlere dayanan algısal bir kavram olarak yorumlanabileceğini ifade etmiştir (Buhalis, 2000:97). Örneğin, tatilini Antalya’da geçirmek için planlayan biri için Antalya destinasyon tanımına uyarken, bir haftalık Avrupa seyahati planlayan bir Japon turist için, Avrupa destinasyon olarak ifade edilmektedir.

Bir destinasyonun ziyaretçiler tarafından talep edilmesi için destinasyon alanında oraya has çekici özelliklerinin olması gerekmektedir. Çekme faktörleri ise destinasyonun

göreceli çekiciliği ile ilgilidir (Dann, 1996:44, Dann, 2000:477). Bu doğrultuda, ziyaretçiler bir seyahat programı belirlerken sahip oldukları boş zaman, eğitim, gelir, merak, yaş gibi itici özelliklerine yönelik seçimler yapmaktadır. Ancak, aynı kişiyi turizm ürününü satın almaya yönlendirecek, ürünün sahip olduğu çekiciliklerde ziyaretçinin karar vermesini etkilemektedir (Yıldırım, 2014:3). Dolayısıyla, bir destinasyon tanımlaması yaparken, o destinasyonun sahip olduğu doğal, tarihi, sosyo-kültürel güzellikler ve çekiciliklerinden bahsetmek gerekmektedir. Bu ayrıca, destinasyonun ziyaretçiler tarafından bir turizm ürünü olarak kabul edilmesini de sağlamaktadır.

Literatürdeki tanımlara bakıldığında destinasyon, en basit ifadeyle ziyaretçilerin çeşitli seyahat deneyimlerine sahip olacakları belirli bir coğrafi bölge şeklinde ifade edilmiştir (Goeldner ve Ritchie, 2009:415). Coltman (1993), yerel olmayan günü birliklerin veya turistlerin kullanım için çeşitli doğal ve insan yapımı çekiciliklere sahip alanları destinasyon olarak tanımlamıştır (Aksöz, 2010:4). Buhalis, (2000:97) ise, turist olarak isimlendirilmiş tüketici gurubuna yönelik bütünleştirilmiş deneyimler sunan ve turizm ürünlerinin karışımından oluşmuş bir bölge olarak ifade etmektedir. Sunulan bu ürünler, ilgili turizm bölgesinde ziyaretçiler tarafından tecrübe edilmektedir.

Atay (2003:27) çalışmasında destinasyonu, “çeşitli turistik değerlere ve özelliklere sahip ve turistin seyahati süresince ihtiyaç duyabileceği turistik ürünlerin tamamını veya bir kısmını sunabilen coğrafi bir mekân olarak” açıklamıştır. Başka bir tanımda, destinasyon, insanları ziyaret etmeye ve çeşitli nedenlerden dolayı geçici olarak konaklamaya çeken, kaynakları, cazibe merkezleri, altyapı, üstyapı ve tesisleri olan coğrafi yer olarak ifade edilmiştir (Taşçı, 2011:115).

Bahar ve Kozak (2006:35) destinasyonu, benzer kültürel, doğal ve iklimsel özelliklerine sahip, ziyaretçilerin talep edebileceği çekicilikleri olan, oraya has aktiviteler geliştirmiş, konaklamasından beslenmeye, iletişimden ulaşım çeşitli olanaklara sahip ve kamusal hizmetlerin sunulduğu, kişilerin zihninde belirli bir imajı olan coğrafi alan olarak tanımlamışlardır. Genel itibariyle bir destinasyon, sahip olduğu kaynakları mal, hizmet ve deneyim olarak destinasyon çevresinde yaşayanlara, çalışan halka ve de aynı zamanda yıl içerisinde bölgeyi ziyaret etmeye gelen turistlere sunan yerler olarak tanımlanabilir.

### 1.1.2. Destinasyonu Oluşturan Unsurlar

Destinasyonların, turizm sektöründe talep oluşturmayı başarabilmesi için bölgeye özgü bir takım kaynakların olması gerekmektedir. Bu kaynak aynı zamanda, gerçekleşecek seyahat programının turizm olarak değerlendirilebilmesini de sağlayabilir. Ziyaretler ancak turistik bir seyahat motivasyonu ile gerçekleştiriliyorsa, bölge turizm organizasyonu içerisinde yer alabilmesi olanaklı olabilmektedir. Dolayısıyla, bir destinasyon bu tür çekiciliklere sahip olduğu sürece talep edilebilir ve uzun süre varlığını sürdürebilir. Bu özellikler hem bölgede yaşayan halkın hem de bölgeye gelen ziyaretçilerin deneyimlerini etkileyebilmektedir. Hsu ve diğerleri (2004:121) bu kapsamda son yıllarda hem ülke yönetimlerinin hem de bölge yönetimlerinin turistik destinasyonları geliştirme noktasında sorumluluk aldıklarını ve uluslararası pazardaki ziyaretçilerin gözündeki imaj ve çekiciliklerini korumak için kaynak ayırdıklarını belirtmiştir.

Turizmde önemli unsurlardan biri de turistlerin ziyaret ettikleri destinasyondan aldıkları hazdır. Turistler bu hazzı destinasyonda geçirdiği zaman içerisindeki deneyimlerinden elde etmektedirler. Günümüzde turizmin gelişmesi ve ülkelerin kaynaklarını etkin bir şekilde kullanması, rekabeti de beraberinde getirmektedir. Armenski ve arkadaşlarına (2012:487) göre bir destinasyonun rekabet gücüne sahip olması, kaynakların, süreçlerin ve çekiciliğin etkin bir şekilde yönetilerek ulusal gelirin arttırılmasına ve bu gelirin sosyal hayata entegre edilerek ülke ekonomisine katma değer sağlamasına sebep olmaktadır. Sektöre bakıldığında, rekabetin ulaşım, tur operatörleri, otel ve diğer hizmet veren kuruluşlar arasında gerçekleştiği söyleyebilir. Ancak rekabet, turistlerin seyahatlerini geçirecekleri destinasyonları, sahip oldukları özelliklere göre seçmesi sonucu ortaya çıkmaktadır.

Bu açıdan her ne kadar destinasyona ait özelliklerin geliştirilmesi ile rekabet ortamında ayakta kalabilmek mümkün olsa da her destinasyonun birbirinden farklı özellikleri de bulunmaktadır. Bazı destinasyonlar bol miktarda kaynak ve karşılaştırmalı avantajlara sahipken, diğer destinasyonlar hem doğal hem de insan yapımı kaynak bakımından, turizmin gelişimi için asgari destek ve yetersiz altyapı ile dezavantajlı konumdadırlar (Ritchie ve Crouch, 2003:23).

Destinasyonlar barındırdıkları özellikler bakımından birbirlerinden farklı olsa da temel belli başlı ortak özelliklere sahip olmaları gerekir. Warnaby (1998:56-57) bu özellikleri aşağıdaki gibi sıralamıştır;

- Destinasyon, sahip olduğu doğal oluşumları ile bölgede yer alan hizmetler, nitelikler ve imkânları içeren bir ikililiğe sahiptir. Yani destinasyon temel ve destek unsuru olan ürünlerden oluşmaktadır.
- Destinasyonlar, tüketicilerin ziyaretleri sırasındaki deneyimlerinden oluşmaktadır. Ancak, destek unsuru olarak üretilen ürün kapsamında tüketici deneyimi üzerinde çok az kontrol sahibi olunabilir. Yani destinasyonların tüketildiğinin doğası hakkında net bir fikir sahibi olmadan ilgili kurumlar tarafından pazarlanabilir.
- Destinasyonlar yerel, bölgesel veya ulusal olmalarına rağmen tek bir bileşendir. Yani destinasyonun biçimlendirilmesi, pazarlanması ve yönetilmesi ile bu ürünü tüketenler arasında büyük ölçüde farklılıklar olabilir.
- Çoklu satışa uygun ortama sahiptirler. Aynı fiziksel alan ve bu alanın birçok özelliği ve nitelikleri farklı amaçlarla farklı müşterilere aynı anda satılmaktadır. Yani İstanbul gibi bir destinasyon hem inanç şehri hem de alışveriş şehri kapsamında değerlendirilerek farklı tüketicilere satılabilir.

Destinasyonların geliştirilmesine yönelik çalışmalarda, destinasyon türünün ve bu türe ait özelliklerin belirlenmesi, pazarlanabilir bir ürün ortaya çıkarmak açısından önemlidir. Bu durum destinasyonun ve sahip olduğu özelliklerin tüketici zihninde yer almasını sağlayabilir. Buhalis (2000:98) bu özellikleri 6A kapsamında incelemiştir (Tablo 1.1).



Tablo 1.1. Destinasyonun Altı Unsuru (6A)

|                    |                  |   |
|--------------------|------------------|---|
| Attractions        | Çekicilikler     | Doğal, insan yapımı, belirli bir amaca sahip yapılar, kültürel miras ve özel olaylar                          |
| Accessibility      | Ulaşılabilirlik  | Yollar, terminaller ve ulaşım araçlarının kapsayan tüm ulaşım hizmeti   |
| Amenities          | Tesisler         | Konaklama ve yiyecek içecek işletmeleri, acentalar ve diğer turizm hizmetleri                                 |
| Available Packages | Paket Turlar     | Seyahat acentaları veya tur operatörleri tarafından hazırlanmış turlar  |
| Activities         | Aktiviteler      | Turistin ziyareti sırasında destinasyonda bulunan ve katılabileceği tüm aktiviteler                           |
| Ancillary Services | Destek Hizmetler | Turistin ziyareti sırasında destinasyonda yararlanabileceği bankacılık, sağlık, iletişim ve benzeri hizmetler |

*Kaynak: Buhalis (2000:98)*

Ritchie ve Crouch farklı bileşenlerinde destinasyon yönetimi olarak başarılı olmayı sağlayabileceğini vurgulamasına rağmen, temel bazı özelliklerin var olmasının gerekliliğinden bahsetmiştir. Ritchie ve Crouch (2003:68-69) önceki sınıflandırmalarını geliştirerek destinasyon özelliklerini yedi bölümden incelemiştir;

- Fiziksel (doğal) çevre ve iklim; çekirdek çekiciliğin tek parametresi,
- Kültür ve tarih; ziyaretçilere günlük yaşam tarzlarının dışındaki yaşam biçimlerini deneyimleyebilecekleri bir ortam sunar. Bu özellik destinasyonların sıklıkla birbirine benzediği günümüz homojen turizm dünyasında büyük önem taşımaktadır,
- Pazar bağları; bir hedefin turizm menşeli bölgelerin sakinleriyle kurduğu bağlantıları oluşturan çeşitli boyutları içerir. Bu bağlar; etnik, din, spor, ticaret ve kültür bağlarıdır,
- Turistik faaliyetler; destinasyonun sahip olduğu ürün özelliklerine göre geliştirilecek aktiviteler,
- Özel etkinlikler; destinasyon yöneticilerinin üzerinde büyük bir kontrol sahibi olabilecekleri bir özelliktir. Özel olaylar kavramı hem ziyaretçilerin hem de sakinlerin ilgisine ve katılımına yüksek düzeyde katkılar sağlayabilecek geniş bir olay yelpazesine işaret etmektedir. Yerel festivaller, olimpiyat oyunları, fuarlar ve küresel spor şampiyonları bunlardan bir kaçıdır,

- Eğlence; eğlence endüstrisi, seyahat ve turizm için önemli bir tedarikçidir. Tiyatro, konser, komedi festivalleri, operalar ve sirkler, eğlence sektörünün bir destinasyonun rekabet edebilirliği için yapabileceği katkının örnekleridir,
- Turizm üstyapısı; destinasyon cazibesinin son özelliği olan turizm üstyapısı, destinasyon yöneticilerinin üzerinde önemli miktarda kontrol uygulayabilecekleri başka bir faktördür. Aslında başta konaklama tesisleri, yemek hizmetleri, ulaşım olanakları ve başlıca turistik yerlerden oluşan ve birçok insanın turizm endüstrisi olarak gördüğü turizm üstyapısıdır.

Farklı destinasyon beklentilerine sahip tüketici kitlesine karşı, var olan kaynaklarını etkin bir şekilde değerlendiremeyen, sahip oldukları çekicilikleri ziyaretçiler için çeşitlendiremeyen, sürdürülebilir çerçevede gelişemeyen ve pazarlama kaynaklarını pazara uygun yenileyemeyen destinasyonlar pazardaki paylarını her an kaybedebilirler. Temelde birbirlerine yakın özelliklere sahip destinasyonlar, uluslararası rekabet ortamında, ancak kendi özgün değerlerini, kaynaklarını ve çekiciliklerini koruma-kullanma dengesi çerçevesinde geliştirerek ve sektöre uygun şekilde yenileyerek fark yaratabilirler.

### **1.1.3. Destinasyonların Sınıflandırılması**

Destinasyonlar birçok özelliği içerisinde barındıran ve bunları turistlere ihtiyaçları doğrultusunda sunan bir turizm ürünüdür. Bu nedenle, destinasyonun mevcut kaynakları, coğrafi sınırları, hizmeti sunduğu pazarın çeşitliliği ve farklı dönemlerde faaliyetlerini gerçekleştirmesi gibi birbirinden farklı özelliklere sahip olması destinasyonların sınıflandırmasını da güçleştirmektedir. Ancak, literatürde yaygın destinasyon sınıflandırılması üzerinde yorumlanması uygun olacaktır.

#### **1.1.3.1. Siyasi Sınırlara Göre Destinasyon**

Sınıflandırma yapılırken akla gelen ilk kriter siyasi sınırlardır. Ritchie ve Crouch (2003:151) siyasi kriterleri şu şekilde belirlemiştir;

- Birçok ülkenin yer aldığı siyasi oluşumlar (Avrupa, Afrika, Asya-Pasifik)
- Tek başına bir ülke (Türkiye, İspanya, Mısır, Fransa)
- Bir eyalet (Kaliforniya, Florida/ABD) ya da bir il (İstanbul, Londra, New York)

- Ülkelerin coğrafi bölgeleri (Akdeniz/Türkiye, Alsas/Fransa, Sicilya/İtalya)
- Kasaba (Bodrum, Alaçatı)
- Daha küçük alana sahip özgün yerler (tek başına ziyaretçilerin ilgisini çeken bir ulusal park, tarihî bir yer veya anıt; UniversalStudio/ABD, Disneyland/Fransa, Kapadokya/Nevşehir)

Destinasyon sınıflandırılmasının siyasi sınırlar çerçevesinde değerlendirilmesi tek başına yeterli değildir. Çünkü bu sınıflandırma destinasyonun sadece yetki alanını belirlemekte, bu destinasyonun bütünüyle turiste hizmet sağlayacak bir alan olup olmadığını dikkate almamaktadır. Bu durumu örneklendirmek gerekirse, Türkiye veya İstanbul Ritchie ve Crouch'un siyasi sınır sınıflandırmasına göre bir destinasyon olarak kabul edilmektedir. Ancak gerçekte her iki destinasyonunda aslında yıl içinde hiç turist çekmeyen yerleri de mevcuttur. Wang ve Pizam (2011:2) bu durumun ortadan kaldırılması için sınıflandırmanın kümelenme şeklinde yapılmasının daha doğru tanımlamaları ortaya çıkaracağını belirtmiştir. Kümelenme yaklaşımına göre, alanı belirlenmiş bir destinasyon, turistik kaynaklarıyla, gezip görme, altyapı, ekipman, servis sağlayıcıları, diğer destek sektörleri ve idari organizasyonlarının birikimi ile ziyaretçilereseçmiş olduğu bu destinasyondan beklediği deneyimi vermek durumundadır. Wang ve Pizam (2011:3) kümelenme yaklaşımını üç hedef küme üzerinden tanımlamıştır; (1) siyasi bir sınırın parçası olarak destinasyon (New Orleans'taki Fransız Mahallesi), (2) politik bir sınır olarak destinasyon (Nevada/ABD), ve (3) siyasi sınırlar boyunca destinasyon (Avrupa/Alpler ve Güney Doğu Asya'daki Mekong Turizm Bölgesi).

### ***1.1.3.2. Ekonomik Etkisine Göre Destinasyonlar***

Atay (2003:32) çalışmasında destinasyonun sınıflandırılmasını genel çerçevede ele alarak temelde iki ana grup altında toplanabileceğinden bahsetmiştir. Birinci grup destinasyonlar, bölgeye gelen ziyaretçinin istek ve gereksinimlerine cevap verecek şekilde donatılmış destinasyonlardır. Bu kapsamda turiste seyahati sırasında ihtiyaç duyacağı konaklama, yiyecek-içecek, alışveriş, eğlence, dinlenme gibi hizmetlerin tamamını sunmaya hazır ve ekonomisini tamamen turizm merkezli planlamış gelişmiş destinasyonları ifade etmektedir. Kuşadası, Kemer ve Disney World, Las Vegas bu gruba örnek olarak gösterilebilir.

İkinci ana grup destinasyonlar ise, var olan kaynakları bakımından çeşitli turistik çekiciliklere sahip ancak birinci gruptaki destinasyonlar gibi ekonomilerini turizm merkezli geliştirmemiş destinasyonlardır. Bu gruptaki destinasyonlar ekonomilerinin sadece bir kısmını turizm kaynaklı sağlamaktadırlar ki buna İstanbul, Roma, New York ve Atina şehirleri örnek gösterilebilir. Bu tip destinasyonlar her ne kadar turizm odaklı geliştirilmemiş olsalar da sahip oldukları kültürel, tarihi, doğal ve toplumsal değerleriyle çok sayıda ziyaretçiyi ağırlayan destinasyonlardır. İkinci grup destinasyonlar hem gelir bakımından hem de turist sayısı bakımından, turizmi temel ekonomik kaynak olarak gören ve planlayan birinci grup destinasyonlara göre daha fazladır.

### ***1.1.3.3. Temel Çekiciliklerine Göre Destinasyonlar***

Birbirinden farklı kültüre, sosyal yapıya, eğitim düzeyine, gelire ve psikolojik özelliklere sahip bireylerin destinasyonlara gelirken ki amaçları da birbirinden farklı olmaktadır. İş, dinlenme, eğlenme, dini, kültürel sebepler bunlardan birkaçıdır. Ziyaretçilerin bu beklentilerine cevap verecek çekiciliklere sahip destinasyonlarda farklılaşmaktadır. Buhalis (2000:101-103) destinasyonu temel çekiciliklerine göre sınıflandırma yoluna gitmiş ve bu türleri şu şekilde sıralamıştır.

*Kentsel Destinasyonlar:* Kent destinasyonları siyaset, iş, toplantı, kongre, sergi veya olimpiyat oyunlarına katılım gibi sebeplerle medeniyetlerin ilk yıllarından beri turizm amaçlı kullanılmıştır. Bu destinasyonlar önemli katedral, cami ve tapınaklar gibi yapıları da içerisinde barındırdığı için dini amaçlı seyahatlere de ev sahipliği yapmıştır. Hafta sonu ve okul tatilleri gibi boş zamanını değerlendirmek isteyen ziyaretçilere alışveriş yapma, şehir turlarına ve sanatsal birtakım faaliyetlere katılım fırsatı da sunmaktadır. İyi donanımlı hastane ve eğitim imkânları sayesinde, kentsel destinasyonlar eğitim ve sağlık turistlerini de çekmektedir. Örnek olarak, Londra (tiyatro, konser), İstanbul ve New York (alışveriş), Barselona (kültürel aktiviteler) gibi kentleri söyleyebiliriz.

*Deniz Kıyısı Destinasyonları:* Tatil dönemlerinde ziyaretçileri ağırlayan destinasyonlardır. Özellikle 1970'li yıllardan sonra kitle turizmin yaygınlaşması neticesinde, kuzey bölgelerde yer alan ziyaretçiler daha çok güneş ışığından ve su sporlarından yararlanabilmek için deniz kıyılarının yer aldığı destinasyonlara gelmeye başlamışlardır. Kuzey Avrupa ülkeleri tatillerini Akdeniz çanağında geçirirken, Kuzey Amerikalılarda güney bölgelerine (Florida, Kaliforniya) ziyaretlerini sıklaştırmışlardır.

*Dağ Destinasyonları:* Dağ destinasyonları, hemen her mevsimde ziyaretçi ağırlama potansiyeline sahip çekiciliklerinin olmasının yanında, kayak gibi özellikle kış sporlarına ilgisi olan ziyaretçileri, doğa bilimcileri, doğa sporlarıyla uğraşanları (bisiklet, yürüyüş gibi) da destinasyona çekmektedir. Dağ sporlarının çoğunluğu rekreasyonel amaçlı gerçekleştirilmektedir. Son yıllarda bu tür destinasyonlar sahip olduğu çekicilikler sayesinde siyasi, iş, kongre, fuar gibi organizasyonlar (Davos Forumu gibi) için bölgeye gelinmesini cazip hale getirmektedir. Everest, Alp Dağları ve ülkemizde bulunan Uludağ bu tür destinasyon sınıflaması içerisine girmektedir.

*Kırsal Destinasyonlar:* Son yıllarda kırsal turizme yönelik talebin artması bu tür destinasyonların turizm çerçevesinde daha fazla değerlendirilmesine sebep olmuştur. Özellikle çiftçiler ve yerel halk, şehir hayatından kaçıp doğal yaşamın keyfine varmak, dinlenmek, eğlenmek ve çeşitli tarımsal faaliyetlerle seyahatlerini renklendirmek isteyen turistleri ekonomik kaynak olarak görmüşlerdir. Bu nedenle çeşitli tarımsal tesisler, boş zaman etkinliğine hitap edecek şekilde dönüştürülmüşlerdir. Tesisler turistlere bitki yetiştiriciliği, yemek yapma, arıcılık gibi çeşitli etkinlik gerçekleştirme olanağı sunmaktadırlar.

*Otantik Destinasyonlar:* Özellikle 3. Dünya ülkeleri olarak kabul edilen destinasyonlar bu sınıflamaya girmektedir. Bu destinasyonlar, turizm aracılığıyla kaynakları çok fazla tüketilmemiş, ulaşımı zor, yerel toplumlarla etkileşimin sağlanabildiği ve bu özellikleri ile macera sever ve konforlarını çok fazla önemsemeyen turist tiplerini ağırlamaktadırlar. Asya, Güney Amerika ve Afrika gibi ülkelerde yer alan bu tür destinasyonlar ziyaretçilerine otantik deneyimler sunmaktadır.

*Eşsiz-Egzotik-Seçkin Destinasyonlar:* Ziyaretçilerine, “hayat boyu tek bir sefer” yaşanabilecek benzersiz deneyimler sunan destinasyonlar olarak markalanmaktadır. Bu destinasyonlar özellikle ziyaretçi sayısı noktasında kontrol edilmekte, kitle turizm ve charter uçuş seferlerinin engellenmesiyle de turizmden elde edilen gelirin artırılması sağlanmaktadır. Bhutan, Mauritius ve Seyşeller gibi örneklendirebileceğimiz bu destinasyonlar, zengin müşterilerine düğün, yıldönümü ve balayı gibi ayrıcalıklar sunmaktadır.

#### ***1.1.3.4. Mevsimsellik Özelliklerine Göre Destinasyonlar***

Destinasyon sınıflandırmasında, Cook (1999:172) tarafından yapılmış ilginç bir sınıflandırmaya yer vermekte fayda vardır. Yaz, kış ve dört mevsim destinasyonları olarak adlandırılan bu tanımlamaya göre;

- Bunaltıcı kalabalıktan uzak sakin destinasyonlar: Avlanma, balık tutma ve çiftlik turizmi
- Mevsimsel güzellikleri sunan destinasyonlar: Dağ evleri, sahiller ve yazlıklar
- Spor faaliyeti sunan destinasyonlar: Kış kayak alanları ve golf alanları
- Yıl boyu devam eden hizmetleri sunan destinasyonlar: Termal alanlar, gazinolar ve yolcu gemileri

#### ***1.1.3.5. Oluşumlarına Göre Destinasyonlar***

Destinasyonun genel anlamda bir ülke, bir ada, bir şehir, bir kasaba olarak siyasi sınırlılıkları belirlenmiş kendine yetebilen özellikleri bulunan coğrafi alanlar olarak kabul edildiğini belirtmiştik (Medlic, 1993:165, Cho, 2000:144). Destinasyonlar turizmin en önemli ürünlerinden biridir. Murphy (2013:7) turistik destinasyonları bir kısmının ‘doğal’, bir kısmının ise ‘yapay/insan yapımı’ kaynakların ve çekiciliklerin oluşturduğu bir ürün olarak tanımlamıştır.

Yazar, doğal destinasyonları, iklimi, manzarası, sahilleri ve dağları gibi turistlerin ilgisini de çekebilecek potansiyeli olan doğal kaynakları olan destinasyonlar olarak ifade etmiştir. Hsuve arkadaşları (2009:290) yapay/insan yapımı destinasyonları ise, destinasyonun bulunduğu coğrafi alandaki bütçe kısıtlamalarına bağımlı olan, ancak tüketici ihtiyaç ve gereksinimlerine göre değiştirilebilen oteller, paket turlar, ulaştırma hizmetleri gibi kaynaklarla, ziyaretçilerin spor ve rekreasyon yapma imkânı sağlayacak tesislerden oluştuğunu belirtmiştir.

##### ***1.1.3.5.1. Yapay Destinasyonlar***

Hsu ve arkadaşları (2009:290) yapay/insan yapımı destinasyonları, destinasyonun bulunduğu coğrafi alandaki bütçe kısıtlamalarına bağımlı olan, ancak tüketici ihtiyaç ve gereksinimlerine göre değiştirilebilen oteller, paket turlar, ulaştırma hizmetleri gibi kaynaklarla, ziyaretçilerin spor ve rekreasyon yapma imkânı sağlayacak tesislerden oluştuğunu belirtmiştir. Bu kaynaklar kurulduğu bölgenin sahip olduğu ve insanlarda

seyahat motivasyonu sağlayacak doğal güzelliklerle birleştiği zaman, o bölgenin turizm potansiyeline büyük katkı sağlamış olur.

Yapıldığı dönemde bölgenin ziyaretçiler açısından ilgi çekici bulunması amacıyla birer çekicilik unsuru olarak yaratılan eserler ve yapılar olduğu gibi, bu amacın dışında inşa edilmiş eserler ve yapılarda bulunmaktadır. Amerika'daki Florida eyaletinde bulunan Universal Studios Florida ve Universal's Islands of Adventure isimli film stüdyoları ve eğlence parkı günümüzde Orlanda kentine gitmek için gereken sebeplerden biri olmaktan çıkıp, birer 'yapay' (insan-yapımı) destinasyon haline dönüşmüştür.

Eyfel Kulesi (Fransa), Taç Mahal (Hindistan), Çin Seddi, Roma Kolezyum, Piramitler gibi insanlar tarafından yapılmış ve ziyaretçi potansiyeli olarak düşünülmemiş bazı eserler günümüzde insanların destinasyon tercihlerinden biri haline dönüşmüştür. Belirli doğal güzelliklere sahip bölgeler o alana turizm yatırımın getirilmesi ve turizm potansiyeli olarak değerlendirilmesine olanak sağlamakta olduğu gibi, yukarıda saydığımız insan yapımı eserler ve yapılarda o bölgenin otel, paket tur, ulaştırma hizmeti gibi olanaklarla çevrelenerek ilgi çekici birer destinasyona dönüştürülmektedir.

Yine Amerika Birleşik Devletler'in de Disney şirketi tarafından Kaliforniya ve Florida eyaletlerinde bugüne değin yapılan en büyük harcama ile ünlü Star Wars filminin karakterini yansıtacak Star Wars Tema Parkı inşa edilmektedir. 2019 yılında açılması planlanan tema park hem içerisindeki hem de park etrafındaki otel, yiyecek-içecek işletmeleri, alışveriş olanakları, ulaşım hizmetleri vb. tesislerle dünyada eğlence arayan ziyaretçilere tamamen yapay bir destinasyon sunmaktadır. Bu tür alanlar son yıllarda hemen hemen bütün ülkelerde bir turizm destinasyonu olarak yaratılmaya başlanmıştır.

#### ***1.1.3.5.2. Doğal Destinasyonlar***

Doğal destinasyonlar, en genel ifade ile dinlenme şekillerinin ve yapıların doğal mekânlar çerçevesinde evrimleşip geliştiği doğal ortamlardır (Chhetri ve Arrowsmith, 2008:233). Murphy (2013:7) doğal destinasyonları, iklimi, manzarası, sahilleri ve dağları gibi turistlerin ilgisini de çekebilecek potansiyeli olan doğal kaynakları olan destinasyonlar olarak ifade etmiştir. Yazın incelendiğinde doğal destinasyonun, genel olarak doğal kaynak ve çekiciliklerin korunduğu, bölgede yaşayan halkın yaşam standartlarının kaybolmadığı veya zarar görmediği, yöreye özgü değerlerin deneyimlenebileceği, bölgede bulunan küçük ölçekli işletmelerin ve ancak doğa ile uyumlu mimari yapılaşmanın gelişebileceği bölgeler olarak tanımlanmaktadır (Valentine, 1992, Ovalı ve Tachir, 2015). Eagles ve diğerleri

(2001:7) doğal destinasyonlara yönelik turizm faaliyetlerinin tamamen doğal yönlere odaklansa da bu tür destinasyonlarında kültürel unsurları içerdiği ve dolayısıyla –yazında çok fazla yer almasa da- bu tür alanlardan bahsederken kültürel yönlerin de işin içerisine katılması gerektiğini belirtmiştir. Boo (1990) Latin Amerika'ya yönelik gerçekleştirmiş olduğu çalışmada, bu tür destinasyonların, belirli turistik hedeflerle ziyaretçiler ve girişimciler tarafından nispeten rahatsız edilmemiş ve kirlenmemiş, sahip olduğu manzara, bitki ve hayvan yaşamı ve mevcut kültürel çekicilikleriyle ziyaretçilere sadece hayranlık uyandırabilecek deneyimler sunan doğal alanlar olarak tanımlanabileceğini ifade etmiştir. Dolayısıyla, doğa kaynaklı bir destinasyonun en ayırt edici bölgesel özelliğinin doğal çevresinin üstün kalitesi olmasının gerektiğini söyleyebiliriz. Doğal destinasyonların birbirinden farklı özelliklere sahip olmasının yanında, bu tür destinasyonların ulusal parklar, vahşi doğa bölgeleri, biyolojik rezervler ve koruma kaynakları gibi mevcut doğal alanlarının en büyük bileşenleri olduğu vurgulanmaktadır (Laarman ve Gregersen, 1996:247, Priskin, 2001:639, Kuenzi ve McNeely, 2008:155).

Doğal destinasyonlar, yüzyıllar boyunca oluşup günümüze kadar gelmiş, iklim (yağış, sıcaklık), yeryüzü biçimleri (dağlar, kanyonlar, sahiller vb.), bitki örtüsü, toprak yapısı gibi etmenlerle şekillenmiş çevrelerdir. Görkemli dağlar (Everest, Alp Dağları, Kaz Dağları), buzullar (Valemount buzulları), göller, nehirler, resifler, plajlar, mağaralar, volkanlar, vahşi yaşam parkları (Serengeti Milli Parkı), milli parklar (Yellowstone Milli Parkı), benzersiz flora ve faunaya sahip bölgeler, dünya mirası listesine girmiş alanlar doğal destinasyon olarak ifade edilmektedirler (Priskin, 2001:642, Nyaupane ve Chhetri, 2009:96, Fredman ve Tyrvaenen, 2010:178, Bauer, 2013).

Valentine (1992:110) çalışmasında, ziyaretçilerin doğa temelli destinasyonlardan üç şekilde yararlanabileceğini ifade etmiştir;

- Doğaya bağımlı olan faaliyetler; vahşi doğadaki hayvanların yaşamlarını gözlemlemek isteyen biri, deneyimleri için Serengeti Milli Parkı gibi bir doğal çevreye ihtiyaç duymaktadır. Örneğin kuş gözlemciliği açıkça doğaya bağlıdır ve Kuş Cenneti Milli Parkı (Balıkesir-Manyas) gibi doğal destinasyonlara gereksinim duyulmaktadır.
- Doğayla zenginleştirilmiş faaliyetler; örneğin kamp yapma doğa ile zenginleştirilmiş bir rekreatif faaliyettir.



Bunun gibi ziyaretçi tercihleri doğaya bağlı olarak gerçekleştirilmektedir. Fakat ziyaretçiler tarafından gerçekleştirilen etkinlikler tamamen doğal bir çerçeve olmadan da bazı müşteriler için diğerleriyle eşit düzeyde deneyim ve memnuniyet sağlayabilmektedir.

- Doğal ortamın tesadüfi olduğu faaliyetler; eğer bir kişinin birincil ilgisi yüzerek serinlemekse, doğal çerçeve tesadüfi olabilir ve suyun kirlenmediği varsayılarak nispeten önemsiz sayılabilir.

Doğal bir destinasyonun sahip olduğu doğal çevre özellikleri, o destinasyonun benzer bölgelerle rekabet etme avantajını arttırmaktadır (Huybers ve Bennett, 2003:572). Bu avantaj, doğal destinasyonun mevcut doğal varlıklarını diğer bölgelere göre sürdürülebilir bir şekilde gelecek kuşaklara aktarabilme yeteneğiyle doğru orantılı gerçekleşmektedir. Özellikle doğal çevrenin, başta turizm sektörü olmak üzere birçok sektörün ortak kaynak özelliklerini içermesi hem devletlerin hem de işletmelerin bu tür doğal destinasyonların korunmasına yönelik önlemler almasını sağlamaktadır.

Doğal destinasyonlara gelen ziyaretçileriki kategoriye ayrılabilir (MRBTA, 2015). Birincisi doğada uzman olanlar; bu tür rekreasyoncular gerçekleştirilecek etkinlik konusunda son derece bilgili, ilgili, daha fazla fiziksel zorluk içeren etkinliklere katılan ve çok fazla kaynak olmadan kendi kendine rehberlik eden ziyaretçilerden oluşmaktadır. İkincisi ise doğada rahatlık arayanlar; bu tür rekreasyoncular doğada gerçekleştirilen etkinliklere yoğun bir ilgi duymamakla birlikte, asgari seyahat imkânları sağlanırsa (barınak, rehber, kısa süreli turlar gibi) doğal destinasyonlardaki bu tür etkinliklere katılıp deneyim sahibi olmak isteyen ziyaretçilerden oluşmaktadır. Eagles ve diğerleri (2002:21) bu kategorileşmeyi, temel konfor derecesinde yaşamak isteyen ‘yumuşak maceracılar’ ve vahşi yaşamda birkaç konforun yeterli olduğu ‘sert maceracılar’ şeklinde yapmaktadır.

Doğal destinasyonlara yönelik gerçekleştirilen turizm organizasyonları, genelde doğa temelli turizm faaliyetleri olarak isimlendirilmektedir. Kafle (2014:6) çalışmasında, kitle turizminin dışında kalan, macera turizm, ekoturizm ve sorumlu turizmin doğa temelli turizm organizasyonlarını içerdiğini vurgulamıştır. Benzer şekilde, doğal destinasyonlarda gerçekleştirilen doğa temelli turizmin vahşi doğa turizmi, kırsal turizm, yeşil turizm, yumuşak macera turizmi, sürdürülebilir turizm, ormanlık turizmi ve eko turizm gibi turizm faaliyetlerini kapsadığını belirtilmiştir (Eagles vd., 2001:7, Priskin, 2001:638). Turistler bu turizm türlerinden herhangi birine yönelik seyahat programlarını hazırlarken, yukarıda bahsettiğimiz doğal destinasyonlardan birine gitmeyi öncelik sırasının ilkinde

yerleştirmektedirler. Doğal destinasyonlara yönelik gerçekleştirilen seyahatler son yıllarda turizm sektöründe en büyük gelişmeyi gösteren ve en fazla talep gören segmenti oluşturmaktadır (Hawkins ve Lamoureux, 2001:63, Holding, 2008:2, Naidoo vd., 2011:87, Plumpton, 2015:2, Jones ve Ohsawa, 2016:25). Birleşmiş Milletler Turizm Örgütü'nün 2012 raporuna göre uluslararası turist sayısının yaklaşık %10 ila %20'si, bu tür doğal destinasyonlara gelmekte ve özellikle de doğaya yönelik deneyimler edinme arzusunda dırlar (Chikuta vd., 2017:2).

Doğal destinasyonlarda ziyaretçilerin gerçekleştirdikleri rekreatif faaliyetlere bakıldığında ise, kamp, yürüyüş, dağ tırmanışı, bisiklet, vahşi yaşamı görüntüleme, balık tutma, resif dalışları, kuş gözlemciliği, rafting, kano sporu, rüzgâr sporları, piknik gibi faaliyetlerin öne çıktığını görmekteyiz.

Alanyazın incelendiğinde, yukarıda da görüldüğü üzere farklı araştırmacılar, destinasyonların farklı özelliklerini değerlendirmeye alarak farklı sınıflandırmalar yapmışlardır. Destinasyonların sahip oldukları bu farklılıkların ve çekiciliklerinin anlaşılması son derece önemlidir. Sınıflandırma pazarlamacılara, destinasyonun hedef pazarda uygun talebi görmesi bakımından fırsatlar sunmaktadır.

#### **1.1.4. Destinasyon Çekicilikleri**

Çekim gücü olarak da adlandırılabilen çekicilikler “tek başına veya bir paketin parçası olarak seyahatin veya turistik bir aktivitenin nedeni olan somut ve somut değerler bütünü” olarak tanımlanmaktadır (Atay, 2003:30). Destinasyonun en önemli unsurlarından biri olan çekicilikler, turistlerin seyahat tercihlerini belirlemekte ve özellikle destinasyondaki turizm talebinin oluşmasında etkin rol oynamaktadır. Turistler seyahat etmeye içgüdüsel birtakım nedenlerle karar vermektedirler, ancak destinasyon seçiminde karar verirken destinasyonların sahip oldukları çekiciliklerin bu kararları etkileyen temel motivasyonlardan biri olduğu bilinmektedir (Goeldner, 2009:213, Kusen, 2010:413, Uysal vd., 2011:99).

Gunn'a göre destinasyonun sahip olduğu çekicilikler, bir bölgenin turizm enerjisini güçlendirici ‘ilk güç’ olarak tanımlanmıştır. Gunn ayrıca, çekiciliğin turizm endüstrisinin merkezi bileşeni olduğunu, çekicilik olmadan turizmin var olamayacağını belirtmiştir. Bu açıdan destinasyondaki çekim unsurlarının, ulaşım, tesis hizmetleri, bilgi sistemi gibi unsurların çok gelişmemiş olmasına rağmen o destinasyonu turizmden kazanç elde edebilir hale getirebileceği vurgulanmıştır (Aktaran, Naidoo vd., 2011:88). Karşıt bir görüş olarak

ise Richard (2001:4), çekiciliğin her zaman turist çekmede tam anlamıyla başarılı olmadığını, ancak destinasyona talep yaratmada odak noktası oluşturduklarını ve çekiciliklerin turizm destinasyonları ve turizm işletmeleri için rekabetçi piyasada cephanelikte bekleyen önemli bir silah olduğunu vurgulamaktadır.

Destinasyonların turizm sektöründe talep edilebilir hale gelmesinde ve büyüyüp gelişmesinde var olan turistik çekiciliklerinin büyük önemi vardır (Law, 2002:72). Bazı destinasyonların sahip oldukları kültürel, doğal ve tarihi çekicilikler kapsamında güçlü olmaları, daha zayıf çekiciliğe sahip destinasyonlara göre rekabet avantajı sağlayabilmektedir. Bu avantaj, turiste destinasyonda etkinlik anlamında daha fazla alternatif sağlayarak, turistin o bölgede daha fazla zaman geçirmesini sağlayacaktır. Ancak kimi destinasyonlar bu çekim güçleri kapsamında daha zayıf olmalarına rağmen, var olan kaynaklarının çekiciliğinin yüksek kalitede olması, az bulunur olması ve bununla birlikte düzenlenen etkinlikler ve oluşturulan insan yapımı yapay çekicilikler sayesinde de sektördeki turizm talebinden pay almayı başarabilmektedirler. Dolayısıyla destinasyonun çekim unsurlarının belirlenmesi ve ziyaretçilerin tercihlerine etkin bir şekilde sunulması son derece önemlidir. Yazın incelendiğinde çekiciliklerin farklı şelillerde olduğu görülmektedir.

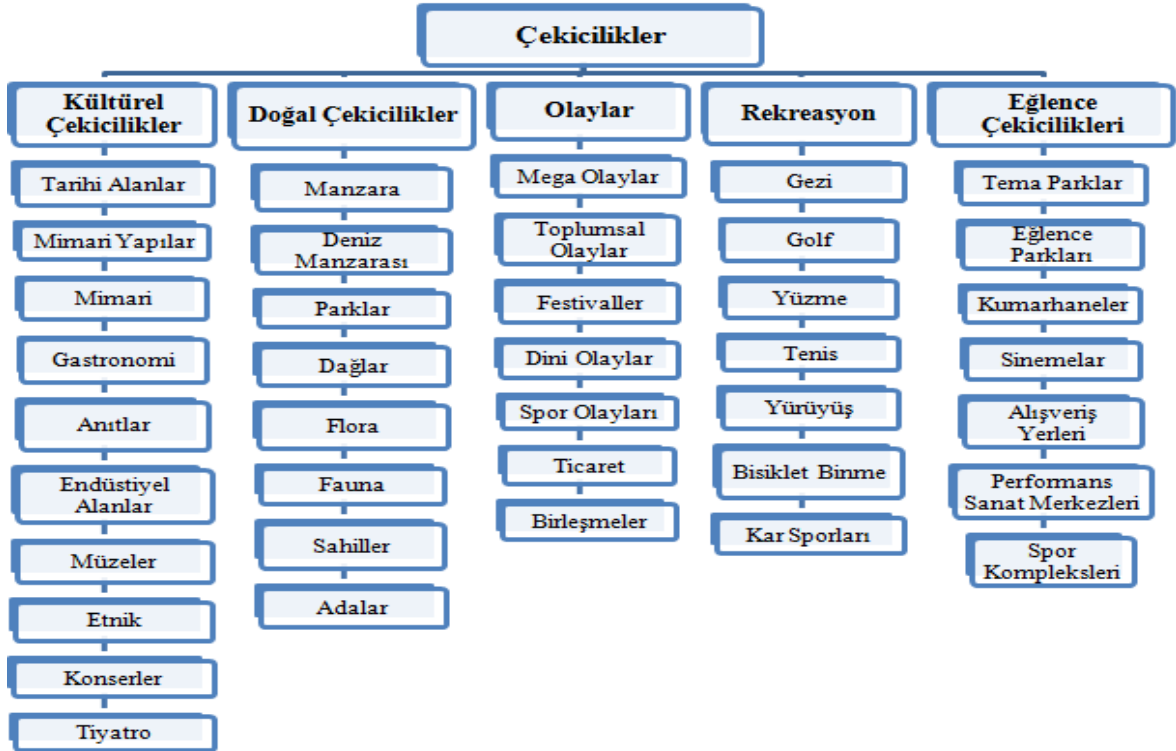
‘Doğal’ ve ‘yapay’ (insan yapımı) şeklindeki sınıflandırma destinasyon çekiciliklerinin sınıflandırmasında en temel yollardan biridir. Swarbrooke (2002:5) çalışmasında, çekicilik sınıflandırmasını “doğal çevre”, “insan yapımı” ve “özel olaylar” şeklinde üç bölümden oluşturmuş ancak insan yapımı (yapay) sınıflandırmayı yapım amaçlarına göre “turist çekmek için tasarlanmamış yapılar” ve “turist çekmek için yapılmış yapılar” olarak ikiye ayırmıştır. Atay (2003:30-31) çalışmasında çekim güçlerinin özelliklerini de barındıracak şekilde sınıflandırmayı beş ana grupta toplayacak şekilde genişletmiştir.

- Doğal çevre içerisindeki özellikler: temiz hava, şelale, vadi ve benzeri doğal varlıklar
- İnsanlar tarafından turist çekme dışında diğer amaçlar için yapılmış binalar, yapılar ve alanlar: parlamento binaları, saraylar, şehirler ve benzeri yapılar
- İnsanlar tarafından turist çekmek için yapılmış binalar, yapılar ve alanlar: tema parkları, ören yerleri, oteller, gazinolar ve müzeler

- Sosyo-kültürel ve politik özellikler: toplumun yaşam tarzı, dini yapısı ve rejimi örnek verilebilir
- Özel olaylar: karnavallar ve festivaller (Bauer (2013:47) bu kategorinin sınırlı ömrü olduğunu belirtmiştir).

Bir diğer sık kullanılan tipoloji ise, (1) doğal özellikler, (2) insan yapımı özellikler ve (3) kültürel özellikler veya (4) bu üçünün herhangi bir kombinasyonu şeklinde gerçekleştirilebilir (Styluspub, 2015). Çekiciliği sınıflandırmanın basit bir yolu da 'birincil çekicilik' ve 'ikincil çekicilik' olarak sınıflandırmaktır (Swarbrooke, 2002:16-17). Bu sınıflandırmaya göre; birincil çekicilikler ya turistlerin zamanlarının çoğunu tercih edilen bir etkinlikte geçirecekleri ya da ödemiş olunan ücretin karşılığını alabilmek için destinasyonun tüm unsurlarından yararlanmak veya en azından birkaç saat destinasyonda boş zamanını değerlendirebileceği plajlar, tema parklar olarak örneklendirilebilir. İkincil çekiciler ise birincil çekiciliğe gidilen yolda kısa süreliğine ziyaret edilen yerler olarak ifade edilmektedir. Bununla birlikte, bunların genellemeler olduğuna ve turistlerin tercihlerine, tutumlarına ve ilgi alanlarına bağlı olarak her turist için birincil veya ikincil cazibe alanının farklı olduğunu belirtmek gerekmektedir.

Şekil 1.1. Destinasyonu Oluşturan Genel Çekicilikler



*Kaynak: Goeldner, Charles R. ve Ritchie, J.R.Brent (2009:214), Tourism= Principles Practices Philosophies, Eleventh Edition, John Willey & Sons, Inc., New Jersey*

Destinasyonda var olan genel çekicilikler dışında, Goeldner ve Ritchie yukarıda da Şekil 1.1’de belirtildiği gibi rekreasyon, eğlence ve kültürel çekicilikleri de bu sınıflamaya dahil etmiştir. Bu özellikler aşağıda daha detaylı olarak açıklanmıştır (Goeldner ve Ritchie, 2009, Bauer, 2015). Alanyazında yaygın kullanılan sınıflandırma doğal çekicilikler ve yapay çekicilikler şeklindedir.

#### **1.1.4.1.Doğal Çekicilikler**

Çekicilik, ziyaretçilerin ihtiyaç duydukları gereksinimlerini tatmin etmek için tercihlerinin ve isteklerinin belli bir yer veya mekân üzerinde yoğunlaşma derecesidir. Dünya seyahat eğilimlerine bakıldığında ziyaretçilerin bir mekânı tercih ederken o alanın doğal güzelliklerinin ziyaretçiyi tatmin edebilecek düzeyde olması beklenmektedir. Bu açıdan seçilen bölgenin hangi mevsimde uygun özelliklere sahip olacağı da hesaba katılarak uygun iklim koşullarına, fiziksel özelliklere ve manzara gibi çekiciliklere sahip olması gerekmektedir.

a) İklim: Turistler tatillerini geçirmeyi planladıkları destinasyonlarda rahat hareket edebilmek ve deneyimlerinden keyif alabilmeleri için destinasyonun bulunduğu bölgenin iklim koşullarına fiziksel olarak uyum sağlamaları gerekmektedir. İnsanlar gökyüzünün açık olduğu ve güneşli zamanlarda, gökyüzünün kapalı ve kasvetli olduğu zamanlara göre daha mutlu ve eğlenceli deneyimler elde etmektedirler. Bu açıdan kuzey Avrupa ülkelerinde yaşayan insanlar güneşin keyfini çıkarmak için Akdeniz bölgesine gelirken, kayak yapmak için Alpler, Uludağ gibi destinasyonlara giden kitleyi cezbeden ise soğuk günlerin vaadidir. Bu açıdan destinasyonun ziyaretçilerine sağlayacağı sıcaklık, nem ve rüzgâr gibi iklim değerleri son derece önemlidir.

b) Fiziksel Özellikler ve Manzara: Doğal özellikler ve manzara turistler için son derece etkileyici bir çekim unsurudur. Bu özellik iki şekilde incelenebilir;

- Yer şekilleri: tırmanma, fotoğrafçılık ve kış sporlarına imkân veren dağlar, güneşlenme, sörf, yüzme, dalış ve balık tutma gibi aktivitelere imkan veren kıyı şeritleri (sahiller) ve göl manzarası, kanoya binme gibi aktiviteleri yapabileceğimiz göller, şelaleler ve akarsularıdır. Yanardağlar, kaplıcalar,

mağaralar gibi özel jeolojik oluşumlar da belli başlı çekiciliklere örnek olarak verilebilir.

- Doğal bitki örtüsü ve yaban hayatı: doğal bitki örtüsünün ve hayvanların doğal ortamlarında gözlemlenmesi gittikçe yaygınlaşmaktadır. Turistler bu kapsamda, vahşi yaşam hayatı deneyimleri yaşamak, eko-turizm faaliyetlerinde bulunmak macera yaşamak ve kuş gözlemciliği gibi etkinliklere katılmak için yağmur ormanları, savanlar, tropikal ormanlar, kutup bölgelerini içerisinde barındıran Amazon, Madagaskar, Manyas Kuş Cenneti, Afrika, Antartika gibidestinasyonlara gitmektedirler.

#### **1.1.4.2. İnsan Yapımı Çekicilikler**

##### **a) Kültürel Çekicilikler**

Turizm verileri ve ziyaretçilerin seyahat motivasyonlarına yönelik çalışmalar incelendiğinde, dünya üzerinde gerçekleşen turizm organizasyonlarının %37'si sanat, müzik, tarih ve dinsel vb. kültürel sebeplerle gerçekleştirildiği anlaşılmaktadır (Ahmad, 2013). Yani turizm hareketlerinin yaklaşık üçte biri kültürel birtakım motivasyonlarla yapılmaktadır. Öyleki bu turizm türünün, Amerika Birleşik Devletleri'nde diğer çeşitli çekicilikleri bir ürün olarak sunan turizm türlerinden yarı yarıya daha fazla gelir getirdiği belirlenmiştir Li vd., 2008).

- Tarihi Kaynaklar: İnsanoğlu her zaman geçmişi ile ilgilenmiştir. Bu nedenle tarihi anıtlar, binalar, müzeler, tarihi eserler buldukları destinasyondaki çekicilikleriyle turistlerin özellikle ziyaret ettikleri yerler arasına girmiştir. Bu tür yerler, tarihsel olaylar ve insanların ilişkisini sergiledikleri için özel anlam taşımaktadırlar.
- Kültür ve Gelenek: Bir grup insanın tarihi ve geleneklerine dayanan ve, *sanat*; çoğu turist resim, heykel, grafik ve mimari gibi sanatın üretildiği veya sergilendiği yerleri ziyaret etmek ister, *el sanatları*; turistler özellikle gitmiş oldukları destinasyonda bir hatıra eşyası almaktadırlar, *gastronomi*; gıdaların çeşitleri ve hazırlanma şekilleri, başka bir kültür hakkında bilgi edinmenin en ilginç yollarından birini sağlamaktadır, *müzik-dans* ve *yaşam şekli*; yeme alışkanlıkları, geleneksel kutlamalar, din, din özellikleri içeren etkinliklerden oluşmaktadır.

- Dini Çekicilikler: Din aynı zamanda seyahat etmeye de neden olabilmektedir. Hac sebebiyle dini merkezleri ziyaret etmek turistlerin bu unsuru çekicilik kapsamında değerlendirdiğini göstermektedir.
- İnşa Edilmiş Yapılar ve Tesisler: Bu tür yapılar turist çekmek için veya turist çekme dışında yapılmış yapılardır. Turistler eski ve modern uygarlıkların mimari üstyapılarının ve eşsiz ve çekici mimari tarzlarını görmek için bu tür özellikleri barındıran destinasyonlara gitmektedirler.

#### b) Eğlence Çekicilikleri

ABD ve Fransa başta olmak üzere diğer Avrupa ülkelerinde önemi daha önceleri fark edilmiş ve çeşitli yatırımları yapılmış, ülkemizde ise son yıllarda yatırımları yapılmaya başlanan turizm ürünleridir. Bu tür alanlar ziyaretçilerine günlük yaşantılarında sıklıkla göremeyecekleri yerleri, hayvanları görme imkânı vererek, onların bu tür yerlerle hayal dünyalarını geliştirmek ve bu tür canlıların yaşam koşulları ile ilgili bilgilerle eğitmektedirler. Eğlencenin yanı sıra ziyaretçilere alışveriş, yeme-içme gibi çeşitli olanaklar da sunmaktadırlar.

- Tema ve Eğlence Parkları: Bu tür destinasyonlar, sirkler, karnavallar ve turnuvalar gibi geçmiş dönem etkinliklerinin günümüze uyarlanmış halleridir. Tema ve Eğlence Parkları ziyaretçilerine alışveriş, gösteri, yeme-içme, macera, fantezi, tarih ve bilim kurgu gibi alanları kapsayan çekicilikler sunarak destinasyona talep oluşturmaktadır.
- Hayvanat Bahçeleri: Müze ve parklar gibi benzer işlevlere sahiptirler. Ziyaretçilerin eğlenebilmesi için bit takım özellikleri barındıran hayvanat bahçeleri aynı zamanda ziyaretçileri eğitir ve onlara vahşi yaşamın korunmasına yönelik sorumluluklar kazandırır. Bilimsel araştırma merkezi olarak da hizmet sağlayan bu tür destinasyonlar nesli tükenmekte olan türlerin ıslah etme programlarıyla kurtarılması için çalışmaktadırlar.
- Akvaryumlar: Yunuslar ve foklar için özel tasarlanmış bu tür rekreasyon alanları ziyaretçilere su altı yaşamı hakkında bilgiler sunmaktadır.
- Bilim Müzeleri: Bilim müzeleri, yaşadığımız modern dünyayı anlamamıza yardımcı olan görüntüler içermektedir.

### c) Özel Olaylar ve Festivaller

Tarihte kökeni olmayan ve özel olarak herhangi bir bölgesel kültüre bağlı olmayan ve turistleri cezbeden birçok uluslararası etkinlik vardır. Bu etkinlikler üç temel türden oluşur: spor etkinlikleri (Olimpiyatlar, Dünya Kupası), sanat festivalleri (Cannes Film Festivali, Altın Portakal) ve ticari etkinlikler (EXPO).

### d) Rekreasyon

Rekreasyon yapay kurallar olmaksızın, insanların boş zamanlarında, eğlence, dinlence amaçlı ve tatmin motivasyonları ile gönüllü olarak katıldıkları faaliyetlerin tümüdür (Hacıoğlu vd., 2009:30). Bazen boş zaman, eğlence ve sportif birtakım etkinlikler bir seyahat planının temel çekiciliklerini oluşturmaktadır (Bauer, 2015:65). Rekreasyonla ilgili genel bilgi bir sonraki bölümde ayrıntılı şekilde inceleneceği için bu kısımda rekreatif faaliyetlerin bir kısmına değinilecektir.

- Güneşlenme: Günümüzde deniz kıyıları, ziyaretçilerine güneşlenme imkânı sunmasının yanında sörf, yelken gibi bir takım rekreatif faaliyetler gerçekleştirilme imkânı dolayısıyla temel destinasyon çekiciliklerinden biri olmuştur.
- Gece Hayatı: Sinemalar, tiyatrolar, gece kulüpleri ve diskolar gece hayatının birer parçasını oluşturmaktadır. Gece hayatı özel bir kategoridir, çünkü özellikle bu tür imkân sunan destinasyonlar birçok ziyaretçiyi oraya çeken benzersiz ve birbirinden ilginç faaliyetlere ev sahipliği yapmaktadır.
- Kumar: Birbirinden farklı kumar çeşitleri olmasına rağmen, seyahat endüstrisi ve rekreasyon esas olarak gazinolarda kumar oynama, at yarışları ve köpek yarışlarına yönelik faaliyetlerini gerçekleştirmektedir.

Buna ek olarak, kayak, avlanma, balık tutma, alışveriş gibi etkinlikler rekreatif faaliyetler kapsamında değerlendirilmektedir. Yukarıda belirtilen tüm unsurlar bir destinasyonun sahip olabileceği çekicilikleri oluşturmaktadır. Bir destinasyonun mevcut kaynak ve çekiciliklerini, turizm faaliyeti çerçevesinde ziyaretçilerine birer ürün olarak sunması son derece önemlidir. Bu tür etkinlikleri turistin hizmetine ne kadar çok sunabilirsek destinasyona talep ve dolayısıyla turizm gelirleri ve bölgesel işletmelerin gelişmesi de bir o kadar arttırılmış olacaktır. Bu etki destinasyonun topyekûn gelişmesi



sonucunu ortaya çıkaracak ve turizm organizasyonuna yönelik çeşitli yeni yatırımlarla da gelişimin devamlılığı sağlanmış olacaktır.

### **1.1.5. Destinasyon Yönetimi**

Yaşadığımız yüzyılda sınırların ortadan kalkarak ulusları birbirlerine yakınlaştırması, teknolojik gelişmelerin hızlı bir şekilde ilerlemesi ile dünyanın artık olduğundan daha fazla küçülmeye başlaması ve gelişen toplumlardaki bireylerin daha uzak destinasyonlara seyahat etme arzuları turizme olan talebi arttırarak ulusal ve uluslararası seyahat verilerinin yükselmesine neden olmuştur. Bu durum özellikle farklı şehirlerden, bölgelerden, ülkelerden turist talebi yaratılabilmesi için yoğun bir destinasyon yönetim stratejilerine sahip olunmasını gerekli kılmaktadır (Yeşiltaş, 2013:42). Destinasyonların birçok uygulamaya sahip karmaşık yapısı sebebiyle, destinasyonun rekabet gücüne erişebilmesi ve cazibesini koruyabilmesi için piyasa koşullarının anlaşılmasına da olanak sağlayacak bütünleşmiş destinasyon pazarlama ve yönetim düzenlemelerine ihtiyaç vardır (Wang, 2011:1).

Destinasyonların var olan kaynaklarını geliştirmesi, bunları pazarlama ve yönetme etkinlikleri turizm endüstrisinin uluslararası ölçekte kendini yenilemesi ve geliştirebilmesi ile yakından ilgilidir. Birçok kaynak turizm endüstrisinin nüfus artışı, ekonomik refah, iş kaynaklarının farklılaşması ve genişlemesi ve yaş faktörüyle ilgili çeşitli seyahat kalıpları gibi yapısal faktörlerin yanı sıra toplumların sahip olduğu kültürlerin küreselleşmesi ve elektronik bağlanmışlık gibi sosyal faktörlerinde etkisiyle uzunca bir süre daha büyüyebileceğini göstermektedir (Delgado, 2017:389).

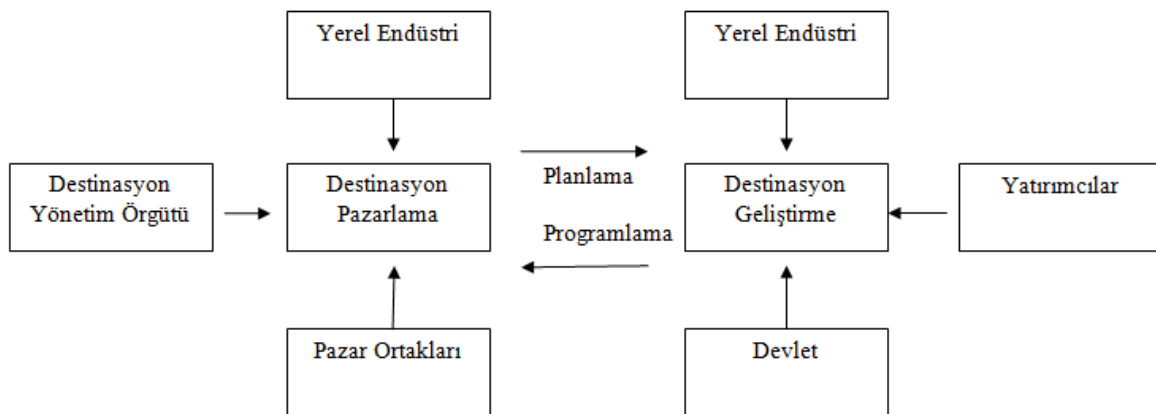
Destinasyon yönetimi; destinasyonun belirlenen hedeflere ulaşması için sahip olduğu kaynakların (turistik yerler, aktivite, erişim, pazarlama, fiyatlandırma vb.) koordineli bir şekilde takibinin yapılarak turistlerin ihtiyaçları doğrultusunda destinasyonun kullanımını gerçekleştirmeyi planlayan bir yönetim şeklidir (Buhalis, 2000:99, Hoan, 2015:509). Destinasyon yönetimi ayrıca, politika, planlama, insan kaynakları geliştirme ve çevre yönetimi gibi konuları da kapsamaktadır (Dwyer vd., 2010:760).

Destinasyon yönetimi, yönetim literatüründe olduğu gibi destinasyonun planlanması, örgütlenmesi, yürütülmesi, koordinasyonun sağlanması işlevlerini kapsamaktadır. Bununla birlikte temel işletme işlevlerini de (yönetim, pazarlama, insan kaynakları, üretim, finans, muhasebe) içermesi gerektiğini belirtmek gerekmektedir (Güripek, 2013:57).

Destinasyonların farklı arzu ve ihtiyaç içerisinde olan turistlere, bölgede yaşayan yerel halka, ekonomik kaygı içerisinde olan yerel işletmelere ve ülke ekonomisine katkı sağlaması beklenmektedir. Turizmde var olan bu çoklu ve karmaşık yapının organize edilebilmesinde destinasyon yönetimi kilit bir rol oynamaktadır. Franch ve diğerleri (2003:2) destinasyon yönetimini kapsamlı bir şekilde, destinasyonda yer alan yerel aktörlerin ekonomik ihtiyaçlarının karşılamada yeterli, turist gelirlerinin akışını sürdürülebilir ve dengeli bir şekilde yönetmek için sektördeki turistik ürünün tanımlanması, tanıtımı ve ticarileştirilebilmesini yönetmek için alınan stratejik, organizasyonel ve etkin kararlar olarak tanımlamışlardır.

Destinasyonu oluşturan organizasyonların (özel, tüzel veya kamu kuruluşları) kuralları, ulaşılmak istenen hedefleri ve geleceğe yönelik stratejileri kendi bünyelerindeki yöneticiler tarafından belirlenmektedir. Bunun aksine destinasyon yönetiminde ise, bu organizasyonların her biri destinasyonun başarılı olabilmesi için iş birliği içerisinde girmeli ve birlikte ortak stratejiler geliştirmesi gerekmektedir (Kozak, 2006:85). Kısacası, birbirlerinden bağımsız olarak hareket eden, birbirlerine rakip olan veya birbirlerini tamamlayıcı unsurları içerisinde barındıran bu bileşenlerin iş birliği kurarak destinasyonun başarısı için tek vücut olarak hareket etmeleri son derece önemlidir. Destinasyon yönetimini oluşturan bu yapı Şekli 1.2' de gösterilmektedir.

Şekil 1.2. Destinasyon Yönetiminde Pazarlama–Planlama–Gelişim Fonksiyonları Arasındaki Fark



*Kaynak: Getz ve diğerleri 1998:339*

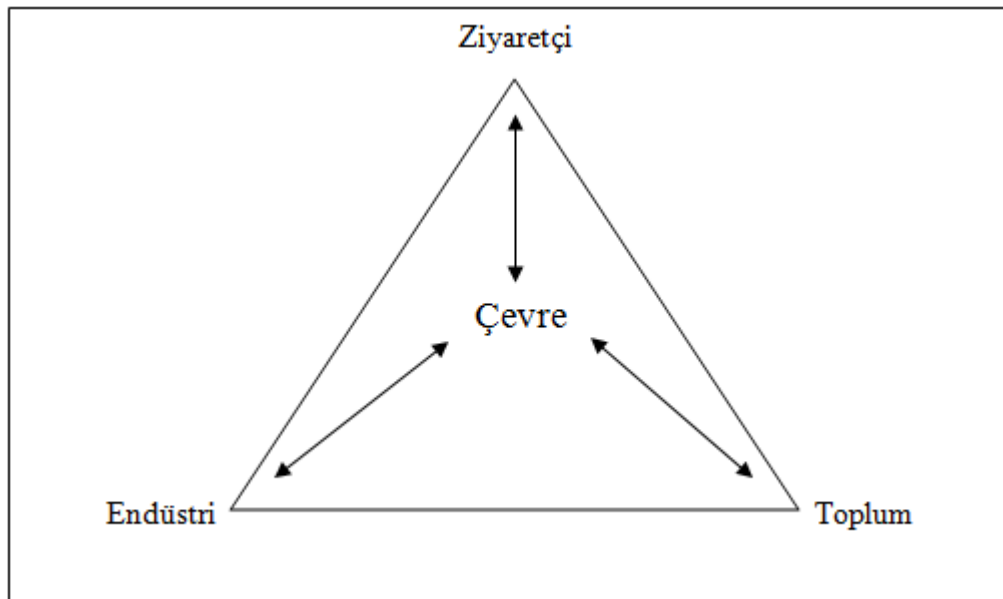
Destinasyon pazarlamasına yönelik yerel endüstrinin, destinasyon yönetim örgütlerinin ve yerel işletmelere katkı sağlayan pazar ortaklarının çok büyük rolü vardır.

Yerel endüstri aynı zamanda destinasyon gelişimine yatırımcılar ve devlet (kamu tesisleri ve hizmetleri aracılığıyla) çalışmaları kadar destek ve kaynak sağlamaktadır. Bu üç ortak destinasyonun sürdürülebilir bir şekilde geliştirilmesine ve destinasyonun etkin bir şekilde pazarlanmasında planlama ve programlama kaynaklarını etkileşimli bir şekilde yürütmektedir.

Destinasyon yönetimi, sektörün genel performansını ve turistlerin seyahatlerinden elde ettiği memnuniyet seviyesini gözlemlemeli ve buna yönelik çalışmalar gerçekleştirmelidir. Bu gözlem ve değerlendirmelerden elde edilen analizler turistlerin isteklerini belirlenmesinde ve daha kaliteli ve etkili destinasyon ürünlerin geliştirilmesinde kullanılmalıdır. Ayrıca bu analizler, destinasyonun verimliliğinin sağlanabilmesi açısından da son derece önemlidir (Çelik, 2014:45).

Destinasyon yöneticilerisüreçleri sürdürülebilir bir şekilde yönetebilmeleri için paydaşlar arasındaki bağı kurmalı ve memnuniyet sağlaması gerekmektedir. Bu amaçla VICE Modeli olarak bilenen sürdürülebilir destinasyon yönetim modeli oluşturulmuştur. VICE Modeli; ziyaretçiler, ziyaretçilere hizmet edenler; endüstri, ziyaretçileri ağırlayanlar; topluluklar ve ziyaretçilerin ortak etkilere sebebiyet verecekleri ve organizasyonun gerçekleştiği toplum ve çevre paydaşlarının aralarındaki etkileşimi sağlama amacı taşıyan bir modeldir (TMI, 2003:6).

Şekil 1.3. VICE Modeli



- Ziyaretçileri ağırlar ve tatmin eder

- Karlı ve zengin bir endüstrinin yaratılmasını sağlar
- Ev sahibi toplumları süreçlere katar ve bunlardan yararlanır
- VICE çevreyi korur ve geliştirir

VICE modelinde yer alan bütün paydaşların gereksinimlerine, arzu, istek ve taleplerine göre çeşitli stratejiler belirlenir ve bunların uygulamaya başlanmasıyla paydaşların memnuniyetlerinin sağlanacağı ifade edilmektedir. VICE denklemi, turizm organizasyonu içerisinde alınacak herhangi bir kararın gelecekte uygulanabilirliğine ve sürdürülebilir olup olmadığına ilişkin basit bir kontrol mekanizması olarak uygulanabilmektedir.

Destinasyon yönetimine ilişkin bir başka model önerisi de Beritelli ve diğerleri (2015) tarafından yapılmıştır. St. Gallen Destinasyon Yönetim Modeli (The St. Gallen Model for Destination Management) olarak adlandırılmış bu model (SGDM), pazara yönelik destinasyon planlama ve geliştirme yaklaşımıdır. Bu yaklaşım turist hizmet sağlayıcıları ve diğer aktörlerin/paydaşların, belirli bölgede oluşmuş talebin çok yönlülüğünü anlamasına yardımcı olmaktadır. Yaklaşımın göre, ziyaretçilerin profil yapıları ve gerçekleştirdikleri eylemleri (ziyaretçiler ne yapıyor, neredeler, kimlerle birlikteler, ne kadar harcama yapıyorlar, neler satın alıyorlar vb.) anlaşılabilir olarak turistlerin ve ziyaretçilerin mekansal davranışları özetlenmektedir. Bir destinasyonun stratejik ziyaretçi akışı portföyünün anlaşılması, karar verme sorumlulukları bulunan yöneticilerin projeleri, mal ve hizmetleri, seyahat motiflerini ve ziyaretçi davranışına yönelik süreçlerin düzenlenmesine katkı sağlamaktadır. Uygulamada, bu yaklaşımı altı aşamalı bir süreç takip etmektedir (Beritelli ve diğerleri (2015);

- Ziyaretçi akışlarını belirlemek ve stratejik ziyaretçi akışlarını [Strategic Visitors Flows (SVF)] tanımlamak,
- Stratejik ziyaretçi akışı ve bunlara ilişkin değerlendirmelerin birbiriyle örtüşeceği bir plan hazırlamak,
- Talep ve tedarik ağlarını analiz etmek ve ana hatları tekrar oluşturmak,
- Pazarlama ve yönetim süreçlerinin görev dağılımlarını gerçekleştirmek,

- Kuruluşlar ve aktörler arasında stratejiler ve eylemler düzenlemek ve bunlara karşılık gelen yeterliliklere göre kaynakları atamak,
- Stratejik ziyaretçi akışlarını, pazarlama ve yönetim sürecini ve kaynakların sürekli olarak güncellenmesini sağlamak ve destinasyondaki öğrenme ve karar verme süreçlerini ılımlı hale getirmek.

### 1.1.6. Destinasyon Yönetim Örgütleri (DYÖ)

Başarılı bir destinasyon yönetiminden söz edebilmek için destinasyona gelecek potansiyel müşterilere yönelik tanıtım, pazarlama ve imaj etkinliklerini sistemli bir şekilde yönetebilecek örgüt yapısına ihtiyaç vardır. Bu da ancak profesyonel ekiplerle gerçekleştirilebilmektedir ve bu sebeple dünyanın her yerinde Destinasyon Yönetim Örgütleri'nin (Destination Management Organization-DMO) oluşturulduğu görülmektedir. Destinasyon yönetim örgütleri turizm sektörü içerisinde, destinasyonda varlığını sürdüren birbirinden farklı paydaşların kazançlarını ön plana alan, çeşitli etkinlikleri koordine eden ve yapılmasını sağlayan, turizmin olumlu ve karlı yanlarını arttırmak için öncü olan ve bütünleşmiş sistemler tasarlayarak mali kaynaklara sahip olan oluşumlardır (Kocaman, 2012:33). Kavram içerisindeki “M” bazı yazarlar tarafından “yönetim” (Destinasyon Yönetim Örgütleri-DYÖ), bazı yazarlar tarafından ise “pazarlama” (Destinasyon Pazarlama Örgütleri) olarak ifade edildiğini görmekteyiz. Ancak son zamanlarda, “yönetim” olabileceği görüşünü savunanlar, bu örgütlerin pazarlama örgütlerinden çok turizmin yönetimine yönelik bir yaklaşımla oluşmuş kurumlara doğru bir dönüşüm geçirdiğini ifade etmektedirler (Borzyszkowski, 2015:57).

Destinasyon yönetimi örgütlerinin rolü diğer pazarlama araçları ve diğer kolaylaştırıcılardan biraz farklıdır. Bununla birlikte, tanıtım hatta pazarlama ötesinde çeşitli roller üstlenen ve olayları farklı perspektiften benimseyerek genişleten DYÖ'ler de vardır. Destinasyonlar arasındaki rekabetin yoğunlaşması ve birbirine yakınlaşması, turizmin daha geniş ekonomik, sosyo-kültürel ve ekolojik etkilere sebebiyet verecek yönleri dolayısıyla da destinasyon yönetimine yönelik eğilimin bu şekilde devam edeceğine inanılmaktadır (Ritchie ve Crouch, 2003:105).

DYÖ, Dünya Turizm Örgütü tarafından bireysel turistik yerlerin imajının, markasının ve konumunun yönetilmesinden ve/veya pazarlamasından sorumlu profesyonel kuruluşlar olarak tanımlanmaktadır (UNWTO). Gretzel ve diğerleri bu kuruluşların

bölgedeki turist yapılanmasını amaçlayan ancak kâr amacı olmayan kuruluşlar olarak tanımlanmışlardır (Gretzel vd., 2006:116). Resmi olarak görevlendirilmiş bir kuruluş olması sebebiyle, Destinasyon Yönetim Örgütleri (DYÖ) genellikle kamunun sağladığı fonlar, sübvansiyolar ve katkılar gibi çeşitli kaynaklarla desteklenmektedir (Müller ve Berger, 2012:26).

Destinasyon Yönetim Örgütleri (DYÖ), destinasyonların yönetiminden ve pazarlanmasından sorumlu örgütlerdir ve aşağıdaki şekilde sınıflandırılmaktadır (UNWTO, 2004:3);

- Ulusal anlamda turizmin yönetiminden ve pazarlanmasından sorumlu ulusal turizm otoriteleri ya da örgütleri
- Coğrafi bir bölgenin turizminin yönetiminden ve pazarlanmasından sorumlu bölgesel ya da eyalet bazında destinasyon yönetim örgütleri
- Kent ya da kasaba gibi daha küçük coğrafi alanların turizm yönetiminden ve pazarlanmasından sorumlu yerel destinasyon yönetim örgütleri

Destinasyon pazarlaması alanındaki öncülerden biri olan Gartrell (1994) destinasyon yönetim örgütlerinin rollerini spesifik olarak aşağıdaki faaliyet alanları olarak belirlemiştir (Gartrell 1994'den aktaran; Bornhorst vd., 2010:573);

- Turizm sektörünün birçok kurucu unsurunun (yerel, siyasi, sivil, ticaret ve ziyaretçi endüstrisi temsilcileri) arasında gerçekleştirilecek koordinasyonla turizmin tek bir çatı altına toplanması,
- Hizmet verdiği yerel topluluk içerisinde turizmin hem liderlik hem de savunma rolünün üstlenilmesi,
- DYÖ turistik tesislerin, etkinliklerin ve programların cazip hale getirilerek geliştirilmesini ve destinasyonun sunacağı deneyimlerle rekabetçi bir konuma gelmesine ve teşvik edilmesine yardımcı olacak bir imajın yaratılmasına yardımcı olur,
- Ziyaret öncesi bilgilerle ve ziyaret sırasındaki ilave bilgilerle daha kaliteli ziyaret hizmetleri sağlanmasına katkı sağlar,

- Son olarak, DYÖ'nün planlamacılar, tur operatörleri ve seyahat acentaları gibi dış kuruluşlara, aralarındaki irtibatı kurarak onlara yardımcı olacak bir pozisyonu da mevcuttur.

Popüler destinasyonlardaki siyasi sürecin liderleri destinasyonun pazarlanması gerekliliğini sorgulayabilir, yerel halk da turistleri bölgenin kalkınmasına katkılarında çok rahatsız edici bir sıkıntı olarak görebilirler. Destinasyon yönetim örgütleri toplumun gelişimini sağlayacak bu aktivitelerin ulusal ve uluslararası piyasada tanıtılması ve pazarlanması noktasında siyasi otoriteleri ve turistlerin destinasyonun sürdürülebilir bir şekilde kalkınmada rolünün ve öneminin olduğunun anlaşılmasında da yerel halkı ikna ve yönlendirme gibi işlevleri vardır (Wang, 2011:4).

Prezenza ve diğerleri (2005) yapmış oldukları çalışmada, destinasyon yönetim organizasyonlarının temel fonksiyonlarına yönelik kavramsal bir model önermişlerdir. DYÖ'nün rollerinin de göz önüne alındığı modele göre Prezenza ve diğerleri, DYÖ'nün faaliyetlerinin 'dışsal destinasyon pazarlama' ve 'içsel destinasyon geliştirme' şeklinde adlandırılan iki önemli fonksiyon çerçevesinde organize olabileceklerini ifade etmişlerdir. Modelde, dışsal destinasyon pazarlaması; imajın yaratılması, destinasyonun uluslararası piyasada bir markaya sahip olması ve konumlandırma gibi stratejik pazarlama faaliyetleri olarak açıklanmıştır. İçsel destinasyon gelişiminde ise; DYÖ tarafından üstlenilen turizmin geliştirilebilmesi ve sürdürülebilmesi için pazarlama dışında kalan kriz yönetimi, insan kaynakları gelişimi, finans ve risk sermayesi, kaynak yönetimi, paydaşların koordine edilmesi, ziyaretçi hizmetleri ve bilgi vearaştırma faaliyetlerinin yer aldığı belirtilmiştir. Sıralanmış bütün bu faaliyetler destinasyonda yer alan paydaşların eylem ve kaynaklarını gerektirmektedir. Bu bağlamda, DYÖ'nün görevi öncelikle kendi kaynaklarını görevlendirmek yerine kaynakların koordinasyonuna yardımcı olabilmektir. Yani, destinasyon yönetim rolünün başarılı olabilmesi, DYÖ'nün paydaşları kontrol etme kabiliyetine bağlı olduğu söylenebilir.

Destinasyonların yönetilmesi aşamasında, paydaşların ortak bir karar almasına olanak sağlayacak profesyonel ekiplerce kurulmuş yönetim örgütlenmelerinin yoksunluğu, destinasyona yönelik bazı sorunları beraberinde getirecektir. Bu sorunlar aşağıda belirtilmiştir (Yeşiltaş, 2013:42);

- Turizmin gelişmesi ve pazarlaması konusunda birbirinden kopuk yaklaşımlar,

- Bölgesel turizm işletmeleri arasında iş birliğinin eksikliği,
- Turizm endüstrisinin olanaklarının yetersiz kalması,
- Bölgesel kamu kuruluşlarının yetersiz desteği,
- Turizmi ilgilendiren önemli sorunlar, konular ve fırsatlar için girişimlerin kalması

Belirtilen bu sorunların giderilebilmesi ve olumsuz etkilerinin minimum seviyeye kadar azaltılması amacıyla destinasyonların yönetilmesi ve pazarlanması aşamalarında Destinasyon Yönetim Örgütleri gibi profesyonel ekiplerin kurulması son derece önemlidir.

## 1.2. Rekreasyon

19.yüzyıl sonlarında başlayan ve günümüzde her geçen gün etkinliğini arttıran teknolojik gelişmeler ve ülkelerin sürekli büyüme isteği, toplumların etkileşime geçtikleri fiziksel çevrede her geçen gün büyük değişimler yaşanmasına sebep olmuştur. Özellikle endüstrileşme ve kentleşmeyle birlikte metropol şehirlerin ortaya çıkması fiziksel çevre üzerindeki değişimleri hızlandırmıştır. Bu durum, canlıların yaşam standartlarını ve doğal bölgelerin ekolojisini olumsuz yönde etkilemiştir. Yoğun iş temposu altında bu alanlara sıkışmış bireyler sağlıksız ortamlara maruz kalarak, doğal çevre ile olan ilişkilerini gözden geçirmeye başlamışlar ve çevreye yönelik koruma-kullanma davranışlarını düzeltme noktasında kendilerini zorunlu hissetmişlerdir. Bu bir nevi kişilerin çevre kullarımlarına yönelik öz eleştiri yapmalarına olanak sağlamıştır.

Yapay çevre içersinde sıkışan ve sıkılan bireyler doğala yakın bölge arayışına girmişler ve kentlerden kaçarak daha çok kırsal alanlara yönelmişlerdir. Bireylerin doğa ile etkileşime geçerek bedensel ve ruhsal olarak dinlenmelerine olanak veren ve uluslararası piyasada önemi artmaya başlayan açık hava rekreasyon faaliyetleri öncelikle ormanlar, tahrip edilmemiş doğa parçaları ve doğallığını koruyabilmiş alanlarda gerçekleştirilmektedir.

Günümüzde turizm faaliyetlerinden kazanç elde eden hemen her ülke, turizm ve rekreasyon faaliyetleri arasındaki gelişimi fark etmişlerdir. Bu etkileşim sonucu ortaya çıkan başta ekonomik faaliyetler olmak üzere çeşitli olumlu sonuçları vardır. Bu durum birçok ülkeyi, doğal alanları belirlemeye, bu alanlara milli park statüsü kazandırmaya,



doğaya dayalı turizm etkinlikleri gerçekleştirmeye ve açık hava rekreasyon etkinliklerinden ekonomik çıkar sağlamaya yönelik çalışmalar yapmaya teşvik etmiştir.

### 1.2.1 Boş Zaman ve Rekreasyon

Zaman; kısa veya daha uzun süreli, tekrarı olanaksız, başlangıç ve bitiş noktası belli, saat yardımıyla ölçülebilen bir süreç anlamına gelmektedir. Hacıoğlu (2009:15) zamanı “var olma” (biyolojik zaman), “çalışma için ayrılan zaman” ve “boş zaman” olarak üçe ayırmış ve kullanım şekillerini aşağıdaki şekilde sıralamıştır.

Tablo 1.2. Zaman Türleri ve Kullanım Şekilleri

| Zaman Türleri               | Kullanım Şekilleri                  |
|-----------------------------|-------------------------------------|
| Var Olma (Biyolojik) Zamanı | Yemek, uyumak, vücut temizliği gibi |
| Çalışma Zamanı              | Çalışmak                            |
| Boş Zaman                   | Oyun, eğlence ve dinleme            |

*Kaynak: Hacıoğlu, 2009:15*

Var olma zamanı; uyumak, yemek-içmek ve vücut sağlığı gibi insan yaşamının temel biyolojik gereksinimlerinin giderildiği zamanı kapsamaktadır. Çalışma zamanı; biyolojik gereksinimlerini karşılayan kişi yaşamını devam ettirebilmesi için belirli bir mesleğe sahip olup onu icra etmesi ve yaşam için gerekli olan maddi kaynakları sağlaması gerekmektedir. Mecburi sekiz saatlik çalışma zamanı, işe gidiş ve gelişler ve dinlenme zamanından feragat ederek işin bitirilmesi için gerçekleştirilen fazla mesai saatleri de çalışma zamanının birer parçalarıdır. Boş zaman; bireyin hem kendisi hem de başkaları için bütün zorunluluklarından uzak kendi isteği ve seçeceği bir faaliyetle uğraşacağı zamanı ifade etmektedir (Hacıoğlu, 2009:16).

Turizm olgusu ve rekreatif faaliyetlere katılım, çalışan insanların ve herhangi bir uğraş ile meşgul olan bireylerin boş zamanlarında gösterdikleri bir eğilim olduğu için kavram olarak boş zamanın açıklanmasında fayda var. Çünkü rekreasyon, boş zamanı olan bireylerin, bu zaman diliminde gerçekleştirmeyi planladıkları faaliyetlerle ilgilidir (Karaküçük, 2008:23).

Boş zaman kelimesi, İngilizce “Leisure” kelimesinin karşılığı olarak dilimize kazandırılmıştır. “Leisure” yani boş zaman kavramının açıklanmasında Latince “licere” ve

Yunancada kullanılan “skhole” kelimelerinin temel alındığı görülmektedir. “Licere” izinli ya da özgür olmak anlamına gelirken, “skhole” kelimesi de Yunancada boş zaman ile benzer anlamda kullanılmaktadır. Bu açıdan boş zaman bireyin ne yapmak istediği veya ne olmak istediğini seçebilme özgürlüğünü ifade etmektedir. “Skhole” kelimesi aynı zamanda bilginlerin tartışmalarını gerçekleştirebilecekleri yer olarak da tanımlanmaktadır. Bu yerlerden biri de *lyceum* olarak da bilinen Apollo Lykos yakınlarındaki ağaçlık alandır. Fransızca okul anlamına gelen *lycee* kelimesi de bu kavramdan türemiştir. Bu iki kelime özellikle boş zaman ve eğitim arasındaki bağlantıyı da göstermektedir (Brightbill, 1960:4, Duncan, 1963:2, Torkildsen, 1999:73, Juniu, 2000:69, Hacıoğlu vd., 2009:17, Kılbaş, 2010:1). Genel anlamda boş zamanın, çalışma saati dışında kalan, birtakım zorunlu durumlardan muaf bir şekilde öğrenme ve kültür ile ilişkili zaman kesimini ifade ettiği söylenmektedir (Blackshaw, 2010:4).

Boş zaman, yaşamak istediğimiz hayatı yaşamak, yapmak istediğimiz şeyleri yapmak, modern dünyanın aşırı kısıtlamalarından kurtulmak ve olmak istediğimiz her şeyi olabileceğimiz bir rüya gibidir. İçerisinde özgürce ancak iyi yapma sorumluluğunun da olduğu bir rüya. Ancak çağımızda, geçmiş yaşantılarımızda canlandıramadığımız bir yaşam anı için daha fazla bilgiye, daha fazla kaynağa, daha fazla gelire ve daha önce olmadığı kadar çok fırsat ve çeşitliliğe sahibiz. Dolayısıyla bu rüyalarımız artık daha gerçekleştirilebilir hale gelmektedir.

Boş zaman son yıllarda özellikle günümüz modern dünyası ile etkileşim halinde olmasından öte, özellikle bir felsefe olarak ortaya çıkışı, algılanması ve kavramlaştırılması oldukça eski tarihlere dayanmaktadır. Bu dönemlerde boş zamana bakış toplumların kültürlerine ve yaşam koşullarına göre şekillenmekteydi.

Boş zaman kavramını icat eden Yunanlılar (M.Ö. 5.yüzyıl), siyasi yaşamın karmaşık yapısı içerisinde akıllı siyaset yapabilmek için boş zamanı gerekli görmekte ve hatta boş zamanın insan mutluluğunun temel şartı olarak görülmesi gerektiğini vurgulamışlardır (Duncan, 1963:1). İnsanların yaşamları boyunca en önemli gayelerinden birinin mutlu bir hayat yaşamak olduğu düşünüldüğünde boş zaman kavramının ne kadar önemli olduğu açıktır. Antik Yunan ayrıcalıklı seçkinlerin aristokrasisine ve köleliğe dayalı bir ekonomik sisteme dayanan siyasi bir yönetimle yönetilmekteydi (Torkildsen, 1999:64). Bu dönemde boş zaman, doğruluk, iyilik, güzellik ve bilgi gibi dünyada var olmuş en üstün değer kaynakları üzerinden açıklanmaya çalışılmıştır (Jiniu, 2000:69).

İngilizcede okul anlamında kullanılan “school” sözcüğünün, Yunancada boş zaman anlamına gelen “schole” kavramından türediğine yukarıda değinilmişti. Bu açıdan boş zaman ile eğitim arasındaki ilişkinin kavramsal olarak yakınlık göstermesi, iyi ve verimli bir çalışmanın ancak kesintisiz ve boş zamanda gerçekleştirilebilir olduğunu söyleyebiliriz (Kılbaş, 2010:1-2). Jinju çalışmasında ayrıca, antik Yunanda boş zamanın –çalışma zorunluluğu bulunmayan- yalnızca üst sınıf için var olduğunu ve sanılanın aksine, boş zamanın bu dönemde hiçbir şey yapmamak ya da hiçbir şey yapılmadan geçirilen zaman değil, bireyin ruhuna dönmesi için yaratıcı düşünme ve huzur bulma durumunu ifade ettiğini vurgulamıştır.

Boş zaman Romalılar için de önemliydi ancak Antik Yunan boş zaman etiğinden biraz farklı evrimleşmiştir. Bu dönemde boş zaman, işe tekrar dönebilmek için dinlenmek, yenilenmek ve iyileşmek/yeniden sağlığına kavuşmak için kullanılan zamanı ifade etmekteydi (Argan, 2015:5). Boş zaman zengin ve güçlü bir devlet olmak için gerekli şeylerden biridir. Ordu sürekli bir savaş durumunda olduğu için spor hem bir fiziksel yeterlilik hem de harbe hazırlık çerçevesinde değerlendirilmiştir. Romalılar estetik ya da ruhsal sebeplerden ziyade birtakım faydaları dolayısıyla spor faaliyetlerine katılmaktaydılar. Jimnastik sporu için binalar, güreş odaları, filozoflar için konuşma alanları ve kışın spor yapılabilecek alanlar inşa etmişlerdir (McLean vd., 2012:55). Yine bu dönemde banyolar, amfi tiyatrolar, stadyumlar, parklar, bahçeler ve arenalar halkın yararına inşa edilmiştir.

Orta çağın başlarında karanlık çağ olarak da adlandırılan dönemde, manastırlar kurulmaya başlanmıştır. Bu dönemde bütün alanlarda olduğu gibi rekreasyon kavramının içeriğinde de değişiklikler meydana gelmiştir. Rahipler verdikleri vaazlarda, çalışmanın gerekliliğine vurgu yaparak (McLean vd., 2012:56), insanları aşırılıklara ve azılı faaliyetlere karşı uyarılmış ve ancak dini ve ibadeti destekleyen faaliyetlere müsaade etmişlerdir (Torkildsen, 1999:69). Bu dönemde çalışmak yüceltilirken, boşta kalma kötü addedilmiştir. Kilisenin dayattığı eğlence alışkanlıkları yerini insanların boş zamanlarındaki avlanma, müzik, dans, dini festivallere ve fuarlara katılım şeklinde lüks, zevk, gösteriş ve müsrifliğe doğru bir dönüşüm gerçekleştirmeye başlamıştır (Jiniu, 2000:70).

İtalya’da gelişen ve Fransa ve İngiltere arasında yaygınlaşan yeniden doğuş anlamına gelen Rönesans ve Reformasyon, biri kültürel diğeri ise iş ahlakı ve etik ahlakı

şekilde gelişmiş devrimleri ifade etmektedir. Yüzyıllar boyunca hâkim olmuş kilisenin gücü özellikle insanlığın ve sanatın tekrar canlanmaya başlamasıyla etkinliğini yitirmiş ve bu dönemde gerilemeye başlamıştır (Torkildsen, 1999:69). Daha önce sadece manastırlarda, üniversitelerde ve aristokratların evlerinde yer alan eserler, matbaanın gelişimiyle birlikte müzik, dans ve tiyatro gibi edebiyatı da geniş kitlelere yaymıştır. Sanatçılar artık kilisenin baskısından kurtulmuş ve eserlerini sunmaya başlamışlardır. Bu dönemde boş zaman etkinlikleri olarak, çeşitli oyun biçimleri, fiziksel egzersizler, şarkı, dans, modelleme, boyama ve doğa araştırması gibi aktivitelerin soylu gençlerin uğraşları arasında olduğunu görmekteyiz (McLean, 2012: 59). On yedinci ve on sekizinci yüzyıllarda, soyluların eğlenebilecekleri, avcılık, balık tutma gibi aktivitelere katılabilecekleri parklar ve bahçeler yapılmıştır. Ayrıca halk da kendine tahsis edilmiş olan (Paris'teki Tuileries ve Versailles bahçeleri, Berlin'deki Tiergarten ve Londra'daki Kensington bahçeleri) yerlerde sosyalleşme imkânı bulmuşlardır (Torkildsen, 1999:71). Tabii Reformasyon dinlenme adına çeşitli özgürlükler getirirse de Batı toplumları üzerindeki etkileri birbirinden farklı gerçekleşmiştir. Bu toplumlarda reformasyon işi idealleştiren ve boş zamanları günah olarak sayan bir etki yaratmış ve Püritanlar için boş zamanın aylıklık ve zaman israfı olarak görülmesine neden olmuştur (Argan, 2015:5). Boş zaman yönelik bu tutum endüstriyel toplumun belirli bir dönemi boyunca da toplumlar tarafından sürdürülmüştür.

Endüstri devriminin gerçekleşmesi, toplumların gelişmeye başlamasıyla birlikte temel amaç olan üretimi arttırma düşüncesiyle çalışma saatlerinde de artışları beraberinde getirmiştir. Çalışma şartlarının bu şekilde gelişmesi, işçilerin emeklerinin olağandışı kullanımına neden olmuştur ve bu dönemde özellikle iş saatlerinin azaltılmasına, ücretli tatil, hafta sonu tatili ve daha fazla ücret beklentisi içerisinde olan işçi hareketleri meydana gelmiştir. Bu duruma kayıtsız kalamayan işverenler, çalışanların hem iş saatlerini azaltmış hem de ücretlendirmelerde iyileşmelere giderek “harcanabilir zaman” olarak ifade edilebilecek boş zamanın ortaya çıkmasına olanak sağlamışlardır. Böylece, çalışanların sadece kendi inisiyatifinde çeşitli etkinliklerle değerlendirebileceği bir imkana ulaştıkları görülmüştür (Juniu, 2000:70).

Modern boş zaman işi desteklemektedir ancak iş ile eğlenceyi birbirinden ayırmıştır. Bu dönemde boş zaman ve rekreasyon modern yaşamın en önemli unsurlarından biri haline gelmiştir. Çalışanlar iş yaşantısında üzerlerine düşen

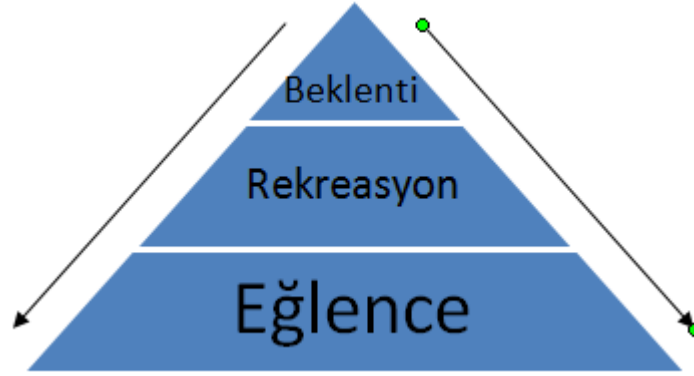
sorumlulukları yerine getirdikten sonra, kalan zamanı dinlenmek, eğlenmek, sosyalleşmek için kullanmaya başlamışlardır. Özellikle iş ilişkilerinin işçi ve işveren arasında gelişmeye başlaması çeşitli değişimleri de beraberinde getirmiştir. İşveren artık, üretimi arttırmanın, istikrarı denge çerçevesinde düzende tutmanın, çalışanların motivasyonlarıyla paralellik gösterdiğinin farkına varmıştır.

Çalışanlara sosyal ve ekonomik ödüller işverenler tarafından sunulmaya başlanmıştır. Bu ödüller çalışanlara boş zamanı satın alma, yani zevk ve eğlenceyi satın alma gücü vermiştir (Aytaç, 2002:237). Ancak bu dönemde, her ne kadar toplumda zenginleşme ve yaratılan boş zamanlar ve boş zamanda gerçekleştirilen etkinlikler artmış olsa da sanayileşmenin yaratmış olduğu sosyal dayanışmadan yoksunluk giderilememiştir (Hemingway, 1996:32). İnsanlar boş zamanlarında daha bireyselci olmuş, sadece kendisi ve ailesi için bir şeyler yapar hale gelmişlerdir. Goldman'ın (1983:96) çalışmasında belirttiği gibi, 5000 kişinin boş zaman faaliyetlerine yönelik gerçekleştirilmiş bir araştırmada, insanların filme gitmek, gazete ve dergi okumak ve radyo dinlemek gibi faaliyetlerin özellikle tek başına yapılabilir oldukları için tercih edildiğini ortaya çıkarmıştır.

2000'li yıllardaki boş zaman düşüncesine bakıldığında ise, iş ve boş zamanın tamamen iç içe olduğunu görmekteyiz. Günümüz post-modern dünyasında Facebook, Twitter gibi sosyal iletişim ağlarının varlığı ve buna benzer içeriklerin çoğalması, iş başındaki bireylerin mesai saati içerisinde bile bu medya araçlarından oyun oynayarak, sohbet ederek boş zaman kullanımını gerçekleştirdikleri bilinmektedir (Argan, 2015:6).

Boş zamanın, benzer özellikler taşımayan insanlar için farklı şeyleri ifade etmesi sebebiyle tanımlanması zordur. Ancak literatüre bakıldığında, bunu anlamaya yönelik çalışmaların antik Yunan dönemine kadar gittiğini ve filozof Aristo'nun "yorgunluktan uzak olma" olarak tanımladığı boş zamanları kategorize etmeye çalıştığı bir model önerdiğini söyleyebiliriz (Cordes, 2013:1). Model ya da paradigmaya göre Aristo boş zamanı üçe ayırmış ve şekilde gösterildiği gibi beklenti-rekreasyon-eğlence olarak isimlendirmiştir.

Şekil 1.4. Aristo Boş Zaman Ayrımı



*Kaynak: Cordes, 2013:1*

Modelin ilk seviyesi beklentidir. Bunu sırasıyla rekreatif faaliyetler ve eğlence takip etmektedir. Bu modele göre insanlar çeşitli beklentilerini karşılamak üzere birtakım etkinliklere katılırlar ve bunun sonucunda da bireyler eğlenmiş olurlar. Boş zaman sözlük açıklamasında yer aldığı şekliyle (Veal, 2004:2);

- Faaliyetlerin sona erdirilmesiyle sağlanan serbestlik veya boş zaman,
- Geçici iş veya işten muaf olma durumundaki boş zaman,
- Kendi kararlarımızla hareket edebileceğimiz sorumluluk alınmayan zaman,
- İşsiz bir dönem,
- Boş zamanlardan sağlanan fırsat olarak tanımlanmıştır.

Brightbill (1960:4) boş zamanı, ayrılmış zaman, işsiz geçirilen zaman ve özgür zaman şeklindeki kavramların oluşturduğu bir blok olarak görmektedir. Boş zaman, var oluş için gerekli olan biyolojik zamanımızın -yani canlı kalmak için ihtiyacımız olan şeylerin (yemek yemek, uyumak, tedavi vb.)- da ötesinde bir şeydir. Brightbill'e göre boş zaman zorlama duygularımızın az olması gereken, isteğe bağlı, kendi yargımıza veya seçimimize göre kullanabileceğimiz zamandır. Bir başka açıklamada ise, boş zamanın bireyin katılmayı istemediği toplumsal ya da grup tarafından belirlenen etkinliklerde harcanan zamanın dışındaki zamanı da ifade ettiği belirtilmiştir (Clawsaon ve Knetsch, 1974:78). Boş zaman aktiviteleri özellikle sosyolojide sosyal davranışların açıklanması için hayati önem taşıyan ekonomi, güç ve prestij sistemlerine yardımcı olarak görülmektedir (Giddens, 1964:81). Cushman ve Allan (1990:1) boş zamanın varlık hali, zihin tutumu ve

deneyim kalitesi olarak anıldığını ifade etmiştir. Birey algılanan özgürlüğü ve zorunluluktan doğan durumları ayırt edebilme yeteneğine sahiptir. Yazar boş zamanın bazı beklenen faydalar neticesinde çekiciliğinin olduğunun sanılmasının aksine, boş zamanın doğal olarak motive edici ve keyif verici olduğunu ifade etmiştir. Yani boş zaman kendi başına bir son ve değerdir. Gray ise, boş zamanın gerçeğin peşinde ve kendi kendini anlamaya yönelik bir etkinlik, ayrıca estetik, psikolojik, dini ve felsefi düşüncenin eyleme geçirilmiş hali olduğunu belirtmiştir (Heintzman, 2015:4).

Başka bir tanıma göre ise boş zaman; bireylerin günlük çalışma faaliyetleri için ayrılan zaman ve fizyolojik birtakım gereksinimlerinin karşılanması için harcanan zaman dışında, özgür bir şekilde dinlenmek, başarı elde etmek, kişisel gelişim ve eğlence için harcadıkları zamandır (Tezcan, 1982:109).

Boş zaman ve serbest zaman kavramları sıklıkla birbiri ile karıştırılmaktadır. Bu sorun boş zamanın literatürdeki tanımlarına bakıldığında da karşımıza çıkmaktadır. Bu açıdan serbest zaman (free time) ve boş zamanın (leisure time) arasındaki farkları belirtmekte son derece önemlidir. Serbest zaman daha geniş bir zaman sürecini ifade ederken boş zaman, iş saatlerin dışında kalan serbest zaman aralığını ifade etmektedir. Mieczkowski bu farklılığı; serbest zamanı, hiçbir faaliyette yer almadan geçirilen zaman ve boş zamanı ise, özel nitelikleri bulunan birtakım faaliyetlere katılarak değerlendirilen zaman olarak tanımlamaktadır (Aktaran Demir, 2001:2).

Serbest zaman, uyku, yemek, temizlik gibi zorunlu olarak ifade edilen bireysel faaliyetler ve bunun yanında çalışma saatleri dışında kalan, tüm özgürce geçirilen zaman olarak tanımlanmaktadır. Sevil ve arkadaşlarına (2012: 4) göre boş zaman ise, kişinin çeşitli sorumluluklarını (ailesel, toplumsal ve mesleki sorumluluklar) ve yaşantısını idame ettirebilmesi için gerekli faaliyetleri yaptıktan sonra, özgür iradesi ile yapabileceği kendini ve becerilerini geliştirme, eğlence, dinlenme, toplumsal yaşantıya ayak uydurma gibi faaliyetleri yapabileceği zaman dilimidir. Bu zaman diliminde duygularımız ve uğraşlarımız başkaları tarafından zorlanmaz, aksine tamamen kendi yargılarımız ve seçimlerimizi uygulayabileceğimiz zaman aralığına sahibizdir. Bireyler eğer sahip oldukları serbest zamanlarında zorunluluklarından uzak diledikleri şeyleri yapıyor ve bu faaliyetlerinden mutluluk hissederek tatmin oluyorsa boş zaman kavramına uygun bir şekilde zaman geçirmiş olurlar.

Boş zamanın tarihsel sürecine bakıldığında, günümüzdeki algılanışının aksine genelde işin aksamaması için harcanılan zaman, devletin gücünün korunması için yapılan çeşitli faaliyetlerinin yer aldığı zaman ve özellikle de endüstri devrimi ile tembellik, savurganlık olarak ifade edildiği görülmektedir. Ancak çalışanların mutluluğunun işin devamlılığı için gerekli görüldüğü düşüncesinin hâkim olmaya başladığı 18.yüzyıldan itibaren, işverenler çalışanların boş zamanlarının arttırılmasına yönelik girişimlere kayıtsız kalamamışlardır. Bu durumu Lafargue (1996:8), boş zaman yaratılmayan ve birtakım faaliyetlerle sosyalleşmeleri engellenen çalışanların, işe karşı bir davranış tutumu gösterebilecekleri ve çalışmadan soğuyarak çalışamaz duruma gelebilecekleri şeklinde açıklamaktadır.

Çalışan grupların 1880’li yıllarda ücretli izin hakkı gibi çeşitli haklarının olmamasına rağmen özel bazı günlerde (Paskalya, resmi banka tatilleri vb.) tatil yapmak için fırsatlara sahip oldukları bilinmektedir (Hacıoğlu, 2009:18). Daha sonra bazı Avrupa ülkelerinin yasalarına girmeye başlayan ücretli izin hakkı gibi çalışan haklarına yönelik gerçekleştirilen düzenlemelerin, özellikle insanların yaşamının sadece okul ve zorlu çalışma dönemlerinden oluşmadığı, çalışanların da bir insan olarak parasal sıkıntı çekmeksizin özgürce birtakım faaliyetlerle değerlendirebilecekleri bir dönemin de olması gerekliliğinden doğmuştur (Karaküçük, 2008:44). Tabi bu durum sadece ücretli izin haklarıyla sınırlı kalmamış, özellikle çalışanların iş performanslarının da yükselmesine olumlu katkı veren boş zaman faaliyetlerine ilişkin desteklerde (tatil bileti, ulaşım olanağı gibi) bu süreci takip etmiştir.

Çalışma saatleri 1950’li yıllardan sonra kademeli olarak düşürülmüş ve 48-53 saat olan haftalık çalışma süresi, günümüzde -bazı ülkelerde 35 saat- 40 saat dolaylarına azaltılmış ve ayrıca ülkelerin büyük çoğunluğunda haftalık tatiller iki güne çıkarılmıştır (İçöz, 2006: 22). İşçilerin çalışma saatlerinin düşürülmesi ve dolayısıyla boş zamanlarındaki artışlar rekreatif faaliyetlerin ve bu faaliyetlere yönelik hizmet sunan işletmelerin ve destinasyonların da gelişmesine sebep olmuştur.

Boş zaman kullanım sürelerini, kısa süreli boş zamanlar; iş günü (akşamüstü) sonu boş zamanları, hafta sonları, kısa süreli tatiller ve uzun süreli boş zamanlar; çocukluk dönemi boş zamanları, yıllık izin boş zamanları, emeklilik dönemi boş zamanları şeklinde ikiye ayırmak mümkündür (Kaya, 2013:13).



Sanayisi gelişmiş ülkelerden başlayarak gündün günü çoğu ülkede azaltılmaya başlanan çalışma saatleri ve buna karşın dinlenme ve tatil sürelerinin arttırılmasına yönelik uygulamaların dört şekilde gerçekleştiğini söyleyebiliriz (Hacıoğlu, 2009:20). Bunlar;

- Günlük çalışma saatlerinin azaltılması: 10-14 saatlik çalışma sürelerinin ülkelerde kademeli olarak 8 saate kadar indirilmesi kısa süreli yer değiştirmelere ve gece kentlerde eğlenmeye yönelik talepleri arttırmıştır.
- Haftalık çalışma süresinin azaltılması: daha önce 6 olan çalışma günü sayısının 5'e düşürülmesi ve çalışanların iki günlük boş zamanlarının oluşması, özellikle gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde hafta sonu faaliyetlerinin gelişmesine ve çalışanların ikinci konut satın alarak burada hafta sonu geçirme fikrinin ortaya çıkmasına sebep olmuştur.
- Yıllık çalışma süresinin azaltılması: önceleri 1 veya 2 hafta olan yıllık izinlerin yine özellikle gelişmiş ülkelerde 4 haftaya çıkarılması ve ayrıca çalışanların bu dönem içerisinde de ücret almaya başlaması, kitle turizminin gelişmesine ve daha fazla insanın turizm faaliyetlerinde yer almasına zemin hazırlamıştır.
- Çalışma hayatının kısılması: genel çerçevede mesleki eğitimin geliştirilmesi, çalışanların erken emeklilik haklarının olması ve öğretim şekillerinin değişmesiyle de çalışanların yaşam evrelerindeki boş zamanlar artmış ve özellikle üçüncü yaş turizminin gelişmesine olanak tanımıştır.

Her ne kadar boş zaman kullanımının insanların yaşamları süresince edindikleri tecrübelerle göre değişiklik gösterse de çalışanların iş başındaki sürelerinin azalması ve boş zamanlarının arttırılması hem bireyin yaşam kalitesine hem de iş hayatındaki çıktılara önemli katkılar sağladığıdır.

Bu aşamada rekreasyon kavramına yönelik çeşitli bilgiler açıklanmaya çalışılacaktır. Tarih süreci içerisinde insanlar dinlenme ve eğlenmeye son derece ihtiyaç duymuşlardır. İnsanlar bu gereksinimlerini gidermeye yönelik, bireysel veya topluca yapılan değişik rekreatif faaliyetlere katılmışlardır. Özellikle endüstrileşme ve kentleşmeyle birlikte yapay çevre içerisinde sıkışan ve sıkılan bireyler doğala yakın bölge arayışına girmişler ve kentlerden kaçarak daha çok kırsal alanlara yönelmişlerdir. Bu kaçış insanların, ruhen ve bedenen yeniden güç kazanmasına olanak sağlarken, insanların

mevcut gelişimine katkı sağlaması açısından da temel gereklilikler arasına girmeye başlamıştır.

Rekreasyon, tekrar ve yaratma anlamlarına gelen ‘re’ ve ‘create’ sözcüklerinin birleşiminden türemiştir. Bu iki kelimenin Latince anlamı ‘yenilenme/tazelenme’ anlamlarına gelmektedir. Dilimize ise İngilizce ‘recreation’ kelimesinden geçmiştir. Anlamı canlandırma, yeniden yaratılma, eğlence ve dinlenme anlamlarına gelmektedir (Dictionary.com). Türkçe anlamı boş zamanları değerlendirmedir.

İnsanların geçmişten günümüze yaşam standartlarını ve gelişimlerini yükselten üç unsur bulunmaktadır. Bunlar; çalışmak, uyumak ve diğer temel gereksinimlerdir. Bu tür ihtiyaçlardan arta kalan zaman ise ‘boş zaman’dır. Rekreasyon ise, bu boş zamanın kişinin kendi hür iradesi ile sosyo-ekonomik ve fiziki bir takım aktivite ile değerlendirilmesidir.

Rekreasyonun (Re-create) sözlük anlamı; zevkli çevrenin etkisi ile yenilenmek veya canlandırmak, herhangi bir endişe verici olaydan sonra oyalanma veya değişim yoluyla tazelenmek, oyun, eğlenme ve oyalanma ile herhangi bir korkudan sonra günün ve ruhların tekrar canlanması şeklindedir (Veal, 2004:7).

Rekreasyon, insanların boş zamanlarında, eğlence, dinlenme amaçlı ve tatmin motivasyonları ile gönüllü katıldıkları faaliyetlerdir (Simmons, 2000 ve Hacıoğlu vd., 2009:30). Rekreasyon kavramı, ziyaretçinin fiziksel, psikolojik, manevi ve ruhsal açıdan tekrar yaratılmasını, yenilenmesini, zenginleştirilmesini, güçlendirilmesini, yaşam tecrübesi ve sıkıcı uğraşlarının üstesinden gelebilmek için hazır hale getirilmesini ifade etmektedir (Argan, 2015:11).

Gray ve Grebenise rekreasyonun, bireyde tatmin olmaya ve iyi olmaya yönelik gelişen bir duygu olduğunu açıklamıştır (Aktaran; Carter ve Andel, 2011:5). Yazar, ustalık, başarı, canlandırma, kabul görme, kazanma, kişisel değer ve zevk alma olarak tanımladığı bu duyguların olumlu öz imajı güçlendirdiğinden bahsetmiştir. Ayrıca rekreasyonun, etkinlik, boş zaman ve sosyal kabulden bağımsız olarak estetik bir deneyim, kişinin hedeflerine ulaşması ve başkalarından gelen olumlu geri bildirimler için bir yanıt olduğunu belirtmiştir. Rekreasyonla ilgili tanımlarda, rekreasyonun etkinlik olduğu görüşü ile birlikte toplumsal kabul görmeye yönelik ifadelerinde yer aldığını görmekteyiz. Torkildsen (1999:48) bu durumu desteklercesine rekreasyonu; etkinliğe kendi hür iradesi ile katılan kişiye, hemen bir toplumsal kabul görme ve öz saygı tatmini sağlayan ve çaba gerektiren faaliyetler olarak tanımlamıştır. Bu açıdan rekreasyon, işte çalışma dışındaki zamanı içeren

ve baskı hissetmeden bu zaman diliminde yapılan etkinliklerin yer aldığı bir süreci ifade etmektedir.

Kılbaş (2010:3) rekreasyonu, insanın öz benliğine uygun ve yapılması durumunda kişiye haz verecek, toplumsal, kültürel ya da spor içerikli bir takım etkinliğe katılarak günlük yaşamın getirdiği olumsuz duygulardan kurtulması ve diğer katılımcılarla ilişkiye girerek toplumsal bir kişilik kazanmak olarak açıklamıştır. Cordes (2013:7) genelde açık ve kapalı hava destekli spor etkinliklerinin yer aldığı faaliyetlerden oluştuğunun aksine rekreasyonun bu aktif spor faaliyetlerinin dışında koleksiyonculuk gibi yerleşik hobilerin ve bir hamakta uyusukluk yapma gibi pasif birtakım eğlenceleri de kapsayan bir kavram olduğunu belirtmiştir.

Özellikle boş zamanın iyi değerlendirilmesi kavramından yola çıkarsak, bu zaman diliminde amaç; kişinin kendisini tanıması, hayal gücünü geliştirmesi, farklı deneyimleri yaşayarak tecrübelerini arttırması, sosyal çevresini genişletmesi ve yaratıcılıkla üretken bir birey olmaya çalışmasıdır. Bu nedenle günümüzde, spor, eğlence, hobi, oyun gibi kavramlarla birlikte anılan rekreasyonun sadece bu alanlarla sınırlı kalması düşünülemez.

Özetle, rekreasyon insanları günlük hayatın rutininden uzaklaştırarak, onların stres, mutsuzluk ve yorgunluklarından arınmasını sağlamaktadır. Bu sayede insanlar, gönüllü olarak pasif ya da aktif bir şekilde içerisinde yer aldıkları organizasyonlarla kendilerini yeniler ve yapılması durumunda onlara haz verecek etkinliklerle de benliklerine ilişkin saygılarını arttırabilirler. Tamamen kendilerinin planladığı bu zaman diliminde bireyler, toplum içerisinde var olabilmeyi, hayal gücünü geliştirebilmeyi, kısacası toplumsal gelişimle birlikte bir hak olarak kazandıkları boş zamanlarında o anki ruh halinde neye ihtiyaçları varsa onu yapabilme özgürlüğüdür.

### **1.2.2. Rekreasyonun Özellikleri**

Herhangi bir rekreatif etkinliğe katılım, kişilerin bu tür etkinliklere yönelik ilgisine, etkinliğe katılırken ki amacına verekreatif etkinliğin sahip olduğu özelliklere göre şekillenebilmektedir. İnsanların rekreasyona duydukları ihtiyacın yoğunluğu ve kişisel özelliklerin önemli olduğu bilinmesine rağmen, rekreasyonu da diğer faaliyetlerden ve kavramlardan ayırabilecek birtakım özelliklerinin olduğunu söylemek mümkündür. Bu özellikler birçok araştırmacı tarafından kabul edilen içerikleri kapsamaktadır. Buna göre rekreasyon faaliyetlerinin en temel ve belirgin özellikleri şu şekildedir (Jackson, 2005,

Karaküçük, 2008:62-65, Hazar, 2009:36, Hacıoğlu, 2009:31-33, Surbhi, 2010, Gayam, 2015).

- Rekreasyon bir gereksinim dolayısıyla ortaya çıkar, görev ve sorumluluklarımız dışındaki boş zamanda gerçekleştirilebilir,
- Rekreasyon faaliyetlerine katılım gönüllü olmalıdır, rekreasyon emredilemez veya zorlanamaz,
- Rekreasyon dinlenmenin aksine düşünsel veya fiziksel olabilir ancak bir hareketlilik gerektirmektedir,
- Rekreasyon sosyal, duygusal ve ruhumuzu rahatlatarak manevi bağlantılarımız için gerçekleştirilmektedir,
- Rekreasyon insanların farklı özelliklere sahip olması gibi çok geniş ve çeşitlidir. Bu açıdan sonsuz formlarla karşımıza çıkabilir,
- Rekreasyon her boş zaman diliminde ve her yerde yapılabilecek şekilde geniş boyutludur,
- Rekreasyonda yaş şartı yoktur,
- Rekreatif faaliyetlerin planlanması rekreasyoncular tarafından yapılır. Bu açıdan, bu etkinlikler, başkası tarafından, bir başkası için yapılamaz,
- Rekreasyon kişiye haz ve mutluluk veren etkinliklerdir ve bu etkinlikler açık ve kapalı alanlarıyla her mevsim ve her iklimde uygulanabilmektedir,
- Rekreasyon her insanda farklı amaçlarla şekillenebilmektedir. Bu yönüyle kişinin kendisini ifade edebilmesine ve yaratıcılığını gerçekleştirebilecek etkinlikleri içermelidir,
- Rekreasyon yaratıcılığı arttırdığı gibi boş zamanını bu tür etkinliklerle motive olmuş bir şekilde geçiren kişinin iş performansının da artmasına sebep olur,
- Rekreatif faaliyetler yer aldığı toplumun değerlerine (gelenek, töre, ahlaki, manevi ve sosyal değerler) zarar vermeyecek şekilde planlanmalı ve katılımcıya bireysel ve toplumsal birtakım kazanımlar sağlaması gerekmektedir,
- Rekreasyonun evrensel bir dili vardır,

- Rekreatif faaliyetlere devam zorunluluğu gibi bir durum yoktur. Bu açıdan kişinin en çok yapmak istediği veya en fazla becerebildiği faaliyetleri içermektedir,
- Rekreasyon eylem olarak, planlı veya plansız, programlanmış veya ani kararlarla belirlenmiş şekilde gerçekleştirilebilmektedir,
- Rekreatif faaliyetler insanın doğa ile etkileşimini arttırmaktadır,
- Rekreasyon özgürlük hissi verir ve psikolojik olarak insanı üst noktalara çekerek korkularını azaltır,
- Rekreasyon, bir faaliyet yapılırken, ikinci veya daha fazla faaliyetlere de ilgi duymayı tetikleyebilir. Örneğin, dağcılık yapan birinin fotoğrafçılık yapması, bitki türleri ve kaya parçalarıyla ilgilenmesi gibi.

### 1.2.3. Rekreasyon Faaliyetleri

Rekreasyonun tarihsel gelişimine bakıldığında, insanlar, geçmişten günümüze yaşanan gelişmeler sayesinde artmaya başlayan boş zamanlarını çeşitli faaliyetlerle kullanmaya başlamışlardır. Geçmişte varlığını sürdürmüş olan toplum ve kültürlerle yönelik yukarıda bahsedilen bilgiler, insanların boş zamanlarını kültürel ve sosyal özelliklerine göre çeşitli rekreatif faaliyetlerle değerlendirmeye çalıştıklarını göstermektedir. Eski çağlardan günümüze kadar, insanlar özellikle dinlenme ve eğlenmeye yönelik bireysel ya da topluca yapılan değişik rekreasyon faaliyetlere aşırı önem vermişlerdir (Altuntaş, 1990:22). Yazar bu tür etkinliklerin, insanlığın gelişimiyle de paralellik gösterecek şekilde, bazı dönemlerde az bazı dönemlerde yoğun talep edildiğini ve süreç içerisinde de bu tür rekreatif faaliyetlerin çeşitlendiğini belirtmektedir.

Broadhurst (2001:25-27) rekreasyonun yaşamın temel bileşenlerinden biri olduğunu söylemiştir. Buna göre ilk çağlarda insanların sadece hayatta kalabilmek için balıkçılık, avlanma gibi rekreatif sayılabilecek etkinliklerinin yanında bir takım mağara boyaması, resim çizmek, taş ve odun oymacılığı ve güreşmek gibi çeşitli rekreatif faaliyetler yaptığından da bahsetmiştir. Yine ilk çağlarda dinin ve maneviyatın halkın üzerindeki etkisinin çok olması, halkta, yaşam koşullarından doğan sıkıntı ve yorgunluk gibi fiziksel ve zihinsel bir takım olumsuzluktan kurtulmak için ancak inançla giderebileceği düşüncesi hâkim olmuştur (Hazar, 2009:27).

Eski Mısır'da ki; spor eğlenceleri, savaşa yönelik gerçekleştirilen taktikler, avlanma ve danslar, Hititler de; dini törenler, savaş oyunları, ve ziyafetler, Eski Hindistan'da; dinsel şöenler, Eski İran'da; 'Cennet' adı verilen arazilerde yapılan spor gösterileri ve Antik Dönem'de; Ege denizi çevresinde yaşayan toplumların katıldığı spor gösterileri, toplu gezintiler, felsefe tartışmaları, bilim ve güzel sanatlarla ilgili faaliyetler tipik rekreasyon aktiviteleri olarak örneklendirilebilir (Aktaran Altuntaş, 1990:23). Roma dönemindeki rekreatif faaliyetler ise özellikle faaliyete katılanlarının kölelerden oluştuğu, Romalı halkın ise pasif katılımcı statüsünde izleyici olarak yer aldıkları 'gladyatör dövüşleri' dir. Bunun yanında zenginlerin evlerinde verdikleri yemek ve şöenler de bu dönemin rekreatif faaliyetlerindedir (Sevil, 2012:8).

Orta çağda daha çok bahçe, piknik ve hobi uğraşları gibi içe yönelik faaliyetlerden oluşan rekreatif faaliyetler, Rönesans'ın ilk dönemlerinde düşünsel öğeleri kapsayan resim, heykel, sanat, yazın, şiir, edebiyat, eğitim, opera, tiyatro gibi etkinliklerle birlikte Rönesans'ın reform döneminde dinlenmek, eğlenme ve yenilenmek amaçlı gerçekleştirilen etkinliklere dönüşmüştür (Leith vd., 2008'den aktaran; Öz, 2014:6).

Sanayi devrimi rekreasyonun günümüz koşullarına evrilmesine yol açan en büyük unsurlardan biridir. Özellikle bu dönemde yaşanan endüstrileşme, fabrika sayısının artması ve bu fabrikaların büyük çoğunluğunun büyük şehirlerde yer alması sebebiyle bu şehirlere göçlerin başlaması bu dönemin en büyük sonuçlarından birkaçıdır. Bu dönemde yoğunlaşan iş hayatı, nüfus artışı ve çalışanların fiziksel yorgunluklar, onları şehirlerden kaçarak daha doğala yakın mekanlarda rekreatif faaliyet arayışlarına ve bunlara katılmaya itmiştir (Torkildsen, 1999:71-72). Bu amaçla insanlar, açık veya kapalı rekreasyon alanlarında, yürüyüş, bisiklet, balık tutmak, gezmek, fotoğraf, su sporları, tırmanma, kayak gibi çeşitli rekreatif etkinliklerle boş zamanlarını değerlendirmeye başlamışlardır.

Görüldüğü üzere, rekreasyon tarihsel süreçte toplumların özelliklerine ve o günün siyasi, ekonomik, toplumsal kaynaklarına göre şekillenmiştir. İnsanların hayatta kalmak için avlanmayı, soylular tarafından yaratılan savaş oyunlarında hem katılımcı hem de izleyici olmayı, Rönesans'la birlikte eğitim, gelişim, edebiyat gibi düşünsel öğeleri ve günümüze yaklaşırken tatil, dinlenme, yenilenmeyi amaç edinerek çeşitli rekreatif faaliyetlere katıldıklarını görmekteyiz. Tarihsel süreçteki bu arayışların günümüz rekreasyon anlayışının da temelini oluşturmaktadır.

Rekreasyon faaliyetlere katılmak her şeyden önce insanlığın doğasında olan bir ihtiyaçtır. Rekreasyona yönelik toplumsal talebin artmasının en önemli sebeplerinden biri de modernleşmeyle birlikte ortaya çıkmış olan hayat şartları ve yaşam standartlarıdır (Kutluata, 1990:18). Sanayileşmeyle birlikte ortaya çıkan modern ve kentsel yaşam gereksinimlerinin toplumlar üzerinde çeşitli olumsuzluklara yol açtığı bilinmektedir. Bu çevrelerde giderek büyüyen hem fiziksel hem de psikolojik ve sosyal sorunlar ve baskılar özellikle de kentlerde yaşayan bireylerin bu sorunları ortadan kaldıracak çözümler aramaya itmiştir. Bu açıdan insanlar, yaşamış oldukları çevrenin ve yaşam standartlarının tekdüzeliğinden kurtulmak, bedensel ve ruhsal bir takım dinlenme ihtiyaçlarını gidermek ve yenilenebilmek için devamlı yapmakta oldukları sıradan ve rutin çalışmalarından farklı birtakım şeyler yapmak istemektedirler. Rekreasyonu gerekli kılan ve tamamen yaşam standartları ve kalitesi ile ilgili olan, şiddeti ve şekli insan tipolojisine göre değişkenlik gösteren ancak artık evrenselleşmeye başlayan bu eğilimin ve gereksinimin karşılanması için rekreasyon faaliyetleri önemli bir araçtır (Karaküçük 2005:90). Williams ve Gareth (2009:327) rekreatif faaliyetlere katılımı teşvik eden çeşitli sosyal ve ekonomik faktörleri Tablo 1.3.'deki şekilde sıralamışlardır.

İhtiyaçlar, her birey için benzer özellikler taşıyabilirken, çeşitlilik ve şiddet bakımından farklılıklar taşımaktadır. Bazı insanlar için beslenme birincil ihtiyaçken bazıları için ise eğlenme ön plana çıkan bir ihtiyaç olarak karşımıza çıkmaktadır. Eğlenirken ise, kimileri ihtiyacını tiyatro, sinema gibi aktivitelerle giderirken kimileri ise başka alternatifleri denerler. Bir başkası için ise eğlenmek sadece izleyici olarak kalmanın ötesine geçerek bizzat bu aktivitelerde aktif görev olarak katılmayı gerektirebilir (Karaküçük, 2005:75). Yukarıda bahsedilen ihtiyaçlar karşılanırken birçok neden bireyler için koşul olarak kabul edilebilir. Bu noktada, rekreasyona duyulan ihtiyaç bireylerin günlük yaşam standartlarını ve içerisinde bulunulan toplumun refahını olumlu yönde etkilemesinden ileri gelmektedir.

Rekreasyonel aktiviteleri gerçekleştirebilme fırsatlarından yoksun kimse ile bu fırsatlara sahip kimseler arasında sağlık, fiziksel, ruhsal ve toplumsal birtakım farklar oluşabilmektedir (Yılmaz, 2007:19).

Tablo 1.3. Rekreyasyona Yönelten Nedenler

|                               |   |
|-------------------------------|---|
| Sanayi ve Kentleşme           | Ekonomik verimlilik ve çalışma koşullarındaki gelişmeler (boş zamanın artışı) |
| Teknoloji                     | Değişen yeni sağlık bilinci ve isteklerin değişimi                            |
| Kültürel etkileşim            | Kitle iletişim araçlarının etkisi, reklam ve propaganda                       |
| Eğitim düzeyi                 | Harcanabilir gelirin artması  |
| Çevre bilinci                 | Rekreasyonel merkezlerin artışı   |
| Değerlerdeki değişimler       | Siyasal otorite ve diğer kuruluşların etkileri                                |
| Eğlence hareketinin etkisi    | Doğal zenginliklerin etkisi   |
| Sosyal hareketliliğin etkisi  | Araç, gereç ve malzemenin teşviki   |
| Nüfus artışı ve hareketliliği | Rekreasyonel merkezlerin artışı   |

*Kaynak: Williams ve Gareth, 2009:327*

Bu açıdan bu tür ihtiyaçların giderilebilmesi bedensel ve ruhsal mutlu bireylerin yaratılabilmesi için son derece önemlidir. Tezcan (1982:28-30) ve Karaküçük (2005:80-90) kişisel ve toplumsal açıdan bireylerin rekreyasyona ihtiyaç duyma nedenlerini şu şekilde sıralamışlardır;

*Fiziki sağlık gelişimi yaratır;* insanın modern hayata geçiş teknolojik imkânları kullanması hareket ihtiyacını kısıtlamıştır. Rekreyasyon, özellikleri birbirinden farklı bireylere beden eğitimi ve spor etkinlikleri çerçevesinde birçok fırsat sunmaktadır. Bu aktiviteler insanın yavaş hareketinden doğan bedensel sorunların giderilmesine imkân tanımaktadır.

*Ruh sağlığı kazandırır;* insanın aile, okul ve iş hayatındaki çabaları ve ortaya çıkan çeşitli sorunlar sinir sistemini bozarak yorulmasına ve acı eşiğinin azalmasına neden olur. Her gün yapılan rutin şeylerin tekrar edilmesi, kuralcılık, çekişmeler ve en önemlisi monotonluk kişiyi moral ve motivasyonunu aşağıya çekmektedir. Rekreyasyon aktiviteleri ile gidilecek alanlar ve katılılan aktiviteler bireylerin dinlenmesine, eğlenmesine ve kendisini yenileyebilecek imkânların oluşmasıyla birlikte ruhsal olarak tazelenmesine olanak verecektir.



*Bireyi sosyalleştirir;* bireylerin daha çok grup olarak katıldıkları rekreatif faaliyetler, insanın sosyal ilişkiler kurmasında ve bu ilişkileri geliştirmesinde önemli bir rol oynamaktadır. Benzer konularda isteklere sahip bireylerin bu tür etkinliklerle bir araya gelmeleri, kişilerin sosyal çevresinin artmasına, yeni arkadaşlıklar kurmasına ve grup içinde yer alabilmesini sağlar. Bu durum bireyli sosyal yaşantısında olgunlaştırır ve toplumsal yaşam standartlarına ayak uydurmasına yardım etmektedir.

*Kişisel beceri ve yeteneğin gelişmesini sağlar;* insanlar hangi konuda ne kadar beceri ve yeteneğe sahip olduklarını ancak bu tür etkinliklere katılım sonucunda kavrayabilmektedir. Bu katılım sayesinde ortaya çıkan veya fark edilen yetenek ve becerilerin ancak bu etkinliklerin sürekli bir hale getirilmesiyle devamlılığı sağlanabilecektir.

*Yaratıcı gücü geliştirir;* rekreatif faaliyetler hemen her yaş grubu içerisinde yer alan bireyin o yaş dönemindeki etkinliklerle yaratıcılık gücünün ortaya çıkarılmasına ve bu özelliklerinin geliştirilmesine yardımcı olur. Yaratıcılık insanın içinde saklı bir pozisyonda bulunan ve her insanda bulunabilir özelliktedir. Birçok insan bu yeteneğinin farkında bile değilken, insan bir işin kalitesine önem vermeden yapılıp yapılamayacağını bile düşünmeden girişilen her türlü rekreatif etkinlik denemesi sayesinde bu özelliğini dışarıya çıkarabilmektedir.

*Çalışma başarısı ve iş verimini artırır;* iş yaşantısından bunalan ve sıkılan bireyler kendi sevdikleri türden rekreatif etkilere katılarak mutlu olur ve motivasyonları yükselir. Bu şekilde iş yaşantısının sebep olacağı tatminsizliğe, isteksizliğe ve kuvvetten düşme durumlarına karşı bir önlem alınarak iş verimliliğine katkı sağlanmış olur.

*Ekonomik hareketi geliştirir;* kişi boş zamanlarını değerlendirirken, seçeceği etkinlik çeşidiyle ekonomik işlevi olan bir üretim sağlayabilmektedir. Özellikle kırsal kesimde açılan halıcılık ve benzeri el sanatlarına yönelik kurslar, ceza evlerinde mahkûmların kunduracılık, tamircilik ve marangozluk gibi etkinlikleri, rekreatif faaliyetlerin ekonomik katkısını göstermektedir.

*İnsanı mutlu eder;* bir insan rekreatif faaliyetlere katılarak günlük rutin yaşantısına renk katmakta ve yaşantısını zenginleştirebilmektedir. Çalışma, eğlenme, dinlenme ve ibadet gibi birbirinden farklı etkinliklerle mutluluğu yakalayan bireyler, bu boş zamanlarını değerlendiremediği takdirde de mutsuz olabilmektedirler.

*Toplumsal dayanışma ve bütünleşmeyi sağlar;* farklı ırk, milliyet, din, mezhep, sosyal statü, eğitim düzeyi, kültür ve ekonomik yapılara sahip bireylerin sadece sevdikleri rekreatif faaliyeti gerçekleştirme koşuluyla bir araya gelmeleri bu tür farklılıkların ortadan kaldırılarak etkileşime geçilmesine sağlamaktadır. Mesela, bir basketbol oyunu için bu tür farklılıklara sahip bireylerin bir araya gelmeleri, aslında yoğunlaşılanyegâne unsurun basketbol oyununun kendisi olduğunu ortaya koymaktadır.

#### **1.2.4. Rekreasyon Faaliyetlerinin Sınıflandırılması**

Rekreasyon faaliyet alanlarının geniş kapsamı ve birbiri ile iç içe girmiş yapısı sebebiyle sınıflandırmada çeşitli güçlüklerle karşılaşmaktadır. Bireyler herhangi bir rekreatif faaliyet içerisinde bir başka rekreatif etkinliği de gerçekleştirebilme olanağına sahip olmaları, bu güçlüklerin başında gelmektedir. Mesela, golf ve kayak gibi etkinlikler hem “açık alan rekreasyonu” hem de “sportif rekreasyon” sınıflandırması içerisinde yer almaktadır. Dahası, aynı şekilde ve benzer zamanlarda rekreasyon aktiviteleri bireyler için her zaman benzer tatmin ve benzer getirileri de olmaz. Mesela, bot yapmak bir kişi için ideal bir rekreasyon aktivitesi iken bunun aksine aynı aktivite başka biri için zorunlu olarak yapılan bir iş olabilmektedir (Argan, 2015:11).

Literatür incelendiğinde rekreasyon faaliyetlerinin sınıflandırılmasına yönelik çeşitli gruplandırmaların yapıldığı görülmektedir. Rekreasyonun sınıflandırılması belirli kriterlere göre şekillenmektedir. Bu kriterlerden en önemlilerinden ve rekreasyon sınıflandırmasında esas alınan prensiplerden biri de bireyin amaç ve istekleridir. Birey hangi amaç ve gereksinimlerine yönelik rekreatif bir faaliyete katılıyorsa, bu tutuma yönelik ve uygun sınıflandırma çeşitleri ortaya çıkmaktadır.

##### **1.2.4.1. Katılımcıların Amaçlarına Göre Rekreasyon**

İnsanların herhangi bir rekreatif etkinliğe katılırken amaçları birbirinden farklı olmaktadır. Bu durum, bireyin eğitim durumuna, psikolojik durumuna, yaşam stillerine, ekonomik durumuna, boş zaman sürelerine vb. özelliklerine göre değişebilmektedir. Amaçlarına göre rekreasyon faaliyet sınıflandırması aşağıdaki şekilde açıklanmaktadır (Karaküçük, 2008:67; Argan, 2015:14-17).

*Dinlenme amaçlı;* bireyin çalışma dışında kalan boş zamanını tamamen beden ve ruh sağlığının yenilenebilmesine veya korunmasına yönelik yapılan faaliyetlerle geçirmesi.

*Kültürel amaçlı;* bireyin boş zamanını sanat eserleri ve tarihi yerlerin görülmesi, müzelerin gezilmesi ve diğer benzer kültürel faaliyetleri gerçekleştirir.

*Toplumsal amaçlı;* aynı ve farklı toplumlardaki bireylerle ilişki kurmak ve bu ilişkiyi geliştirmeye yönelik gerçekleştirilen faaliyetler.

*Macera amaçlı;* bu tür etkinlikler macera ve tehlike unsurlarını bulduran ve katılımcılar tarafından riskli olarak algılanmaktadır. Macera rekreasyonu kayak, rafting, kaya tırmanışı, dağcılık, mağaracılık ve dağ bisikleti vb. faaliyetleri kapsar. Katılımcılar bu rekreasyon türüne katılarak risk alma, meydan okuma, heyecan arama, başarıya, rekabet ve kendi yeteneklerini test etmiş olmaktadır.

*Sportif amaçlı;* aktif spor yaparak veya pasif şekliyle seyirci, taraftar, yönetici veya başka bir şekilde serbest zamanın sportif faaliyetlerle değerlendirilmesidir.

*Turizm amaçlı;* tatil dönemleri başta olmak üzere bireyin yaşadığı yerden başka yerleri görme amaçlı gerçekleştirilen serbest zaman faaliyetleridir.

*Sanatsal amaçlı;* sanatın birçok dalından biri veya birkaçı ile uğraşarak serbest zamanların değerlendirilmesidir. Boş zaman ve rekreasyon deneyiminin en temel etkinliklerinden biridir. El sanatları, dans, drama ve edebi aktiviteler en standart uygulamalarındandır.

*Eğitsel amaçlı;* bireylerin boş zamanları boyunca yeni bilgiler öğrenmeye, yeni uğraşlar kazanmaya yönelik gerçekleştirilen eğitsel kurs aktiviteleri ve seminer etkinlikleridir. Bu tür etkinliklere katılan bireyler takım çalışması, iletişim, problem çözme vb. gibi yaşamı sürdürebilme meziyetlerine sahip olmaları beklenmektedir.

#### **1.2.4.2. Etkinliklere Katılım Şekline Göre Rekreasyon**

Bu sınıflandırma bireyin gerçekleştirilen herhangi bir rekreatif etkinliğe katılımcı (aktif) olarak mı yoksa izleyici (pasif) olarak mı yer aldığına göre gerçekleştirilmektedir (Uğurlu, 2005:20).

*Aktif rekreasyon;* bireyin rekreatif faaliyetlerde aktif olarak rol almasını ifade etmektedir. İnsanların bireysel ya da grup halinde futbol oynamak, yüzmek, bir müzik aleti çalmak, golf oynamak, bisiklete binmek, rafting yapmak, kaya tırmanmak, seyahat etmek vb. aktivitelerde yer alması şeklinde gerçekleştirdikleri deneyimlerdir.

*Pasif rekreasyon;* insanların etkinliklere katılmak yerine izledikleri, seyirci olarak yer aldıkları boş zaman etkinlikleridir. Mesela, televizyonda veya stadyumlarda spor müsabakaları izlemek, sanatsal gösterilere izleyici olarak katılmak, radyo dinlemek ve yürüyüş yapmak bunlardan bazılarıdır.

#### **1.2.4.3. Katılımcıların Yaş Gruplarına Göre Rekreasyon**

Katılımcıların yaşlarına göre rekreasyon; çocuk rekreasyonu (5-14 yaş arası), gençlik rekreasyonu (15-24 yaş arası), yetişkin rekreasyonu (25-54 yaş arası) ve üçüncü kuşak rekreasyonu (55 ve üstü yaş) olmak üzere dörde ayırmak mümkündür (Hazar, 2009:30-32).

*Çocuk rekreasyonu;* çocukların fiziksel durumlarının ve fiziksel sağlıklarının güçlenmesine, kişiliklerinin oturmasına, bilişsel birtakım gelişmelerin sağlanmasına, ruh sağlığı ve sosyal ilişkilerin gelişmesine yardımcı olan ve stres ve yoğunlaşmaya ilgili sorunların ortadan kaldırılmasına yönelik gerçekleştirilen etkinliklerdir.

*Gençlik rekreasyonu;* bu yaş kategorisindeki bireyler fiziksel ve psikolojik yapıları gereği sürekli harekete, macera arayışında ve değişime yönelik açık fikirleri olan kişilerden oluşmaktadır. Bireyler sahip oldukları yetkinlikleri ve kabiliyetleri bu dönemde rekreatif faaliyetlere katılarak ortaya çıkarılabilmektedir. Bu tür etkinliklere katılan bireyler, kendilerini gerçekleştirme, özgüvenlerini artırma, akran sayılabilecek arkadaşları ile etkileşim ve sahip oldukları yeteneklerin geliştirilebilmesi gibi konularda ilerleme sağlayabilmektedirler.

*Yetişkin rekreasyonu;* bireylerin mesleki eğitim aldıkları ve bunun sonucunda da meslek sahibi olmaya başladıkları dönemi içermektedir. Belirli yaşam standartlarına sahip olan bireylerin, üretkenliklerini arttıracakları, sorumluluklarının bilincinde oldukları ve gelecek kuşakların yetişmesine katkı sağlanması gibi çeşitli misyonları söz konusudur. Bu dönem içerisinde bu özelliklere sahip ve yaş grubuna mensup bireylerin aktif ya da pasif olarak yer aldıkları tüm etkinlikler yetişkin rekreasyonu kategorisi içerisinde yer almaktadır.

*Üçüncü yaş rekreasyonu;* 55 yaş ve üzeri kişiler için konulmuş bir tanımlamadır. Bu dönemde insanların boş zaman süreleri artmakta ve daha çok rekreasyonun bir alt kolu olan turizme yönelik gerçekleştirilen faaliyetlere katılım gerçekleşmektedir. Davranış

biçimi olarak daha çok kültür, inanç, sağlık ve spor gibi etkinliklere yöneldikleri ifade edilmektedir.

#### **1.2.4.4. Katılımcı Sayısına Göre Rekreasyon**

Katılımcıların sayısına göre rekreasyon çeşitlerini iki grupta toplamak mümkündür (Hacıoğlu, 2009:39). Ferdi (bireysel) rekreasyon, insanların yalnız olarak boş zamanlarında gerçekleştirdikleri çeşitli faaliyetlerdir. Evde tek başına müzik dinlemek ve tek başına yapılan yürüyüş gibi faaliyetlerdir. Grup rekreasyonu, insanların grup halinde boş zamanlarını değerlendirmeleridir. Bireyler grup rekreasyon etkinliklerine katılımı sayesinde bir grubun üyesi olur ve o topluluğunun özelliklerini taşırlar. Grup rekreasyon faaliyetlerine takım spor müsabakaları, toplu piknik ve rekreatif olarak yapılan toplu müzik faaliyetleri örnek gösterilebilir.

#### **1.2.4.5. Fonksiyonel Açından Rekreasyon**

Rekreasyon, özel işlevleri ve sahip olunan fonksiyonları aracılığıyla belirli eylem ve durgunluklarına göre de sınıflandırılabilir (Gül, 2014:39-41).

*Ticari rekreasyon;* bireyler özellikle ev ortamında dinlenme ve çevresinde yer alan kamuya açık alanlarda yürüyüş yapma veya spor aktiviteleri gerçekleştirmek için herhangi bir ücrete tabii değildir. Ancak, mesela rafting, sinema, tiyatro, otellerde tatil, kulüplerde oynanan tenis veya golf, eğlence parkları ziyareti gibi çeşitli işletmeler tarafından insanların hizmetine sunulmuş bu alanlardaki etkinliklere katılmak için belirli ücretler ödemek durumundadırlar. Bireylere para karşılığı hizmet sağlayan bu işletmelerin gerçekleştirdikleri etkinlikler birer ticari rekreasyon faaliyetleridir. Bununla birlikte bu etkinliklere belirli ücret karşılığında izleyici olarak katılmakta bu sınıflandırma içerisinde yer almaktadır.

*Estetik Rekreasyon;* pasif bir özellik taşıyan bu eylemler, daha çok yüksek eğitim ve kültür seviyesine sahip bireylerin gerçekleştirdikleri rekreatif faaliyetlerdir. Aktif olarak bu alanlarda yer almak istemeyen bireyler sanat olaylarını izleme, ünlü müzik gruplarını izlemek ve eserlerini dinlemek gibi estetik yönü ön planda olan bu tür etkinlikleri tercih etmektedirler.

*Sosyal rekreasyon;* sosyal (beşerî) ilişkiler kurmaya ya da bu sosyal ilişkileri kuvvetlendirmeye yönelik etkinliklerdir. Kutlama partileri, yemekli toplantılar, arkadaş veya akraba ziyaretleri bu kategoriye örnek verilebilir.

*Orman rekreasyonu;* kırsal rekreasyon olarak da ifade edilen bu rekreasyon türünde, şehir hayatından sıkılan, tez düzelikten yorulan ve bu alanlara sıkışan bireylerin ormanlık, dağlık alanlara yöneldikleri ve bu alanlarda doğa ile iç içe vakit geçirebilmelerine imkân verecek rekreatif etkinliklere katılmalarını ifade etmektedir. Ormanlık ve dağlık alanlarda kampçılık, tırmanma, dağ bisikleti, fotoğrafçılık gibi etkinlikler bu türe örnek olarak gösterilebilmektedir.

*Sağlık rekreasyonu;* bireylerin sağlığını koruyucu, tedavi edici boş zaman değerlendirme etkinlikleridir. Sportif etkinlikler, termalizme, klimatizme, uvalizme (bir yöreye özgü meyve ve sebze gibi hasat ürünleri ile şifalı bitkilerin kür tedavisinde kullanılması) yönelik geziler, yaylacılık, hamam ve sauna etkinlikleridir.

*Fiziksel rekreasyon;* bahçe işleri, yürüyüş, egzersiz, dans, spor, eğlence ve harekete dayalı bütün etkinlik türlerini kapsamaktadır. Halka açık olan rekreasyon alanlarında sportif faaliyetler geniş kapsamda uygulanmaktadır. Fiziksel rekreasyona katılan bireyler rekreatif bir aktivite yapmanın yanında, sporun insanlara kazandırdığı faydalardan da yararlanmaktadırlar.

#### **1.2.4.6. Mekânsal Açıdan Rekreasyon**

Bireylerin boş zamanlarında gerçekleştirdikleri etkinliklerin buldukları mekâna göre sınıflandırılması açık alan rekreasyonu ve kapalı alan rekreasyonu şeklinde yapılmaktadır (Argan, 2015:12-13, Hacıoğlu, 2009:37)

*Kapalı alan (Indoor) rekreasyonu;* kapalı alan rekreasyon aktiviteleri toplumun kullanımına ayrılmış kapalı mekanlardaki ve evlerdeki boş zaman değerlendirme etkinlikleridir. Kapalı alan rekreasyonu ile ilgili etkinliklerden bazıları şunlardır:

- Çocuk, gençlik, işletme, spor, özel ilgi ve sosyal kulüpler gibi kulüp ve derneklerdeki kapalı mekân etkinlikleri,
- Kapalı alanlardaki sergi, defile vb. etkinlikleri,
- Kongre, kutlama vb. toplantılar,
- Kapalı tesislerdeki basketbol, buz pateni vb. sportif etkinlikler,
- Kapalı tesislerdeki sauna, kaplıca, hamam vb. sağlıklı yaşam etkinlikleri,

- Kurslar (el sanatları, güzel konuşma, yabancı dil, dekoratif eşya vb.),
- Kapalı alanlardaki kâğıt oyunları, tavla, satranç, talih oyunları vb.,
- Ev içinde yapılabilecek etkinlikler (TV ve video, radyo, müzik, kitap, bakım-onarım, oyunlar vb.)

*Açık alan (Outdoor) rekreasyonu;* genel olarak açık havada gerçekleştirilen her türlü rekreasyon etkinlikleridir. Açık alan rekreasyonundan bahsedebilmek için bir doğa unsuru ve katılımcıların birbiriyle etkileşimi gerekmektedir. Çünkü açık alan rekreasyonunun doğal çevre temalı başka bir tanımına göre ise, orman, dağ ve su bölgelerinden oluşan doğal çevrelerde yapılmak koşuluyla bireylerin çeşitli davranış, aktivite ve deneyimleridir (Akyürek, 2016:35).

Jensen (2006) açık alan rekreasyon aktivitelerini; kaynak merkezli, aracı merkezli ve kullanıcı merkezli açık alan rekreasyonu olmak üzere üçe ayırmaktadır (Jensen 2006'dan aktaran; Arğan, 2015:13).

Kaynak merkezli açık alan rekreasyonu için ürün, dünyamızın geçmişten günümüze kadar çeşitli doğa olayları ile şekillenmesi sonucu ortaya çıkan doğal oluşumlar ve doğal kaynaklardır. Çoğunlukla bu tür rekreasyon alanları, ulusal parklar, vadiler, dağlar, ormanlar, göller, su akıntıları ve vahşi alanlardan oluşmaktadır. Doğa çalışmaları, kamp yapmak, yürüyüş, dağ bisikleti, kaya tırmanışı, balık tutmak ve avcılık bu etkinliklere örnek olarak gösterilebilir.

Kullanıcı merkezli rekreasyon, yelpazenin sonunda bulunmaktadır. Bu tür etkinlikler çoğunlukla faaliyet merkezlidir ve doğal olmayan, değiştirilmiş (geliştirilmiş) alanlarda gerçekleştirilmektedir. Bu kategori, insan unsuru ile şekillenmiş yapay oluşumlarda herhangi bir performansı uygulamaya dayanmaktadır. Çeşitli spor etkinlikleri, bir parkta tiyatro izlemek, belediye parkları, hayvanat bahçeleri ve eğlence parklarını ziyaret etmek, golf kursları, yüzme havuzları ve piknik alanları örnek olarak gösterilebilir.

Aracı merkezli açık alan rekreasyonu, bu iki modelin karışımı niteliğindedir. Bu kategori içerisinde yer alan mekânlar yerel ve milli parklar, kolaylıkla ulaşılabilen, önceden hazırlanmış balık tutma ve avlanma alanları, bot, su kayağı, kano gibi sporların yapılabileceği alanlardır.

Amerika’da 2017 yılında, nüfusun ne kadarının açık alan rekreasyon etkinliklerine katıldığı, hangi etkinliklerin daha fazla tercih edildiği, motivasyonların neler olduğu ve yaş grupları arasındaki açık alan rekreasyon katılımının nasıl değiştiğine yönelik bir rapor hazırlanmıştır. Bu rapora göre Amerika’da yaşayan nüfusun %48,8’i açık alan rekreasyon faaliyetlerine katılmaktadır. 114 milyon kişinin yaklaşık olarak 11 milyar adet açık alan rekreasyon faaliyetine katıldığı tespit edilmiştir. Açık alan rekreasyon meraklıları haftada en az iki etkinliğe katılmaktadırlar. Koşu ve yürüyüş en popüler etkinliklerden ilkidir. Sağlıklı kalmak için egzersiz yapma isteği en büyük motivasyon kaynaklarından biridir. Aşağıda raporda yer alan diğer etkinlikler yer almaktadır (The Outdoor Foundation, 2017);

Tablo 1.4. Açık Alan Etkinlikleri ve Katılım oranları (ABD)

|                |              |                           |             |                  |             |
|----------------|--------------|---------------------------|-------------|------------------|-------------|
| Bisiklet Binme | <b>%25.2</b> | Kaykay Yapmak             | <b>%6.3</b> | Kano Sporu       | <b>%4.4</b> |
| Koşu           | <b>%21.5</b> | Yaban Hayatı Görüntüleme  | <b>%6.3</b> | Kayak (Skiing)   | <b>%3.9</b> |
| Balık Tutma    | <b>%21.4</b> | Avlanma                   | <b>%5.8</b> | Kuş Gözlemciliği | <b>% 3</b>  |
| Kamp Yapma     | <b>%20.8</b> | Sırt Çantalı Gezi         | <b>%5.4</b> | Şnorkelle Yüzme  | <b>% 3</b>  |
| Yürüyüş        | <b>%14.5</b> | Kar Kayağı (Snowboarding) | <b>%4.4</b> | Kaya Tırmanışı   | <b>%2.5</b> |

*Kaynak: Outdoor Participation Report 2017, The Outdoor Foundation*

Ek olarak, araba gezisi, motorlu araç yarışları, doğa veya çevre eğitim aktiviteleri, eğitim kampları, okçuluk, olta balıkçılığı, macera aktiviteleri, dağcılık, mağaracılık, doğa yürüyüşleri, doğa fotoğrafçılığı, buz tırmanışı, oryantiring (harita yardımı ile yön bulmayı içeren, zamana karşı yapılan bir spor), tüplü dalış, rüzgâr sörfü, yüzme, jet ski, sıcak hava balonu, yamaç paraşütü, çöl safari, deve ile safari, piknik, tema parklar, vb. aktiviteler açık alan rekreasyonuna örnek olarak sıralanabilir.

Doğal çevre ve özellikle de vahşi doğa, bireylerin açık alan rekreasyon deneyimlerinin ve rekreasyon etkinliklerinden fayda ve tatmin sağlamaları açısından son derece önemlidir. Bu noktada bu tür alanların korunmasının, etkileşim ve değer artışının sağlanmasının yegâne koşulu doğal çevre ve katılımcı arasındaki bağlıdır.



### 1.2.5. Rekreasyon Etkinlik Türleri

Leitner ve Leitner (2004) yukarıda sınıflandırılması yapılan rekreasyon türleri içerisinde yapılabilecek rekreasyon etkinlikleri geniş kapsamda ele almış ve rekreasyon etkinlik türlerini aşağıdaki şekilde sıralamıştır (Kaya, 2013:38-43).

Tablo 1.5. Rekreasyon Etkinlik Türleri

| <b>Temel Eğlence</b>                       |                   |                 |                 |
|--|-------------------|-----------------|-----------------|
| Müzayedeler                                | Konserler         | Dans            | Sunumlar        |
| Sergiler                                   | Filmler           | Konferanslar    | Şiir            |
| Okuma                                      | Radyo             | Televizyon      | Tiyatro         |
| <b>Zihinsel Aktivite ve Öz-Farkındalık</b> |                   |                 |                 |
| Aşçılık vb. yetenek gelişimi sınıfları     | Yazma/Okuma       | TaiChi          | Seyahat         |
| Akademik sınıflar                          | Meditasyon        | Seyahat         | Yoga            |
| <b>Spor ve Egzersiz</b>                    |                   |                 |                 |
| Kar aracı ile kayma                        | Köpek Yarışı      | Golf            | Aletsiz dalış   |
| Kanoya binme                               | Beyzbol           | Ragbi           | Buz Hokeyi      |
| Oto Yarışı                                 | Eskrim            | Jimnastik       | Körling         |
| Yelkenli ile açılma                        | Bilardo           | Kriket          | Buz Pateni      |
| Badminton                                  | Futbol            | Hentbol         | Kar kayağı      |
| Balona binme                               | Kızağa binme      | Atış yapma      | JaiAlai         |
| Şnorkelle dalma                            | Saha hokeyi       | Kayak           | Okçuluk         |
| Bisiklete binme                            | Bowling           | Disk atma       | Dalış           |
| Jet Ski ile kayma                          | Frizbi            | Binicilik       | Karate          |
| Rüzgâr sörfü                               | Kürek çekme       | Kaykay          | Koşu            |
| Patenle kayma                              | Yüzme             | Su topu         | Polo bisiklet   |
| Karda yürüyüş                              | Masa tenisi       | Parasailing     | Güreş           |
| Planör Uçuşu                               | Dağ Bisikleti     | Su kayağı       | Rafting         |
| Sörf yapma                                 | Tenis             | Halter          | Yatçılık        |
| Uçurtma Sörfü                              | Voleybol          | Basketbol       | Judo            |
| <b>Müzik</b>                               |                   |                 |                 |
| Konserlere katılma                         | Şarkı söyleme     | Enstrüman çalma | Islık çalma     |
| Müzik okullarına katılma                   | Şarkıları dinleme | Müzik besteleme |                 |
| <b>Sanat</b>                               |                   |                 |                 |
| Sanata katılım                             | Seramik           | Teknik resim    | Fotoğraf sanatı |

|  |                                   |                            |                             |
|--|-----------------------------------|----------------------------|-----------------------------|
| Cam sanatı                                     | Metal sanatı                      | Yağlı Boya                 | Sulu boya                   |
| Kâğıt katlama sanatı                           | Tasarım                           | Hat sanatı                 | Buz sanatı                  |
| Ağaç oyma sanatı                               | Mozaik sanatı                     | Heykel sanatı              | Vitray sanatı               |
| <b>Dans</b>                                    |                                   |                            |                             |
| Aerobik dansı                                  | Bale                              | Salon dansları             | Oryantal dans               |
| Disko dansı                                    | Halk dansı                        | Caz dansı                  | Modern dans                 |
| <b>Hobiler</b>                                 |                                   |                            |                             |
| Duvar halısı yapımı                            | Aşçılık                           | Tüm koleksiyonlar          | Yemek pişirme               |
| Evcil hayvan besleme                           | Uçurtma yapımı                    | Mücevher yapımı            | Kumaş boyama                |
| Çiçek düzenleme                                | Marangozluk                       | Model geliştirme           | Antika toplama              |
| Pasta dekorasyonu                              | Elbise tasarımı                   | Kâğıt sanatları            | Ağaç sanatları              |
| <b>Oyun/Video Oyunları</b>                     |                                   |                            |                             |
| Hedef oyunları (örn: dart)                     | Çift masa oyunları (örn: satranç) | Drama oyunları             | Sanat oyunları              |
| Yetişkin masa oyunları                         | Kart oyunları                     | Puzzle bulmacalar          | Hokkabazlık                 |
| Heceleme oyunları (örn: scrabble)              | Tahminli oyunlar                  | Para temelli oyunlar       | Bilgi oyunları              |
| Masa sporları (örn: masa tenisi)               | Bilgisayar oyunları               | Hayali oyunlar             | Ev içi oyunlar              |
| <b>Rahatlama</b>                               |                                   |                            |                             |
| Sıcak su kaynakları                            | Küvet banyosu                     | Müzik dinleme              | Masaj                       |
| Çamur banyosu                                  | Okuma                             | Güneş banyosu              | Meditasyon                  |
| <b>Sosyal Aktiviteler</b>                      |                                   |                            |                             |
| Sportif kulüplere katılım                      | Derneklere katılım                | Kültürel kulüplere katılım | İzcilik kulüplerine katılım |
| Yatırım kulüplerine katılım                    | Dövüş kulüplerine katılım         | Korolara katılım           | Eğitsel gruplara katılım    |
| Toplantılara katılım                           | Politik gruplara katılım          | Dans kulüplerine katılım   | Gazi gruplarına katılım     |
| Yabancı dil öğrenme                            | Dini gruplara katılım             | Sosyal kulüplere katılım   | Arkadaş ziyaretleri         |
| <b>İnsani Hizmetler</b>                        |                                   |                            |                             |
| Engellilere yardım                             | Evsizlere yardım                  | Hastalara yardım           | Eğitimsel gruplar           |
| Koruma ve çevre bilim                          | İnsani topluluklar                | Yaşlılara yardım           | Koruma grupları             |
| <b>Doğa Aktiviteleri/Dış Mekân Rekreasyonu</b> |                                   |                            |                             |
| Sırt çantalı yürüyüşler                        | Sahilde dolaşma                   | Piknik                     | Gece yürüyüşü               |
| Vahşi hayatı keşfetme                          | Kuş gözlemleme                    | Balık tutma                | Avlanma                     |
| Snowboard'la kayma                             | Kamp yapma                        | Bahçe işleri               | Tırmanma                    |
| Bitki tanımlama yürüyüşleri                    | Aletli dalış                      | Mağara keşfi               | Doğa yürüyüşü               |

| <b>Seyahat ve Turizm</b> |               |                 |                   |
|--------------------------|---------------|-----------------|-------------------|
| Sportif tatil köyleri    | Ada tesisleri | Ekoturizm       | Sahil Otelleri    |
| Sportif tatil köyleri    | İç turizm     | Organize turlar | Yurtdışı gezileri |
| Günlük geziler           | Dağ otelleri  | Eğitsel geziler | Sağlık turizmi    |

*Kaynak: Leitner ve Leitner, 2004'den aktaran; Kaya, 2013:38-43*

### **1.2.6. Rekreasyon İşletmeleri**

Günümüzde bireyler çeşitli sebeplerle dinlenme ve eğlenmeye ihtiyaç duymaktadırlar. Özellikle endüstrileşme ile metropol şehirlere sıkışan bireylerin, yoğun iş görevleri arasında bu tür gereksinimlere yönelik ihtiyaçları daha da fazla olmaktadır. Tarihten günümüze, çalışma şartlarının iyileşmesi gibi sebeplerle bireylerin boş zamanlarındaki artış, bireysel özelliklerde yaşanan değişimler, insanların yaşam stillerinin değişmesi, teknolojideki gelişmeler, farkındalıkların, bilgi düzeylerinin yükselmesi, artan harcanabilir gelirler, turizmde yer alan organizasyonlarındaki gelişimler ve günümüz etkinlik türlerinin farklılaşması gibi durumlar, bireylerin bu avantajları boş zaman etkinliklerine yönelik değerlendirmesini sağlamıştır. Bu avantajları rekreasyon alanlarında değerlendiren bireyler kendilerini ruhsal ve fiziksel olarak yenileyerek geliştirme imkanına sahip olmuşlardır. Dahası bu tür etkinlikler sosyal çevreye dâhil olunmayı, stresten arınmayı, çevresel koşullara sorumlu bakmayı sağlamaktadır. Bu kazanımlarından dolayı, artık bu ihtiyaç bireylerin temel gereksinimlerinden bir haline gelmeye başlamıştır.

Rekreatif faaliyetlerin uygulanabilmesi öncelikle bu tür rekreasyon faaliyetlerine uygun alanların ya da işletmelerin olmasını gerektirmektedir. Bu alan ya da işletmelerin ulaşım olanakları, kuruluş yeri seçimindeki gereklilikler, bölgenin çevresel ve iklimsel durumu, kapalı ya da açık alanda olması vb. birçok özellik dikkatle analiz edilmelidir.

Turizm sektörü içerisinde rekreatif faaliyet sunmaya yönelik birçok hizmet işletmesi mevcuttur. Bu işletmeler günümüze kadar, ziyaretçilerin gereksinimlerine göre şekillenmiş ve farklı alanlarda hizmet vermeye devam etmektedirler. Bu açıdan rekreasyon temelli hizmet işletmeleri neredeyse sınırsız bir şekilde, işlevlerde ve sundukları farklı deneyimlerle ziyaretçilerine yönelik çalışma içerisindedirler. Rekreatif faaliyetlerin bireylere, topluma ve çevreye kazandırdığı yukarıda bahsedilen özelliklerin varlığı bu tür etkinlikleri sunan rekreasyon işletmelerinin daha fazla kişiye ulaştırılmasını gerekli

kılmaktadır. Çeşitlendirilmiş bu rekreasyon işletmeleri sayesinde hem daha çok kişinin farklı gereksinimlerine karşılık verilmiş olunur hem de ekonomik bir potansiyel yaratılmış olunur. Aşağıda rekreasyon işletmelerine yönelik sınıflandırma ve bunlara ilişkin bilgiler yer almaktadır.

*Spor, konser ve festival amaçlı hizmet veren rekreasyon işletmeleri* (Akyürek, 2016:32); bu tür etkinlikler toplumda yaşayan bireylerin özellikle sosyalleşmesine büyük katkıları vardır. Spor faaliyetleri öncelikle bireylerin beden sağlığına sonrasında da ruh sağlığına etki eden etkinliklerden oluşmaktadır. Bu sayede bireyler kazanma ve kaybetmeyi öğrenmekte, durumu kabullenebilmekte, başkalarıyla paylaşım yapabilmeyi, yardımlaşmayı, başkalarının fikir ve düşüncelerine saygı gösterebilmeyi öğrenmektedirler. Sporla birlikte, konser ve festival gibi etkinlikler de bireylerin boş zamanlarını değerlendirebilecekleri yaşamın vazgeçilmezlerindedir. Bu tür etkinliklere yönelik ulusal ve uluslararası talkebin mevcudiyeti, dünyanın her yerinde çeşitli organizasyonlar düzenleyen turizm ve rekreasyon işletmelerinin çalışma alanlarına bu tür etkinliklerinde eklenmesine olanak tanımıştır. Bu tür büyük organizasyonlara; Olimpiyatlar, Üniversiteler Arası Yaz/Kış Olimpiyatları, Gençlik Olimpiyatları, Dünya Şampiyonaları, Avrupa Şampiyonaları, Rock'n Coke Festivali, Uludağ Winterfest, Senseation White Partileri, Cannes Film Festivali, Rio Karnavalı, İspanya Boğa Güreşi Festivali, Domates Festivali vb. birçok büyük organizasyonlara örnek verilebilir.

*Su tabanlı rekreasyon hizmeti veren işletmeler* (Turgut, 2012:101); daha çok suya dayalı rekreasyon talebini karşılamak ve/veya talep yaratmak, belirlenen amaçları gerçekleştirmek ve fayda sağlamaya yönelik kurulmuş örgütlenmelerdir. Belediyeler, sivil toplum kuruluşları, eğitim kurumları ve spor kulüpleri gibi kâr amacı gütmeyen örgütlenmelerle birlikte kar elde etmek ve bu alana yönelik talebi karşılamak için mal ve hizmet üreten işletmelerden oluşmaktadır. Tatillerini kitle turizmine yönelik planlamayan ve aktif olarak deneyim yaşamak isteyen bireyler daha çok açık alan ve suya dayalı rekreasyon işletmelerini ve etkinliklerini tercih etmektedirler. Doğal su kaynakları ve yapay su kaynakları üzerinde kurulu rekreasyon işletmeleri olmak üzere iki sınıfta ayrılmaktadır. Suya dayalı rekreatif faaliyetlerin başlı başına bir turizm ürünü olarak da değerlendirilebilmesi sebebiyle bu tür işletmeler aynı zamanda turizm işletmeleri statüsü içerisinde de yer alabilmektedirler. Su tabanlı eğlence merkezlerinden en önemlileri su parklarıdır. Yapılan araştırmalara ve elde edilen verilere göre dünyada yaklaşık 2000 adet

temalı su parkı bulunmaktadır. Bunların en bilinenleri Virginia’da yer alan Water Country su parkı, Avustralya’da bulunan Wetn’ Wild Water World su parkı, İngiltere’de bulunan Sandcastle Water Park su parkı sayılabilir. Türkiye’de ise İstanbul’da Aqua Dolphin, İzmir Kuşadası’nda bulunan Adaland, Bodrum’da bulunan Bodrum Dedeman Aquapark’ı örnek verilebilir.

*Kültürel ve tarihi miras amaçlı hizmet veren rekreasyon işletmeleri;* tarih sahnesinde yer almış toplum ve medeniyetlere ait kalıntılar, bu toplumların yaşam biçimleri, örf ve adetleri, gelenekleri, müzik ve eğlence alışkanlıkları, el sanatları ve yemekleri vb. özellikleri rekreasyon etknilikleri olarak kültür ve miras turizmin ürünleri içerisinde yer almaktadır. Bu tür alanlara giderek geçmiş yüzyıllarda ve çağlarda var olmuş kültürlerin kalıntılarını yerinde görmek isteyen ziyaretçiler bu tür işletmelerin müşteri olmaktadır. Kültürel ve tarihi miras amaçlı hizmet eden rekreasyon işletmelerine; ören yeri ve sit alanları, tabiat parkları, müzeler, meydanlar vb. alanlar örnek olarak gösterilebilir.

*Eğlence ve animasyon hizmeti veren rekreasyon işletmeleri;* misafirlerinin güzel vakit geçirmelerine olanak tanıyan ve işletmenin bulunduğu destinasyona ve kendisine talep yaratabilecek her türlü etkinliği ürün olarak kullanan işletmelerdir. Bireylerin eğlenmesine yönelik hizmet sağlayan rekreasyon işletmelerine alışveriş merkezleri, limanlar, marinalar, restoranlar, lunaparklar vb. oyun alanları, diskolar, barlar ve gece kulüpleri örnek olarak verilebilir. Gece kulüpleri animasyon ve eğlence işletmeleri arasında yer alan ve bireylerin tatilleri süresince boş zamanlarının etkin bir şekilde değerlendirilerek sosyalleşmelerini ve memnuniyet düzeyi yüksek tatil deneyimi yaşamlarına olanak tanıyan işletmelerdir (Giritlioğlu, 2013:79). Dünyadaki en büyük ve en fazla ziyaretçi çeken eğlence hizmeti veren rekreasyon işletmelerine; Amerika Birleşik Devletleri’nin Florida eyaletindeki Universal Studios, Fransa’nın başkenti Paris’te bulunan Disneyland, Danimarka’nın Kopenhag şehrinde bulunan Tivoli eğlence merkezi, İspanya’nın Barselona şehrindeki Port Aventura eğlence merkezi, İstanbul’daki Vialand eğlence merkezi örnek olarak verilebilir.

### **1.2.7. Rekreasyon Planlaması**

Olayların ve etkinliklerin planlanması, değer biçilmesi ve yönetimi, bireylerin boş zamanlarını çeşitli etkinliklerle değerlendirmek istemeleri özellikle bu konuda hizmet vermekte olan işletme yöneticilerini gittikçe artan önemli bir yetenek haline

dönüştürmektedir (Kılbaş, 2010:292). Rekreatif faaliyet çeşitlerinin artması ve farklılaşması, teknolojik birtakım gelişmeler, bireylerin boş zamanlarını daha etkin değerlendirmek ve bu etkinliklerde olabildiğince tatmin olmak istemeleri rekreasyon planlamasını gerekli hale getirmiştir (Hacıoğlu, 2009:36). Dahası rekreasyona yönelik organizasyonların öncelikle kişisel ve toplumsal yararları, ekonomik kaynak yaratması, yeni iş imkânlarının yaratılması, doğanın ve kültürel kaynaklarının korunmasına bakımından olumlu katkılarının yanında, toplum ve çevre üzerinde de çeşitli olumsuzluklara yol açması söz konusudur. Dolayısıyla bu etkileri sebebiyle de rekreasyonun bir planlama içerisinde kurgulanarak geliştirilmesini zorunlu kılmaktadır (Başoğlu, 2011:42).

Planlama, ziyaretçilerin sahip olduğu özellikler ve ziyaretçinin gereksinimleri ve beklentileri incelenerek, zaman, gelir, eğitim, nüfus vb. etkenler de dikkate alınarak hazırlanmalıdır. Rekreasyon planlamalarının ülke, bölge, destinasyon planlamalarının dışında gerçekleştirilmemesi gerekir. Topluma ya da halka sunulacak hizmette herhangi bir eksiklik yaşanmaması için rekreasyon planlamasının ana ilkelerine sadık kalınarak bazı planlamalar yapmak gerekmektedir. Ayrıca bu planlamaların yöneticiler tarafından ülke, bölge ve destinasyon planlamalarıyla paralel amaçlar edinilmesine dikkat edilmelidir. Planlamada şu ilkelere dikkat edilmelidir (Altuntaş, 1990:75-76);

1. Rekreasyon alanının doğal ve kültürel yapısı ve rekreasyon potansiyeli
2. Rekreasyondan yararlanma süreleri (geceli-gündüzlü, kısa ve uzun süreli eylemler)
3. Planlama aşamasında rekreasyon türünün ve amacının belirlenmesi
4. Rekreasyona katılacakların; sayısı, cinsi, yaş grupları, sosyal, kültürel ve ekonomik yapılar ve istek ve eğilimler
5. Çeşitli rekreasyon eylemlerinin sahaya dağılımı ve bunlarla ilgili mekanlar
6. Rekreasyon mekânlarıyla ilgili alt ve üst yapı olanakları
7. Açık ve kapalı mekânların tasarlanması için gerekli araç ve gereçler

8. Kuruluş, donanım, hizmet, bakım ve gelişim için gerekli giderlerin hesaplanması

Hacıoğlu ve diğerleri (2009) yaptıkları çalışmada rekreasyon planlamasını genel olarak iki temel planlamadan oluştuğuna değinmişlerdir.

1. Rekreasyon faaliyetlerinin planlanması

2. Bu faaliyetler için fiziksel planlama yapılması

- *Envanter aşaması*; verilerin toplanmasıdır. Gelecek dönemlerde toplumun turizm ve rekreasyon ihtiyaçları konusunda coğrafı alan, mevcut bitki örtüsü ve kültürel değerlere ilişkin potansiyel kaynaklar tespit edilir
- *Analiz aşaması*; verilerin değerlendirilmesi ve bölgedeki arz ve talep dengesinin sağlanmasına ilişkin değerlendirmeler
- *Planlama aşaması*; kaynakların en rasyonel ve verimli kullanılmasına yönelik etkinliklerin ve bölgenin maliyet fayda analizleri yapılır
- *Program ve projelerin uygulanması*; yapılan planlar neticesinde uygun olan projeler desteklenir ve uygulamaya konulur
- *İşletme aşaması*; planlanan ve programlanan etkinlikler ve/veya mekanların verimli ve düzgün bir şekilde kullanımı ve geliştirilmesi için sorumlu bir yönetim tespit edilip işletme gerçekleştirilir

## İKİNCİ BÖLÜM

### ÇEVRECİ DAVRANIŞ VE ÇEVRECİ SATIN ALMA DAVRANIŞI

Çalışmanın bu bölümünde çevreci davranış ve çevreci satın alma davranışı açıklanmaktadır. Öncelikle çevreci davranış, çevre dostu davranış kavramlarına ilişkin bilgiler verilecektir. Daha sonra literatürde çevre dostu davranışı etkileyen kavramlar üzerinde durulacak ve çalışmanın amacı doğrultusunda oluşturulmuş modelde kullanılacak olan değişkenlere de değinilerek çevreci davranış detaylı bir şekilde açıklanacaktır. Bu bölümün ikinci kısmında ise çevreci satın alma davranışı başlığı altında tüketici satın alma davranışları ve tüketicilerin çevreci satın alma davranışları incelenecektir.

#### 2.1. Çevreci Davranış

Günümüzde bilimin gelişmesi, teknolojik yeniliklerin artması, teknolojinin hayatımızın her kesimde yer alması ve sanayileşmenin gerçekleşmesi üretimin artmasına olanak tanımıştır. Yaşanan bu gelişmelerin yanında sağlık sektöründeki gelişmeler ve insanların yaşama karşı bilinçli yaklaşımları da insan ömrünün uzamasını ve dünya nüfusunun çoğalmasını sağlamıştır. Bu durum insanların daha fazla tüketmesine ve dolayısıyla da üretimin aşırı boyutlara ulaşmasına sebebiyet vermiştir.

Toplumların yeryüzünde yer alan kaynakları hiç tükenmeyecekmiş gibi kullanmaya başlaması doğanın tahribatına yol açmakta ve ekolojinin günden güne yok olmasına katkı sağlamaktadır. Sanayi atıkları, evsel atıklar, insanların günlük yaşamlarındaki çeşitli gereksinimlerini gidermek için kullandığı araç gereçler doğal ortamı kirletmeye ve bu kaynakları kullanılamaz hale getirmeye başlamıştır. Yeryüzündeki doğal kaynakların bu denli zarar görmesi, dünya ısısının yükselmeye başlaması ile buzulların erimesi ve bölgelerdeki iklimsel değişiklikler gibi sadece bölgesel anlamda değil uluslararası boyutta sorunların ortaya çıkmasına sebep olduğu gözlenmektedir.

Toplumların gelişmeye başlaması, insanların eğitim seviyelerinin yükselmesi, ekonomik gelirlerin artması ve toplumlarda kültürel kaynaşmaların artması gibi nedenlerin insanların çevreye karşı duyarlılığını arttırdığı söylenebilir. Bireylerin çevreyi daha fazla ön planda tutan tutum ve davranışları günümüzde takdir görebilmektedir.



Çevrecilik politik bir etkinlik olarak ortaya konan sosyal bir hareketi ifade etmektedir (O'riordan, 1981:5). O'riordan bu durumun sadece kamunun yaptığı politikaları değiştirmek ya da alınacak kararların yeniden yönlendirilmesini sağlamak için yapılamayacağını bildirmiştir. Dahası, çevreciliğin sosyal bir hareket olarak ifade edilmesinin aslında, insanların dünyaya bakış açılarını, çevreye karşı inanışlarını ve yaşamı boyunca sergiledikleri davranışlarının da değiştirilmesine yönelik bir çaba olduğunu vurgulamıştır. Çevrecilik genellikle savunmasız gruplara karşı uygulanan ayrımcılığı redetmek ve gelecek nesillerin refahı ve doğa için güçlü bir endişe duyma ile ilişkilidir (Nawrotzki, 2012:2). Çevrecilik; insanların talepleri ve baskıları karşısında çevrenin sahip olduğu koşulların ve özel değerinin korunması ve sürdürülebilmesi için ortaya konan arzuyu yansıtmaktır (Kimmins, 1993:287). Stern ve diğerleri (1999:85) çevreciliği kişisel çıkarların, diğer insanlara karşı fedakârlığın ve diğer türlere ve biyosfere karşı fedakârlığın ön plana çıktığı bir kavram olarak açıklamışlardır. Yazar ayrıca, her ne kadar bu üç olgunun mantıksal olarak birbirinden farklı olmalarına rağmen çevresel felsefede ve çevreye ait herhangi bir harekette bu unsurların birlikte düşünülmesi gerektiğini vurgulamıştır.

Yaşanan çeşitli olumsuzluklar neticesinde tahrip olmaya başlayan doğal çevrenin korunması adına devletler yasal düzenlemelerle çeşitli önlemler almaya başlamıştır (Bronfman vd., 2015:14134). Bunun yanında işletmeler de hem yasal sorumluluklarını yerine getirmek hem de pazardaki rekabet ortamında yapacakları çevre dostu uygulamalarla çevreci tüketicileri işletmelerine çekerek birtakım avantajlar elde etme çabasıdadırlar. Ancak, bu bile doğanın korunması için tek başına yeterli değildir. Tüketicilerin de günlük yaşamlarında çevrenin yararına olacak uygulamalara özen göstermeleri gerekmektedir. Bu noktada, çevreye karşı sorumluluklarının farkına varmaya başlayan bireyler çevrecilik veya çevre dostu kavramları altında üzerlerine düşen sorumluluklarını üstlenebilmektedirler. Bu sorumluluğa sahip bireyler bilinçli tüketime, koruma girişimlerine, yenilebilir enerji kaynaklarının kullanımına, kaynakların uygun kullanılmasına, çevreye zarar verecek maddelerin kullanımından uzak durmaya, hayvan ve bitki türlerine saygı göstermeye ve onların soylarının devamını garanti altına alacak uygulamalara, kirliliğinin engellenmesine karşı çeşitli çözümler, tutum ve davranışlar sergilemeye başladıkları görülebilir. Bireyler bu özeni sadece günlük yaşamlarındaki davranışlarında değil, aynı zamanda seyahat organizasyonuna katıldıklarında ve tatillerindeki benzer tutum ve davranışları sergileyebilmektedirler.

Çevre dostu davranış; bireylerin davranışlarının doğal ve yerleşik dünyadaki olumsuz etkilerini en aza indirmek için bilinçli bir şekilde davranarak, mesela kaynak ve enerji tüketimini düşürmek, toksin olmayan maddelerin kullanımı, atık üretimini azaltmak gibi hedefleri amaçlayan davranışları ifade etmektedir (Kollmuss ve Agyeman, 2002:240). Stern (2000:408) bu davranışların ortamın materyal veya enerjisinin kullanılabilirliğini değiştirmeyecek ve ekosistemlerin ya da biyosferin yapısına ve dinamiklerine herhangi bir zararlı etki etmeyecek davranışlar olması gerektiğini vurgulamıştır. Stern'e göre bu davranışlar; çevresel etkinliklere katılım, etkinlik olmaksızın politik davranışlar (problemlere karşı kamu kurum ve kuruluşlarına dilekçe yazma gibi) ve yeşil ürün satın alma noktasındaki özel çevrecilik davranışlar şeklinde üçe ayrılmaktadır.

Kirk (2010:1) çevre dostu davranışı; çevresel sorunları azaltacak veya ortadan kaldıracak yeşil uygulamaları güçlendiren bir faaliyete bireysel veya grup halindeki katılım olarak ifade etmiştir. Kirk ayrıca, bireylerin atık ve kirliliğinin azaltılması, su ve enerji verimliliğinin artırılması ve ulaşım modellerinin değiştirilmesi gibi faaliyetlere destek verecek davranışlar sergileyerek, doğanın mevcut durumunun korunmasına ve gelecek nesillerin de geçiminin sağlanmasına olumlu katkı sağlayacağını belirtmiştir.

Ormanlık alanların doğal güzelliklere sahip alanların temizlenmesi veya bireylerin tüketimleri çerçevesinde ortaya çıkan evsel atıkların doğaya etkisinin azaltılması için gerçekleştirilen davranışlar doğrudan ya da proksimal olarak ifade edilen davranışları temsil etmektedir (Stern, 2000:408). Doğrudan çevreci eylemler; geri dönüşüm, daha az araç kullanımı, organik gıdalar satın almak ve tüketmek gibi eylemler kimi zaman birbirinden farklı etkilerde olmasına rağmen çevrenin korunmasına doğrudan etki etmektedirler (Kollmuss ve Agyeman, 2002:258). Diğer davranışlar ise çevresel değişime neden olan seçimleri, çeşitli şekillerde etkilemesi bakımından dolaylı olarak çevreyi ve onun korunmasını etkilemektedir (Stern, 2000:408). Dolaylı çevre eylemleri; para, siyasi faaliyetler, eğitimsel yardım, çevresel yazılar vb. eylemlerdir (Kollmuss ve Agyeman, 2002:258). Bu faaliyetler, son derece önemli olsa da çevreye doğrudan bir etkisi yoktur. Ancak, diğer davranışlar olarak nitelendirilen dolaylı davranışlar bazı durumlarda doğrudan davranışlardan daha etkili olabilmektedir. Örneğin uluslararası kalkınma politikaları, dünya üzerindeki mal, hammadde fiyatları, ulusal çevre ve vergi politikalarını etkileyen çeşitli davranışlar, çevresel etki alanının geniş olması sebebiyle doğrudan davranışlar kadar etkili olabilmektedir.

### 2.1.1. Çevreci Davranış Teorileri

Literatürde bazı çalışmaların çevreci davranışları araştırmış ve bireylerin çevreye yönelik davranışlarını açıklayabilmek ya da tahmin edebilmek için farklı teorik modeller kullanıldığı görülmektedir. Geliştirilen bu teoriler çevresel davranışların nedenselliğini bir model aracılığıyla ortaya çıkarma ve anlama yeteneğine erişebilmek için geliştirilmiştir. Stern ve diğerlerinin (1999) Değer-İnanç-Norm Teorisi (Value-Belief-Norm, VBN), Ajzen'in (1991) Planlanmış Davranış Teorisi (Theory of Planned Behavior, TPB) ve Dunlap ve Van Liere'nin (1978) Yeni Ekolojik Paradigma (New Ecological Paradigm, NEP) teorileri çevreci davranışı anlayamaya yönelik gerçekleştirilen uluslararası kabul gören teorilerdir. Çevreci davranışın daha iyi anlaşılabilmesi için bu teorilerin açıklanmasında fayda vardır.

#### 2.1.1.1. Değer-İnanç-Norm Teorisi

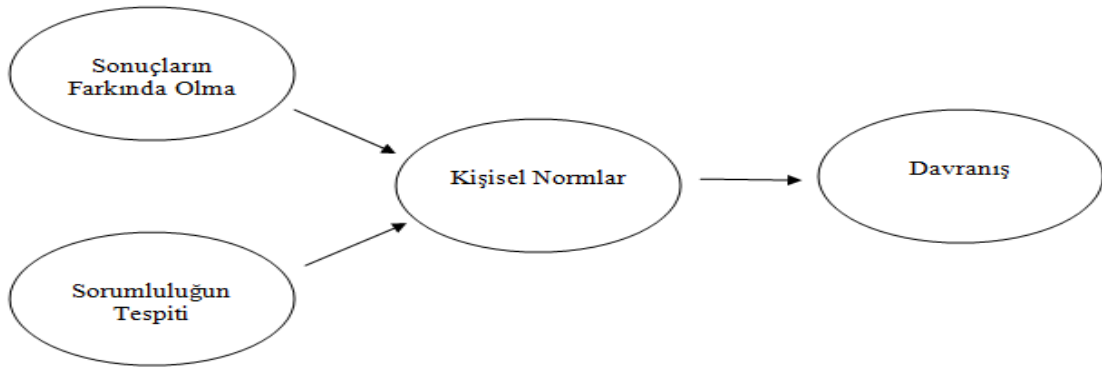
Değer-İnanç-Norm Teorisi, Schwartz'ın (1977) Norm-Aktivasyon Kuramı (Norm-Activation Model, NAM) ve Dunlap ve Liere'nin Yeni Ekolojik Paradigma (NEP) modeli arasında bağlantı kurarak bireylerin çevre dostu davranışlarını değerlendirmek üzere Stern (1999:85) tarafından geliştirilmiştir.

VBN'yi açıklamadan önce Schwartz'ın (1977) NAM kuramını açıklamak gereklidir. NAM başkalarını düşünen/özgecil (altruistic) ya da fedakârlık olarak açıklayabileceğimiz davranışlar bağlamında geliştirilen bir kuramdır (Schwartz, 1977:222). Schwartz özgecil/fedakâr davranışın, sosyal ve maddi destek yönünü dikkate almadan sadece içsel değerlerin bir göstergesi olarak başkalarına yarar sağlama niyeti ve amaçları çerçevesinde gerçekleştirilen davranışları ifade ettiğini belirtmiştir. Genel çerçevede özgecil/fedakâr davranış; 'yardımcı olma', 'paylaşma', günümüzde özellikle giderek artan bir popülerite de kullanılan 'sosyal davranış' şeklinde kullanılmaktadır. Bu duyguya sahip bireyler doğal çevrede gerçekleştirmiş oldukları davranışların diğer insanlara, diğer türlere ve biyosfere yönelik tehditler oluşturduğunun farkına varan ve buna yönelik önemler almayı ahlaki sorumluluk sayan kişilerdir (Stern, 1999:85). Kişisel normlar bu modelin ana kaynağını oluşturmaktadır. Bu normlar niyet olarak değil, 'ahlaki yükümlülük duygularının' aktif bir şekilde deneyimlenmesi şeklinde gerçekleşmektedir (Onwenze, 2013:142). Norm-Aktivasyon Kuramı'nda, kişisel normlar bireyin çevreye yönelik gerçekleştireceği herhangi bir olaydaki karar verme aşamasında ve bireyin davranışa dönük algı ve anlayışlarını geliştiren temel bir bileşendir (Zhang, 2013:1121). Bireyin ihtiyacının

algılanması, değerler ve de normların bireyin içselleştirilmiş yapısını harekete geçirdiğindeki ortaya çıkan ahlaki yükümlülük duygularının, bireyin buna uygun davranışlar sergilemesini sağlayacağı düşünülmektedir. Bu kuram üç temel önermeden oluşmaktadır. Bunlar (Schwartz, 1977:227);

- Özgecil/Fedakâr davranış bireyin çeşitli yardım eylemlerini gerçekleştirme eğilimini harekete geçiren kişisel moral yoğunluğundan etkilenir,
- Belirli durumlarda, bireyin norm ve değerlerinin bilişsel yapısının harekete geçirilmesiyle ahlaki yükümlülükler ortaya çıkar,
- Bu ahlaki yükümlülüklerde olaylara karşı davranışları gerçekleştirme veya bunlardan kaçınma gibi çeşitli savunma ve doğrudan eylemleri gerçekleştirme çabasını ortaya çıkarır.

Şekil 2. 1. Norm-Aktivasyon Kuramı



*Kaynak: Schwartz, 1977*

Norm-Aktivasyon Kuramının anlaşılması Stern'nin teorisinin biraz daha iyi anlaşılmasını sağlayacaktır. Stern'in Değer-İnanç-Norm Teorisi bireylerin çevreye karşı olumlu yansımaları olan davranışları ve bunun öncesindeki niyetlerini açıklamaktadır. Bunun yanına yukarıda belirtilen yazarların modellerindeki değer ve yeni ekolojik paradigmalar çerçevesinde çevrecilikle ilgili daha birçok temel prensipleri içerisinde barındıran ve davranışsal açıdan konuyu bu modellerden daha iyi açıkladığı varsayılan bir modeldir (Stern, 2000:418).

Çevreye yönelik tüm davranışlar aslında inanç ve değerler bakımından çeşitli ortak unsurları içerisinde bulundurmaktadır. İnsan davranışları biyofiziksel çevreyi olumsuz yönde etkileme potansiyeline sahiptir ve biyofiziksel ortamlardaki birtakım değişiklikler de insanın önemseydiği şeylere zarar verebilir. Bu yüzden Stern çalışmasında, bu tahribatın önlenmesi için bireylerin en azından bazı olumsuz eylemlerinden kaçınması gerektiğini vurgulamıştır (Stern vd., 1999:82).

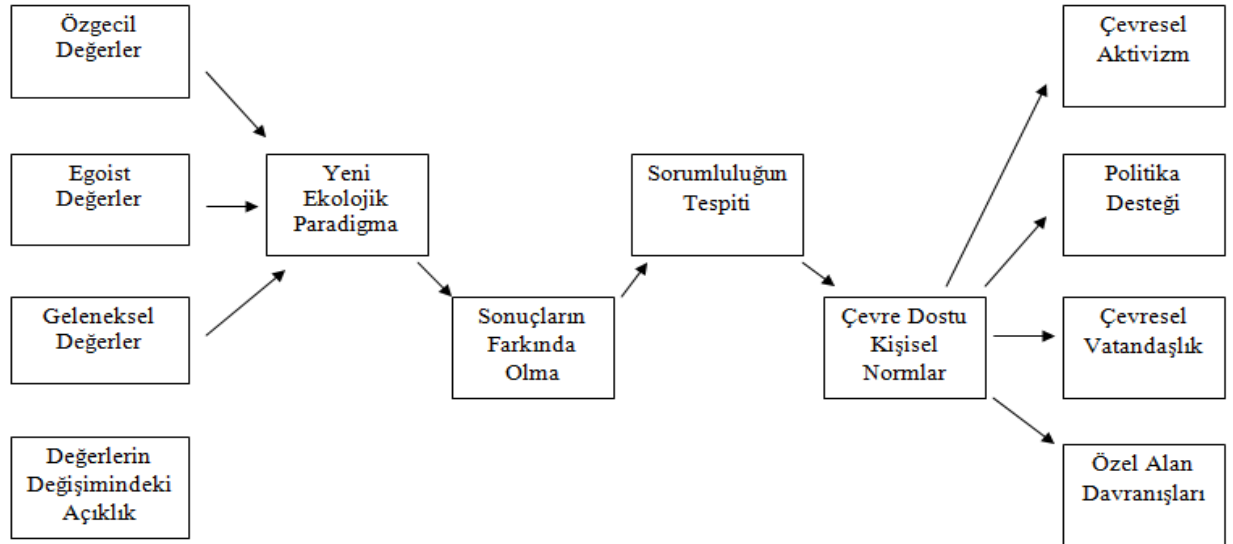
Stern'e göre çevresel davranışları etkileyen dört çeşit nedensel değişken bulunmaktadır. Bunlar; tutumsal faktörler (normlar, inançlar ve değerler dahil), bağlamsal güçler, kişisel yetenekler ve her bireyin alışkanlıkları ve rutinleridir (Stern, 2000:416-418);

- Tutumsal faktörler: değer, bireylerin yaşamları boyunca onlara yön verecek prensiplere göre, önem sırası değişiklik gösterebilecek gereksinim duyulan ve arzulanan amaçlar olarak ifade edilmiştir. Schwartz'ın (1994: 25) değer teorisine göre dört değer boyutu bulunmaktadır. Bunlar; çevre ve biyosferin önemini vurgulayarak, bu paydaşların faydasını ön planda tutan özgecil/fedakâr (altruistic) değerleri içeren öz-aşkınlık (self-transcendence), insanların bireysel çıkarlarını ön planda tutan ve egoistik değerler taşıyan kendini geliştirme (self-enhancement), yeniliğe açıklık ve muhafazakârlıktır. Tutumsal faktörlerden biri de inançtır. İnanç, insan ve doğa arasındaki bağlantıyı ortaya koyan ve genel inançlarla ifade edilen ekolojik dünya görüşüdür. Ekolojik dünya görüşü çevreci normlarla açıklanmak istenenin fazlasını bizlere sunmaktadır (Dunlap vd.,2000:427-428).
- Bağlamsal/Dışsal faktörler; toplum beklentileri; reklam; hükümet düzenlemeleri; yasal düzenlemeler; teşvikler; maliyetler; eylemlerin fiziksel zorluğu; bina tasarımı, güneş enerjisi kullanımı gibi teknoloji ve çevreci yapı destekli kaynaklar; geri dönüşüm gibi kamu politikalarının kullanılabilirliği; sosyal, ekonomik ve politik şartların çeşitli özellikleri (örneğin; petrolün fiyatı, hükümetin kamuya ve duyarlı grup baskılarına duyarlılığı, finansal piyasalardaki faiz oranları) olarak ifade edilmektedir. Bağlamsal/dışsal faktörler farklı tutum ve inançlara sahip bireyler için farklı anlamlar barındırmaktadır. Örneğin, “organik” ürünlerin yüksek fiyatlı olması, bazı

insanlar için satın almada ekonomik bir engel olabilirken, bazıları için ise nitelikli ürünün bir göstergesidir.

- Kişisel yetenekler; bireyin bir eylemi gerçekleştirebilmesi için bilgi, beceri, boş zaman, okuryazarlık, para, sosyal statü, güç, yaş, eğitim, ırk, gelir vb. sosyo-demografik değişkenlere sahip olmasını ifade etmektedir. Stern ve diğerleri (1999:90) yapmış olduğu çalışmada insanların sahip olduğu bu tür yeteneklerin çevre dostu vatandaşlık kavramı üzerinde etkili olduğunu belirtmiştir.
- Alışkanlıklar ve rutinler; bireyin yaşantısı boyunca gerçekleştirdiği davranışları ifade etmektedir. Bireyin bu alışkanlıklarını günümüze göre yenilemesi ve o günün şartlarındaki sorumluluklara uygun bir şekilde değiştirmesi gerekmektedir. Çevre dostu tutum ve davranışlar sergilenebilmesi için bireyin eski alışkanlıklarını bırakması ve yenilerini yaratarak toplumda gerçekleştirmesi beklenmektedir.

Şekil 2. 2. Değer-İnanç-Norm Kuramı



Kaynak: Stern vd., 1999

Değer-İnanç-Norm kuramı, bireylerin sahip oldukları bu tür özellik ve değerler kaynaklı var olan inanç ve tutumlarının doğa ile ilgili bir etkileşim söz konusu olduğunda, çevrenin yararına birtakım davranışlara dönüşmektedir. Bu durum aynı zamanda yaygın bir

ekolojik dünya görüşünün de oluşmasını sağlayacaktır. Yapılan araştırmalar, davranış türlerine bağlı olarak farklı nedensel değişkenlerin önemli olduğunu ortaya çıkarmıştır (Stern vd., 2000, Stern, 2000, Groot ve Steg, 2009, Steg ve Groot, 2010 ve Landon vd., 2017). Mesela, bina tasarımlarının çevreci olabilmesi için parasal faktörler önemliyken, ayrıcalıklı bir davranışın sergilenebilmesi için bireyin kişisel yetenekleri ön plana çıkmaktadır. Tutumsal faktörler eylemi gerçekleştirmeye ilişkin yatkınlığı ortaya koyarken, kişisel beceriler ve bağlamsal/dışsal faktörler bu yatkınlıkların eyleme dönüştürülebilmesini sağlamaktadır. Eski alışkanlıklarımız ve rutinlerimiz savunulamaz hale gelerek yeni düşüncelerin ortaya çıkmasına neden olurken, çeşitli finansal teşvikler bireyin çevreci davranışı sergileme potansiyelini arttırabilmektedir. Bu açıdan Değer-İnanç-Norm kuramı, bireyin çevrenin bozulmadan gelecek kuşaklara ulaştırılabilmesi için önemli olarak gördüğü çeşitli davranışları ve bu davranışları etkileme potansiyeline sahip nedensel değişkenleri anlamamızı kolaylaştıran bir kuramdır.

### ***2.1.1.2. Planlı Davranış Teorisi***

Çevresel davranışların anlaşılabilmesine yönelik önerilen bir diğer davranış teorisi ise Planlı Davranış Teorisi (Theory of Planned Behavior, TPB)'dir. PDT insanların geniş kapsamlı davranış şekillerinin anlaşılmasında güçlü bir öngörücü olarak Icek Ajzen (1991) tarafından geliştirilmiştir. Ajzen 1975 yılında Fishbein ile geliştirmiş oldukları Gerekçeli Eylem Teorisi (Theory of Reasoned Action)'nin insan davranışlarının tahmin edilmesinde yetersiz olduğu belirterek, bu teoriye farklı bir değişken ekleyerek PDT'yi geliştirmiştir.

GET, bireyin tutum ve normatif inançlarına dayalı davranışları gerçekleştirme niyetini tahmin etmek için oluşturulmuş bir modeldir (Southey, 2011:44). GET bireyin niyet oluşturma sürecini açıklarken salt kişisel ve sosyal etkenlere odaklanmaktadır (Han vd., 2010:326). GET'in birincil işlevi doğrudan ve tüketicilerin iradesi (istemli kontrolü) altında olan davranışları açıklamaktadır (Sheppard vd., 1988:326). Ek olarak GET insanların rasyonel düşünür olduklarını ve var olan bilgi kaynaklarını kullanabilme yeteneğine sahip olduklarını varsaymaktadır.

Ancak Ajzen (1991) bazı durumlarda insan davranışlarının irade ve kontrol kavramları altında açıklanabilmesinin yetersiz olduğunu düşünerek modeline Algılanan Davranışsal Kontrol (Perceived Behavioral Control, PBC) değişkenini eklemiştir ve modeli geliştirmiştir. Algılanan davranışsal kontrol, insanların ilgili davranışları yerine getirmedeki kolaylık ve zorluk algısını ifade etmektedir. Çeşitli durumlara ve eylemlere

göre farklılıklar göstermektedir. Bu durum bireylerin davranışlarının anlaşılmasında sosyal ve kişisel etkenler dışındaki unsurlarında dikkate alınmasını sağlayarak Planlı Davranış Teorisi için önemli bir rol oynadığını göstermektedir (Han vd., 2010:326).

PDT kendi çıkarına dayalı ve rasyonel bir seçim yapma olanağına dayanmaktadır (Kaiser vd., 2005:2151). PDT merkezinde kişinin belirli bir davranışı gerçekleştirme niyeti vardır. Niyetlerin bir davranışı etkileyen motivasyon kaynaklarını tahmin ettiği varsayılır ve davranışları gerçekleştirmek için insanların ne kadar çaba sarf etmeyi planladıklarına ve ne kadar çaba göstermeye istekli olduklarına dair çeşitli göstergeleri barındırdığı düşünülmektedir (Ajzen, 1991:181). Bu açıdan herhangi bir davranışta bulunma niyetinin güçlü olması, niyetin büyük ihtimalle davranışa dönüşmesine olanak sağlayacağı düşünülmektedir. PDT, kişisel belirleyicilerin ve sosyal çevrenin yanı sıra istemli olmayan belirleyicilerin niyet üzerindeki etkisini incelememize olanak sağlamaktadır (Han, 2015:167). Han çalışmasında, PDT'nin turistlerin yeşil bir otel seçme niyetini tahmin etmede oldukça büyük katkısının olduğunu bildirmiştir.

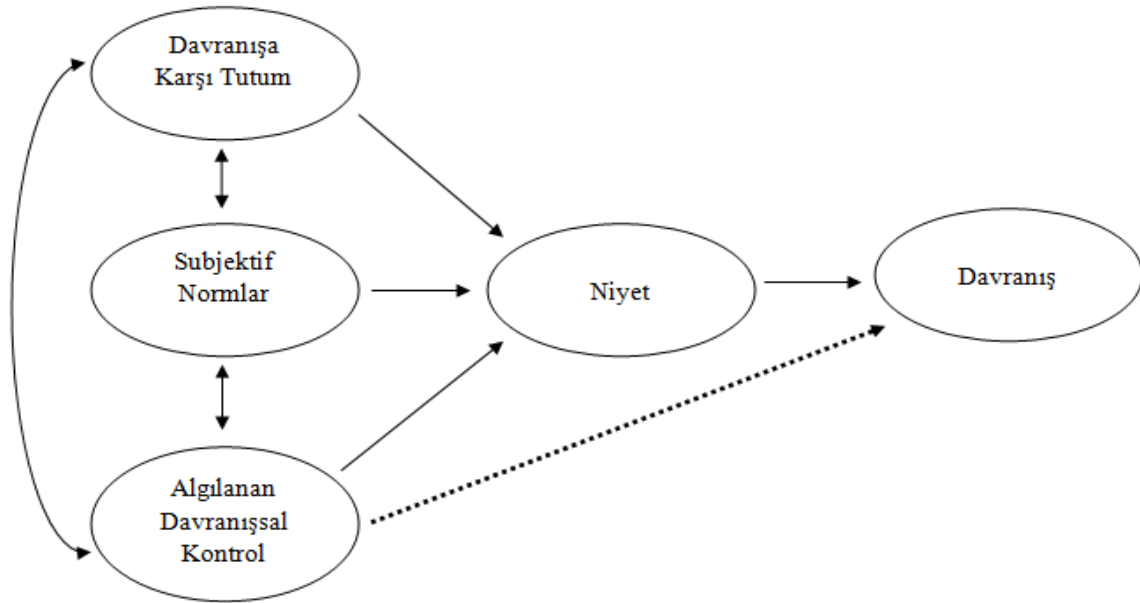
PDT göre, insan eylemleri üç tür düşünceye dayanmaktadır (Bamberg vd., 2003:176);

- Davranışın olası sonuçlarına dair inançlar (davranışsal inançlar)
- Başkalarının normatif beklentileri hakkındaki inançlar (normatif inançlar) ve
- Davranışın performansını artırabilecek veya engelleyebilecek faktörlerin varlığına dair inançlar (kontrol inançları).

Bir toplumda davranışsal inançlar davranışa karşı olumlu ya da olumsuz tutumları ortaya çıkarır, normatif inançlar algılanan sosyal baskı veya öznel norm ile sonuçlanır ve kontrol inançları da algılanan davranışsal kontrole ve davranışı gerçekleştirmenin algılanan kolaylığı veya zorluğuna sebep olmaktadır. PDT'ye göre bu üç unsur davranışın en önemli belirleyicileri konumundadır. PDT bu nedenle çevre ile ilgili niyetleri ve davranışları anlamaya destek verir (Mosquera ve Sanchez, 2012:251).



Şekil 2. 3. Planlı Davranış Teorisi (Theory of Planned Behavior),



*Kaynak: Ajzen, 1991:182*

Günümüzde, çevre sorunlarına ilişkin önleyici düzenlemeler hemen her toplumda gerçekleştirilmektedir. Özellikle hava kirliliği, su kirliliği ve su tasarrufu, sınırlı kaynakların korunması, estetik değer kaybı gibi unsurlar devletlerin politikaları aracılığıyla çözmeye çalıştığı sorunlardan bazılarıdır. İnsanların ve sivil toplum kuruluşlarının kamuoyunda çevresel kaygılara ilişkin çeşitli baskıları devletleri buna yönelik önlemler almaya zorlamaktadır. Ormanların zarar görmesi, biyoçeşitliliğin tahrip olması, küresel ısınma gibi coğrafi sınırları aşmakta olan çevresel sorunlar, araştırmacıları özellikle insanların bu tür sorunlara karşı tepkilerinin ne olacağına ilişkin çözüm arayışlarına itmiştir. Bu açıdan, Dunlap ve Van Liere 1978 yılında Yeni Çevre Paradigmasını (New Environmental Paradigma, NEP) çevresel kaygılara ilişkin önlemlerin toplum nezdinde ekolojik bir bilince/ekolojik bir dünya görüşüne dönüşüp dönüşmeyeceğini anlayabilmek için geliştirilmiştir (Dunlap vd., 2000:426).

Bazı araştırmacılar çevresel sorunlara ve soyların tehlikeye girmesinden sanayinin gelişmesini, kitle tüketiminin artmasını, küresel nüfusun yoğunluğunun yükselmesini sorumlu tutarken (Karataş, 2016:64), bazıları değer ve toplumsal inanışların (Dunlap, 2008) buna sebep olduğunu vurgulamaktadır. Bir diğer görüşe göre ise tarihsel süreç içerisindeki gelişmeler, batı dünyasında antroposentrik dünya görüşünün gelişip yaygınlaşmasına sebebiyet vermiştir (Anguita vd., 2008:160). Antroposentrik dünya

görüşüne göre; (a) insanlar üstün ve doğa üstüdür, (b) doğal kaynaklar sınırsızdır ve korumaya gerek yoktur, (c) insanlar mevcut teknoloji sayesinde doğaya uyumlu olmak yerine doğayı kendine uyarlamaktadır, (d) sosyal bilimler insanları ekolojik kısıtlamalardan muaf kabul etmektedir (Erdoğan, 2009:1023). Bu tür bir görüşün yaygınlaşması da yukarıda belirttiğimiz soruların meydana gelmesine zemin hazırlamaktadır.

### 2.1.1.3. Yeni Ekolojik Paradigma

Yeni Ekolojik Paradigma (YEP), çevresel tutum ve davranışları öngörmek ve insanların değişen dünya görüşlerini insanın egemen görünümünden ekolojik olana ve insanın doğanın bir parçası olarak ölçmek için geliştirilmiştir (Kopnina, 2011:1026). YEP, çevresel bozulmaya neden olan sonsuz ilerlemeyi, büyümeyi, bolluğu ve tutumları ön plana çıkaran Dominant Sosyal Paradigma (The Dominant Social Paradigm, DSP)'ya karşıt olarak çevresel sınırları aşmakta olan modern sanayi toplumlarının neden olduğu aşırılıkların (üretim, dağıtım, tüketim vb.) ekosistemlerin bozulmasına yol açtığını vurgulayan bir modeldir (Meijers, 2016:1). Bu açıdan YEP'de doğa, sınırlı bir şekilde dünyamızda varlığını sürdüren, kaynakları hassas bir şekilde dengelenmiş ve insanların zarar verecek davranışlarına maruz kalan bir kavram olarak yer almaktadır. Sellers ve Guffle bu iki paradigma arasındaki dünya görüşü farklılıklarını aşağıdaki şekilde belirtmiştir (Sellers ve Guffle, 2012:30);

Tablo 2. 1. YEP ve DSP Paradigmaları Arasındaki Karşıtlıklar

| Yeni Ekolojik Paradigma  | Dominant Sosyal Paradigma   |
|--|---|
| Doğanın yüksek değerlemesi   | Doğanın daha düşük değerlemesi  |
| Diğer türlere, insanlara ve gelecek nesillere merhamet                                   | Sadece yakınlarına ve sevdiklerine merhamet   |
| İnsanlara ve doğaya yönelik risklerden kaçınmak için dikkatli planlama ve harekete geçme | Zenginliği maksimize etmek için kabul edilebilir risk                                       |
| İnsanların uyum sağlaması gerektiğini kabul ederek sınırlı bir büyüme                    | Sınırlı kaynaklar, aşırı üretim ve tüketim ve nüfusun büyüklüğü yokmuş gibi sınırsız büyüme |
| İşbirliği, açıklık ve katılımcı politikalarla yeni toplumlar yaratma                     | Şuan ki toplumun yeterli gelmesi  |
| Öngörülere vurgu yapan danışma ve katılımcı siyaset planlama                             | Eski politikalara bağlılık  |

Kaynak: Sellers ve Guffle, 2012:30

### 2.1.2. Çevreci Davranışı Etkileyen Bileşenler

Çevreci davranışın oluşmasında rol oynayan çeşitli unsurlar söz konusudur. Çevreci tüketici (Neuner, 2000), çevre bilgisi (Tosunoğlu, 2003), çevresel değer (Stern, 2000), çevresel duyarlılık (Hungerford ve Volk, 1990), çevresel endişe (Mostafa, 2007 ve 2009), çevresel fedakârlık (Iwata, 2002), yer tutumu (Brownlee, 2014), kişisel normlar (Schwartz, 1968 ve 1977) ve subjektif normların (Song vd., 2012) çevreci davranışı etkileyen bileşenler olduğu görülmektedir.

#### 2.1.2.1. Çevreci Tüketici ve Özellikleri

Toplumların kontrolsüz şekildeki üretim alışkanlıkları ve istekleri var olan kaynakların sınırsızca kullanılmasına zemin hazırlarken, etrafa saçtığımız üretim ve tüketim atıklarımızda atmosferimizi, su kaynaklarımızı ve de yerleşim alanlarımızı büyük ölçekte kirletmeye ve yok etmeye başlamıştır (Atay ve Dilek, 2013:204). Günümüzde tüketiciler çevresel sorunlara yol açan bu durumlara kayıtsız kalamamakta ve bu sorunları ortadan kaldırmaya yönelik büyük sorumluluklar almaktadırlar. Tüketiciler çevreye yönelik benzer sorumlulukların işletmeler tarafından da alınmasını istemektedirler. Bu kapsamda doğal çevreyi koruyacak çeşitli girişimlerde bulunmasını beklemektedirler. Bu kapsamda her geçen gün çevreci tüketici sayıları artmaktadır. Bu tüketicilerin büyük bir kısmı da kendilerini sadece çevrenin korunmasında endişe sahibi görmekten öte, üretimden tüketime toplam sürece ilişkin etkilerle ilgilenerek kendilerini diğer tüketicilere oranla daha fazla çevreci olarak görmektedirler (Stokes, 2007:3).

Özellikle çevresel pazarlama kavramına ilişkin bilgilerin pazarlama literatürüne dahil olması ile “çevreci”, “çevreci tüketici” ve “yeşil tüketici” gibi benzer kavramlar ortaya çıkmıştır. Bu tür tüketiciler çevreye olumsuz etkileri daha az olan ürünleri satın alma noktasında samimi bir duyguya sahiptirler ve büyük olasılıkla da bu tarzda ürünleri aktif olarak aramaktadırlar (Carlson vd., 1993:28).

Tüketicilerin zaman süreci içerisindeki çevrecilik anlayışlarına bakıldığında, tüketiciler 1960’lı yıllarda “uyanma zamanı”, 1970’lerde “harekete geçme dönemi”, 1980’lerde “hesaplı olma zamanı” ve nihayet 1990’larda “pazardaki güç” konumunu elde etmişlerdir (Ay ve Ecevit, 2005:239). Son aşamaya gelirken bireylerin eğitim seviyelerinin yükselmesi, seyahat olanaklarının artması, daha fazla doğal destinasyonlar ile etkileşime geçilmesi gibi şartlar, bireylerin çevre ile etkileşimlerine artık koruma-kullanma perspektifinde bakmaya başlamalarına sebep olmuştur. Tüketicilerin çevreci profilini

kazanmaya başlamalarında, hem medyanın çevreci hassasiyeti sürekli kamuoyu önüne çıkarmasının, hem de kamunun (bu sorunlara ilişkin sorumluluk olarak) çeşitli yasal düzenlemelerle çevreye değer veren işletmelere kaynak ayırmasının etkili olduğu söylenebilir.

Ay ve Ecevit (2005:239)'in belirttiği üzere çevreci profiline dönüşmeye başlayan tüketici kitlesinin artması ve pazarda değerinin yükselmesi çevreci davranışı olumlu yönde etkilemiştir. Çevre konusunda hassas davranan bu öncü tüketici grubunun çok tüketme yerine kaliteli ve çevre dostu ürün satın alma, çevre dostu ambalajlı ürünleri tercih etme, tüketim eylemlerinde uzun dönemli planlar yapma, daha düşük risk içeren ürünlere yönelme gibi sosyal, çevreye duyarlı ve ahlaki davranışlar içine girmeye başlamışlardır (Torlak, 2003:267).

Davranışlarında çevreyi ön planda tutan çevreci tüketiciler aynı zamanda satın alma girişimlerinde de çevreyi olumlu yönde etkileyebilecek potansiyele sahip tüketicilerdir (Karaca, 2013:100). Bu noktada bu duyarlı tüketiciler, geçmişteki tüketim ve satın alma alışkanlıklarının dışında daha duyarlı ve bilinçli bir şekilde hareket etmeye başlamışlardır (Neuner, 2000:153). Günümüz çevre duyarlılığı yüksek tüketicileri sorumluluk sahibi işletmelerden, çevre sorunlarına yol açmayacak ürünlerini satın almaktadırlar. Hatta Coddington (1993) çevreci tüketicilerin bununda ötesine geçerek, kıt kaynakların üretim sürecinin ayrıntıları, uygun hammadde kullanımı ve ürünlerin kullanımı ve atık haline geldikleri dönemdeki çevreye olan etkileri ile de ilgilenmeye başladıklarını ifade etmiştir (Coddington, 1993'den aktaran; Iyer, 1994:128). Tüketiciler, günlük kullanımlarındaki herhangi bir ürünün çevresel sorunlara yol açan bazı durumları çözebildiğine inanırlarsa, o takdirde çevre dostu ürünleri satın almaya ve çevreye duyarlı uygulamalara katılmaya daha istekli olmaktadır (Uydacı, 2002:95).

Lorache ve arkadaşları (2001:504) çevreci potansiyeli yüksek tüketicilerin belirlenme çalışmalarının 1970'lerden daha eskiye kadar gittiğini vurgulamışlar. Çalışmaya göre Berkowitz ve Lutterman (1968) ile Anderson ve Cunningham (1972) bu çalışmaların öncüleri rolündedir. Lorache ve arkadaşları özellikle bu dönemde yapılan çevreci tüketici profilinin belirlenmesinde kullanılan çalışmalarda, kadınların, orta yaş altı ve eğitilmiş bireylerin, sosyo-ekonomik durumları genel toplum ortalamalarının üzerinde olanların sosyal bilince sahip dolayısıyla da çevreci tüketim alışkanlıklarında daha belirgin olduğunu açıklamışlardır.

Çevreci tüketicilerin davranışlarının anlaşılmasına yönelik kullanılan parametreler; yaş, cinsiyet, eğitim, sosyal sınıf gibi sosyo-demografik özellikler ve kontrol isteği, yabancılaşma, muhafazakarlık, dogmatizm gibi kişilik ölçütlerinden oluşmaktadır (D'Souza ve Taghian, 2005:53). D'Souza ve Taghian ayrıca, demografik özelliklerin çevreci tüketici profilini açıklamakta zayıf kaldığını, kişilik ölçütlerinin de karmaşık yapılara sahip olunması nedeniyle davranışsal niyetlerin küçük bir kısmının açıklanabildiğini belirtmektedir.

Çevreci tüketicinin belirlenmesine yönelik benzer birçok çalışma mevcuttur. Ottman (1993) tipik çevreci tüketici profilinin eğitilmiş, yüksek geliri olan, çoğunlukla liberal kökene sahip 30-49 yaş aralığında ve yetişkin çocukları olan bireyleri ifade ettiğini bildirmiştir (Iyer, 1994:128). Ottman (1993) çocuklu ailelerin özellikle ebeveyn olarak evlatlarının geleceklerini garanti altına alınması ve gelecekte çevresel sorunlarla ve buna bağlı olarak gerçekleşecek sorunlarla karşılaşmamaları için bu tür eğilimlerinin olduğundan bahsetmiştir.

Roberts (1996:224-226) Amerika'da gerçekleştirdiği araştırmada tüketicilerin demografik değişkenleri ile çevreci tüketim davranışı arasında anlamlı bir ilişki tespit edememiştir. Ancak aynı çalışmada bireylerin tutum değişkenlerinin ve inançların bileşen olarak konuya dâhil edilmesiyle daha yüksek değerlere sahip olunabileceği sonucuna varılmıştır. Peattie (2001:188) benzer çalışmaların Avrupa ülkelerinde de gerçekleştirildiğini ve benzer şekilde demografik değişkenlerle tüketicilerin çevreci davranışları arasında ilişkinin var olduğundan ancak buna ilişkin bulguların yetersiz kaldığından bahsetmiştir.

Bireylerin eğitim seviyeleri, çevresel sorunlar ve bunların çözümüne ilişkin davranışlarda kullanılan bir diğer demografik özelliktir. Genel kanı eğitim seviyesi ile çevreye yönelik etkileşimlerin pozitif yönlü bir ilişki içerisinde olmasıdır. Buna yönelik gerçekleştirilen çalışmalarda, örneğin Van Liere ve Dunlap (1981:667) ve Roberts (1996:224)'ın çalışmalarında tüketicilerin eğitim durumları ile çevreci davranışları arasında pozitif yönlü anlamlı farklılıklar tespit edilmişken, Samdahl ve Robertson (1989:71)'in çalışmasında eğitim değişkeni ile çevreci tüketici davranışı arasında anlamlı bir ilişki bulunamamıştır. Benzer farklılıklar tüketicilerin yaş, gelir ve cinsiyet demografik değişkenleri için de geçerlidir. Roberts (1996:224) yaş, gelir ve cinsiyet değişkenlerinin tüketicilerin çevreci davranışları ve sonucunda da çevreci tüketici profilinin

geliştirilmesinde önemli bir değişken olduğunu vurgulamışlardır. Araştırmacı özellikle cinsiyet değişkeninde kadın tüketicilerin erkek tüketicilere oranla daha fazla çevre endişesi taşıdıklarını ve bu durumun kadın profilinde çevreci tüketici sayılarının artışı gösterdiğini ifade etmiştir. Samdahl ve Robertson (1996:74-75) da çalışmalarında yaş değişkeninin tüketicilerin çevreci davranışlarını (0,281) olumlu yönde etkilediğini ancak bireylerin gelir seviyelerinin çevre dostu davranışları olumsuz yönde etkilediğini ifade etmişlerdir. Görüldüğü üzere D'Souza ve Taghian (2005)'in de belirttiği gibi, demografik özelliklerin çevreci tüketici profilini açıklamakta zayıf kaldığı, bu durumu açıklamada sosyo-demografik ölçütlerin güçlü bir belirleyici olmadığı ve demografik değişkenlerle kurulan modellere ilişkin sonuçların bir başka çalışma ile tekrar çeliştiği görülmektedir.

Çevrenin zarar görmesini engellemeye yönelik oluşturulan mal ve hizmetlerin hemen her kesime hitap etmesi söz konusu değildir. Ancak özellikle çevreci tüketici profiline giren tüketicilerin çevreyi korumaya yönelik davranışları, bu tarzda ürünleri satın alma eğilimleri ve süreklilikleri mevcuttur. Amerikada'ki Roper Organizasyonu çevreci tüketicilerin seviyelerine ilişkin bir anket ve rapor hazırlamıştır. Bu rapora göre çevreci tüketici profili beş segmente ayrılmıştır. Bu bölümlendirmeye ilişkin bilgiler aşağıda yer almaktadır (Suplico, 2009:73);

- Gerçek Mavi Yeşiller (True Blue Greens): bu grupta yer alan tüketiciler kendilerini ilk çevre savunucusu olarak görmektedirler. Çevre onlar için eğlenilecek veya zaman geçirilecek bir faaliyet alanı değil, bir yaşam biçimidir. İyi eğitim almışlardır ve gelirleri genel tüketici profiline göre daha yüksektir. Çevre bilinçleri yüksektir ve bu yönleriyle başlarını da çevrenin korunması noktasında etkileyebilmektedirler. Çevresel sorunlara kuşkulu yaklaşan işletmelere ve bunların ürünlerini kullanmaktan (diğer tüketicilere göre üç kat fazla) kaçınırlar. Çevreyi önemseyen ürünlerin alımında ürün fiyatından daha fazla (%7) ödeme yapmaya hazırdırlar. Çevresel tahribatın önlenmesinde ve çevrenin gelecek kuşaklara taşınmasında bir farklılık ortaya koyabileceklerine inanmaktadırlar. Bu grubun kadın profili yüksektir.
- Yeşil Kökenli Yeşiller (GreenbackGreens): çevresel sorunlarda daha az aktif pozisyondadırlar ve bu tür organizasyonlarda zaman geçirmekten ziyade para desteğinde bulunmaktadırlar. Çevreci ürünlere yönelik en çok harcama (%20

daha fazla) yapabilecek kişilerden oluşmaktadır. En iyi eğitim almış ve en genç olanlardır.

- Yeşerenler (Sprouts): çevrenin korunmasında kendilerinin de paylarının olabileceğini düşünmezler ve bu durumun yasalarla korunabileceğine inanmaktadırlar. Çevrenin ön planda olduğu organizasyonlara katılırlar ancak çevreci ürünlere yönelik çok az bir bütçe (%4) ayırırlar. İyi eğitilmiş ve orta düzeyde gelirleri olan bireylerden oluşmaktadır.
- Şikayetçiler (Grousers): çevre için hiçbir faaliyette bulunmamakla birlikte, diğer tüketici gruplarının da üstüne düşen görevleri yapmadıklarına inanırlar. Bugruptakiler yeşil ürünlerin pahalı ve işe yaramaz olduklarını belirtirler. Onlara göre işletmeler bu sorunu kendileri çözmelidir. Eğitim ve gelir seviyesi ortanın altında yer alan umursamayanlar çevre hakkında yeterince bilgilendirilmemiştir. Onlara göre bu sorunlar başkalarına aittir ve başkalarınca çözümlenmelidir.
- Koyu Kahverengiler (Basic Browns): bu gruptakiler hiçbir şekilde çevre ile ilgilenmezler. Onlara göre çevre sorunu diye bir şey yoktur. Çevre hakkında bireylerin hiçbir şey yapamayacağını düşünen insanlardır. En az eğitilmiş, en az gelir seviyesine sahip ve en kalabalık tüketici grubunu oluşturmaktadırlar.

#### **2.1.2.2. Çevre Hakkında Bilgi**

Günümüzde yaşanan çevresel sorunlar, toplumların doğal çevreyi ve doğal çevre içerisinde bulunan kaynakları aşırı derece kullanmaları ve bu sınırlı kaynakları yanlış şekilde değerlendirmeleri sonucu oluşmaktadır. Bu olumsuz durumlar doğanın temel taşlarından su kaynaklarını, oksijen alanlarını ve toprak kaynaklarımızı olumsuz yönde etkilemektedir. Toplumlar bu bozulmalarının önüne geçebilmek ve doğal çevrenin korunup gelecek kuşaklara aktarabilmesi için çevre konusunda hassas, bilinçli ve bilgili bireyleri yetiştirmek zorundadırlar. Bu sorun ancak, bu bilgiye ve duyarlılığa sahip bireylerin sorumlu ve çevreci davranışları sayesinde çözüme kavuşturulabilir.

Bireylerin çevresel sorunlar hakkındaki ve bunların çözümüne ilişkin sahip oldukları bilgi kaynakları sürdürülebilir bir çevreci tüketim davranışı için etkilidir. Araştırmalarda bilginin; (1) harekete geçmede soyut bilgi olarak tanımlanan çevrenin genel

durumu ve atıklarla ilgili farkındalığı ortaya çıkaran çevresel bilgi ve (2) tüketim atıklarının ne şekilde geri dönüştürülerek yararlı olunabileceğinin anlaşıldığı, harekete geçiren somut bilgi olarak tanımlanan davranışsal bilgi olarak ikiye ayrıldığı görülmektedir (Barr, 2007:439). Barr'a göre her iki bilgi kaynağında (ister çevresel bilgi, isterse de davranışsal bilgi) çevrenin korunması noktasında çok önemlidir. Dahası davranışsal bilgiye sahip bireyler algı ve tutumlarını bu sayede doğrudan harekete dönüştürebilmektedirler. Örneklendirmek gerekirse, çevrenin korunması için geri dönüşümün gerekliliği soyut bir bilgi iken, ürettiğimiz atıkları türüne göre birbirinden ayırarak geri dönüşüm merkezlerine teslim etmek somut bilgidir.

Çevrenin korunmasında bir yöntem olarak kullanılan geri dönüşüme katılan bireylerin hem devamlılıklarının olup olmadığının anlaşılması hem de bireylerin bu tür davranışlarının çevrenin korunmasına yardımcı olacak diğer uygulamalara etkisinin ölçülmeye çalışıldığı bir çalışma gerçekleştirilmiştir (Daneshvary vd.,1998). Çalışmada tekstil ile ilgili geri dönüşüm yöntemlerine katılan tüketicilerin daha önceden günlük kullanımlarındaki geri dönüşüm uygulamalarına da katıldıkları gözlemlenmiştir. Bu durum herhangi bir geri dönüşüm uygulamasına katılanların, çevrenin korunması için diğer eylem türlerine de katılım gösterme olasılıklarının yüksek olduğunu ortaya çıkarmıştır. Özellikle bir alandaki davranışsal deneyim ile bir diğer eylem modeli arasında güçlü bir bağlantı olduğu bulunmuştur.

Çevre ile ilgili bilgi kaynaklarının artması ve tüketicilerinde bu konuya ilişkin hassasiyetleri uygulanacak politikalarında buna uygun dengelere sahip olmasını ve devletlerin de çevre bilgisini yapılacak politikalara rehber olarak kullanmasını sağlamıştır (Brodnic ve Mayer, 2000:3). Araştırmacılar Gündem 21 çalışmasına atıfta bulunarak, yerel halkın değerlerinin ve çevre bilgilerinin çevresel olarak sağlam ve sürdürülebilir kalkınmayı teşvik etmede kullanılabileceğini ifade etmişlerdir.

Çevre hakkında bilgi, bireylerin çevresel farkındalıklarına yönelik öğrenilmesi ve sahip olunması gereken ön şarttır. Bireylerin çevreye yönelik rasyonel eylemleri bireyin sahip olduğu bilginin çevrilmesidir. Bu bilgi bireylerin inanç ve hisleri ile birleşerek çevreye karşı olumlu tutum ve davranışlar yaratmasına yardımcı olacaktır. Çevre bilgisi hangi bileşimin çevreye karşı sorumlu ve doğru eylemleri motive edeceğini bilinçlendirmektedir (Harun vd., 2011:83).



Çevre bilgisi, toplumda hem sosyal gruplar hem de bireylere çevre ile ilgili kazanımlar edinmesinde yardımcı olmaktadır. Erten (2005:91) çalışmasında, çevre bilgisini; çevreye ait sorunlar, bu sorunlara aranan çözüm yolları, ekolojik alandaki gelişmeler ve doğa hakkındaki tüm bilgi kaynakları olarak ifade etmiştir. Gambro ve Switzky (1994:13) çevresel bilgiyi toplumun ekosistem üzerindeki etkisini anlama ve değerlendirme yeteniği olarak tanımlamaktadır. Dahası araştırmacı çevre hakkındaki bu bilgi kaynaklarının çevresel problemlerin anlaşılmasına yardımcı olmasının yanında, mevcut çevresel bilgi düzeylerini belirlemek için bireysel ve aynı zamanda toplu olarak köken araştırmasına gidilerek, sonuçların kavranmasının daha doğru olacağını ifade etmiştir. Bireylerin ve toplumların çevre konusunda geçmişten günümüze tecrübe kazanmaları onların bilgi türlerini çeşitlendirmelerine ve benzer veya farklı çevresel sorunlara karşı farklı çözüm yolları keşfetmelerine olanak sağlayabilmektedir.

#### Çevre Hakkındaki Bilginin Örnekleri

- Akha'lılar güney Çin, doğu Myanmar, Laos, Kuzey Vietnam ve Kuzey Tayland'a yayılmış bir grup dağ halkıdır. Bu halk "zang" denilen geleneksel bir yasa tarafından yönetilmektedirler. Bu yasanın kural ve yönetmeliklerine göre, ormanlar konusunda yerel halkı bilgilendiren ve bu bilgiler sayesinde yörenin zengin flora ve faunasını korumaya yönelik uygulamalar mevcuttur. Akha halkı yaşamış oldukları çevrenin korunması, ormanlık alandan sağlanan gıda ve tıbbi malzemelere erişimlerinin zarar görmemesi için köylerinin etrafında orman kuşakları oluşturmaya özen göstermişlerdir.
- Marovo halkı Güney Pasifik'in Salomon Adaları'nın yedi vilayetinin birinde ada halkı olarak varlıklarını sürdürmektedirler. Halk balıkçıdır ve temel geçim kaynakları deniz ürünlerinin sürdürülebilir bir şekilde kullanılmasına dayanmaktadır. Bu amaçla deniz ürünü türlerinin sürekli kullanımlar neticesinde zarar görmemesi için yaklaşık 60 farklı balıkçılık yöntemi geliştirmişlerdir. Bu sayede halk dönem dönem avlanma ve yöntemlerinde çeşitli değişikliklere giderek çevrenin korunmasına katkı sağlamaktadırlar.

*Kaynak: Brodnig ve Mayer, 2000: 4*

Görüldüğü üzere toplumların hem kendi hem de çevre yararına olabilecek bilgilere sahip olmaları çevrenin korunup gelecek kuşaklara aktarılmasına ve insanların yaşamlarını devam ettirebilmelerine olanak sağlamaktadır. Geçmişte yaşanmış ve gelecekte yaşanacak olan tecrübeler toplumların çevrenin tahribatının önlenmesine, çevresel sorunların azaltılmasına ve bu sorunların çözümüne ilişkin bilgi kaynakları oluşturmaktadır. Toplumlar bu bilgi kaynaklarını eyleme dönüştürerek ekosistemin dönüşümüne ve varlığını sürdürmesine yardımcı olurlar.

Literatürde çevre bilgisine ilişkin çeşitli çalışmalar mevcuttur. Tosunoğlu (2003) çevre bilgisinin bireylerin sorumlu çevre davranışlarını, Makki ve diğerleri (2003) çevre bilgisi ile tutum ve davranışlar arasındaki ilişkiyi, Mostafa (2007) çevre bilgisinin tüketicilerin çevreci ürün satın alımlarına etkisini, Harun ve diğerleri (2011) çevre bilgisi ve tutumlar arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Bu çalışmalara ve sonuçlarına kısaca değinmek konunun daha kolay anlaşılabilmesi için önemlidir.

Tosunoğlu 1993 yılında hazırladığı doktora tezinde, çevresel bilgi, cinsiyet ve ebeveyn eğitimi düzeyi değişkenleri ile çevresel etkiler ve sorumlu çevre davranışı arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Çalışmada çevresel bilgi, tutum ve davranış ölçekleri geliştirilen anketler Ankara'daki 639 üniversite öğrencisine uygulanmıştır. Çalışmanın sonuçlarına göre çevre hakkındaki bilgi sahibi olmanın çevresel davranışın önemli bir belirleyicisi olduğu ve çevre bilgisinin doğrudan ilişkiyi sağladığı belirtilmiştir.

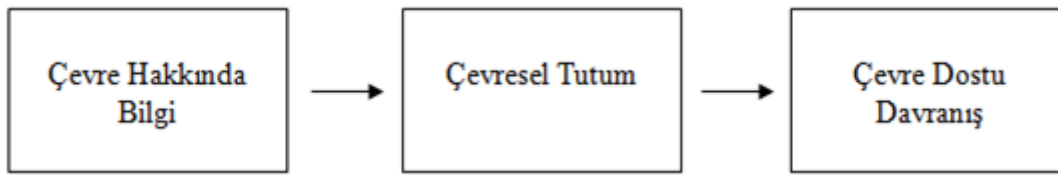
Makki ve arkadaşları tarafından (2003) Lübnan'daki ortaokul öğrencilerinin çevre bilgileri, çevresel tutumları ve çevre davranışları arasındaki bağın bulunabilmesi için bir araştırma gerçekleştirilmiştir. 660 adet onuncu ve onbirinci sınıf öğrenci ile gerçekleştirilen çalışmada, öğrencilerin müfredattaki çevresel kavramlarla ilgili bilginin yetersizliğinden bahsettikleri görülmüş ve çevre hakkındaki bilginin bireylerin tutum ve davranışlarını etkilediği ancak dolaylı bir etkiye sahip olduğu sonucuna varılmıştır.

Mostafa (2007) Mısır'daki 1093 üniversite öğrencisine ulaşarak, katılımcıların cinsiyet farklılıklarına göre çevre bilgilerinin, çevresel endişelerinin ve çevreye karşı tutumlarının, onların çevreci satın alımlarına etkisinin olup olmadığını araştırmıştır. Yaş ortalamaları 22.7 olan öğrencilerin %52'si kadınlardan oluşmaktadır. Çalışmanın sonuçlarına göre, erkek öğrencilerin çevresel bilgilerinin daha fazla olduğu ve çevresel bilgi ve endişelerin her iki katılımcı türünde de bireylerin çevreci satın almalarına ilişkin kaynak oluşturduğunu göstermektedir.

Harun ve arkadaşları (2011) Malezya'daki öğrenciler arasında çevre okuryazarlığı ve çevre sorunlarına yönelik tutum konusundaki bilgi düzeyini tespit etmeye çalışmışlardır. Malezya'da öğrencilere ilişkin gerçekleştirilen bu çalışmada 1106 katılımcıdan yanıt almışlardır. Sonuçlara göre, katılımcıların anket yer alan iki soru dışında verdikleri yanıtlarla yüksek düzeyde çevre bilgisine sahiptirler. Öğrenciler arasındaki çevre hakkındaki bilgi seviyesi çevreye karşı olan tutumları ve duyarlılıkları son derece olumlu yönde etkilemektedir.

Çevre yanlısı davranışın en eski ve en basit modellerinde, çevresel farkındalığın ve de çevre hakkındaki endişelerimizin sonucunda ortaya çıkan çevresel bilginin, bireylerin çevresel davranışlara yönlendirmede etken olduğu varsayılmıştır (Koolmuss ve Agyeman, 2002:241). Aşağıdaki şekilde çevre bilgisinin bireylerin çevreci tutumlarını harekete geçirerek çevre dostu davranışlara yönelmelerini sapladığı varsayılan model yer almaktadır.

Şekil 2. 4. Çevre Dostu Davranış Erken Modeli



*Kaynak: Koolmuss ve Ahyeman, 2002:241*

### 2.1.2.3. Çevresel Değer

Çevrenin yararına olabilecek uygulamalara katılım veya bunlara ilişkin alınan kararlar, bireyleri birbirinden farklı şekilde etkileyebilmektedir. Mesala, devlet ve hükümetlerin çevresel sorunlara ilişkin geliştirdikleri çevre politikaları, bazı insanların çevreye bakış açılarını, çevreye olan erişimlerini ve de ekonomik anlamda geçim kaynaklarını doğrudan etkileyebilir. Ayrıca bu tür değişiklikler, insanların temel yaşam biçimlerini değiştirme potansiyelinin yanında, önceden “iyi bir yaşamın” olmazları arasında gördükleri ilişkileri ve önceden yapmış oldukları faaliyetlerinin sürdürülemez olduklarını fark etmelerine olanak sağlamaktadır (Tadaki vd., 2017:2).

Rokeach (1973) değeri; bir bireyin tercih ettiği belirli bir eylemi ya da son durumu gerçekleştirmeyi kolaylaştıran istikrarlı bir inanç olarak tanımlamaktadır (Rokeach, 1973’den aktaran; Shin vd. 2017:114). Bir kişinin değerleri, olayları değerlendirmek ve davranışları seçmek, algılanan önem düzeyine göre bu olayları ve davranışları sıralamak için kullanılır. Yazar ayrıca, insanların değer yargılarının, akademisyenler tarafından tutum ve davranışları etkileyen ve geliştiren en soyut yapılar olarak değerlendirdiklerini belirtmiştir. Geniş yaşam hedefleri olarak değerler, bireylerin öz-kavramının ve kimliğinin özünde yer alır ve bireylerin kim olduklarını tanımlayarak dünyayla nasıl etkileştiklerini belirlemektedirler (Ballantyne vd., 2017:191). Değerler, çevresel ürünlerin de kullanımı dâhil olmak üzere günlük yaşam davranışlarını etkileyecek birçok faktörden biri olmasının

yanı sıra bireylerin yaşamları boyunca alacakları büyük kararlarında etkiler ve bunlarla ilgilidir (Bardi ve Schwartz, 2003:6). Halkos ve Matsiori (2017:67) insanların çevresel davranışlarının deniz biyoçeşitliliğinin korunmasında etkisinin olup olmadığını araştırdıkları çalışmada, bireylerin sahip oldukları veya olmadıkları değerlerinin (beslenme alışkanlıkları, ilaç kullanımı, üretime bakışları, eğlence, ekolojik ve varoluş değerleri) çevrenin korunmasında ve özellikle deniz biyoçeşitliliğine etkisinin son derece yüksek olduğunu belirtmiştir.

Değer ve değerler kavramlarına ilişkin bilgiler, araştırmacıların ve de uygulayıcı rolündeki grupların çevre ve insan ilişkilerini anlamasına, ölçmesine ve bu ilişkileri kategorileştirmelerine yardımcı olmaktadır. Çevresel değerler üzerine gerçekleştirilmiş çalışmalar daha çok çevreye yönelik alınabilecek karar verme süreçlerine bilgi kaynağı oluşturma potansiyeline sahiptir (Ives ve Kendall, 2014:8). Ives ve Kendall değerlerin çevrenin korunmasında temel parçalardan bir olduğunu ve bireylerin ve onların kişisel önceliklerinin anlaşılmasında kolaylık sağlayacağını ifade etmiştir.

Schwartz'ın teorik çerçevesine göre çevresel değer herhangi bir kültürde iki boyutta sıralanmaktadır (Corraliza ve Berenguer, 2000:833); birinci boyut kendi geliştirme (kişisel çıkar-self-interest) ile başlayıp kendini aşkınlık olarak ifade edilen fedakârlık (altrusim) boyutudur. Diğer boyut ise bireylerin muhafazakâr değerleri ile değişime yönelik açıklık tutumlarının karşılaştırılmasıdır.

Çoğunlukla çevresel değerler, alanın peyzaj özellikler ve oluşumları gibi çevre biyofiziksel özellikleri ve soyu tükenmekte olan türler, biyoçeşitlilik alanları, süreçler ve özellikler olarak kavramsallaştırılmaktadır (Gratani vd., 2016:2). Gratani ve arkadaşları bu kavramsallaştırmanın çevrenin korunmasına yönelik gerçekleştirilmiş yazının çoğuna nüfus ettiğini belirtmiştir.

Reser ve Bentrupperbaümer (2005:141) ise çalışmalarında, çevresel değerlerin çevrenin biyofiziksel özellikleri olarak kavramsallaştırılmasının üstesinden gelmek gerektiğinden bahsetmişlerdir. Yazarlara göre, çevresel değerler; insani değer olarak görülmelidir. Bireysel ya da toplumların konu hakkındaki anlam ve önemi kavrayabilmeleri için toplumsal inançlarını ifade etmelidir. Çevresel değerler geleneksel olarak, tercih ya da tutumlardan ziyade daha temel, belirgin, normatif, duygusal ve motive edici olarak ahlaki veya sorumlulukları referans almalıdır. Ancak bu şekilde bireyler ya da

toplumlar, doğal çevreye, doğal çevre içerisinde yer alan tüm ekosistem çeşitliliklerine yerel ya da küresel düzeylerde çözüm bulmuş olurlar.

Kallis ve arkadaşlarının (2013:97) yapmış oldukları çalışmada çevresel değerlendirme kriterlerinde; çevre kalitesinin iyileştirilmesini, adalet dağılımının ve eşitliğin sağlanmasını, çoğul anlamda etrafa değer yaratılmasını ve neo-liberalizm altında çevrenin metalaştırılmasına karşı durmayı referans olarak almak gerektiğini belirtmiştir. Aynı doğrultu da Tornhout ve arkadaşları (2013:158-159) çevresel değerlerin bireylerde ve toplumlarda etki alanını geliştirilebilmesi için;

- Biyoçeşitlilik ve insan ilişkilerinin çeşitliliğine daha dikkatli bakılması ve buna yönelik çalışmalar gerçekleştirilmesi gerekmektedir.
- Sadece sosyal anlamda değil, aynı zamanda mevcut sosyal-doğal ilişkilerinin ve uygulamalarının geliştirilmesi gerekmektedir. Bu anlamda, bireyler ve toplumlar “birlikte yaşamak” ve “doğal yaşamla birlikte yaşamak” kavramlarını daha farklı şekillerde düşünmeye başlamalıdır.
- İnsanlar ve biyolojik çeşitlilik arasında farklılaşan ve çoğalmakta olan ilişkilerin anlaşılmasında ve temsil edilmesinde tekil önlemlerden kaçınılmalıdır. Yani, hayat kurtarmak ve yaşamak değerlidir. Ancak, bu durum yönetim ve politika alanlarında tekilleşerek ilişkilerin marjinalleşmesiyle sonuçlanabilmektedir. Bu durumu ortadan kaldırmak ve yaşamın çeşitlendirilebilmesi için ilişkilerin deçeşitlendirilmesi gerekmektedir.

Bazı insanlar günlük yaşamlarındaki kişisel tercihlerini verirken sahip oldukları içsel değerlere ve yapacakları tercihlerin kendilerini ne kadar tatmin ettiği ile ilgili kararları dikkate almaktadırlar (Chan vd., 2016:1462). Bununla birlikte bireyler tatmin olmanın yanında davranışlarının doğa ve başka bireylerle ilişkiler için uygunluklarını da düşünmektedirler. Chan ve arkadaşları bu durumun ilişki değerleri ifade ettiğini ve “saadet (eudaimonic)” değerleri veya iyi bir yaşamla ilgili değerleri içerdiğini belirtmiştir. Haidt (2007:999) bireylerin çevreye yönelik yaklaşımlarında içsel değerlerden ziyade, “iyi bir yaşamın” sağlanabilmesi için gereken beş temel ahlak kurallarından “saflık/kutsallık”,

“otorite/saygı”, altgruplar/sadakat”, adalet/karşılıklık” ve “zarar/bakım” prensipleri çerçevesinde değerlendirmeleri gerektiğini vurgulamaktadır.

“İyi bir yaşam/a good life” öğretisi ekolojik yıkımın temel sebeplerinden bir olan tüketim çılgınlığına karşı verilmekte olan kısmi bir savunma rolündedir. Bu durum “saadet/eudaimonia” kavramını ortaya çıkarmıştır (Muraca, 2011:389). Bu kavram, değer bireyin tercihlerinin tatmini sonucu ortaya çıktığı ileri sürülen “enstrümantalizm” kavramına karşıt olarak söylenebilmektedir. Muraca (2011), eudaimonia/saadet kavramının bireylerin davranış ve tercihlerinin ahlaki prensiplere bağlı kalarak ve kolektif gelişimin evrimini koruyarak iyi bir yaşama katkı sağlaması gerektirdiğini söylemektedir. Yani eudaimonistik (saadet) değerler, yalnızca konfor değerleri veya estetik deneyimleri (ormanda yürüyüş, doğal gölette yüzmek, güzel dağlara tırmanmak) kapsamaz. Yaşam kalitesi iyi bir yaşamı oluşturmak ve geliştirmek için gerekli olan tüm koşul kapsamaktadır.

Eudaimonia (saadet) fikri uzun süredir, insan ve doğa arasındaki ilişkilere ve iyi olmanın temellerine (güven, empati, dikkat vb.) dayanmaktadır (Chan vd., 2016:1464). Chan’ göre enstrümental görüş, tüketimin sınırlandırılmasını kayıp olarak görmektedir. İlişkisel/saadet (eudaimonic) değer bakış açısı ise daha çok anlamlı yaşamlara yönelim, paylaşılan ortak deneyimler, tüketicilere başkalarına hediye vermeyi ve çevresini koruması gerektiği düşüncesini kazandıran ve öz-güdümlü (kendi kendini motive eden) sınırlamaları kabul eden, çevresel tahribatın önlenmesine karşı gerçekleştirilen uygulamalara katılmayı teşvik etmektedir.

Bireylerde ve toplumlarda var olan çevresel değer yargılarının çevresel davranış üzerinde çeşitli olumlu yansımaları olduğunu söyleyen araştırmalar mevcuttur (Stern, 2000). Slavoljub ve arkadaşları (2015:318) bireylerin “antroposentrik” ve “ekosentrik” değerlerinin de çevresel faktörler ve çevre korunması yönünde gerçekleştirilecek davranışlarda etkin bir şekilde olumlu sonuçlara yol açacağını bildirmiştir. Merkezine insanı alan ve çevre sorunlarına çözüm getirirken insan faktörünü ön planda tutan antroposentrik değerler; doğadaki her şeyin insanların kullanımı için yer aldığını bildirirken, insanların sadece kendi yararları için çevre değerine sahip gibi görünerek davrandıklarını ifade etmektedir. Mesala bu grubadâhil olanlar çevrenin herhangi bir yerinde ağaç kesimini insan sağlığı için protesto ederken, bir diğer alanda (bina yapmak için) insanın yararına olabilecek ağaç kesimi durumuna ses çıkarmamaktadır. Ekosentrik

değerlere sahip bireyler ise, ekosistemi bir bütün olarak görmektedirler. Bu gruptaki bireylerin merkezinde insan değil insanın da dâhil olduğu canlı olsun ya da olmasın (dağ, taş vb.) tüm varlık kaynakları vardır ve bunları korumak istemektedirler. Çevrenin topyekûn korunmasına katkı sağlayan bu tür çevresel değerlere sahip olan bireyler dünyada var olan varlıkların korunmasının gerekliliğinden ötürü koruma potansiyeli ve davranışları göstermektedirler. Bireyler bu anlayışta doğayı minimum düzeyde etki yapacak şekilde kullanmaktadırlar. Literatürde yer alan bu tür bilgileri, çevresel değerlere sahip bireylerin söz konusu çevrenin korunmasında ne denli önemli olduğunu göstermesi bakımından değerlendirmek son derece doğru olacaktır. Çevresel değere sahip bireyler, doğada var olan binlerce türün, bu türler içinde var olan bir tür (insan) için feda edilmesi ve onun hizmetine sunulmasıyla yok olmaya başlamalarını son derece yanlış olarak görmektedirler. Dolayısıyla toplumlar ve bireyler yaşamış oldukları doğal alanlara ve çevrelerine daha fazla katkı sağlayacak şekilde yaşamlarını geliştirmeli ve çevreye yönelik değer kriterlerini gözden geçirmelidir. İnsanların bu değişen değer yargıları, çevrenin korunmasını sağlayarak ekosistemin sürdürülebilirliğine ve insanların uzun süre hayatta kalmalarına katkı sağlamaktadır.

#### **2.1.2.4. Çevresel Duyarlılık**

Günümüzde çevre kirliliğinin sınır tanımaz bir hale gelmesi ve bununla birlikte çevreye yönelik gerçekleşen bu sorunların teknolojinin olanakları ile dünyanın her yerindeki bireye ulaşması özellikle kitlesel anlamda bireylerin çevre duyarlılıklarının oluşmasına ve artmasına olanak tanımıştır. Bu kişiler doğanın ve dünyanın geleceğinden endişe duymaktadırlar.

Çevresel duyarlılık, çevrenin tahribatına yol açan sorunlara karşı bir şeyler yapma istekliliği olarak ifade edilebilir. Çevreye karşı “empatik bir bakış” açısı olarak duygusal bir özelliği (Peterson, 1982) ifade eden çevresel duyarlılık, bireylerin çevre davranışlarını geliştirmelerini, çevre ile birey arasında oldukça kuvvetli bir bağın oluşmasını ve sorumlu çevre vatandaşlığı kimliğine katkı sağlayan değişkenlerden biri olarak kullanılmaktadır (Hungerford ve Volk, 1990:261). Bu çevreci duyarlılığa sahip bireyler, açık fikirli, yeniliklerin peşinde, ileri görüşlü, gereksinimlerini giderirken anlamaya çalışan, çevre ile etkileşimlerinde dikkatli ve çevreyi çocuklarından ödünç aldığı bilincinde olan kişi şeklinde tanımlanmaktadır (Türker, 2002:43 ve Türkmen vd., 2013:240).

Çevresel duyarlılık; bireylerin duygularının, tutumlarının, inançlarının ve çevresel bilgilerinin karışımından oluşmaktadır. Çevresel duyarlılığa sahip bireyler, doğal kaynakları çöp alanları olarak kullanmaz, doğal alanların ekolojisini olumsuz yönde etkilemez, yaban hayatta avlanma kurallarına uyar ve doğanın tahribatına yol açacak imar planlarını şikâyet ederler (Barbas vd., 2009:62). Çevresel duyarlılığı yönelik ifade edilen tanımlarda üzerinde durulan kavram empatidir. Empati genellikle “başkalarının duygularını, düşüncelerini ya da tutumlarını tanımlayan ya da onlarla paylaşan” olarak tanımlanmaktadır (Stanford Encyclopedia of Philosophy, 2008).

İnsanlar, çevreye karşı duyarlılıkları sadece kitaplardan öğrenemezler, duyarlılık aynı zamanda gerçek yaşam deneyimi de gerektirmektedir. Dolayısıyla bireyin çevre hakkında bilgi sahibi olması o kişinin duyarlı olacağı anlamına gelmemektedir. Bu açıdan, bireylerin çevre duyarlılık düzeylerinin yüksek olabilmesi için hem çevreye ilişkin teorik bilgisinin olması hem de çevresel sorunlara ilişkin tutum ve davranışlarının var olması gereklidir (Aydoğan, 2013:13).

Chawla (1998:19) çevresel duyarlılığın, bireylerin çevre farkındalığı kazanabilmesi ve çevreye karşı sorumlu davranış eğilimi göstermeleri için önemli bir değişken olduğunu belirtmiştir. Bu duyarlılığa sahip bireyler gelecek nesiller için kaynakların sürdürülebilmelerini sağlayacak profili oluşturmaktadırlar. Chawla (1998) ayrıca diğer yazarların aksine, çevresel duyarlılığın empati olmadığını, bunun yerine çevreyi öğrenmeye ilgi duymayı, bunun için endişe duymayı ve onu korumak için harekete geçme eğilimi olan formatif deneyimler temelinde bir varsayım olduğunu ifade etmiştir.

Çevresel duyarlılığa yönelik iki farklı bakış açısı vardır (Pluess, 2015:2 ve Cheng ve Wu, 2015:560). Bunların ilki gelişimsel süreçleri ifade eder ki buda bireylerin geçmiş deneyimlerine yanıt olarak zaman içerisindeki değişimleri (bireylerin doğal ortamları için iyiliği) göstermektedir. İkincisi ise bireyin herhangi mevcut bir deneyimindeki anında reaktiviteyi ifade etmektedir. Bu bakış açısına göre, nispeten sabit bir özellik olan çevresel duyarlılık, bireyin yaşamı boyunca ve farklı bağlamlarda çevresel hassasiyetlerinin sürekliliğini göstermektedir.

Çalışmalarda, çevresel duyarlılığın anlaşılmasında üzerinde durulan bir diğer anlayış ise bireylerin yaşam deneyimleri algılarıdır (Bustam vd., 2003:270). Araştırmacılar, açık havada gerçekleştirilen herhangi bir etkinlikte, bireylerin çevresel



duyarlılıklarını etkileyen en önemli unsurun yaşam deneyimi olduğunu, daha sonra ise sırasıyla doğal ortamla etkileşim ve ebeveyn etkisinin olduğunu vurgulamışlardır.

Cheng ve Wu (2015) çalışmalarında, bireylerin çevresel bilgilerinin, çevresel duyarlılıklarının ve yer tutumu algılarının çevreye karşı gerçekleştirilecek sorumlu davranışlara yansıyor yansımadığını araştırmışlardır. Çalışmanın sonuçlarına göre, katılımcıların çevresel bilgi düzeylerinin çevresel duyarlılıklarını etkilediği ve yüksek çevre duyarlılığının da çevreye yönelik davranışları etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. Bu sonuç, Sivek ve Hungerford'ın (1989-1990), çevre bilgilerinin insanların çevresel hassasiyetini artırabileceğine ve çevresel bilgi ve çevresel duyarlılığın çevresel davranışların performansını etkileyebileceğine işaret ettiği çalışma ile paralel yönde bulgular göstermektedir.

Dünya'daki çevresel sorunlar her geçen gün artmakta ve insanlar ve toplumlar da bu sorunları azaltmak ve hatta ortadan kaldırmak için çözüm arayışına girmişlerdir. Bu çözüm arayışlarının birinin de eğitim alanında gerçekleştirilmesi gerektiğini söylemek doğru olacaktır. Çevresel sorunlara karşı kayıtsız kalamayan ve çevreye karşı duyarlılık seviyesi yüksek bireylerin yaratılıp, geliştirilebilmesi için çevre ile etkileşimlerde aktif bir şekilde katılım gösteren ve olumsuzluklara karşı önlemler getiren bir eğitim sisteminin kurulması gerekli görülmektedir. Bu sayede önce birbirini anlayan, birbirine karşı saygılı bireyler yetiştirilecek, daha sonra ise insanların çevreye ve çevrenin bütün unsurlarına karşı daha insancıl davranması sağlanmış olacaktır. Bu duyarlılık anlayışının daha geniş çevreler tarafından kabul edilmesi, çevresel sorunların azaltılmasına yönelik gerçekleştirilecek çözümlerden biri olacaktır.

#### **2.1.2.5. Çevresel Endişe**

Doğal çevrede biyoçeştililiğin tahribatı, aşırı nüfus, küresel ısınma, iklimlerin değişmeye başlaması, sanayileşme, kentleşme, aşırı tüketim ve sürekli üretim anlayışı gibi gelişmeler birçok çevresel sorunları da beraberinde getirmiştir. Çevresel konuların çözümünün 1970'li yıllarda devlet politikaları haline geldiğinde, özellikle temel sorunlar hava ve su kirliliği, estetik değer kayıpları ve kaynak (özellikle enerji) korunmasına yönelik girişimlerin olduğunu görmekteyiz (Dunlap vd., 2000:425). Bu sorunlar aynı zamanda halkın çevresel koşullara ve kaygılarına yönelik sorunlarını da oluşturmaktaydı. Bu sorunlar özellikle teknolojinin de kolaylığı ile dünyanın her tarafındaki insanlara ulaşmış ve insanlar ve toplumlar üretim ve tüketimin aşırılığının sonucu dünyada bulunan kıt

kaynakların tükenmeye başladığını ve gelecek kuşaklar için de doğal kaynakların yetersiz kalacağını fark etmeye başlamışlardır. Bireylerin bu anlayışı, çevresel felakatlere yönelik endişe duymalarına ve hem doğal çevrenin korunması hem de sağlıklı bir yaşam sürdürmelerine olanak sağlayacak tutum ve davranışlar takınmalarına neden olmuştur.

Çevresel endişe, bireylerin çevrenin korunmasına yönelik güçlü ve olumlu yönde tutumlarını ifade etmektedir (Minton ve Rose, 1997:38). Özellikle bireysel bazdaki endişeler, çevresel sorunların tüketicilerin tercihlerini etkilemeye başladığını göstermektedir (Arısal ve Atılar, 2016: 515). Mostafa (2009:11031) çevresel endişenin bireylerin, problemi hafifletmeye çalışmak, davranışsal uygulamaları değiştirmek için motive olma dereceleri üzerinde önemli bir etkiye sahip olabileceğini belirtmiştir. Çevresel endişeler, çevre araştırmalarının temelinde yer almakta ve tüketici karar verme sürecini etkilemekte olan faktörlerin başında gelmektedir (Yadav ve Pathak, 2016:734). Dahası tüketicilerin çevreye karşı daha fazla endişe duymaları, çevre dostu ürünlerin satın alınmasına fırsat vererek bazı çevre dostu satın alımlara yol açabilmektedir. Lee ve arkadaşları (2014) çevre endişesinin, çevreye karşı iyi bir vatandaşlık davranışının yanı sıra yeşil satın alma davranışları üzerinde önemli ve olumlu etkisi olduğunu göstermiştir. Mostafa 2007 ve 2009 yıllarında gerçekleştirdiği her iki çalışmada da tüketicilerin tutumlarını ve çevre dostu satın alma eğilimlerini etkileyen en önemli değişkenlerden birinin de bireylerin çevresel endişeleri olduğunu tespit etmiştir.

Çevresel endişe, yeşil konular olarak adlandırılan ve birçok farklı yeşil duygulara atıfta bulunabilinen daha genel bir kavramdır (Zimmer vd., 1994: 64). Carrus ve arkadaşları (2005:239) çevresel endişenin, çevreye yönelik olarak hem doğrudan bir şekilde spesifik niyetlerimizi belirlediğini hem de değer yönelimli genel tutumumuzu etkilediğini bildirmişlerdir. Yazarlar bireylerin tutum ve endişe durumlarını birlikte düşündüklerinde, en azından tutum seviyesinde doğal alanların korunması ve doğa koruma politikalarına yönelik gerçekleştirilen uygulamalara istikrarlı ve geniş bir destek göstermelerinin olası olacağını vurgulamıştır. Çevresel endişenin özellikle bireylerin çevresel sorunlara karşı genel bir tutumu olarak kavramsallaştırıldığı düşünülürse, bu geçmişteki çevre dostu davranışlar ile gelecekteki davranışlara yönelik bireylerin istekliliği arasındaki ilişkiye aracılık ettiğini göstermektedir (Abdul-Muhmin, 2007:239). Bu nedenle, çevre endişesi geçmiş çevre dostu davranışlardan olumlu etkilenecektir.

Kinnear ve arkadaşlarına (1974) göre çevresel endişeye sahip bireylerin şu beş konu üzerinde yüksek ve orta dereceli ihtiyaçları ortaya çıkmaktadır (Kinnear vd., 1974:22);

- Kirliliğe karşı algılanan tüketici faaliyeti,
- Yeni fikirlere açıklık,
- Ürünlerin nasıl üretildiği ile ilgilenme,
- Meraklarını tatmin etme isteği ve
- Kişisel güvenliklerini sağlama ihtiyaçları

İnsanlar çevresel endişe terimini, çevre ile ilgili algıların, duyguların, bilginin, tutumların, değerlerin ve davranışların tümünü ifade etmek için kullanmaktadırlar (Bamberg, 2003:21). İnsanların doğal yaşam alanlarının ve kaynaklarının korunmasını ve bu kaynaklara zarar veren davranışlarından uzak kalma eğilimi göstermeleri, gerçekte çevreyi oluşturan paydaşlar hakkında çeşitli endişeler beslediklerini göstermektedir.

Stern ve Dietz (1994:69-69) çevresel sorunlara karşı endişelerin, bir kişinin genel değerlerine dayandığını ifade etmiştir. Yani, bireylerin çevresel ilişkilere yönelik tutum ve davranışları, yazarın 'egoistik', 'özgecilik' ve 'biyosferik' olarak adlandırdığı ve kişinin kendisine, diğer insanlara ve bitki ve hayvanlara olan göreceli önemine dayanmaktadır. Bu kavramlar Merchant (1992)'ın 'Radikal Ekoloji' çalışmasındaki üç değer etiği olan ve homosentrik, eko-merkezli ve egosentrik olarak adlandırdığı kavramlar üzerinden ortaya atılmıştır.

Schwartz (1977:227) norm-aktivasyon modeli (norm-activation model) üzerinde çalışmalar yürütürken özgeciliğin; belirli çevresel sorunlara ilişkin kaygıların, çevresel sorunların zararlı sonuçlarının bir değer ya da değerli nesneye olan farkındalığından kaynaklandığını ileri sürmüştür. Stern ve Dietz, Schwartz (1977)'in özgeciliğin bir uzantısı olarak kullanılan norm-hareket modeline (norm-activation model) atıfta bulunarak, çevresel endişenin yalnızca özgecil bir değer olmadığını vurgulamışlardır. Stern ve Dietz'in değer-inanç-norm teorisine (value-belief-norm theory) göre bireylerin iki önemli değer yönelimi daha vardır (Stern ve Dietz, 1994:70-71).

- Bunlardan ilki egoistik değer; çevreyi kendisi veya kendi çıkarı için koruyan kişidir. Bu kişiler kendilerini kişisel olarak etkilemekte olan çevre unsurlarına karşı korumacı bir davranış gösterirler. Bunun yanında kendi kişisel maliyetlerine belirli oranda etki eder ise çevrenin korunmasına karşı çıkma eğilimi gösterilmesine neden olan değerdir. Dolaylı olarak sadece kendini ilgilendiren sonuçları takip edilmesine zemin hazırlar.
- İkincisi ise biyosferik değer; çevreyi tüm canlılarla birlikte koruyan ve yine bireyin çevreyi diğer insanların sağlıklı kullanmaya devam etmesi için kullandırmaya iten değer algısıdır.

Çevresel endişe, çevreye yönelik sempatik bir bakış açısıyla ilgilidir (Hungerford ve Volk, 1990:266). Çevresel endişe, bireyin dünyaya yönelik tehlikeler, doğanın ve gelecek nesillerin uyumu için bu tür tehlikelerin sonuçları ve bir sonraki dünyayı güvenceye almak için insan faaliyetinin yokluğu hakkındaki derecesini yansıtan genel bir karakter olarak kavramsallaştırılmaktadır (Abdul-Muhmin, 2007:238). Bu, biyosferik kaygının veya bencil kaygının altını çizen diğer tanımların aksine sosyal özgecil bir tanımdır.

Schultz ve arkadaşları çevresel endişenin doğal yaşamda karşılaşılan çevresel sorunlara karşı ve buna bağlı etkiyi ifade etmek için kullanıldığını belirtmiştir. Ayrıca, çevresel tutumunun, bir kişinin çevresel faaliyet ve konularla ilgili sahip olduğu etki, inanç ve davranışsal niyetlerinin toplamını ifade ettiğini, dolayısıyla da çevresel endişenin bir anlamda çevresel tutumun bir yönünü oluşturduğunu vurgulamıştır (Schultz vd., 2005:458). Schultz 2001 yılındaki bir başka çalışmasında 1010 üniversite öğrencisinin çevresel davranışlarını araştırmıştır. Araştırma sonuçlarına göre katılımcıların çevresel endişe boyutlarını oluşturan egoistik endişelerde; kendim, kendi sağlığım, kendi yaşam biçimim ve kendi geleceğim, özgecilik endişelerde; bütün insanlar, çocuklar, kendi çocuklarım ve kendi ülkem insanları ve son olarak ise biyosferik endişelerde; bitkiler, deniz yaşamı, hayvanlar ve kuşlar ilgili endişelerini belirttiğini ve bunların karşılanmasına yönelik girişimlerde bulduklarını ifade etmiştir. Yazar özellikle egoistik endişelere sahip bireylerin çevresel davranış gösterme eğilimlerinin düşük olduğunu vurgulamıştır. Benzer sonuçlar Schultz ve arkadaşlarının 2005 yılındaki çalışmalarında da ortaya çıkmıştır (Schultz vd., 2005:468-469).

Bireylerin tüm dünyada çevresel kaygı düzeyindeki değişimlere paralel olarak, çevre sorunlarına karşı iyimserlik ve kötümserlik düzeyleri de değişmeye başlamıştır. İnsanların bu tür algılarının olumlu veya olumsuz yönde gelişmesi, bireylerin endişelerine, tutum ve davranışlarına yön verebilmektedir. Peterson (2000:44) çalışmasında Tiger (1979)'ın iyimserliği; “değerlendiricinin sosyal olarak arzu edebileceği sosyal ya da maddi gelecek hakkındaki beklentisi ile ilişkili, onun avantajı ve de zevki için göstereceği ruh hali ve tavır” olarak tanımladığını belirtmiştir. Peterson genel itibarıyla iyimserliğin iki biçimde yer alabileceğini ve bunlarında, insan doğası olarak iyimserlik (insan doğasının içsel bir parçası olarak övülecek ya da kınanacak) ve bireysel farklılık olarak iyimserlik (karakter farklılıkları neticesinde farklı iyimserlik derecesine sahip bireyler) olduğunu ifade etmiştir (Peterson, 2000:45). Ayrıca, iyimserliğe sahip bireylerin, moralli, kararlılık sahibi, problem çözme yeteneği olan, akademik ve mesleki başarılarla muhafif, popüler, sağlıklı ve genel olarak olumlu duygulara sahip olduğunu vurgulamıştır.

Abdel-Khalek ve Lester (2006:111) iyimserliği, geleceğin sevinçli bir görüşü olduğunu, kişinin daha iyiyi ve başarıyı sabırsızlıkla beklemesi olarak tanımlamaktadırlar. Kötümserlik ise gelecekteki olaylara karşı olumsuz ve kötü beklentiler ve bunlara ilişkin başarısızlık ve hayal kırıklığı tahminlemesidir. Mahasneh ve arkadaşları (2013:72) bu iki kavramın değerlendirmesini şu şekilde gerçekleştirmişlerdir. Birincisi, iyimserlik ve kötümserlik birbiriyle ilişkili ancak iki ayrı özelliktir. Her özelliğin nispeten birbirinden bağımsız bir sürekliliği vardır. Her insanın merkezden bağımsız bir kötümserlik sürekliliği olduğu gibi bağımsız bir iyimserlik devamlılıkları da mevcuttur. Her iki özellik bu aşamada tek kutupludur (unipolar). İkinci olarak ise, iyimserlik ve kötümserlik tek bir özellik olarak görülür ancak iki kutupludur (bipolar). Yani, bu açıda sürekli devamlılığın iki zıt kutbu vardır. Merkezî bir yapıda olan bu durumda, bireyler aşırı iyimserlik ve kötümserlik arasında bir yerde yer alabilir dolayısıyla bir insanın genel olarak çok iyimser ya da yoğun ve sürekli kötümser olamayacağı ifade edilmektedir.

İyimserlik, seçilmiş hedeflerin ulaşılabilir olması ve gerçek risklerin göz ardı edilmemesi şartıyla bireyleri ve toplumları başarıya yönlendirebilir (Gifford, 2009:2). Ayrıca iyimser tutum ve davranışlara sahip bireyler kişi yönelimli ve coğrafi karşılaştırmalara ilişkin değerlendirmeleri daha olumludur. Gifford, hükümet politikaları ile birlikte bireylerin de kişisel tutum ve davranışlarının önemli olduğunu vurgulamıştır. Politika yapımcıların çevreye yönelik değerlendirmelerinin de toplumun çevre ile olan

endişelerine göre belirlenebileceğini bildirmiştir. Bu noktada çevresel risk algıları ve endişe düzeyleri, çevre politikalarını ve insanların çevreye karşı daha olumlu nasıl katkı sağlayabilirim düşüncesini ortaya çıkarma potansiyeline sahiptir.

Günümüzde çevresel sorunlara karşı insanların ve toplumların çevresel endişe algıları hesaba katıldığında, çevreye yönelik gerçekleştirilecek koruma yöntemlerinin insanlar tarafından olumlu karşılanması mümkün olabilir. Bunun yanında, bu endişelere yönelik yetkililerin doğal alanları yeni statüler kazandırarak korumak istemeleri (örneğin turizme açma girişimleri) o bölgeyi hem yerel halk hem de yabancılar açısından özel ve değerli bir yer haline getirecek ve bu durumda o alanı ayrıcalıklı kılacaktır. Bir bölgenin var olan ayırt edici özelliklerini yukarıda belirtilen iki durum vasıtasıyla (çevre endişesi-koruma girişimi) olumlu yönde etkileyen çevresel değişikliklerin, bölgeyi ziyaret eden kişilerin özellikleri üzerinde de bir takım etkiye sahip olacağı kaçınılmaz olarak düşünülmektedir.

#### **2.1.2.6. Çevresel Fedakârlık**

Buldukları çevre gereği başkalarıyla yakın ilişkiler içerisinde yer alan bireyler bazen gerekli, önemli ve bir dereceye kadar kişisel tatmin ve refahlarını önleme, bir tür öz-fedakârlık ile meşgul olma (bir ortağının kariyeri için bir şekilde istemediği bir şehre taşınmak gibi) arzusu taşımaktadırlar (Van Lange vd., 1997:1330). Bu noktada önemli bir soru ortaya çıkıyor, bireyleri kişisel çıkarlarından vazgeçmeye ve özverili faaliyetlerde bulunmaya istekli yapan nedir?.

Bireylerin sadece kendi çıkarları ve kendi durumuna etki edecek sonuçlardan ziyade farklı paydaşların refahını da düşünmeye başladığı bu süreç, bireylerin bir nevi bilişsel değişikliğe sahip olmaya başladıklarını göstermektedir (Davis vd., 2011:258). Yazarın motivasyon dönüşümü olarak ifade ettiği bu süreçte bireylerin değişen ilişki kavramlarına ayak uydurabilmeleri ve pro-ilişkisel davranışlar (bir duruma veya kişiye sadık kalma, bir ihaneti affetme, çatışmadan uzak durma, kişisel davranışlarından vazgeçme vb.) sergilemeleri gerekmektedir. Fedakârlık ve davranış istekliliği motivasyon dönüşümünde kalıcı ilişkilerin sağlanabilmesi için son derece önemlidir. Çünkü bu tür paydaş ve ortaklar geçmişin yanı sıra birbirine bağımlılık sürecinin geleceğini de paylaşacaklardır (Van Lange vd., 1997:1330).

Fedakârlık/Kurban etme, çelişkileri olan zengin, eski ve güçlü bir fikirdir. Bazı biçimlerde fedakârlık özverili olmayı, geri dönüşü beklememeyi ve kusursuz teslim olmayı

gerektirmektedir (Reinert, 2015: 255-256). Yazara göre bu noktada en önemli olan bireylerin bu yıkımın gerekliliğini anlamaları ve yıkımın anlaşılabilir mantığı içerisinde, yıkımın daha yüksek bir kazancın bir aracı olarak görüp buna değeceğini bilmektir. Fedakârlık neredeyse her zaman bir mekanizma olarak, daha çok ya da daha az iyiyi, daha çok ya da daha az etkili bir durumu arama çabasıdır. Fedakârlıkla, tahrip edilmesi planlanan unsurların veya olayların asgari değeri, —birçok kez ve sonunda—fedakâr sevginin kusursuz geleceğinde geri kazanılacak ve değerinde de hiçbir kayıp yaşanmayacaktır. İyi bir vatandaş ve iyi bir insan olmak için, değer verdiğiniz şeyi, sevdiğinizleri, “daha yüksek” bir sebep için teslim etmektir. Fedakârlık ahlaki bir kontrol sorunu olarak görülmektedir.

Fedakârlık kelimesinin sözlük anlamı “özverililiktir” (Türk Dil Kurumu). Bu terim bir başkası için bir şeylerden vazgeçme anlamını barındırmaktadır. Fedakârlık yapma istekliliği, bireyin kendi tercihlerini değiştirme, farklı unsurlarla ilişkilere olan bağlılığını gösterebilme ve ortakların veya ilişkinin iyiliğini ve çıkarını arttırmak için kendi kişisel çıkarlarını aşması durumu olarak tanımlanmaktadır (Van Lange vd., 1997:1374). Çalışmada ayrıca, bir partnerin ya da ilişkinin refahını teşvik etmek için doğrudan kendi çıkarlarını önleme eğilimi olarak tanımlandığı ifade edilmiştir. Bireyler bu süreçte en ufak durumdan (bir oyuna katılmak gibi) en büyük olası duruma (şehir değiştirme gibi) kadar birçok fedakârlık örneği gösterebilmektedirler.

Schwartz çevresel fedakârlığı (altruizm), bireyin başka bir bireyi veya çevrenin durumuna zararlı sonuçların farkına vararak bunları değiştirmeye yönelik sergilemiş oldukları sorumlu çevreci davranış olarak tanımlamıştır (Schwartz, 1977:222). Bu tür motivasyona sahip bireyler çevrelerindeki sosyal ve maddi destek ağını umursamadan içsel değerlerinin bir ifadesi olarak kendisi dışındakilere yarar sağlamayı amaç ve niyet edinmektedirler. Bu kavramda “paylaşma” ve “yardımcı olma” etiketleri ön plana çıkmaktadır. Özverili bir motivasyon kaynağı olarak ifade edilen fedakârlık, başkalarına fayda sağlamaya yönelik eşitlikçi, kasıtlı ve gönüllü eylemlerle sonuçlanan (Corral-Verdugo vd., 2011:96) ve hiçbir dış kaynaktan ödül beklemezsiniz (Power ve Hopkins, 2006:108) gerçekleştirilen davranışlardır. Schwartz’ın değer teorisine göre fedakârlığın dört boyutu vardır. Bunlar (Shukorvd., 2017:3);

- Herkese eşit fırsat anlamına gelen eşitlik,

- Çatışma ve savaş olmaksızın barış içinde bir dünya,
- Adaletsizliği düzeltmek ve zayıfları korumak için sosyal adalet sahibi olmak,
- Başkalarının refahı için çalışarak “yardımcı olmak”.

Çevre için fedakârlık yapmaya istekli olan bireyler sosyolojik açıdan ilgi çekicidir, çünkü mikro ve makro arasındaki bir bağlantı sağlayarak, birleşik bir iyiliğin yararına olan, çevreyi oluşturan unsurların konforlarına ve güvenliklerine dair bir iç görüye sahiptirler (Bohr, 2014:362). Bireyler günlük yaşamlarında çevre ve kendileri ile ilgili konularda bir ikileme düşüklerinde, fedakârlık hisleri veya algıları, onların kendi kişisel çıkarlarını bir tarafa bırakmalarını, maliyeti ne olursa olsun davranışlarından kaçınmalarını ve çevrenin refahını düşünecek tutum ve davranışlar sergilemelerini sağlayacaktır. Iwata 2001 yılında lisans öğrencileri arasında gerçekleştirdiği çalışmada, çevrenin korunmasına karşı iyimser bir tutum içinde olmak ve çevre için daha fazla fedakârlık gösterme eğiliminde olan bireylerin çevreye karşı daha sorumlu davranışlar gösterdiklerini belirtmiştir (Iwata, 2001:189).

Fedakârlık gösterilmesi gereken bir durumun varlığında, fırsat maliyeti veya emek harcanması gibi olumsuz bazı sonuçların ortaya çıktığı varsayılmaktadır. Ancak böyle bir durumda fedakârlığın ve bu saydığımız diğer kavramların birbirinden ayrı kavramlar olduğunu bilmek gerekmektedir. Fedakârlık doğrudan bireyin kişisel çıkarlarından oluşan davranışlarına atıf yaparken, maliyet ise bireyin psikolojik deneyimine (bir olayın hoş olmadığı hissedilmesi) atıfta bulunmaktadır (Van Lange vd., 1997:1374). Günlük hayatımızdaki birçok olay maliyetli olabilir ancak bunların aynı zamanda fedakârlık gösterilmiş davranışlar olması gerekmez. Maliyet kavramı doğal olarak tatminsizlik deneyimine bağlıyken, bir bireyin fedakârlık göstermesi bir ortağın ya da bir ilişkinin refah seviyesini arttırmak için gösterilen olumlu eylemlerdir. Fedakârlık bireyin bir nevi kendi çıkarlarını bilerek kaybetmesi anlamına gelir.

#### **2.1.2.7. Yer Tutumu**

Doğal ortamlara ilişkin ampirik çalışmalar, çevresel endişe (Bamber, 2003), çevresel farkındalık (Zhang vd., 2016), yer tutumu (Vaske ve Kobrin, 2001 ve Brownlee vd., 2014, Brownlee vd., 2015), yer memnuniyeti (Halpenny, 2005 ve Ramkissoon, 2013) ve koruma taahhüdü (Lee, 2011) gibi çeşitli boyutların ziyaretçilerin çevreye karşı davranışlarını olumlu yönde etkilediğini ortaya koymuştur. İnsanların etkileşim kurdukları



yerlerle ilgili bağlantılarını anlamaya yönelik çeşitli disiplinler farklı ifadeler kullanmaktadır. Örneğin sosyoloji bu tür sembolik anlamların insan etkileşimleri vasıtasıyla toplumsal bağlamı nasıl etkileyeceğini, antropoloji günlük yaşamda yerlerin kültürel önemini anlamayı ve insan coğrafyası da özellikle çevre psikolojisinde geliştirilen “yer tutumu” nu “yer hissi” olarak araştırmıştır (Williams ve Vaske, 2003: 831). İnsan coğrafyasının bu etkileşimi bir his olarak ifade etmesi, kişi ile belirli bir yer arasındaki olumlu bir bağlantının oluşabileceğini göstermektedir.

Yer tutumu, doğal bir kaynağa yönelik duygusal bir bağ oluşturan veya mevcut bağı zenginleştiren, bu bağın oluşmasını sağlayacak çeşitli özelliklerin varlığı söz konusu olduğunda ortaya çıkmaktadır (Vaske ve Kobrin, 2001: 17). Yer tutumu kavramına ilk olarak Altman ve Low 1992 yılındaki yapmış oldukları çalışmada değinmiş ve yer tutumunu; mekânlar ve insanlar arasında gerçekleşen duygusal bir bağ olarak açıklamıştır (Manzo ve Perkins, 2006: 337). Devine-Wright ve Howes (2010: 271) bu bağın kişi ve/veya gruplar ile bir ev veya mahalle gibi kişilerin yaşadıkları yer ya da ziyaret edilen tanıdık destinasyonlar ile kurulabileceğini ifade etmektedirler. Yer tutumu çalışmaları genellikle ev, kutsal yerler gibi alanlara odaklanarak insanların bu alanlarla aralarında geçen duygusal deneyimleri ve bağları açıklamaktadır.

Yer tutumu, insanların yaşadığı ortamdaki insan deneyiminin, algısının ve ifadesinin doğasını göz önünde bulundurarak insanların hayatlarında oynadıkları rolün anlamlı bir tanımını sağlamaya açıklık getirmektedir (Walker ve Ryan, 2008:142). İnsanlar hedeflerinde olan ev, mahalle, doğal alan, kutsal bir mekân, destinasyon, turizm alanı vb. alanlara olan yer tutum seviyelerini, benzer özelliklere sahip başka alanlarla kıyaslayarak kazanmaktadırlar. Dahası bu alanlarla ilgili bir memnuniyet söz konusu ise ve diğer alanlardaki seçenekler daha tatmin edici değil ise bireyler bu alanlara karşı son derece kuvvetli bir bağ ve duygu beslemektedirler.

Halpenny çalışmasında yer tutumuna ilişkin tanımlamaların şu dört unsur açısından değerlendirildiğini ifade etmiştir (Halpenny, 2006:9);

- Yer tutumu, bireyler ve gruplar ile çevreleri arasındaki pozitif duygusal bağ,
- Biryerden uzaklaşırken ki olumsuzluk veya biryere ulaşma sonucu ortaya çıkan psikolojik ‘iyi olma’ hali,
- Bir yere yapılan duygusal yatırım ve

- Bireysel değerlerin kapsamını içerir ve özel bir çevre ile kendini özdeşleştirmek

Belk (1992) yer tutumu kavramını kimlik kavramıyla birlikte kullanmaktadır. Belk'e (1992:38) göre, yer tutumu "Çevremizden bazılarını bağlanabilmek, onları genişletilmiş benliğimizin bir parçası yapmak" anlamına gelmektedir. İnsanların çevresindeki yerler, alanlar ve neslelerle bağlanmaları aslında basitçe işlevsel olarak açıklanmasından ziyade bireye duygusal birtakım kazanımlar sağladığı için önemli duruma gelmektedir. Bu açıdan Belk duygusal bağın kimlik adaptasyonunda en önde geldiğini varsaymaktadır.

Giuliani (1991) de çalışmasında yer tutumunu, bir nesne veya yerleri duygusal bir bağ olarak nitelendirerek, "(i) nesnenin sadece varlığı, çevresi veya erişilebilirliği nedeniyle bireyin deneyimlediği ve psikolojik iyi oluş hali ve tersine (ii) nesnenin yokluğu, uzaklığı ve erişilemezliği ile kurulacak sıkıntı durumu" olarak tanımlamaktadır. Genel olarak yer tutumunun bireylerin fiziksel bir alanla etkileşimi sonucunda, bireyin o fiziksel alana çeşitli anlamlar yüklemesi olarak ifade etmek doğru olacaktır.

Kavramsal ve deneysel araştırmalar, yer tutumunun tipik olarak iki boyutla tanımlandığını göstermiştir. Bu boyutlar "yer bağımlılığı" ve "yer kimliği" olarak ifade edilmiştir (Williams vd., 1992: 31, Williams ve Vaske, 2003: 831 ve Kyle vd., 2003: 34). Korpela ve arkadaşları (2009: 95) bireylerin sevdikleri yerlere ve yer tutumlarına yönelik on aylık periyodik şekilde kararlılıklarını belirlemek için yaptıkları çalışmada, kişilerin daha çok "gözde" olabilecek doğal yerleri aradıklarını ve bunun temininde ve aralarındaki duygusal bağın oluşturulmasında "yer tutumu" ve "yer kimliği" nin önemli olduğu sonucuna varmışlardır.

Yer kimliği son yıllarda çevresel psikoloji araştırmalarında da sıklıkla karşımıza çıkmakta ve çevreye yönelik araştırmaların boyutlarından birini oluşturmaktadır. Yer kimliği ilk kez Proshansky (1978) tarafından ortaya atılmış ve inançlar, tercihler, duygular, değerler ve hedefler vasıtasıyla fiziksel çevrede gelişen benliğin boyutlarından oluşmaktadır (Manzo ve Perkins, 2006: 337). Bu kavram kişilerin yaşadıkları canlı deneyimlerle kendini geliştirir ve büyür. Yer kimliği bir yerin ve kişinin kişisel kimliği arasındaki derin bağlantıyı tanımlamak için kullanılır. Proshansky ve arkadaşlarının (1983: 59) "kişinin kendine özgü kimliğinin alt kültürü" olarak ifade ettiği yer kimliği, bir başka deyişle; yerler vasıtasıyla bireylere kimliklerini ifade etme ve kendi kimliklerini doğrulama

fırsatı sunmaktadır. Bu sayede bireyler kendi kimliklerine ve değerlerine göre önemli buldukları yerleri korumak ya da geliştirmek için, ister sadece bu alana gitmek isterse de alanla ilgili herhangi bir değişikliğe uymak olsun ellerinden geleni yapacaklardır.

Günden güne dünyamızda var olan gelişmeler çevrenin değişmesine neden olduğu gibi bireylerin de değişmesine sebebiyet vermektedir. Bu durum bireyin yer kimliği algılarının, kişinin kendi kimliğinin değişmesinin doğa için geçerli olan kurallara göre şekillenebileceğini göstermektedir. Fiziksel çevre ile ilgili bilişlerinin özünde, kişinin; biyolojik, psikolojik, sosyal ve kültürel ihtiyaçlarının tatminine hizmet eden özelliklerinden, alanlardan ve yerlerden oluşan bir çevresel geçmiş vardır (Speller, 2000:16).

Proschansky ve Fabian (1987:22) yer kimliğinin psikolojik yönelimini anlamaya yönelik bir çalışma gerçekleştirmişlerdir. Çocuklar üzerine uygulanan çalışmaya göre, çocuklar için büyüdüğü fiziksel ortamlar önemlidir. Benlik ve sosyal gelişime katkısı dolayısıyla ev, mahalle ve okul üçlüsünü “yer” olarak belirledikleri çalışma, bazı mekânların ve yerlerin tanıdık ve “sahiplenilmiş” yerler olduğu için yararlı olduğunu ve çocuğun kendilik duygusunun bütünlüğünü kontrol edebilir, tatmin edebilir ve koruyabilir olduğunu göstermektedir. Bu açıdan yazarlar, sayılan bu yerlerin çocukların yer kimliklerinin oluşturulmasının ötesinde, asıl ve büyük katkının bireyin evrimleştirilmesine yönelik olduğunu belirtmişlerdir.

Twigger-Ross ve arkadaşları (2003:205) yer kimliğinin Breakwell’in “Kimlik Süreç Teorisi” ne uygunluğuna atıfta bulunmuştur. Çalışmaya göre bir bireyin kimliğine, etkileşime geçtiği alanların da çeşitli katkıları bulunmaktadır. Çünkü yerler sosyal sembolleri somut hale getirmektedir. Yazarlara göre kimliğin anlaşılmasında iki durum söz konusudur. Birincisi, yer, kişisel hatıraları temsil eder ve bireylerin yer ile olan etkileşimlerinin hatırası o mekânın kişisel olarak bir anlam kazanmasına neden olmaktadır. Bir mekânın sayısız farklı bireyle sayısız farklı hatırası mevcuttur. İkinci durum ise, yer, gruplar arası ilişkilerin sosyal-tarihsel boyutunu yansıtmaktadır. Bir yer bütün bir ulus için belirli anlamları ifade etmektedir. Mesala, Çanakkale Savaşları Tarih Alanları Türk halkı için çok önemlidir ve alan sosyal anıları yansıtır ve temsil eder.

Graumann (1983) çalışmasındaki “çoklu kimlik/multiple identities” modelinde üç kavram açıklamıştır (Butcher, 2012:180). Bunlar; –birşeyin tanımlanması (identification of), tanımlanmış olmak (being identified) ve özdeşleştirmek (identifying with)

kavramlarıdır. Kavramların ilki “aynılık deneyimi ve tanıdık hissetmek” olarak belirtilmiştir. İkincisi, bireyin veya nesnenin (bazen tarihsel olarak) simgeleştirilmesidir. Son olarak özdeşleştirmek ise değerlerimizin temsil ettiği yerlerin ve şeylerin seçimi üzerinedir. İnsanların kendileri ile özdeşletirdikleri yerlerin, nesnelere (mesala küçükken sevdiğimiz bir oyuncak) ve alanların bir nevi simgeleştirilerek tanımlamalarının yapılmasının, bu bahsedilen unsurların korunmasını ve hasar görememesi için gereken özeni ve sorumluluğu gösterebilmelerine olanak tanımaktadır.

Breakweel (1993:8) kimlik yapısında ve süreçlerinde dört unsurun son derece etkili olduğunu vurgulamıştır. Bunlar; (1) ayrıcalıklık (distinctiveness) ilkesi; bireyin diğer insanlardan farklılığını optimize etmek istemesi, (2) süreklilik (continuity); bir insan büyüdükçe ve değiştikçe, bu değişikliklerin o kişinin öznel düşünceleriyle uyumlu olduğu fikrine atıf, (3) öz-yeterlilik (self-efficacy); kişinin bir durumun ya da yerin, kontrolünde olduğunu hissetmesi (öz-yeterliliğin yoksunluğu yabancılaşma ve çaresizliği getirir) ve öz-saygıdır (self-esteem); olumlu değerlendirmelerden ortaya çıkar. Speller (2000) çalışmasında yerlerin dört kimlik ilkesinin de sürdürülmesi ve geliştirilebilmesi için hayati önem taşıdığını vurgulamıştır. Speller ayrıca, kendimizi kontrol altında tutan, kendimiz hakkında iyi hissettiren ve kim olduğumuza dair öznel fikirlerimizle tutarlı olan yerlerin kimlik yapılanması içinde çeşitli katkıları olduğunu bildirmiştir.

Alan araştırmalarına bakıldığında az da olsa, yer kimliği ile çevreci tutum ve çevreyi korumaya yönelik davranışlar arasındaki ilişkinin araştırıldığı söylenebilir. Amerika'nın Ohio eyaletindeki Cleveland Park yakınlarında ikamet edenlerin yer kimliği duygusunun, ziyaretçilerin parka gönüllü olma niyetlerini etkilediği görülmüştür (Moore ve Scott, 2003). Bricker ve Kerstetter (2000) yüksek yer kimliği olan rekreasyoncuların, o alanın sosyal ortamını ve doğal kaynaklarını korumak için daha istekli olacaklarını bildirmiştir.

Yer tutumunu oluşturan boyutlardan biri de “yer bağımlılığı”dır. Yer bağımlılığı, ziyaretçilerin belirli bir alana işlevsel (kaynağın fiziksel özellikleri) olarak bağlanmaları ve ziyaret hedeflerini gerçekleştirmelerine destek veren ortamın farkına varmaları olarak tanımlanmaktadır (Williams ve Vaske, 2003: 831 ve Ramkissoon vd., 2012: 9). Yer bağımlılığı, ziyaretçilerin yer duygusunun hedef alana yönelik davranışsal bileşenini dikkate almaktadır (Pretty vd., 2003:275). Bu açıdan yer bağımlılığı bireyin bir yere/alana

ilişkin eylemlerinin ve davranışsal eğilimlerinin somut hale getirilmesine olanak tanımaktadır (Halpenny, 2006:10).

Yer bağımlılığı bir kişinin kendi ve herhangi bir alanla arasındaki ilişki algısının kuvvetini göstermektedir (Stokols ve Schumaker, 1981:457-458). Yer ölçütü bireylerin kümelerini ve grupların ilişkilerini tanımlamaktadır. Mesala bir sörfçü, kendi bölgesinde ‘çok iyi’ olarak gördüğü plaja karşı güçlü bir bağlılık göstermektedir. Bu durum gurp içerisinde bulunan bireylerin her ne kadar birbirinden oldukça farklı özellikler ve tutumlersergilese, yerle olan ilişkilerin algılanmasının yaygın bir sonuç olarak karşımıza çıkmasına sebep olmaktadır. Stokols ve Schumaker yer bağımlılığının sistematik ve dinamik bir analiz yöntemi ile analiz edilmesi gerektiğini, çünkü bireylerin ya da grupların yerlere/alanlara olan bağlılıklarının altında birbirinden farklı faktörlerin yer aldığını bildirmektedir. Bu açıdan, bireyler yer bağımlılığını değerlendirirken; (1) sosyal ve fiziksel kaynakların mevcudiyeti açısından mevcut yerin kalitesi ve (2) karşılaştırılabilir alternatif yerlerin göreceli kalitesi olmak üzere iki düşünce yapısıyla yaklaşmakta olduğunu göstermektedir.

Yer bağımlılığı, bir varlığın mevcut alternatifler arasında özellikleri ve kaynaklarıyla hedefe ne kadar iyi hizmet koşulu sağladığı ile ilişkilidir (Jorgensen ve Stedman, 2001:234). Jorgensen ve Stedman yer bağımlılığını yer tutumununun ayıran iki özellik olduğunu belirtmiştir. Bunlar, (1) bir yer mevcut değerli sonuçların başarısını sınırlandırabileceği için o derece de olumsuzluk söz konusudur ve (2) sosyal aktörler arasındaki yerle olan “bağlantı gücü” ortamın kendisine göre değil, belirli davranışsal hedeflere dayanabilmektedir.

Alanın istenen aktiviteler için gerekli olan imkânları sağlaması önemlidir. Bu imkanlar, örneğin; kaya tırmanışı için ulaşılabilir bir alan, yürüyüş parkurları için manzarası güzel yerler ve/veya rafting için akış hızı yüksek bir akarsudur. Vaske ve Kobrin (2001: 17), özellikle yerel doğal destinasyonların (topluma açık olanlar), bu işlevsel bağlantının kurulabilmesi için ideal olduğunu ifade etmişlerdir. Ayrıca aynı araştırmada, kaynağın en iyisi olmasına gerek olmayacağını, o alanın sadece ziyaretçiye yakın olmasının bile alana yönelik yer bağımlılığı yaratabileceğini vurgulamışlardır.

Mevcut yerin veya alanın alternatiflerden daha iyi yargılanması durumunda, birey daha yüksek yer bağımlılığına sahip olacak ve bireyin o bölgede kalmak istemesi daha muhtemel olacaktır. Özellikle de bu yer bireye farklılık, süreklilik, benlik saygısı ve öz-

yeterlilik duyguları sağlıyorsa, bireyin bu yeri/alanı kimlik yapısı içerisine dâhil etme olasılığı artırır ve birey de o yerde daha fazla zaman geçirir (Anton ve Lawrence, 2014:452). Ziyaretçilere rekreasyon fırsatları sunan birçok destinasyon, kaynak kullanıcılarının arzulanan deneyimlerinin kolaylaştırılmasına fırsat verir. İşte bu duruma yönelik eşsiz fırsatlar sunması dolayısıyla, bu tür alanlar bir destinasyon olarak belirlenip pazardaki yerini alır (Kyle vd., 2004:214).

Yer tutumunun bu iki geleneksel boyutunun yanında “aidiyet” boyutunun da özellikle yer bağımlılığının işlevsel yönünden ve yer kimliğinin karakter bileşenlerinden daha derinlemesine açıklamalar sunabileceği ifade edilmektedir (Hammit vd., 2006:22). Yer aidiyeti, bir kişinin çevreye “üye” olmuşcasına ona bağlanmasıdır (Hammit vd., 2009:61).

Proschansky ve arkadaşları (1983:60), ait olmanın bir mekânla etkileşiminde baskın olarak bilişsel bağlantılara sahip olan bireylerde ortaya çıkabileceğini ifade etmektedir. Çalışmada ait olmaya ilişkin iki varsayımın yer aldığı görülmektedir. Coğrafi olarak konumlanabilir ve insanların yaşamlarına anlam katan yerlere karşı ait olma ve amaç duygusu edinebilecekleri vurgulanmaktadır. Mesala bireylerin yaşadıkları ‘ev’ insanların yaşamlarının referans noktalarından biri olduğu için en büyük kişisel öneme sahip yerlerin başında gelmektedir. İkinci varsayım ise, bu “kökleşmişlik” ve “merkezlenmişlik” duygusunun bilinçsiz bir durum olduğudur.

Relph (1976) yerlerin/alanların/mekânların özünü şu şekilde ifade etmektedir; “Yerin özü, yerleri insanın varoluş merkezi olarak tanımlayan ve büyük ölçüde bilinçsizce niyetlenmelerdir. Doğduğumuz ve büyüdüğümüz yerlerin, şimdi yaşadığımız yerlerin ya da özellikle hareketli deneyimlerin ve heyecanların yaşandığı yerlerin hemen herkesde derin ilişkiler yaratmaktadır. Bu ilişki hem bireysel hem de kültürel kimlik ve güvenlik için hayati bir kaynak teşkil ediyor gibi görünüyor” (Relph, 1976’dan aktaran; McEwen, 2014:8).

Brownlee ve diğerlerinin (2014: 968) yapmış oldukları çalışmada “evde olma” ve “bir şeye ait olma” olarak tanımladıkları yer aidiyeti; doğal rekreasyon alanlarında da ziyaretçilerin sadece alanı takdir etmekle kalmayacağını, aynı zamanda yerin kendi kişisel veya fiziksel çevrelerine ait olduğunu ya da tersine, kendilerinin o yere ait olduklarını hissettirebileceğini ifade etmektedir (Hammit vd., 2006: 22). Tuan (1980:4) bir mekânın

birincil işlevinin, bir aidiyet ve bağlanma duygusu yaratmak olduğuna inandığını belirtmiştir.

Araştırmalar özellikle doğal destinasyonlarda yer tutumunun, Brownlee ve diğerlerinin (2015) ‘rekreasyoncular’ (rekreatif faaliyetlere katılan kişi) olarak ifade ettiği bireylerin koruma öncesi davranışlarını ve tutumlarını önemli ölçüde etkileyebileceğini ortaya koymaktadır (Kyle vd.,2003; Halpenny, 2010; Budruk vd., 2009 ve Brownlee vd., 2014). Örneğin, Bricker ve Kerstetter (2000) ABD’deki en popüler akarsu rekreasyon nehri olan South Fork’u ziyarete gelen rekreasyoncuların, bu bölgede bulunan kaynak koşullarına yönelik potansiyel tehditlere karşı duyarlı olduklarını ortaya koymuştur. Halpenny (2010) Kanada’daki Point Pelee Ulusal Park’ındaki ziyaretçilere yönelik yaptığı çalışmada, yer tutumunun çevresel önlemlere yönelik tahminler geliştirebileceğini tespit etmiştir. Kyle ve diğerleri (2003) Kaliforniya’daki Inyo Ulusal Ormanı manzara alanında yaptıkları çalışmada ise yer tutumunu oluşturan boyutlardan “yer kimliği” nin artmasının, rekreasyoncuların bu tür alanlardaki harcama tutumlarını olumlu yönde etkilediğini ortaya çıkarmıştır. Son olarak Brownlee ve diğerleri (2014) Amerika’da Hartwell Gölüne ziyarete gelen göl rekreasyoncularının yer tutumlarının iklim değişikliği, kuraklık endişeleri ve ziyaretçilerin su koruma tutumları arasında bir ilişki sağladığını tespit etmişlerdir.

#### **2.1.2.8. *Subjektif Normlar***

Ziyaretçilerin seyahatlerini planlarken ve seyahatleri sırasında sergileyecekleri davranışların kişisel faktörlerden ve yakın çevresinden etkilenmesi söz konusudur. Bu açıdan çalışmada, doğal destinasyona gelen rekreasyoncuların çevreye yönelik davranışları incelenirken ayrıca bu unsurlar üzerinde de durulması gerekmektedir. Subjektif normlar ve kişisel normlar olarak ifade edilen bu kavramlar kişilerin çevre ile etkileşimlerinde bireyin kararlarını etkilemektedir.

Subjektif norm; davranışı gerçekleştirmek veya gerçekleştirmemek için algılanan sosyal baskı olarak tanımlanmaktadır (Ajzen, 1991: 187). Başka bir deyişle, bireyin birlikte yaşadığı (aile, akraba, yakın arkadaş ve iş arkadaşları vb.) kişilerin bireyin karar verme sürecine etki etmesi anlamına gelmektedir (Park, 2000: 163). Subjektif normlara sahip bireylerin belirli bir konu üzerinde gerçekleştirecekleri davranışları hem bu sosyal baskıdan hem de insanların görüşlerine uyma motivasyonları sayesinde şekillenebilmektedir (Ham ve Ivkovic, 2015:740). Birey, görüşüne değer verdiği bu kişilerin, yapacağı davranışı onaylayıp onaylamama durumuna göre davranışı

gerçekleştirme veya gerçekleştirilmeme kararını vermektedir (Conner ve Armitage, 1998: 1431; Park, 2000: 163).

Fakat Icek Ajzen (2002) çalışmasında, yukarıda belirtilen ve bireyin önemli olarak gördüğü bu kişilerin birbirinden farklı kişilik ve değerlerinin olduğundan bahsetmiştir. Bu açıdan bireyin karar vermesini etkilediği düşünülen bu bireylerin genel niteliklerinin de hesaba katılarak söz konusu değerlendirmelerin yapılması gerektiği vurgulanmıştır. Ajzen ayrıca, insanların önemli olarak gördükleri bireylerin, değerlendirmeye tabi tutulan konulardaki bakış açılarının da ne olduğunun bilinmesi gerektiğini belirtmiştir. Mesala, birey çevrenin korunmasına yönelik günlük yaşantısındaki gıda satın alımlarında bu kişilerden etkilenerek belirli yönde kararlar vermektedir. Ancak burada önemli olan, bireyin davranışını etkileyen bu kişilerin çevrenin korunmasına yönelik hassasiyetlerini kendi gıda satın alımlarında ne derece koruduklarıdır. Ajzen subjektif normların bireyin karar verme mekanizmasına etkisini araştırırken bu konunun öncelikli olarak ele alınmasına vurgu yapmaktadır.

Planlı Davranış Teorisine göre (Theory of Planned Behavior) (Ajzen, 1991) insan davranışı üç tür düşünce esasına dayanmaktadır. Bunlar, davranışların olası sonuçları veya diğer özellikleri ile ilgili inançlardan oluşan davranışsal inançlar; diğer insanların normatif beklentileri hakkındaki inançlarını kapsayan normatif inançlar ve davranışın performansını artırabilecek veya engelleyebilecek faktörlerin varlığına dair inançlardan oluşan kontrol inançlarıdır. Bireyin herhangi bir toplumda herhangi bir durum ile ilgili kararlarında, davranışsal inançlar davranışa karşı olumlu ya da olumsuz bir tutum sergilenmesinden olmaktadır. İkinci olarak, normatif inançlar; sosyal baskı ya da subjektif norm düzeyleri ile sonuçlanır ve son olarak kontrol inançları; algılanan davranışsal kontrol, algılanan kolaylık veya davranışı yerine getirme zorluğuna yol açar. Davranışa yönelik tutum, subjektif normlar ve davranışın kontrol algısı bireyde niyetin oluşmasına imkân sağlar. Bu niyet birey tarafından herhangi bir fırsat anında davranışa dönüştürülmektedir. Ajzen (2002:665) niyetin davranışın hemen önceliği olduğu varsayıldığını belirtmiştir.

Subjektif normların, niyetler üzerindeki etkileri sayesinde davranışları etkilediği düşünülmektedir (Rivis ve Sheeran, 2003:219). Rivis ve Sheeran, niyetlerin bir kişinin belirli bir şekilde davranma motivasyonunu özetlediğini ve kişinin ne kadar çaba göstermeye istekli olduğunu ve bir davranışı gerçekleştirmek için ne kadar zaman ve çaba sarfetmeye istekli olduğunu gösterdiğini belirtmektedirler. Niyetlerin oluşması insanların



davranışlarını yerine getirmelerindeki olumlu ya da olumsuz değerlendirilmeleri sonrasında gerçekleşmektedir.

PDT'ye göre, insanların daha olumlu tutumları, subjektif normları ve bir davranışa ilişkin algılanan davranışsal kontrolleri ne kadar büyük olursa, insanların beklenen ve istenen bu davranışı gerçekleştirme eğilimi göstermeleri de o derece yükselmektedir. Aynı şekilde, insanların daha güçlü niyetleri, davranışları gerçekleştirme olasılıklarını daha da yükseltmektedir.

Pek çok araştırma, kişinin bir davranışa yönelik tutumlarının ve subjektif normlarının davranışı etkilediğini ve davranışsal niyetin belirleyicilerinden biri olduğunu göstermiştir (Chan ve Lau, 2002, Kim ve Han, 2010, Song vd., 2012; Yadav ve Pathak, 2017). Bu çalışmalar, subjektif normlar ve bireylerin davranışı arasında bir ilişki olduğunu göstermektedir.

Çalışmada kullanılacak bir diğer kavram ise kişisel normlardır. Schwartz (1977), çalışmasında kişisel normları; içselleştirilmiş değerlere dayanan kişinin kendi beklentileri olarak tanımlamıştır (Zhang vd., 2014: 133). Bu değerleri içselleştirmiş bireyler, değerlerine sadık kalır ve herhangi bir davranış sergilerken bu duygular onların çeşitli sorumluluklar üstlenmelerini sağlamaktadır. Çevresel eylemin gerçekleştirilmesinde etkisi olan kişisel normlar, çevresel koşulların bireyler tarafından tehdit edildiği ve bireylerin bu tehdidi ortadan kaldırmak için harekete geçirileceği inançları vasıtasıyla etkinleştirilmektedir (Stern, 2000: 413). Bireylerin davranışlarının etkilenmesi için öncelikle kişisel normlarının harekete geçirilmesi gerektiğini belirtmiştik. Harland ve arkadaşları (1999: 2507) bu hareketin (a) kişinin başkalarının refahı için davranışının sonuçlarını fark etmiş olduğu ve (b) kişinin bu sonuçlardan en azından birkaç sorumluluk üstlendiği durumlarda ortaya çıkabileceğini ifade etmiştir. Ancak bu koşullar sağlandığında, bireylerin kişisel normları vasıtasıyla çevreye olan davranışlarının etkilenebileceğini ifade edebiliriz. Özetle, kişisel normlar, çevre dostu davranışların güçlü bir öngörücüsüdür, ancak etkinleştiriciler aracılığıyla etkinleştirilmeleri gerekmektedir.

#### **2.1.1.9. Kişisel Normlar**

Kişisel norm; belirli durumlarda birey tarafından eylemi gerçekleştirmek için gösterilen öz beklentileri ifade etmektedir (Schwartz, 1977:227). Schwartz ayrıca insanların davranışları sergilerken kişisel sorumluluk duygularını ön planda tutarak hareket ettiklerini ve kişisel normların niyet olarak ortaya çıkmayacağını, tüketicilerin ahlaki

yükümlülük duygusu olarak yaşanılabileceğini ifade etmiştir. Bu tanıma göre kişisel normlara içsel birtakım nedenlerle uyulur ve içselleştirdiğimiz iyi/kötü ya da doğru/yanlış algılarımız ne ise bunlara yön verir.

Bu tür bir ahlakla yetişen veya bu ahlakı kazanmış olan tüketiciler yaşanan çevreyi ve dünyada var olan sınırlı sayıdaki kaynakların korunmasına yönelik davranışlarda bulunurlar (Chen ve Chai, 2010:30). Günlük yaşantımızda çevreye yönelik gerçekleştireceğimiz davranışlarda kişisel normlarımızın yönlendirmelerine göre hareket etmemek bireyde suçluluk duygusunu yaratırken, bu değerlere uymak ise bireyin gurur duyması sonucunu ortaya çıkarmaktadır (Onwezen vd., 2013)

Kişisel normlar sosyal yaşamın dayattığı genel kurallara uyulma zorunluluğundan ziyade, tamamen içsel değer yargılarımıza göre hareket etmeye atıfta bulunmaktadır (Kallgren vd., 2000:1010). Sosyal hayatımızdaki kurallar (sosyal normlar) ile kişisel normlarımız arasında bir bağlantı ve örtüşmenin olduğu bir gerçektir, ancak sosyal normlar ya da kurallar grup üyeleri tarafından paylaşılırken kişisel normlar ise tipik olarak kişiye özeldir ve değişiklik gösterir (Schwartz, 1977:231). İnsanlar her ne kadar birbirlerine yakın çevre koşullarında yaşıyor olsalarda, olayları farklı şekilde deneyimlerler, farklı alt kültür yapılarına sahiptirler ve düşünsel dünyalarında farklı değer yargıları vardır. Bunun yanında herhangi bir kurala uyma zorunlulukları ve bunlara uyma veya uymama dereceleri vardır. Dolayısıyla bireylerin kişisel normları sosyal kurallardan farklı bir şekilde işlemektedir.

Kişisel normların davranışlara yansiyabilmesi için aktif edilmesi gerekmektedir. Schwartz (1968:356) çalışmasında kişisel normların davranış üzerindeki etkisi için iki durumun etkin olabileceğini ifade etmiştir. Bunlardan birincisi; kişinin yapacağı potansiyel eylemlerin başkalarının refahı üzerinde sonuçlarının olacağına farkına varması ve ikinci olarak da kişinin bu eylemleri ve eylemlerinin diğerlerine etkisine yönelik sorumluluk almasıdır.

Schwartz 1977 yılındaki çalışmasında bireylerin kişisel normlarının davranışlara dönüşmesindeki aşamaları belirlemiş ve normların aktif hale getirilmesinde dört adım ve dokuz kritik aşamadan geçildiğini ifade etmiştir. Bu aşamalar şunlardır (1977:41);

#### I. adım: ihtiyaç ve sorumluluk algısı

##### 1. Aşama: Kişinin farkındalığı(bir başkasına yönelik)

Algılanan bir duruma/ihtiyaca karşı eylem gerçekleştirmenin veya eylemsiz kalmanın karşısındakine olası ahlaki, sosyal, psikolojik ve maddi maliyetlerini hesaplama anlamına gelmektedir. Bu duruma/ihtiyaca karşı ciddi bir şekilde yaklaşılması son derece önemlidir. En az felakete yol açacak senaryonun seçileceği ön görülmektedir.

#### 2. Aşama: İhtiyacı giderebilecek bir eylemin olduğunu bilmek

Bazen çok basit ihtiyaçların giderilmesinde bile birden fazla durumun (veya ihtiyacın) çözüme kavuşturulması gerekebilir. Ancak, bu noktada insanların, potansiyel diğer ihtiyaçları düşünerek mevcut ihtiyacın çözülmesinin mümkün olamayacağını hissetmeleri en büyük belirsizliğe yol açar. Bireyler diğer gerekenleri düşünmeden, yardım amaçlı ellerinden her ne gelirse yapma yükümlülüğünün olduğunu bilmesi gerekir. Örneğin, çevreci tüketici sınıflandırmasında yer alan koyu kahverengiler (basic browns) çevrenin tahribatında kendilerinin rolünün olmadığına inanırlar ve en önemlisi bireylerin bu büyük çevre felaketi gerçekliğinde ellerinden hiçbirşeyin gelemeyeceğini iddia etmektedirler.

#### 3. Aşama: Yardımı dokunacağı yeteneklerini bilme, tanıma

Kişi, herhangi bir sorunun çözümünde yapabileceği eylemleri bilir ve yetenekleri dâhilinde bunlardan bir veya birkaçını seçerek sorumluluk alır. Kişinin bu noktada davranışı gerçekleştirmek için öncelikle kendini sorumlu sayması gerekmektedir. Yeteneğinin ne olduğunu bilmek, başarı olasılığını arttırmak ve eylem için öngörülen fiziksel ve sosyal maliyetleri azaltmak için önemlidir.

#### 4. Aşama: Sisteme dâhil olduğunda alınması gereken sorumluluğu kavrama

Kişisel normların aktive edilmesinde en temel adımlardan biri sorumluluk almak gerektiğini hissetmektir. Sorumluluk, ihtiyaç duyan kişi ile bir bağlantı veya ilişki duygusu anlamına gelir ki, ilişkilerin kuvvetli ve sürekli bir şekilde olması sorumluluk almayı doğrudan tetiklemektedir. O halde, sıklıkla doğayla içiçe olan aktivitelerde yer alan veya doğa temelli destinasyonlarda vakit geçirmeyi seven ziyaretçilerin bu etkileşim sayesinde çevre sorunlarına yönelik de sorumlu davranışlar sergileyeceği söylenebilir.

Ladım, hareket, norm ve değerlerin bilişsel yapısını aktive eder ve yükümlülük aşamasını başlatır. Ahlaki yükümlülük duyguları, önceden var olan normlara veya daha önce açıklanan durumsal norm yapımı sürecine daha çok tekrar edilmek suretiyle ortaya çıkmaktadır.

Çocukluk döneminde bireyler öncelikle çekirdek aile ve ailesinden daha sonra ise hem okul yaşantısından hem de ikamet ettiği yer dolayısıyla çeşitli etkileşimlere girer ve bu etkileşimler sırasında yaşanan durumlara karşı gördüğü eğitimler çerçevesinde tepkiler ve eylemler gösterirler. Birey kişiliğini ilerleyen yıllarda ergenlik ve olgunluk döneminde kazandığı yeni deneyimler ve eğitimlerle tamamlar. Kişisel normlar bu durumdan çok etkilenir ve insanların davranışlarına yön verir. Örneğin insanların, çevresel sorunlara karşı günlük yaşamlarındaki tepkileri ile bir seyahat anındaki çevre etkileşimleri ve tepkileri birbirinden farklıdır. Kişi bu aşamada günlük zamanında, var olan kişisel norm bilgileri ile hareket ederken, seyahat sırasında ise çeşitli çevre koşullarının varlığını da hesaba katarsak anlık ve duruma karşı yeni bir çözüm yolu ve davranış şekli geliştirebilir.

## II. adım: Yükümlülük adımı; norm inşaatı ve ahlaki yükümlülük duygularının üretimi

5. Aşama: Geçmişten günümüze edindiği (aileden veya deneyimlerden kazanılan) veya tam olay anında durumsal olarak oluşan kişisel normlar

## III. adım: Savunma adımları; potansiyel tepkilerin değerlendirilmesi, değerlendirilmesi ve yeniden değerlendirilmesi

6. Aşama: Maliyetlerin ve olası sonuçların değerlendirilmesi

Olumsuz bir durumun çözümüne ilişkin ahlaki bir yükümlülük isteği ortaya çıktığında savunma adımları başlar. Bireyler eylemlerinin sonuçlarını değerlendirirken sosyal, fiziksel, psikolojik ve manevi maliyetler olmak üzere dört maliyet hesabı yapmaktadırlar. Bu noktada eğer kişilerin sorumluluk alma duyguları güçlü bir seviyede ise katlanılacak maliyetler çok ön planda tutulmaz. Dahası, yapılan bazı çalışmalarda bu yoğunluğun, kişinin davranışı sergilemesinde önemli motivasyon kaynaklarından biri olduğu sonucuna varılmıştır. Savunma adımlarında bireyler, özellikle önemli bazı alan ve konulardaki sorunlarda kendi öz imajlarını yükseltmek için, davranışlarını daha samimi ve yakın ilişkiler kurarak gerçekleştirmektedirler. 6. aşamada değerlendirilen maliyetler kişinin davranışa geçmesine herhangi bir mâni teşkil etmeyecek düzeydeyse sonraki iki aşama atlanabilir. Aksi halde, 7. ve 8. aşamalar arasında bir veya daha fazla yineleme olacaktır.

7. Aşama: Durumun reddi ve yeniden tanımlanması

Bireyler olaylara karşı davranışlarında kişisel normlarını aktif etmezler ya da yükümlülüklerle karşı zayıf duygu yoğunluğu ile yaklaşırlarsa yukarıda bahsedilen maliyetleri hesaba katmazlar. Yüksek maliyetlere katlanma gerekliliği gibi bir durumu hissetmek gayri ahlaki bir davranış sergilenmesine yol açabilir. Bu durumdan kurtulmak için bireylerin olayları yeniden değerlendirmesi ve durumun sonuçlarının ne olacağını daha iyi kavranması gerekmektedir.

- a. ihtiyaç durumu (gerçekliği, ciddiyeti)
- b. cevap verme sorumluluğu
- c. başkaları için ve şu ana kadar aktive edilen normların uygunluğu

#### 8. Aşama: Yeniden değerlendirme ışığında daha önceki adımların yinelemeleri

Yaşanan durumun yeniden tanımlanması ve anlaşılması değerlendirmesinden sonra kişi modeldeki önceki aşamalardan birine geri dönebilir ve duruma karşı alınabilecek önlemler için en iyi seçenek ortaya çıkana kadar davranışında ertelemeye gidebilir. Bir seyahat sırasında çevre sorunuyla karşılaşan biri şartlar gereği bu sorunun giderilmesindeki çözümünün yetersiz kalabileceğini veya maliyet hesabı yaparak davranışın o anki planına uygun olmayacağını düşünebilir. Çevre sorunuyla ilgili ne yapılması gerektiğini planlayıp seyahat dönüşü günlük yaşamındaki davranışlarını ve satın almalarını buna göre şekillendirebilir.

#### IV. adım: Müdahale adımı

#### 9. Aşama: Eylem veya eylem tepkisi

Eylemi gerçekleştirme veya bundan kaçınma kişisel normun aktif edilmesindeki son aşamadır. Eylem ya da eylemsizliğin kişinin algısını değiştirebilecek etkileri vardır. Müdahale aşamasında yeni ihtiyaçlar ortaya çıkar veya davranışı gerçekleştirilmeye ihtiyacı olan kişi, yer veya durumlar ile aramızdaki ilişki düzeyi artar ve gelişir. Bu aşamada davranışın gerçekleştirilmesi yeni kazanımların yaşanmasına ve kişisel değer ve norm algılarımızın değişmesine yol açmaktadır. Birey tüm aşamaları yerine getirir ve çevreden gelen geri bildirimleri doğru bir şekilde değerlendirirse, bu durum bireyin yaşamında yüz yüze gelebileceği diğer olaylara karşı davranışlarında da kişisel normları etkin bir şekilde kullanmasını sağlayacaktır.

Doren ve Larsen (2016:161-164) çalışmalarında kişisel normların çevre dostu seyahat seçeneklerinin seçiminde davranışsal niyetleri diğer değişkenlerden daha fazla etkilediği sonucuna varmışlardır. Bir başka çalışmada ise Mehmetoğlu (2010:443) bireylerin kişisel norm değerlerinin hem ikamet edilen yerde hem de tatil deneyimi sırasında, çevre dostu davranışlar sergilemeyle pozitif yönde bir ilişki kurduğunu bildirmektedir. Mehmetoğlu çalışmasında ayrıca kişisel normların, bireylerin çevreci davranışlarını etkilemede çok önemli olan çevre endişesi algısından bile daha fazla katkı sağladığını vurgulamaktadır.

Stern ve arkadaşları (1999:89) çalışmalarında, dışsal bir zorlama altında kalmadan tamamen kişisel normlarla hareket eden bireylerin (çevreci bir aktivist olmadan da) tüketici davranışlarının, fedakârlık yapma isteklerinin ve çevre vatandaşlığı davranışı gösterme eğilimlerinin yüksek olacağını vurgulamıştır. Anlatılanlardan yola çıkarsak, kişisel normların da diğer çevre davranışını etkileyen faktörler gibi tüketicilerin çevreci davranış göstermesini sağlayan güçlü bir motivasyon kaynağıdır (Schwartz, 1977, Stern vd., 1999, Chen ve Chai, 2010).

## **2.2. Çevreci Satın Alma Davranışları**

Günümüzde insanlar davranışlarının ve çeşitli alanlardaki ihtiyaçlarına yönelik yapmış oldukları mal veya hizmet satın alımlarının çevreye olumlu veya olumsuz etkilerinin olduğunun bilincine varmışlardır. Dolayısıyla bu farkındalık tüketiciler arasında çevreyi önemseyen ve bu sorunları ön planda tutan bir kitlenin oluşmasına neden olmuştur. Bu kitle hem günlük yaşamlarında hem de günlük rutin işleri dışındaki zamanlarda hareket ederken çevre sorunlarına yol açmayan veya çevreye zararı en az olan davranışları ve satın alımları gerçekleştirmektedirler.

### **2.2.1. Tüketici Satın Alma Davranışı**

Tüketici satın alma davranışı bireylerin, grupların ve kuruluşların arzularını ve ihtiyaçlarını tatmin etmek için ürün, hizmet, fikir ve deneyim seçme, satın alma ve kullanma şeklidir (Jashari ve Rustemi, 2017:4). Tüketici satın alma davranışı karar verme sürecinden önce ve sonra tetiklenen mal ve hizmetlerin tüketimi ile doğrudan ilgilidir (Shih vd., 2015:391).

Güdü veya dürtü, davranışları organize eden ve davranışlarımızın son halini almasını sağlayan önemli bir özelliktir. Bu durum ihtiyaçların karşılanmasına yönelik bir

amaç doğrultusunda yönlendirilmeyi ifade eder. Birçok açıdan tüketicileri güdüleyen şeyleri gözlemleyemsek bile tüketicilerin davranışlarını gözlemek ve analiz etmek daha mümkündür. Tüketicilerin bu tür bir amaca yönelik davranışları beklenen ihtiyaçların karşılanmasında hayati bir fonksiyona hizmet eder ve davranışlar ihtiyaçların türüne ve çevreye göre değişiklikler göstermektedir (Ogbeide, 2015:342).

Başlangıçta tüketici hangi mal veya hizmeti tüketmeyi istediğini bulmaya çalışmaktadır. Bu noktada tüketici en fazla faydayı sağlayacak ürünü seçme yolunu seçecektir. Tüketici gerekli gördüğü ürünü seçtikten sonra harcayabileceği mevcut paraya dair bir tahmin yapmaktadır. Son olarak ise tüketici, bu nokta ürünün fiyatı ile ilgili bir analiz yapar ve her iki koşulda da kendisine fayda sağlayacağını düşündüğü ürün hakkında karar almaktadır (Ramya ve Ali, 2016:76).

Tüketiciler karar verme sürecinde birbirinden farklı beş aşama altında değerlendirmeler gerçekleştirmektedir. Bunlar (Jashari ve Rrustemi, 2017:4-5);

- İhtiyaç ve problem tanımlama: tüketiciler günlük yaşantılarında mevcut durumları ile beklenen, istenen ya da ideal durum arasında herhangi bir farklılık gördüğü zaman buna ilişkin bir ihtiyaç ve problem tanımlamaktadırlar,
- Bilgi arama: tüketicinin makul bir karar vermesi için kendi ortamının uygun verilerini araştırdığı süreç,
- Alternatiflerin incelenmesi: tüketiciler bu aşamada ihtiyaçlarına yönelik doğru ve güvenilir gördüğü kaynaklardan ayrıntılı bir araştırma yapıyor ve her bir alternatifin olumlu ve olumsuz yanları düşünerek kendisi için en uygun olanını seçmesi,
- Satın almanın gerçekleştirilmesi: ihtiyaca yönelik mevcut alternatifler arasından uygun olanın satın alınması,
- Satın alma sonrası: satın alma aşamasından sonra kişinin bu tercihinden dolayı memnuniyet düzeyin olumlu veya olumsuz yönde değerlendirmeye alınması aşamasıdır.

## 2.2.2. Tüketici Satın Alma Davranışlarını Etkileyen Faktörler

Birbirinden farklı istek ve ihtiyaçları bulunan bireylerin bu gereksinimlerini gidermeye yönelik çabalarında birbirinden farklıdır. Günlük yaşantısında bireyler bu yoksunluklarını gidermek için çeşitli satın alımlar gerçekleştirmek durumundadır. Bu satın alımlar mal veya hizmet satın alımı şeklinde gerçekleşmektedir. Bireylerin bu satın alımları ve ürünün kullanılması aşamasını içeren karar verme süreci ve davranışları satın alma davranışı olarak ifade edilmektedir.

Tüketici davranışlarının çok yönlü olması ve birbirinden farklı özellikler barındırması, bu davranışların anlaşılmasını zorlaştırmaktadır. Ancak işletmelerin pazarlama bölümü çalışanlarının bu sorunun çözümünde etkin rol alması gerekmektedir. Bölüm çalışanları müşterilerin istek ve ihtiyaçlarını belirlemede; hangi müşteri kitlesine hizmet sağlanacağını, müşterilerin satın alımlarını etkileyen unsurların neler olduğunu, müşterilerin mal veya hizmet alımlarında hangi süreçleri takip ettiklerini bilmeli ve buna yönelik çözüm ve organizasyonlar gerçekleştirmelidirler.

Literatürde tüketicilerin satın alma davranışlarını etkileyen bileşenler çeşitli şekillerde sınıflandırılır ve yapılandırılmaktadır. Bu davranışların anlaşılmasına ilişkin yapılan çalışmalarda araştırmacılar, iç ya da dış etkenler, kişisel-sosyal-psikolojik faktörler, bunlara ek olarak kültürel faktörler gibi bileşenlerin yer aldığı sınıflandırmalar yapmışlardır. Yaygın kabul gören tüketici satın alma davranışını etkileyen faktörler aşağıdaki şekildedir (Durmaz, 2008:36);

- Kültürel Faktörler; kültür, alt kültür, sosyal sınıf
- Sosyal Faktörler; referans grupları, aile, roller ve statüler
- Kişisel Faktörler; yaş, ekonomik durum, meslek, yaşam tarzı, kişilik
- Psikolojik Faktörler; güdüleme (motivasyon), algılama, öğrenme, inançlar ve tutumlar

### 2.2.2.1. Kültürel Faktörler

Tüketicilerin bir mal veya hizmete ihtiyacın ortaya çıkmasını ve satın alma davranışlarını etkileyen faktörlerin başında kültürel faktörler yer almaktadır. Tüketicinin yaşadığı toplumun dinamikleri ve bizzat tüketicinin değer yargıları bu kararların



verilmesinde önemli bir etkidir. Kültürel faktörleri kültür, alt kültür ve sosyal sınıf başlıkları altında incelenmektedir.

*Kültür*; kişinin arzu ve isteklerinin en büyük belirleyicisidir. İnsanların geçmişten bugüne yaratmış oldukları değerlerin, örf, adet, gelenek, görenek, ahlak, tutum, inanç, davranış, sanatsal yaklaşımlarından ve toplumun paylaşmış olduğu ortak bir takım diğer sembollerden oluşan bir karışımdır (Örücü ve Tavşancı, 2001:2). Bireyin bağlı bulunduğu toplumun tüketim alışkanlıkları, ihtiyaç ve bu ihtiyaçların öncelik sırası ve tatmin olma koşulları kültürün bir işlevidir ve bir ülkenin kültürü, üretilen mevcut mal veya hizmetlere yön verdiği gibi bu mal veya hizmetlerin tüketilmesinde de etkin rol oynamaktadır (Türkey, 201:8). Kültür bireylerin yaşamlarını sürmek için gerekli olan somut kavramlara (yiyecek-içecek, barınma, mobilya, giyinme gibi) ilişkin satın alımları etkilediği gibi; eğitim, refah, yasalar gibi soyut kavramları da etkilemektedir (Satıcı, 1998:5).

*Alt kültür*; toplumun belirli kesimlerini ifade etmek için kullanılan bir ifadedir. Var olan ana kültür içerisinde kendine has özellikler barındıran, kendine ait değerleri, gelenek-görenek ve davranışları bulunan alt grupları ifade etmektedir. Bu alt gruplar dini, ırksal, bölgesel, yöresel bir takım farklı bileşenleri barındırır. Bu alt kültüre mensup kişiler kendi giyim, yeme-içme, eğlenme, yaşam biçimi gibi özellikleri taşımaktadırlar. Karadeniz veya Ege bölgesinin yaşam koşullarına adepte olmuş bireylerin sahip oldukları kültürel kaynakları bakımından farklı satın alma davranışı göstermeleri beklenebilir.

*Sosyal sınıf*; bir toplumda aynı hayat tarzlarını benimsemiş grupları ifade etmektedir. Gelir, meslek grubu, kişisel performans, benzer kişiler ile olan etkileşimler, ortak değerler, eğitim düzeyleri, oturulan semt birer sosyal sınıf göstergesidir. Her sosyal sınıfın birbirinden farklı satın alma davranışları ve karar verme süreçleri vardır.

#### **2.2.2.2. Sosyal Faktörler**

Tüketicilerin satın alma davranışlarını etkileyen bir diğer faktör ise sosyal faktörlerdir. Sosyal faktörler kişinin içerisinde yer aldığı aile, karar verme aşamasında onlara etki eden diğer insan toplulukları ve günlük yaşantısında sahip olduğu roller ve statülerdir.

*Referans grupları*; bireylerin olaylara karşı tutum ve davranışlarını etkileyen ve yönlendiren referans grupları aile, arkadaş, iş arkadaşı, varsa bağlı bulunduğu dernek veya kulüb arkadaşlığını ifade etmektedir. Bazı durumlarda birey herhangi bir dernek veya

kuruluşa üye değilse bile, gelecekte üye olabilme potansiyelinin sebebiyle o gurba yönelik davranış kalıplarını benimseyebilmektedirler (Yükselen, 2006:103). Yakın çevremiz ile ilişkilerimizde yüz yüze temaslar bu noktada etkin olabilmektedir. Günlük yaşamında herhangi bir grup üyeliğini arzulayan ve sonunda da o grubun bir parçası olan birey hem üyeliğin öncesinde hem de üyelik sırasında bu grubun değerlerine, sosyal yaşantısına ve statülerine uygun hareket etmektedirler. Bireyler buna uygun davranışlar sergilerken aynı zamanda buna uygun çeşitli satın alımlar da gerçekleştirmektedirler.

*Aile;* toplumun içinde genel kültürel değerlerin aktarımını sağlayan bir alt kültür olarak ifade edilebilir. Anne, baba ve çocuklardan oluşan aile kavramının içerisinde bir birey çocukluğundan itibaren sosyal ve kültürel değerlerini ve tüketim alışkanlıklarını aileden kazanır ve bu durum yaşamı boyunca bireyi etkilemektedir. Bu nokta da sorunlardan en önemlisi ve değerlendirmeye alınması gereken konu, aile kavramının yapısı gereği ihtiyacı olanın, bu ihtiyacın giderilemesinde kararı verenlerin, bu kararı etkileyenlerin, satın almayı gerçekleştirenlerin ve kullanan kişilerin birbirinden farklı olabilmesidir (Arslan, 2003:93). Örneğin, çocuğun ihtiyaçlarını anne veya baba giderebilir, evin günlük yaşamsal ihtiyaçlarını anne sağlarken, daha büyük herhangi bir ihtiyacın da ise ortak değerlendirmeler sonrasında kararlar alınıp satın alımlar yapılabilir.

*Roller ve statüler;* insanlar buldukları ortamda, gruplarda veya örgütlerde farklı pozisyonlara sahiptirler. Kimi kadın kimi erkek, bazıları çocukken bazıları ise anne veya babadır. Bu şekilde her birimizin toplum içerisinde belirli pozisyonları bulunmaktadır. Pozisyonu gereği bazı faaliyetler gerçekleştirilip ve satın alımlar yapılır (Saticı, 1998:7-8). Öğrenci olan bir birey buna uygun davranışlar sergiler ve pozisyon ve statünün gereği alışveriş, giyim-kuşam, yeme-içme, eğlenme gibi ihtiyaçlarını gidermek için satın alma yaparlar. Örneğin bir avukat, bir doktor, bir üst düzey yönetici için bu satın alımlar daha farklı şekilde yapılabilmektedir.

### **2.2.2.3. Kişisel Faktörler**

Tüketiciler istek ve ihtiyaçlarını karşılarken kişisel özelliklerine göre de karar verebilmektedirler. Kişisel faktörler kabaca bireyin sahip olduğu demografik değişkenler olarak ifade edilebilir. Bunun yanında aniden ortaya çıkmış durumlarda karşı karşıya kalabileceğimiz ve buna yönelik satın alma kararları vereceğimiz olaylarda söz konusudur. Örneğin bir trafik kazası sonrası ortaya çıkacak yeni bir otomobil satın alma kararı şeklinde gerçekleşebilir. Demografik faktörler; yaş, yaşam dönemi, cinsiyet, medeni

durum, eğitim, meslek, ekonomik koşullar, sağlık ve kişilik gibi unsurlardan oluşmaktadır (Satici, 1998:8 ve Durmaz, 2011:118). Bu unsurlardan bazılarının açıklanması faydalı olacaktır.

*Yaş;* farklı yaş grubunda yer alan bireylerin birbirinden farklı istek ve ihtiyaçları vardır. Bebeklik, çocukluk, olgunluk ve yaşlılık dönemlerinde farklı ihtiyaçlarımız vardır. Buna yönelik; ilk yıllarımızda ebeveynlerimiz tarafından karşılanan satın almalar daha sonra kendimizin insiyatif aldığı satın almalara dönüşmektedir. Gençlik dönemlerinde popüler durumların yönlendirdiği alışveriş alışkanlıklarımız varken, olgunluk döneminde ise daha stil sahibi, marka yönlendirmelerine yönelik satın alımlar gerçekleştirebiliriz.

*Meslek;* tüketicilerin iş hayatındaki konumlarına göre satın alımlar gerçekleştirmesi kaçınılmazdır. Mavi yaka ve beyaz yaka olarak tabir edebilen meslek grubuna dâhil olan tüketiciler farklı istek ve ihtiyaçlarını gidermek için farklı satın alımlar yapmaktadırlar. Meslek grubunun düzeyinin artması giyim, eğlence, dinlenme, seyahat etme gibi farklı ihtiyaçların ortaya çıkmasına ve dolayısıyla bunların karşılanmasını orataya çıkaracaktır. Bu noktada tüketicilerin meslekleri herşeyden önce ekonomik koşullarının iyileşmesine ve gelirlerinin artmasına katkıda bulunmaktadır. Bunun dışında çalışma sürelerinin azlığı veya çokluğu, işe geliş gidişlerdeki zaman kavramı ve bunların ortaya çıkardığı boş zamanların nasıl değerlendirildiği de meslek kavramının tüketicilerin satın alma faktörlerini ne derece etkileyeceğini ortaya koymaktadır (Kara, 2006:61).

*Ekonomik koşullar;* sahip olunan ekonomik imkânlar tüketicilerin bir ürünü satın alabilmesindeki en büyük etkidir. Tüketicilerin alım gücünün yetersiz olması diğer tüm koşulları önemsiz bırakabilmektedir. Tüketicilerin harcanabilir gelirleri, bu gelirler üzerinden gerçekleştirdikleri tasarruflar ve var olan kişisel borçları satın alma davranışını etkilemektedir (Yükselen, 2006:105). Süreç içerisinde tüketicinin harcanabilir gelirinin zam veya işten çıkarılma gibi olumlu veya olumsuz yönde gerçekleşen durumlar karşısında da farklılıklar gösterebileceğini belirtmek gerekmektedir.

*Kişilik;* içsel özellikler ve davranışlarla yaratılır (Stavkova, 2008:277). Tüketicinin satın aldığı ürün ve markalar ile arasında genellikle bir bağ olduğu tespit edilmiştir (Örücü, 2001:3). Bir bireyi diğerlerinden ayıran duygu, düşünce ve davranışlarını oluşturan temel iç ve dış özelliklersatın alma davranışlarına etki eden faktörlerden biridir (Fettahlıoğlu, 2008:34). Kendine güven, bağımsızlık, diğer insanlarla iyi geçinebilmek, saygı, çevreye karşı uyum sağlayabilme gibi bazı kişilik özelliklerine sahip olan tüketicilerin bu

özelliklerini doğru bir şekilde tespit edip buna ilişkin pazarlama stratejileri belirlenebilirse satın alma davranışlarını şekillendirebilmek daha mümkün olacaktır.

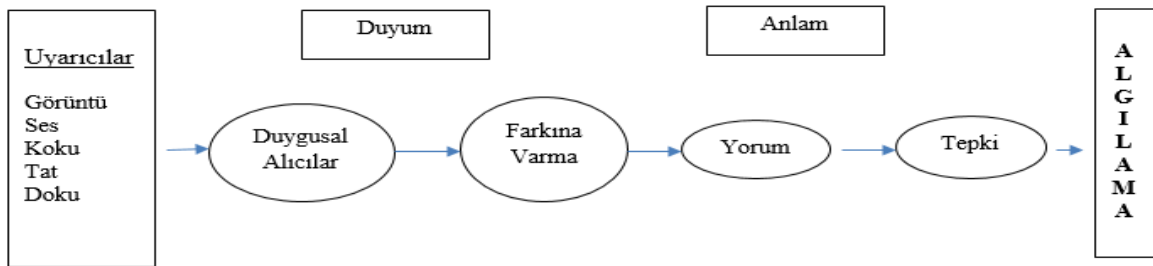
#### 2.2.2.4. Psikolojik Faktörler

Günlük yaşamlarında tüketicilerin bir ürünü satın almalarındaki sebep yalnızca fizyolojik ihtiyaçlar sonucu ortaya çıkmaz. Bir ürünü satın alırken psikolojik faktörler de son derece önemlidir. Psikolojik faktörler motivasyon, algılama, öğrenme ve tutum ve inançlardır (Ramya ve Ali, 2016:76).

*Motivasyon;* motive/güdü, tanımlanan amaçların yerine getirilmesi ya da ihtiyaçların karşılanmasına yönelik insan/tüketici faaliyetlerinin yönlendirilmesini sağlayan içsel bir güçtür (Stavkova, 2008:277). Bu içsel güç günlük yaşamda kişiyi bir hareketi gerçekleştirmeye ya da bir hareketi diğer harekete tercih etmeye isteklendirmektedir. Kişinin ihtiyacı ortaya çıktığında bu ihtiyacın doyum seviyesine ulaşması gerekmektedir. Bu doyum gerçekleşmezse bu güdü daha da artacaktır. Kişi yaşamış olduğu bu gerilimi azaltmak için buna uygun ve doyum sağlayacak satın alımlar yapmalı veya eyleme geçmelidirler. Kişinin harekete geçme kararını bir değil birkaç motivasyon kaynağı etkileyebilmektedir.

*Algılama;* motive edilmiş tüketiciler artık harekete geçmeye hazır hale gelmişlerdir. Tüketicilerin kendilerine has harekete geçme stilleri, var olan durumu algılayış şekilleri ile alakalıdır. Algılama bireyin olayları analiz edebilmeleri için bilgi kaynaklarını seçme, organize etme ve yorumlama biçimleridir (Fettahlıoğlu, 2008:36). Algılama, gerçekliğin uyarlanması anlamına gelmektedir (Stavkova, 2008:277). Kavramın tanımlanabilmesi geçmiş deneyimlerin, kişi beklentilerinin, güdü ve tutumların anlaşılabilmesi son derece önemlidir.

Şekil 2. 5. Algılama Süreci



*Kaynak: İslamoğlu ve Altunışık, 2010:109*

Algılama süreçleri üç ana grupta toplanmaktadır. Bunlar (Kara, 2006:53); duyum süreçleri, simgesel süreçler ve duygusal süreçlerdir. Duyum süreçleri; uyarıcıların beş duyu organı ile algılanması, simgesel süreçler; uyarıcının tüketici belleğinde bir imaj yaratması, duygusal süreçler ise uyarıcıların ilgili hoşlanma düzeyini belirlemesi olarak ifade edilmektedir.

*Öğrenme*; insan ve diğer canlılar arasındaki en büyük fark, insanın yaşamı boyunca hemen her an birşeyler öğrenmesi, deneyimlerinden çıkarımlar elde etmesi ve öğrenme bilincine sahip olmalarıdır. Yani bilgi ve tecrübeler davranış değişikliklerine neden olabilmektedir. Öğrenme kişinin davranışlarının şekillenmesinde ve buna yönelik eylem gerçekleştirmesine olanak tanıyarak tüketici davranışlarının anlaşılmasını sağlamaktadır (Yarangümelioğlu, 2013:29). Bir mal veya hizmete ilişkin daha önce gerçekleştirilmiş bir tecrübenin varlığı, o ürüne karşı olumlu veya olumsuz bir tutum göstermemizi sağlar. Kişi daha önce deneyimlediği durum ile yeni bir deneyim arasında farklı davranışlar sergileyebilir. Önceki deneyim sayesinde bilgi kaynaklarına sahip olan birey bu gerçekliğe göre o mal veya hizmeti tekrar satın almak ister veya istemez.

*Tutum ve inançlar*; tüketici davranışlarını doğrudan bir şekilde etkileme potansiyeline sahip tutum, bireyin bir düşünceye, nesneye, duruma karşı olumlu veya olumsuz duyguları ve bunun sonucunda da buna yönelik eğilimleri ifade eder (Türkay, 2011:26). Dolayısıyla tutumlar duyguların yanında düşünsel birtakım çıkarımlar sonucunda da gelişebilir. Pazarlama açısından tutum, bir ihtiyaç sonucu ortaya çıkan mal veya hizmet satın alma aşamasında bireyin o markaya ilişkin olumlu veya olumsuz değerlendirmeleridir (Erdem, 2006:98). Bu tür değerler doğuştan sahip olunmaz, ancak insanın gelişimiyle birlikte ortaya çıkar, gelişir ve varlığını sürdürür.

İnsanlar günden güne değişirken tutumları ve inançları da değişiklikler gösterebilmektedir. Önceleri kişinin yetiştirildiği çevredeki olay ve durumlarla şekillenen ve yaşam tarzını yansıtan tutum ve inançlar, kişinin hayat çizgisi içerisinde yaşanan deneyim ve tecrübelerden yararlanarak gelişir ve değişebilmektedir.

Yukarıda açıklandığı gibi tüketiciler ihtiyaçlarını karşılamaya ilişkin değerlendirmeler yaparken ve eylem kararları alırken birçok faktörden etkilenebilmektedirler. Bu karmaşık yapı içerisinde tüketiciler bir ya da birden fazla etkileyenle karşı karşıya kalarak çeşitli mal veya hizmetleri satın alma isteği gösterirler buna uygun davranışlar gösterirler.

### 2.2.3. Çevreci Satın Alma Niyeti

Küresel ölçekte dünyada yaşanan sosyal, ekonomik ve siyasi gelişmelerin yol açtığı çevresel sorunların bireyler tarafından fark edilmesi ve bu sorunlara ilişkin oraya çıkan kaygılar; bilinen çevre kavramının ve çevresel sorunlara karşı duyarlılıkların değişmesine neden olmuştur (Atay ve Dilek, 2013:204). Özellikle günümüzde çevreye son derece zarar veren aşırı üretim ve tüketim alışkanlıklarımız, kıt kaynakların ölçsüz kullanımı, gelecek nesillerin yaşam şartlarının düşünülmemesi vb. gibi nedenler günümüzde farklı bir tüketici kitlesinin oluşmasına neden olmuştur.

Bunun yanında, çevresel sorunlara ilişkin değerlendirmelerin medya kaynaklarında daha fazla yer alması, bireylerin bu sorunlara ilişkin gösterdikleri farkındalık ve fedakârlıklar, büyük endüstriyel felaketlerin yaşanmış olması, baskı unsuru olan grupların bu konudaki etkinliklerinin yükselmesi ve kamunun ortaya koyduğu sert yasal düzenlemeler çevresel sorunları önlemeye yönelik çalışmalardan birkaçıdır (Kalafatis vd., 1999:441). Sonuçta bu durum tüketicilerin günlük yaşamlarındaki alışkanlıklarını ve bu alışkanlıkların çevrenin üzerinde yarattığı baskıyı anlamasına ve bununla daha fazla ilgilenmelerine yol açmıştır.

Ajzen ve Fishbein (1975) tarafından niyet, tüketiciyi belirli bir davranışı gerçekleştirmek için harekete geçiren öznel olasılık olarak ifade edilmiştir (Hines vd., 1987:6 ve Ramayah vd., 2010:1424). İnsanlar davranışlarına etki etmeyi düşünürler ve herhangi bir davranışta bulunmadan önce niyetlerini şekillendirmek istemektedirler (Gill vd., 1986:539). Bu da insanların davranışlarını tamamlarken; tutumlarının desteklediği ve niyetin oluştuğu davranışları sergileme eğiliminde olduklarını göstermektedir (Nam vd., 2017:6). Vazifehdoust ve arkadaşlarının (2013:2499) yapmış oldukları çalışmada tüketicilerin çevreci bir ürünü satın almadaki niyetleri, bu tür çevreci ürünlere karşı oluşmuş olan olumlu tutumlar tarafından desteklendiğini ortaya koymuştur.

Niyet, davranışın iyi ve güçlü bir yordayıcısıdır ve ürünün satın alınmasında davranışı etkilediği sonucuna varılmıştır (Patui, 2013:450). Yine bu çalışmada, tüketicilerin bir ürüne karşı olan satın alma niyetleri, tüketicilerin çevreye dost ürünleri satın alma kararlarını doğrudan etkilediği sonucuna varılmıştır. Hines ve arkadaşları (1987) herhangi bir duruma ilişkin niyetlerin belirtilerek davranışın sergilenmesi, niyetini belirtmeyenlere oranla daha muhtemel olacağını belirtmişlerdir.

İhtiyaca karşı, tutumlarımızın davranışa dönüşmesi aşamasında niyetin rolü, bir mal veya hizmetin satın alınması durumundaki gereken çaba düzeyinin bir işlevidir (Bagozzi vd., 1990:46,55). Niyetlerin davranışı etkileyen motivasyon kaynaklarını tahmin ettiği varsayılır ve davranışları gerçekleştirmek için insanların ne kadar çaba sarf etmeyi planladıklarına ve ne kadar çaba göstermeye istekli olduklarına dair çeşitli göstergeleri vardır (Ajzen, 1991:181). Bu açıdan herhangi bir davranışta bulunma niyetinin güçlü olması, niyetin büyük ihtimalle davranışa dönüşmesine olanak sağlayacağı düşünülmektedir.

Sayıları her geçen gün artmakta olan çevreci profile sahip bireyler günlük yaşamlarında olduğu kadar tatil planlarında ve bu seyahatleri sırasındaki çok çeşitli harcamalarında da bu profillerine sadık kalacak davranış eğilimindedirler. Günlük yaşamlarında olduğu gibi bireyler çevre sorunları, kaynakların tükenmemesi veya yok olmaması, diğer canlı türlerinin zarar görmemesi, gelecek kuşakların korunması isteği, sürdürülebilir bir gelişim sağlanabilmesi vb. gibi benzer sebeplerle turizm organizasyonu içerisindeki davranışlarında da buna uygun hareket etmektedirler. Turizm hareketi içerisinde yer alan bireylerin özellikle turizm sektörünün doğayı ve doğal kaynakları bir çekim unsuru olarak kullanmaları sebebiyle bu tür alanlarla ve dolayısıyla sorunlarla sıklıkla yüzyüze gelmeleri bu kaynakların korunması aciliyetini gözler önüne sermektedir. Turistler bu açıdan seyahatleri süresince çevreyi önemseyen, çevreyi tahrip etmeyen ve sürdürülebilir turizm gelişimini destekleyen mal veya hizmetleri satın almakta ve bu ürünleri ortaya çıkaran turizm işletmelerini tercih etmektedirler.

Hedlund (2011) çalışmasında çevresel fedakârlıklar gösteren ve çevre konusunda kaygıları olan turistlerin çevreyi korumak için sürdürülebilir turizm alternatiflerine yönelik satın alma niyetlerinin olduklarını vurgulamıştır. Bu ziyaretçiler tatillerini planlarken ekolojik anlamda doyum sağlayacak turizm alternatiflerini tercih etmektedirler. Benzer sonuçlar Doran ve arkadaşlarının 2016 yılındaki çalışmasında da ortaya çıkmıştır. Çalışmaya göre çevreye karşı saygılı tutumlar barındıran ve çevreyi ve başkalarını düşünen (özgecil/biyosferik) değerlere sahip turistlerin seyahat tercihlerini çevreci özelliklere sahip ürünlerden yana kullandıkları sonucuna varılmıştır. Bu turistler, benzer özelliklerde daha zayıf çevre değerlerine sahip turistlerden daha fazla çevreci ve sürdürülebilir satın alma niyetinde oldukları görülmüştür.

Yaşantı boyunca karşılaşılan durumların, bu aşamada yaşanan tecrübeler ve olaylara karşı gösterilen tepkilerin gelecekteki tutum, niyet ve davranışları etkileme potansiyeli vardır. Yaşam serüvenindeki bu evrelerin bizim bir konu hakkındaki karar verip vermemize doğrudan etkisi olmaktadır. Bu noktada niyetlerin bizi davranışa sürükleyecek önemli bir aracı konumunda bulunduğunu ve mevcut davranışların daha anlaşılır hale gelmesine yardımcı olacağını bilmek gerekmektedir. Belirli bir niyet desteğiyle gerçekleştirdiğimiz davranışlarımızın tam tersi durumdan daha etkili sonuçlar doğurduğu yazın incelemesi sonucu karşımıza çıkmıştır. Bunun yanında niyetlerimizin bizi daha çevreci uygulamaları kullanmaya ve daha çevreci satın almalar yapmaya iteceğini de düşünmek son derece doğru olacaktır. İnsanlar niyetlerinin doğru davranışlar sergilemede etkin bir rolünün olduğunu keşfettiler takdirde yeni davranış stratejileri benimseyeceklerdir. Bu stratejiler, tüketicilerin hem davranışlarına yön verecek hem de çevreye dost mal veya hizmet satın alımları gerçekleştirerek çevrenin korunmasına katkı sağlayacaktır.

#### **2.2.4. Çevreci Satın Alma Davranışı**

Tüketiciler günlük yaşamlarında çeşitli sebeplerle bir şeylere ihtiyaç duyarlar ve bu ihtiyaçlarını giderene kadar da birtakım davranışlarda ve satın almalarda bulunurlar. Bu süreç tüketicilerin satın alma karar süreçleri olarak bilinmektedir. İnsanlar yaşamları boyunca onların dengelerini bozacak ve giderilmezse yüksek ihtimal olumsuzluklar yaşayacakları durumlarla karşılaşılır. Kişi bu ihtiyaca yönelik çeşitli çözüm yolları arar ve mal veya hizmet anlamında çeşitli alternatifler belirlerler. Daha sonra alternatifleri fayda-maliyet ikileminde değerlendirir ve ihtiyacı karşılayacak ürünü tespit ederler (Altunışık vd., 2006:62).

Bireyin ihtiyaç duyduğu şeyler birbirinden farklı olduğu gibi buna ulaşma olanakları ve zorlukları da birbirinden farklıdır. Bireyler günlük yaşantısında yiyecek-içecek gibi alışkanlıklara dayalı ürünleri satın alırken, geçmiş deneyimleri ile yola çıkarak nispeten diğer ihtiyaçlarını karşılamakten daha az çaba sarfetmektedirler. Bunun yanında bireyler, örneğin elektronik bir ürün alırken marka, kalite, ödeme seçenekleri, garanti koşulları gibi ayrıntılara değer verirken, bir tatil paketi satın alırken fiyat, dönem, ulaşım gibi ayrıntılara önem verir ki bu süreç biraz daha fazla çabayı gerektirmektedir. Dolayısıyla yukarıda belirtilen satın almayı etkileyen faktörlerin birer belirleyici konumunda olduğunu söylemek doğru olacaktır.



20. yüzyılın son çeyreği ve 21. yüzyılda yaşanan çevre sorunlarının varlığı, bunun yanında eğitimle birlikte çevre duyarlılıklarının artması, sürdürülebilirlik kavramının yayılması, gelecek yaşam koşullarımıza ilişkin endişelerimiz gibi çeşitli nedenler daha fazla çevre dostu mal veya hizmetlerin kullanımına ve satın alınmasına yol açmıştır.

İşletmelerde bu tüketici kitlesinin farkına varmış ve buna uygun çevreyi ön planda tutan ve çevreye daha az zararlı mal veya hizmet sunmak için organizasyonlarını değiştirmeye başlamışlardır. İşletmeler çevre dostu ürünler üretmeye, atıkları azaltacak üretim teknolojileri kullanmaya, kaynaklara zarar vermeyecek ambalajlama, tasarımda sadeliğe ve geri dönüştürülebilir ürünler üretmeye başlamışlardır (Yeniçeri, 2008:2). Görüldüğü gibi tüketicilerin çevre konusundaki hassasiyetlerinin artması kendi davranış ve satın almalarına yansıdığı gibi işletmelerin stratejilerinin değişmesine de katkı sağlamaktadır.

Günümüzde tüketicilerin belirli bir kesimi geçmiş yıllarda olduğu gibi sadece tüketim ve satın alma alışkanlıklarına yönelik davranışlar sergilemezler. Bu tüketiciler kıt kaynakların kullanıldığı üretim şekilleriyle ve ürün ve atıkların çevreye vereceği olumlu olumsuz etkileri ile de ilgilenmeye başlamışlardır (Varinli, 2008:34). Üreticiler tüketicilerin geçmiş dönemlere kıyasla daha çevreci bir potansiyele ve ilgiye sahip olduklarını görmüşlerdir (Neuner, 2000:153). Bu kitle ürünün ücreti gibi yüksek maliyetli durumlarda bile çevreyi önemseyen, çevrenin yararına olacak uygulamaları ve özellikleri barındıran ürünleri satın almaya özen göstermektedirler (Laroche vd., 2001:153).

Çevreci tüketicilerin çevre dostu ürünleri hem daha fazla tercih etmeleri hem de yüksek fiyatları pahasına satın almaları bu tür ürünlere olan talebin gerçekliğini ortaya koymaktadır. Talebin artması işletmelere gelir sağlayacak ve işletmeler bu pazardan daha fazla fayda sağlamak için çevre dostu ürün çeşitlendirmesi yaparak piyasaya girmeye çalışacaklardır. Bu durum pazardaki çevre dostu etiketine sahip ürünlerin çoğalmasına ve tüketiciler tarafından bilinirliklerinin artmasına ve dolayısıyla hem erişiminin kolaylaşmasına hem de satın alımlarının yükselmesine sebep olacaktır (Erciş vd., 2016:161).

Bireyin çevreyi koruma içgüdüyle yapacağı geri dönüşüm, atıkları azaltmak, kaynakların korunmasına destek olmak, ailesi başta olmak üzere başkalarını bilgilendirmek, bunu bir yaşam stili olarak algılamak gibi özellikle maddi unsurları

barandırmayan davranışlar zamanla bireyin benliğine işleyecek ve birey bu davranışlarını sürekli hale getirerek çevreci tüketici potansiyeli haline dönüşecektir.

Tüketicilerin azınsanmayacak bir kısmı her ne kadar çevrenin tahribatını önlemeye yönelik davranışlar sergilediklerini ifade etselerde, araştırmalar bu kitlenin büyük bir kısmının bu davranışlarını bir yaşam biçimi şeklinde yansıtmadıklarını göstermektedir. Pearce (1990) yapmış olduğu araştırmada 1990'lı yıllarda İngiliz tüketicilerinin çevre dostu ürünleri alma noktasında büyük arzu ve istekli olduklarını belirttiklerinde, araştırma gereği süpermarketlere yerleştirilen yeşil veya çevre dostu etiketine sahip ürünleri yüksek fiyatlı olması dolayısıyla satın almadıklarını görmüştür (Pearce, 1990'dan aktaran; Roberts, 1996:218).

Günümüzde tüketiciler çevre dostu etiketi altında satılan ürünlerin fonksiyonel açıdan üstün olmadığını, fiyatlarının yüksek olduğunu, dağıtım ağının zayıf olduğunu, etiketlemelerinin yetersiz olduğunu ve bu nedenlerle tüketiminin yapılmadığını bildirmektedirler. Ancak son zamanlarda çevre endişesi, çevre bilgisi, sürdürülebilirlik vb. gibi kavramların anlaşılmasıyla bu tür ürünleri satın almaya niyetli kitlenin son derece yüksek sayılara ulaştığı da bir gerçektir.

Yaşamı boyunca çeşitli deneyimleri sonucu değer yargıları gelişen, çevreye bakış açısı değişen ve çevrenin de uzun süre var olması gereken bir yaşam kaynağı olarak görmeye başlayan bireyler turizm alanında da benzer davranışlar sergilemeye başlamışlardır.

Gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde hizmet vermekte olan turizm işletmeleri hem çevreyi korumak hem de bu sayede karlarını arttırmak için pazarlama stratejileri olarak ulusal ve uluslararası piyasada kabul görmüş çevre sertifikaları ve standartlarını uygulamaya başlamışlardır. Bu sertifika ve standartları seyahatin başlangıcından itibaren ulaşım olanakları, oteller, yiyecek-içecek hizmetleri vb. işletmelerde görmek mümkündür.

Literatürde eko-etiketleme olarak ifade edilen bu kavram; karşılaştırıldığı diğer ürünlere kıyasla çevreye daha az zarar veren ürünlere yönelik verilen bir ödül olarak ifade edilmektedir. Bu açıdan eko-etiketlemenin amacı tüketicilerin çevreye duyarlılıklarını arttırmak ve zararlı olmayan ürünleri tercih etme ve satın almalarını sağlamaktır (Alagöz, 2007:6). Dünyada turizm alanında bu amaca hizmet etmekte olan ve farklı ülkeler ve organizasyonlar tarafından tescillenmiş "Blue Flag, Seaside Award, Green Globe, Blue Angel, Green Leaf, Green Suitcase" olarak adlandırılan birçok eko-etiket bulunmaktadır.

Ülkemizde de turizm alanında konaklama işletmelerine verilen “Beyaz ve Yeşil Yıldız” çevre sertifikaları mevcuttur. Bunun yanında plaj, deniz ve yat limanlarına verilen “Mavi Bayrak” belgesi doğal çevre kaynaklarının korunmasına yönelik oluşturulan uygulamalardan sadece birkaçıdır.

Yukarıdaki bilgiler ışığında devletler ve turizm işletmeleri tarafından değerlendirmeleri yapılarak çevrenin korunmasına ilişkin uygulamaya konulan bu tür girişimler, çevre dostu davranan turistlerin sayısının günden güne arttığını göstermesi bakımından önemlidir. Artık seyahat planı yapan turistler günlük yaşamının dışında turizm organizasyonu içerisinde de çevrenin korunmasına yardımcı olma konusunda çeşitli davranışlar sergilemektedirler. Örneğin Kovilage ve Gnanapala (2016) yapmış oldukları çalışmada ülkeye gelen yabancı turistlerin eko-etiket sahibi konaklama işletmelerini daha yüksek oranda tercih ettiklerini ve buna yönelik satın alım gerçekleştirdiklerini ifade etmişlerdir. Tatillerinin konaklama bölümünde bu tür sertifikaya sahip bir oteli seçen turistler, kaldıkları otelin atık yönetimi yaptıklarını, su tasarrufuna yönelik uygulamalar gerçekleştirdiklerini, otel odalarında gereksiz kullanıma neden olan ve tek kullanımlık materyallerin kullanılmadığını, yenilebilir enerji kaynaklarının kullanıldığını, doğal ve yerel mimari bozmayan bir yapılaşmanın gerçekleştiğini bilmektedirler.

Dahası bu davranış şekli turistlerin destinasyon seçimlerinde de karşımıza çıkmaktadır. Turistlerin tatil planları arasında destinasyon seçimleri son derece önemlidir. Bireyler günlük yaşamlarındaki maruz kaldıkları stres ve yoğunlukta herhangi bir boşluk bulduklarında bu durumun giderilmesini sağlayacak tatil planları yapmaktadırlar. Çevreci profile sahip bireyler tamda bu noktada günlük yaşamlarındaki çevre dostu tutumlarını bu planları hazırlarken de sergilemektedirler. Bireyler öncelikle gidecekleri yerleri seçerken buna hizmet vermesi muhtemel destinasyon seçenekleri arasında seçim yapmaları olasıdır. Pulido ve Lopez (2016) çalışmalarında sürdürülebilir yaşam düzeyine sahip ve çevreye karşı olumlu davranışlar sergileyen bireylerin daha sürdürülebilir turizm destinasyonları aradıklarını ve satın alma davranışlarını da buna uygun gerçekleştirdiklerini belirtmiştir.

Turistler destinasyona ulaşım da çevre dostu otellerine yerleştikten sonra, bu destinasyon çevresinde geçirdikleri zaman sürecinde de çevre dostu davranışlar ve satın alımlar gerçekleştirmektedirler. Daha çevreci ulaşım olanaklarının kullanımından tutunda, Nayak ve Rao (2014)'nun çalışmalarında belirttikleri, enerji verimli ürün ve ekipmanlar kullanan, ulaşım etkilerini azaltmak için sadece yerel olarak yetiştirilen ürünleri

mutfağında kullanan çevreci restoranlara kadar birçok uygulamayı kullandıkları ve bu yönde satın alımlar yaptıkları bilinmektedir.

Çevre dostu davranışı bir süreç olarak değerlendirirsek çevrenin korunması bilincinin insanlarda öncelikle bir his bir düşünce olarak kendini göstermesi, sonrasında bu düşüncenin olumlu bir duyguya dönüşmesi ve sonucunda da davranışın gerçekleşmesi gerekmektedir. Çevreci bilincine sahip bu bireyler günlük yaşamlarındaki uğraşlarında, satın alımlarında ve tüketimlerinde de bu bilince uygun ve sadık bir şekilde davranacaklardır (Gök ve Türk, 2011:128). Bu sayede insanlar organik ürün kullanımında, çevreyi olumsuz etkileyecek ürünlerde uzaklaşma, geri dönüşümü alışkanlık haline getiren, yerel üretimi destekleyen, ambalaja değer vermeyen, düşük enerjili ürünleri kullanan, tüm kullanımlarında tasarrufa önem veren kişiler haline dönüşecekler ve buna paralel bir şekilde de çevre dostu satın alımlar gerçekleştireceklerdir.

## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

### DOĞAL DESTİNASYONLARDA REKREATİF FAALİYETLERE KATILAN ZİYARETÇİLERİN ÇEVRECİ DAVRANIŞ VE ÇEVRECİ SATIN ALMA DAVRANIŞI: KAPADOKYA, KÖPRÜLÜ KANYON VE KAZDAĞLARI ÖRNEKLERİNE İLİŞKİN BULGULAR

Doğal destinasyonlara gelen ziyaretçilerin hem günlük yaşamlarındaki hem de bu alanlarda geçirdikleri zaman sürecinde katıldıkları rekreatif faaliyetlerde, çevreci davranışları ve çevreci satın alma davranışlarının öğrenilmeye çalışıldığı çalışmanın bu bölümünde öncelikle seçilmiş alanların konumları ve turizm olanakları açıklanacaktır. Alanların tanıtımı sonrasında, araştırmanın amacı, önemi, kapsamı ve yöntemiyle ilgili bilgiler verilecektir. Çalışma ile ilgili geliştirilen model eşliğinde ortaya çıkan bulguların değerlendirilmesi sonrası sonuç ve öneriler kısmıyla da tez çalışması sonlandırılacaktır.

#### 3.1. Araştırma Alanları

Rekreasyoncuların çevreci davranış eğilimlerine yönelik bilgileri elde etmek için araştırmacı tarafından üç farklı doğal destinasyon seçilmiştir. Bu kapsamda Çanakkale ve Balıkesir il sınırları içerisinde bulunan “Kazdağı Milli Parkı”, Nevşehir ve Kayseri il sınırlarında bulunan “Kapadokya/Göreme Milli Parkı” ve son olarak Akdeniz bölgesindeki Antalya ilinde bulunan “Köprülü Kanyon Milli Parkı” araştırma alanı olarak seçilmiştir. Bu alanlara ilişkin bilgiler aşağıda yer almaktadır.

##### 3.1.1. Kazdağı Milli Parkı

Araştırma alanlarından birincisi Kazdağı’dır (İda). Kazdağı, tarihi, mitolojik ve kültürel anlamda dünyada önde gelen doğa parçalarından biridir (Atalay, 2002). Biga Yarımadası’nın en yüksek noktası olan Kazdağı ayrıca, biyolojik çeşitlilik, flora ve fauna açısından zengin bir potansiyele ev sahipliği yapmasıyla gözde bir eko-turizm merkezidir. Mitolojik adı İda olan Kazdağı, dünyada Alpler’den sonra %22 ile dünyanın en fazla oksijen üreten dağlarıdır (Uğuz, 2012:336).

Kazdağı ve bölge hakkındaki eski yazılı kaynak Homeros tarafından yazılmıştır. Homeros’un İlyada’sın da bin pınarlı İda olarak adlandırılan Kazdağı’nda sayılamayacak kadar çok küçük dere, 30’a yakın akarsu tespit edilmiştir (Eceoğlu, 2011:287). Kazdağı Milli Parkı’nda bilim adamları tarafından bugüne kadar 101 familyaya ait 800 civarında

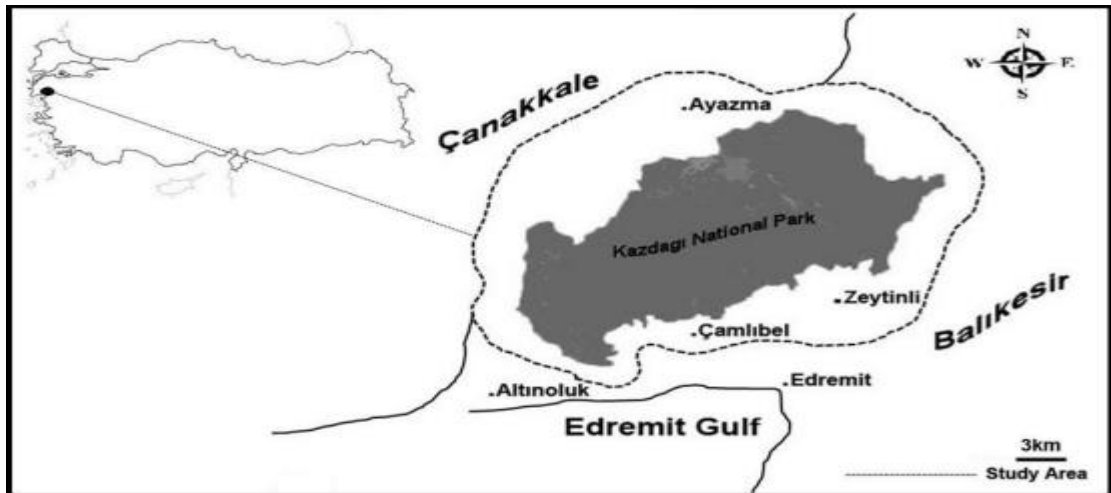
bitki türü tespit edilmiştir. Bu türlerin 77 adedi yalnızca Türkiye’de bulunmaktadır. Bunların 29 tanesi de dünyada sadece Kazdağı Milli Parkı’nda bulunan endemiklerdir (Çanakkale Belediyesi).

Kazdağı bölgesi ayrıca, yaklaşık beş bin yıldır çeşitli uygarlıklar tarafından yerleşim yeri olarak da kullanılmıştır (Arı ve Soykan, 2006:15). Truvalılar, Akhalılar, Antandros halkı, Romalılar, Rumlar ve Osmanlılar bunlardan bazılarıdır. Kazdağı, dünyada mitoloji ve efsaneler dağı olarak da bilmektedir. Kazdağı’ndaki üç efsaneden biri Yunan efsanesi (İlyada) diğerleri Sarıkız ve Hasan ile Emine’nin aşk öyküleri olan iki Türk efsanesidir. Ayrıca Kazdağı, Yunan Mitolojisinde Paris’in Altın Elmayı Afrodit’e vermesi sonucu, dünyada ilk güzellik yarışmasının yapıldığı yerdir (Öztura, 2010:31).

### 3.1.1.1. Kazdağı Milli Parkı Coğrafi Konumu

Kazdağı, Biga Yarımadası’nın güneydoğusunda, eksen olarak Ayvalık/ Balya yönüne doğru, Çanakkale ve Balıkesir il sınırları içinde yer alan Edremit Körfezi’nin kuzeyinde bulunmaktadır (Ölmez, 2006:46). 39° 30'- 39° 50' kuzey enlemleri ve 26° 15'- 26° 35' doğu boylamları arasında, Biga Yarımadası’nın güneybatı kısmında doğu- batı yönünde uzanır. Biga Yarımadası’nın önemli yükseltilerinden birisini oluşturan Kazdağı, batıda Ayvacık ve Ezine, kuzeyde Bayramiç ve Çan, doğuda Kalkım, Yenice ve Balya, güneyde Küçükkuşu, Edremit ve Havran yerleşim yerleri ile çevrelenmektedir. (Akgün, 2009:64). 1767 metre yükseklikteki Karataş Tepe Kaz Dağı’nın en yüksek noktası, dağın güneyindeki Ege Denizi ise en alçak yeridir.

Şekil 3. 1. Kazdağı Araştırma Alanının Haritası



Kaynak: Altuntaş, 2017:19

Kazdağı Milli Parkı'nın çevresinde bulunan yaşam merkezlerine uzaklığı; Altınoluk'a (Avcılar köy girişi) 5 kilometre, Akçay'a (Zeytinli köy girişi) 6 kilometre ve Edremit'e 15 kilometredir. İl bazında merkezlere uzaklığı ise; Balıkesir'e 117 kilometre, Çanakkale'ye 122 kilometre ve İstanbul'a 418 kilometredir (Orman Bakanlığı, 1995).

### **3.1.1.2. Kazdağı Milli Parkı Turizm Olanakları**

Kazdağı bölgesinin turizm açısından talep yaratan unsurlarına bakıldığında ise doğal kaynaklar temelinde ve kültürel değerlerin varlığı söz konusudur. Özellikle yukarıda da belirtildiği gibi Kazdağı bölgesi tabiatı, yaban hayatı, bitkisel popülasyonu ve benzeri doğal çekicilikleri ile ulusal veya uluslararası düzeyde yüksek bilinirliğe sahip bir bölgedir.

Bölge içerisinde yer alan Güre, Bostancı, Küçükçetmi, Külcüler olarak bilinen yerleşim yerleri özellikle Kaplıca turizmine elverişli kaynaklara sahiptir. Yer altı su kaynaklarının sıcaklık değerlerinin 40-60° düzeylerinde olması bölgenin sağlık turizmine yönelik potansiyelini göstermektedir (Okuyucu, 2016:60). Bölge bu amaçla seyahate çıkan turistlerin tercih ettikleri yerler arasındadır. Bölgenin bu tür kaynaklarının varlığı yaklaşık 2000 yıl öncesine tarihlendirilmektedir (Gürdal, 2006:239). Gürdal ayrıca, mitolojik kaynaklarda da bölgenin bu kaynaklarına atıfta bulunulduğunu ve mitolojik bir tanrı olan Aphrodite'nin buradaki sıcak su kaynaklarından yararlandığı için bölge halkı tarafından 'Aphrodite Kaplıcası' olarak anıldığını belirtmektedir.

Kazdağı Milli Parkı çevresinin kültürel kaynaklarının potansiyeli de son derece yüksektir. Bu değerler hemen hemen alanın bütün kısımlarında görülmektedir. Adatepe köyü zirvesinde yer alan Zeus Sunağı bölgenin gözde çekim merkezlerinden biridir. Zeus Sunağı, eski Yunan kültüründe yaşayan toplumların Tanrılara tapınma şekillerinde biri olan 'kurban etme' ritüellerinde kullanılan bir alandır (Yıldırım ve Ölmez, 2005). Alan, Kazdağı'na gelen yerli veya yabancı turistlerin tur programı çerçevesinde ziyaret edilen yerlerdendir. 1366 yılında yapılmış Hüdevangidar Külliyesi ve Camisi Osmanlı eseri ve günümüzde de hala varlığını sürdüren bir eserdir.

Kazdağı bölgesi ve çevresindeki Troia, Aleksandria, Antandros, Adramytteion gibi kazı alanları, Tahtakuşlar ve Sıdika Etre Etnografya Müzeleri, Adatepe ve Evren Ertür Zeytinyağı müzeleri, özellikle Adatepe ve diğer köylerdeki özgün mimari yapılar, cami ve şapeller kültür turizmi için zengin bir kaynak oluşturmaktadır (Yıldız, 2015:110).

Şekil 3. 2. Kazdağı Milli Parkı ve Çevresi Ayrıntılı Haritası



Kaynak: [www. http://kazdagi.tabiat.gov.tr/](http://kazdagi.tabiat.gov.tr/)

Yüzyıllardır Türk kültürü için önemli olan bu tür alanlar genelde yaylak, güzlek ve kışlak olarak sıklıkla kullanılmaktadır. Türkmen köylerinde yaşayan halkın geleneklerine sadık kalarak yaşamlarını sürdürmeleri neticesinde bölge dokusu bozulmamış ve bu durum da bölgenin turizm potansiyeline katkı sağlayan bir unsur olarak karşımıza çıkmaktadır. Bölgede geleneksel olarak düzenlenen Sarıkız şenlikleri ya da Afrodit'in ilk güzel olarak seçildiği güzellik yarışmasına göndermede bulunan şenlikler, alanın turizm potansiyeli olarak değerlendirilen bir diğer unsurlarıdır (Yıldırım ve Ölmez 2005).

Kazdağı bölgesi içerisinde Şahindere Kanyonu, Ayazma, Zeytinli Çayı, Sütüven Şelaleleri, Pınarbaşı ya da Hasan Boğuldu Şelaleleri gibi doğal kaynak ve etrafındaki doğal güzellikler bölgenin eko-turizm kaynaklarından birkaçıdır. Bu bölgeler ve benzer diğer bölgeler içerisindeki manzara alanları, şifalı sular, kaplıcalar, taş evler ya da piknik alanları gününbirlik turistlerin uğrak yerleridir (Ölmez, 2006:83). Gününbirlik ziyaretçilerin Hasan Boğuldu Şelaleleri ve Pınarbaşı çevresindeki piknik alanlarında yoğunlaştığı ve bu alanların yılda 150 bin ziyaretçiye ev sahipliği yaptığını göstermektedir (Emiroğlu, 2013:80). Kazdağı'nın Milli Park olarak ilan edilmesinden sonra turizm potansiyeli olarak gelişim gösteren bölge, özellikle Kazdağı'nın güney yamaçlarında eko-turizm ya da doğa temelli turizm potansiyeli olarak değerlendirilmeye başlanmıştır. Bu açıdan bölgeye gelen



ziyaretçilerin sıklıkla tercih ettikleri rekreasyon faaliyetleri aşağıda ifade edilmiştir (Arı, 2006:5 ve Yıldız, 2015:109);

- Jeep ve safari turları,
- Botanik turizmine yönelik etkinlikler,
- Kamping,
- Trekking,
- Bisiklet,
- Günübürlük rekreatif faaliyetler
- Kültür turları

### 3.1.2. Kapadokya/Göreme Milli Parkı

Araştırma alanlarından bir diğeri ise Kapadokya/Göreme Milli Park'ıdır. Göreme Milli Parkı ve Kapadokya, İç Anadolu Bölgesi'nde Nevşehir ve Kayseri ili sınırları içinde yer almaktadır (Somuncu, 2009).Kapadokya bölgesi, doğa ve tarihin bütünleştiği bir yerdir. Kapadokya Bölgesi 60 milyon yıl önce; Erciyes Dağı, Hasan Dağı ve Güllü Dağ'ın püskürttüğü lav ve küllerin oluşturduğu yumuşak tabakaların milyonlarca yıl boyunca yağmur ve rüzgâr tarafından aşındırılmasıyla ortaya çıkmıştır (Yılmaz vd., 2009). Daha sonra yağmurların çatlaklardan sızması, ısınan ve soğuyan hava ile rüzgârların da etkisiyle yumuşak tüf aşınmış ve sert bazalt kayasından şapkaları bulunan koniler oluşmuştur. Bu değişik ve ilginç biçimli kayalara halk "Peri Bacası" demektedir. Yıllar içinde bu oluşumların doğal barınaklar olarak kullanmaya elverişli olması nedeniyle pekçok höyük, mağara ve yeraltı şehri ortaya çıkmıştır (Berkmen, 2005). Bunun yanı sıra, alanda Hristiyan mabetlerindeki freskler, dekorlar ve Bizans sanatının öncü örnekleri de bulunmaktadır (Demirçivi, 2017). Göreme Milli Parkı ve Kapadokya (Nevşehir) 1985 yılında hem kültürel hem de doğal miras olarak Dünya Miras Listesi'ne alınmıştır ([www.kulturvarliklari.gov.tr](http://www.kulturvarliklari.gov.tr)).

Kapadokya bölgesinin tarihi süreç içerisindeki yerine baktığımızda ise Çatalhöyük Neolitik (M.Ö. 5000-4000) dönemi ile başladığı görülmektedir. Luvi'ler ve Hattiler bu dönemlerden sonra bölgede yaşadığı bilinen topluluklar ve Kapadokya'nın ilk halkları olarak karşımıza çıkmaktadır. 'Güzel at yetiştirilen ya da güzel atlar ülkesi' (Katpatuta) olarak bilinen bölgeye bu isim Asurlular tarafından verilmiştir. Persler döneminde ise bölge Kapadokya adı ile anılmaya başlanmıştır. Bölge Hitit İmparatorluğu yükselme

döneminde Kral Şubbiluliyuma tarafından fethedilmiş ve Hititler'in “Aşağı Memleket” sınırları içerisinde kalarak, yaklaşık 500 yıl Hitit egemenliği altında kalmıştır (Yorgancı, 2018:24).

### 3.1.2.1. Kapadokya Coğrafi Konumu

Nevşehir ve Kayseri il sınırları içerisinde bulunan Kapadokya bölgesi 38° 39' ve 38° 30' kuzey enlemleri ve 34° 51' ve 34° 13' doğu boylamlarında yer almaktadır. Bölge konumu ile Türkiye'nin orta kısmındadır (www.tanitma.gov.tr).

Kapadokya Bölgesine ulaşım hem karayolu hem de havayolu ile yapılabilmektedir. Bölge konum itibariyle Anadolu'nun tam ortasında yer alır. Bu açıdan bölge, kuzey ve güney ve doğu ve batı bölgelerinde yer alan karayollarının kesiştiği bölgededir. Bu yüzden hem farklı karayolu ulaşım olanakları hem de farklı yollar mevcuttur. Ülkemizin neredeyse bütün şehirlerine ya da bölgelerine otobüs seferleri vardır. Dolayısıyla bölgeye ulaşım kolaydır. Kapadokya Bölgesine havayolu ile ulaşımında Gülşehir ilçe sınırları içerisinde merkeze 30 kilometre uzaklıkta bulunan yıllık 700.000 kişi kapasiteli ‘Nevşehir Kapadokya Havalimanı’ yaygın olarak kullanılmaktadır. Nevşehir Kapadokya Havalimanından İstanbul Atatürk Havalimanına haftanın her günü günde üç karşılıklı sefer Türk Havayolları tarafından sağlanmaktadır. Pegasus Havayolları tarafından ise haftanın üç günü karşılıklı olarak Nevşehir Kapadokya Havalimanı ile İstanbul Sabiha Gökçen Havalimanı arasında seferler düzenlenmektedir.

Şekil 3. 3. Kapadokya Coğrafi Konumu



### 3.1.2.2. *Kapadokya Bölgesi Turizm Olanakları*

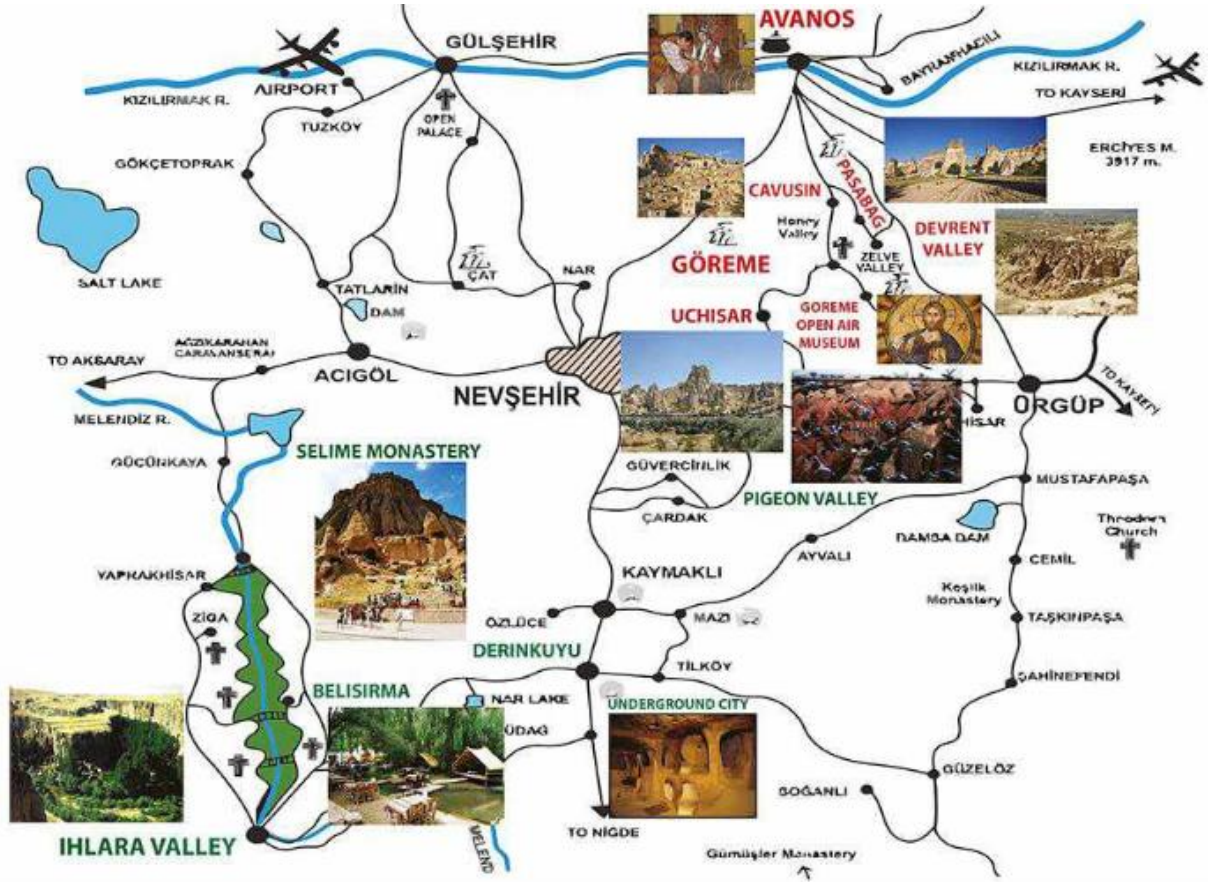
Geçmişten günümüze kadar birçok değişik uygarlıkların yerleşim yeri olan Kapadokya Bölgesi'nin sahip olduğu kültürel ve tarihi varlıklar sadece bu bölgede yaşayan toplumlar için değil, bunun yanında uzak bölgelerdeki toplumlar içinde önem arz etmektedir. Kapadokya bölgesi özellikle Hititler, Frigler, Persler, Makendonya, Roma, Bizans, Selçuklu ve Osmanlı dönemlerinden etkilenmiştir (Eren, 2018:45). Bu uygarlıkların bıraktıkları eserlerin varlığı bölgenin zengin bir tarih ve kültürel değere sahip olmasına ve buna yönelik ziyaretçiler ağırlamasına olanak tanımıştır.

Kapadokya Bölgesine ilişkin turizm yazını incelendiğinde, bölgenin özellikle Fransız bir rahip olan Guillaume de Jerphanion tarafından kaleme alınan ve Göreme Vadisi'nde yer alan kiliselere ilişkin bilgiler içeren yazılarıyla uluslararası düzeyde tanınırlığı artmıştır (Kaya, 2018:99). Doğa ve kültür turizmi kaynakları son derece zengin olan bu bölgede, hâkim kayaçların doğal görünümünün yanında, değişikliğe olanak verecek toprak yapısında olması sebebiyle de insanlar tarafından inanç merkezleri, yerleşim alanı, yer altı şehirleri (oda, mahzen, mezar, depo ve havalandırma delikleri) yapılmıştır (Doğaner, 1995:34).

Bölge özellikle planlı dönem sonrası turizm planlarında, gelişimi teşvik edilen ve kültür turizmi kapsamında merkez varış noktalarından biri olarak karşımıza çıkmaktadır. Geliştirme için ayrılan kaynaklar Ürgüp, Göreme ve Avanos bölgeleri için değerlendirilmiş ve bu bölgeler bölgenin ana çekim merkezlerine dönüştürülmüştür. Bunun yanında bölgenin ilk turizm hareketlerine bakıldığında ise, özellikle belirlenen politikaların hayata geçirilmesi aşamasında bölge halkının misafirperverliklerinin ve bölgeye gelen turistleri ağırlama noktasında inisiyatif alacak davranışlar göstermeleri bölgenin gelişmesine katkı sağlamıştır (Kaya, 2018:100). Karşılıklı bu iletişim bölge halkının sosyo-kültürel olarak gelişmesine neden olmuştur. Ayrıca, uygulamaya konulan politika ve teşviklerle de özel sektör temsilcileri yatırım ve işletme imkânları bularak Kapadokya bölgesinin günümüze ulaşmasını sağlamıştır.

Ürgüp, Göreme ve Avanos, bölgenin turizm gelişimi için son derece önemlidir. Bu bölgeler doğal, kültürel ve tarihi kaynaklarla turistlerin bölgeye gelmesini sağlayan ana çekiciliklere sahiptirler.

Şekil 3. 4. Kapadokya Bölgesi Turizm Kaynakları



Kaynak: <https://www.pinterest.at>

Özellikle Göreme Milli Parkı ve parkla birlikte Derinkuyu Yeraltı Şehri, Kaymaklı Yeraltı Şehri, Karlık Kilisesi, Aziz Theodore Kilisesi, Karain Güvercinlikleri ve Soğanlı Arkeolojik Alanı bölgenin önde gelen alanlarını oluşturmaktadır. İfade edilen bu turistik kaynaklar 1985 yılında UNESCO Dünya Miras Listesi'ne girmiştir (<https://whc.unesco.org/en/statesparties/tr>).

ÜrgüpKapadokya bölgesinin %10'u büyüklüğünde bir alan içerisinde yer almaktadır. Ürgüp, Kapadokya Bölgesinin eski bölgelerinden biri ve antik dönem, Hristiyan tarihi, Selçuklu ve Osmanlı tarihinden izler taşımaktadır. Bölgenin Osmanlı hâkimiyetinden önce Hristiyan toplumlarına ev sahipliği yapması bölgenin bu topluluklar için de bir merkez olduğu sonucu ortaya çıkarmaktadır. Bu toplulukların hepsinin yaşam alanı olarak kullandıkları Ürgüp bölgesi, birçok dine ait arkeolojik kalıntılar, eserler ya da tarihi bölgeler barındırmaktadır. Bu açıdan bölge soyut ve somut kültürel değeri olan kaynaklarla çevrelenmiştir. Örneğin Kayakapı Bölgesi'nde farklı ölçülerdeki kaya

oluşumlara oyulmuş yerleşim yerleri, kiliseler, camiiler ya da konaklama unsurları bulunmaktadır (Ulusay vd., 2006:474).

Göreme bölgesi, mağara şeklindeki yerleşim yerlerinin, Bizans kiliselerinin ve dünyaca ünlü dev kaya konilerinin yer aldığı bir bölgeyi kapsamaktadır. Bunun yanında kendine has doğalloluşumlarasahip olan bölgenin korunması ve gelecek kuşaklara aktarılmasına yardımcı olmak için alan Göreme Milli Park'ı olarak ilan edilmiştir ([www.kulturportali.gov.tr](http://www.kulturportali.gov.tr)). Göreme korunan alan statüsünde yer aldığı için diğer turistik destinasyonların aksine bölgede büyük zincir otelleri görmek mümkün değildir. Daha çok butik ya da pansiyon işletmeciliği şeklinde gelişim gösteren konaklama olanaklarının, bölgenin eşsiz ve otantik değerlerine katkı sağladığı görülmektedir.

Avanos bölgesi çanak çömlek yapımı el işçiliği ile dünyada ön plana çıkan bölgelerden biridir. Bu bölgede yapılan el işçiliğinin çok eski dönemlere tarihlendiği, M.Ö 2000-1500 yıllarında Mezopotamya'da varlığını sürdüren Asurluların ticaret amacıyla Anadolu'ya gelmesi ve bölge halkı olan Hititlilere bu zanaatı öğretmesiyle başlamıştır. Bölge Hititler döneminde Nenassa, Antik Yunan döneminde Venessa ve son olarak Osmanlı döneminde Enes yada Evenez olarak adlandırılmıştır. Bölgenin bu özelliğinin yanında, Zelve Vadisi'ndeki Zelve Ören Yeri içerisinde bulunan Üzümlü ve Balıklı Kilisesi, Değirmen, Kutsal Hac Kilisesi, Tünel, Manastır ve Direkli Kilisesi gibi yapıları bölgenin kültür turizmine yönelik kaynaklarında bir kaçını oluşturmaktadır. Ayrıca Özkonak Yeraltı Şehri de bir diğer turistik çekicilik kaynağıdır (Kaya, 2018:102-103).

Kapadokya bölgesi çeşitli etkinlik ve festivallerle yıl içerisinde hem yerli misafirlere hem de yabancı turistlere olanaklar sunmaktadır. Bölgede özellikle aşağıdaki rekreatif faaliyetler, ziyaretçilerin ana çekim kaynaklarını oluşturmaktadır (<http://bolge8.ormansu.gov.tr>);

Tablo 3. 1. Kapadokya Bölgesi Turizm Faaliyeti Olanakları

| <b>Turizm ve Rekreatif Faaliyetler</b> | <b>Bölge</b>  |
|--|---|
| Atlı Doğa Yürüyüşü                     | Ürgüp-Avanos-Göreme-Orta hisar – İbrahimpaşa          |
| Doğa Yürüyüşü                          | Göreme Tarihi Milli Parkı (vadilerde)-Uçhisar-Çavuşin |
| Raketle Kar Yürüyüşleri                | Göreme Tarihi Milli Parkı (vadilerde)                 |
| Bisiklet Turizmi                       | Göreme Tarihi Milli Parkı-Avanos-Ürgüp-Ortahisar      |
| Sportif Olta Balıkçılığı               | Kızılırmak Nehri – Barajlar – Göletler                |
| Mağara Turizmi                         | Göreme Tarihi Milli Parkı                             |
| Kuş Gözlemciliği                       | Gülşehir-Kızılırmak-Uçhisar-Bayramhacılı-Ovaçiftlik   |
| Foto Safari                            | Göreme Tarihi Milli Parkı-Mustafapaşa                 |
| Kamp Karavan                           | Göreme Tarihi Milli Parkı-Ürgüp-Avanos                |
| Hava Sporları (balon-yamaç paraşütü)   | Uçhisar-Göreme-Ürgüp-Çavuşin                          |
| Jeep Safari                            | Göreme Tarihi Milli Parkı                             |
| Termal Turizmi                         | Kozaklı-Mustafapaşa                                   |
| Festival Turizmi                       | Ürgüp-Avanos-Hacıbektaş                               |
| Kongre Turizmi                         | Ürgüp-Kozaklı-Avanos-Nevşehir                         |
| Akarsu Turizm                          | Kızılırmak Nehri                                      |
| İnanç Turizmi                          | Kapadokya Bölgesi                                     |

Tablo 3.1’de belirtilen rekreatif faaliyetler ve turizm olanakları bölgenin turizm gelirlerinin büyük çoğunluğunu oluşturmaktadır. Bölgenin 2013-2023 turizm çeşitlendirilmesi ve eko-turizm eylem planına bakıldığında, yukarıdaki rekreatif faaliyet türlerinin turizm gelirlerinin büyük çoğunluğunu oluşturduğu görülmektedir. Bölge turizm değerleri aşağıda daha detaylı olarak belirtilmiştir (<http://bolge8.ormansu.gov.tr>);

Tablo 3. 2. Bölgenin Turizm Değerleri

|                         |  |
|-------------------------|--|
| Mevcut ziyaretçi sayısı | Sahayı gezmek maksatlı gelen ve konaklayan: 790.063 kişi<br>Ziyaretçi (konaklamayanlar): 1.781.757 kişi  |
| Para harcama            | Konaklama, yeme-içme, yanında yöresel el sanatı ve yöresel kurutulmuş veya konserve ürünler alarak para ödeme şekilleriyle Kişi başına ortalama en az 1.250 TL harcama yapılmaktadır |
| Ziyaretçi Profili       | Bireysel gezginler: %12,7<br>Seyahat Acentası: %52,7<br>Okul/Demek gezisi: %26,6<br>Diğer: %8,0  |
| Gelişlerin İlk 5 Sebebi | Kültürel Miras Gezileri: %40,2<br>Fotosafari: %20,3<br>Balon turizmi: %15,6<br>Doğa Gezileri: %12,8<br>Diğer: %11,1  |

Kaynak: <https://www.ahika.gov.tr>

### 3.1.3. Köprülü Kanyon Milli Parkı

Türkiye'nin turizm organizasyonu içerisinde büyük öneme sahip şehirlerin başında gelen Antalya ili, turizm kaynakları açısından ziyaretçilere farklı olanaklar sunmaktadır. Bu kaynaklardan biri de Köprülü Kanyon Milli Parkı'dır. Köprülü Kanyon 1973 yılında milli park olarak ilan edilmiştir. Toplam yüzölçümü 357.190 hektar olup Akdeniz bölgesinde yer almaktadır ([www.koprulukanyon.tabiat.gov.tr/](http://www.koprulukanyon.tabiat.gov.tr/)). Bölgenin ana kaynak değerlerinden biri Köprü Çayı'dır ve bu çayın Bolsan Köyü ve Beşkonak mevki arasında oluşturduğu vadidir. 14 kilometrelik uzunluğa sahip olan bu vadi aynı zamanda 100 metre ve üzeri duvar yüksekliğiyle Türkiye'nin en uzun kanyonları içerisinde yer almaktadır (Sarıoğlu vd., 2017: 107).

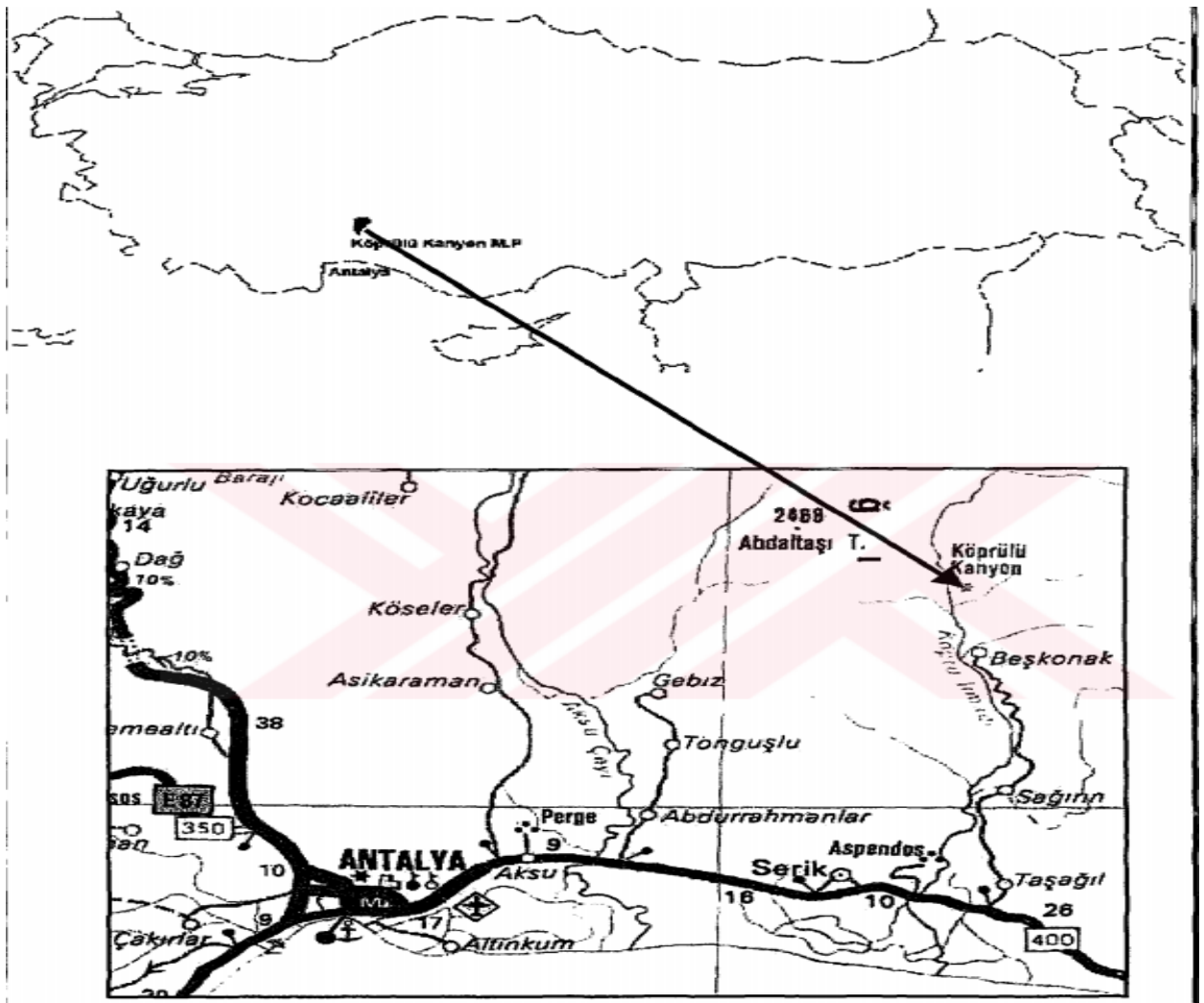
Köprülü Kanyon Milli Parkı turizm potansiyeli açısından değerlendirilebilecek doğal, kültürel ve rekreasyon olanaklara sahiptir. Özellikle zengin bitki ve hayvan topluluğuna ev sahipliği yapan, antik döneme ait eserleriyle, Roma ve Osmanlı dönem varlıklarıyla ve ziyaretçilerin boş zamanlarında yapabilecekleri rafting, spor etkinlikleri, doğa yürüyüşleri vb. faaliyet ve imkanlarıyla ön plana çıkmaktadır.



### 3.1.3.1. Köprülü Kanyon Milli Parkı Coğrafi Konumu

Köprülü Kanyon Milli Parkı, Antalya il sınırları içerisinde bulunan Manavgat ilçesine 63 kilometre (kuzeybatı) ve Antalya il merkezine 85 kilometre (kuzeydoğu) mesafededir. Bölge ayrıca Toros Dağlarının batı cephesinde bulunmaktadır (Akıllı, 2004:77). Köprülü Nehri ile Bozburun dağı arasında kalan bölge,  $37^{\circ} 87' 36''$  ve  $38^{\circ} 25' 11''$  kuzey enlemleri ile  $31^{\circ} 03' 31''$  ve  $31^{\circ} 14' 00''$  doğu boylamları arasında yer almaktadır (Soyumert, 2004:16). Bununla birlikte Milli Park içerisinde deniz seviyesinden yükseklik 100 metreden 2505 metreye kadardır.

Şekil 3. 5. Köprülü Kanyon Milli Parkı Coğrafi Konumu



Kaynak: Macar, 2004:13.

Köprülü Kanyon Milli Parkı'na, Antalya'nın 40 kilometre kuzeydoğusundan ayrılan Taşagül ve Beşkonak mevkiğine giden 40 kilometrelik karayolu ile ulaşılmaktadır. Milli Park ziyaretçi potansiyeli dolayısıyla yıl içinde yoğun şekilde ziyaret edilmektedir.



Bu nedenle Milli Park'a ulaşım Antalya, Belek, Kemer, Side, Alanya ve Manavgat'ta bulunan tatil köylerinden gelecek misafirlerin ve yerel ziyaretçilerin ulaşabilmesi için her gün belirli saat aralıklarıyla kalkan servis araçları bulunmaktadır. Ayrıca, şehirler arası yolculuk yapan otobüs şirketlerine binilerek, Beşkonak sapağında inilip Beşkonak'a giden minibüsler ile de ulaşmak mümkündür. Hem minibüs yolcuları hem de özel araç sahipleri Beşkonak sapağından yaklaşık 37 kilometrelik kuzeye yolculuktan sonra Köprülü Kanyon Milli Parkı'na varabilmektedirler.

### **3.1.3.2. Köprülü Kanyon Milli Parkı Turizm Olanakları**

Bölgenin var olan kaynaklarının tabii karakterinin korunması, habitat varlığının zarar görmemesi, doğanın dengesinin ve manzara bütünlüğün bozulmasının engellenmesi, uzun devreli gelişme planı ve yatırım olanaklarının sınırlandırılması gibi unsurlar düşünülerek 12.12.1973 yılında Milli Park olarak ilan edilen Köprülü Kanyon, eşsiz güzelliği ile turizm destinasyonları arasında yer almaktadır.

Köprülü Kanyon Milli Parkı özellikle Köprü Çayı sayesinde su sporlarına yönelik oldukça önemli bir kaynak değeri oluşturmaktadır. Bölgede su sporlarında rafting, kano popüler birer rekreatif faaliyettir. Vadi boyunca akan Köprü çayının farklı bölümlerinde ve yüksekliklerinde farklı su debisi ve su hızının bulunması, zorluk derecesi birbirinden farklı rafting parkurlarını ortaya çıkarmaktadır. Yerel işletmelerden alınan bilgilere göre yaklaşık beş ila altı parkurun bulunduğu bölgede, ziyaretçiler en düşük yoğunluğa sahip, 14 kilometre uzunluğu olan birinci ve ikinci parkurlarda etkinliklere katılmaktadırlar. Zorluk derecesi yüksek olan diğer parkurlar ise daha önce rafting yapmış sporcular ve daha da ötesinde rafting sporunu profesyonel olarak yapan kişiler tarafından kullanılmaktadır. Bu etkinlikler sırasında ziyaretçilerin ara ara dinlenmelerini sağlayacak alanlar oluşturulmuş ve bu alanlarda ziyaretçilere boş zamanlarını aktif bir şekilde kullanmalarını sağlamak için isteğe bağlı Zipline (yüksek bir noktadan, alçak bir noktaya bağlanmış çelik halat vasıtasıyla emniyetin sağlanarak kendi ağırlığınızla ve yer çekimi etkisiyle kayma aktivesi) yaptırılmaktadır.

Köprü Çayının oluşumunu sağlayan su kaynaklarının etrafında bulunan alanlar da rekreatif faaliyetler için önemlidir. Mesela, Oluk Köprü ve Büğrüm Köprü kaynaklarının çevresinde çok sayıda mesire yeri bulunmaktadır. Çay boyunca farklı işletme bünyesinde bulunan alanlar hem yerel halkın etkinlik ya da piknik yapabilecekleri alanları oluştururken, hem de ziyaret için gelen turistlerin dinlenme ve boş zamanlarını değerlendirdikleri

yerlerdir. Özellikle kampçılık faaliyeti için gelen yerli ve yabancı turistlerin uğrak yerleri olan bu alanlar, günün 24 saati hizmet vermektedir.

### **3.2. Yöntem Amaç ve Kapsam**

Bu bölümde, tez kapsamında gerçekleştirilen araştırmanın yöntemine ilişkin bilgiler yer almaktadır. Bu kapsamda, araştırma modeli, araştırma soruları ve hipotezler, veri toplama aracı ve teknikleri, araştırma evreni ve örnekleme ile araştırma ile elde edilen verilerin analizi açıklanmaktadır.

#### **3.2.1. Araştırmanın Amacı**

Özellikle endüstrileşme ve kentleşmeyle birlikte metropol şehirlerin ortaya çıkması fiziksel çevre üzerindeki değişimleri hızlandırmıştır. Bu durum, canlıların yaşam standartlarını ve doğal bölgelerin ekolojisini olumsuz yönde etkilemiştir. Doğa ve doğal destinasyonların sahip olduğu kaynaklardaki herhangi bir kayıp ya da olumsuzluk ekolojiye zarar verdiği gibi insan yaşamının kalitesine de büyük etkileri olmaktadır. Bu etkileri bireylerin günlük yaşamlarında olduğu kadar, günlük yaşamın sıkıntısından kurtulmak için doğaya gerçekleştirdikleri seyahatlerde de görmek mümkündür.

Doğa ve doğal destinasyonlar turizm sektörü için vazgeçilmezdir. Bu kaynakları bir çekim unsuru olarak kullanan turizm işletmeleri ve onların yöneticileri bu varlıkların korunması için bir çaba harcamaktadır. Ancak günümüzde çevresel tahribat veya çevre sorunları o kadar büyük boyutlara ulaşmıştır ki, bu sorunların ortadan kaldırılabilmesinde turizm işletmelerinin yanında bireylerin de üzerlerine düşen görevleri ve sorumluluklarını yerine getirmeleri gerekmektedir.

Bu bilgiler ışığında çalışmanın amacı, doğada yapılan rekreatif faaliyetlere katılan rekreasyoncuların çevresel sorunlara yönelik algılarını, çevre sorunlarına yönelik endişelerini, bu sorunların azaltılmasına yönelik günlük yaşamlarındaki ya da rekreatif bir etkinlik sırasındaki kişisel tutum, davranış ve çevreci satın alma eğilimlerini açıklamak, çalışmaya katılan ziyaretçilerin demografik değişkenlerine göre çevreci davranışlarının farklılıklarını ortaya koymaktır.

#### **3.2.2. Araştırmanın Önemi**

Günlük yaşamdaki iş temposu, yoğunluk, stres ve yorgunluk gibi nedenler bireylerin dinlenmek için bazı etkinliklere yönelmelerine yol açmaktadır. Ancak çoğu zaman bireylerin uzun bir tatil planı yapma fırsatları bulunmamaktadır. Bu nedenle bireyler

kendine yakın doğa temelli ve doğal kaynakları deneyimledikleri alanları tercih edebilmektedirler. Bireylerin doğa ile etkileşime geçerek bedensel ve ruhsal olarak dinlenmelerine olanak veren ve uluslararası piyasada önemi artmaya başlayan açık hava rekreasyon faaliyetleri öncelikle ormanlar, tahrip edilmemiş doğa parçaları, akarsular, doğal yaşam parkları ve doğallığını koruyabilmiş alanlarda gerçekleştirilmektedir (Arni ve Khairil, 2013:58; Bell vd., 2007:5). Bu seyahatler süresince bireylerin çevresel sorunlara yönelik etkileşimleri ve sağlıksız ortamlara maruz kalmaları, doğal çevre ile olan ilişkilerini gözden geçirmeye başlamışlarına ve çevreye yönelik koruma-kullanma davranışlarını düzeltme noktasında kendilerini zorunlu hissetmelerine yol açmıştır. Bu, bir nevi kişilerin çevre kullanımlarına yönelik öz eleştiri yapmalarına olanak sağlamıştır.

Doğa temelli destinasyonlara yapılan bu ziyaretler, katılımcıların o alana yönelik duygusal ve bilişsel bağ kurmalarına olanak tanımaktadır (Hammitt vd., 2009:59). Özellikle, bu tür doğal kaynaklarla etkileşime giren ziyaretçiler çevresel sorunları fark edebilir, bu sorunlara yönelik bir tepki gösterebilir ve çevresel sorunlara yönelik kişisel etkilerini azaltmaya ilişkin bir tutum sergileyebilirler. Bu açıdan turizm faaliyetine ve doğada yapılan rekreatif faaliyetlere katılan kişilerin çevre sorunlarına karşı tutumları, etkinlik sırasındaki ve günlük yaşantılarındaki çevreci davranışlarının anlaşılması son derece önemlidir.

Konu ile ilgili sosyal bilim teorilerine bakıldığında, kişinin diğerlerinden farklı özelliklere sahip ortamlarla etkileşiminin, genellikle kişinin kendisi veya dünya görüşü hakkındaki bireysel ve kolektif algı ve tutumlarını etkilediğini ortaya koymaktadır (Brownlee, 2012:7). O halde bu ilişki sayesinde, herhangi bir rekreatif faaliyete katılan kişilerin günlük yaşamındaki çevresel sorunlara yönelik de bir takım tutum değişikliklerine gidebileceği öngörülmektedir.

Çalışmanın önemine ilişkin bir diğer unsur ise araştırmacı tarafından birbirinden farklı üç alanın seçilmiş olmasıdır. Değişik çevresel sorun senaryolarını ifade etmesi açısından, farklı rekreasyon faaliyetlerini ve farklı kullanım kitlesini temsil edecek üç farklı alan dikkatle seçilmiştir. Birinci alan, Çanakkale ve Balıkesir il sınırları içerisinde yer alan Kaz Dağları'nda yürüyüş etkinliği olarak seçilmiştir. Katılımcıların çoğunluğunu dağ rekreasyoncuları ve yerel alandaki vatandaşlar temsil etmektedir. İkinci alan, Nevşehir ve Kayseri il sınırlarında bulunan Göreme Milli Park'ı içerisinde yer alan sıcak hava balon faaliyeti olarak seçilmiştir. Bu rekreatif etkinliği seçenleri hava rekreasyoncuları ve Park

ziyareti gerçekleştiren bireyler oluşturmaktadır. Üçüncü alan, Antalya ilindeki Köprülü Kanyon Milli Parkı'nda rafting etkinliğidir. Bu destinasyonu su sporları ile ilgilenen rekreasyoncular ve Antalya bölgesinde tatillerini geçirmekte olan ziyaretçiler kullanmaktadır.

Tüm alanlarda çevre ile ilgili genel etkileşimlerin yanı sıra o alana özgü çevre kaynaklarına yönelik de birtakım çıkarımlar araştırılacaktır. Örneğin, Balon faaliyeti için ziyaretçilere, her üç alan için de geçerli olan temel çevre senaryosunun yanında balon etkinliğinin ana kaynak değeri olan “hava” unsuruna karşı tepkilerinin ne olacağı belirlenmeye çalışılacaktır. Aynı şekilde Kazdağı'ndaki yürüyüş faaliyetine ilişkin ise rekreasyoncuların ekolojik kaynaklara ilişkin algıları araştırılacaktır. Son olarak, Antalya ili sınırları içerisinde yer alan Köprülü Kanyon Milli Park'a rafting yapmak için gelen rekreasyoncuların genel çevre sorun senaryosu dışında, ziyaretçilerin kuraklık ve su tasarrufuna yönelik davranışlarının neler olabileceği araştırılacak ve bunlara yönelik değerlendirmeler sunulacaktır. Bu tespitler ve çıkması muhtemel olan farklılıklar literatüre katkı sağlayacaktır.

### **3.2.3 Araştırma Modelinin Geliştirilmesi**

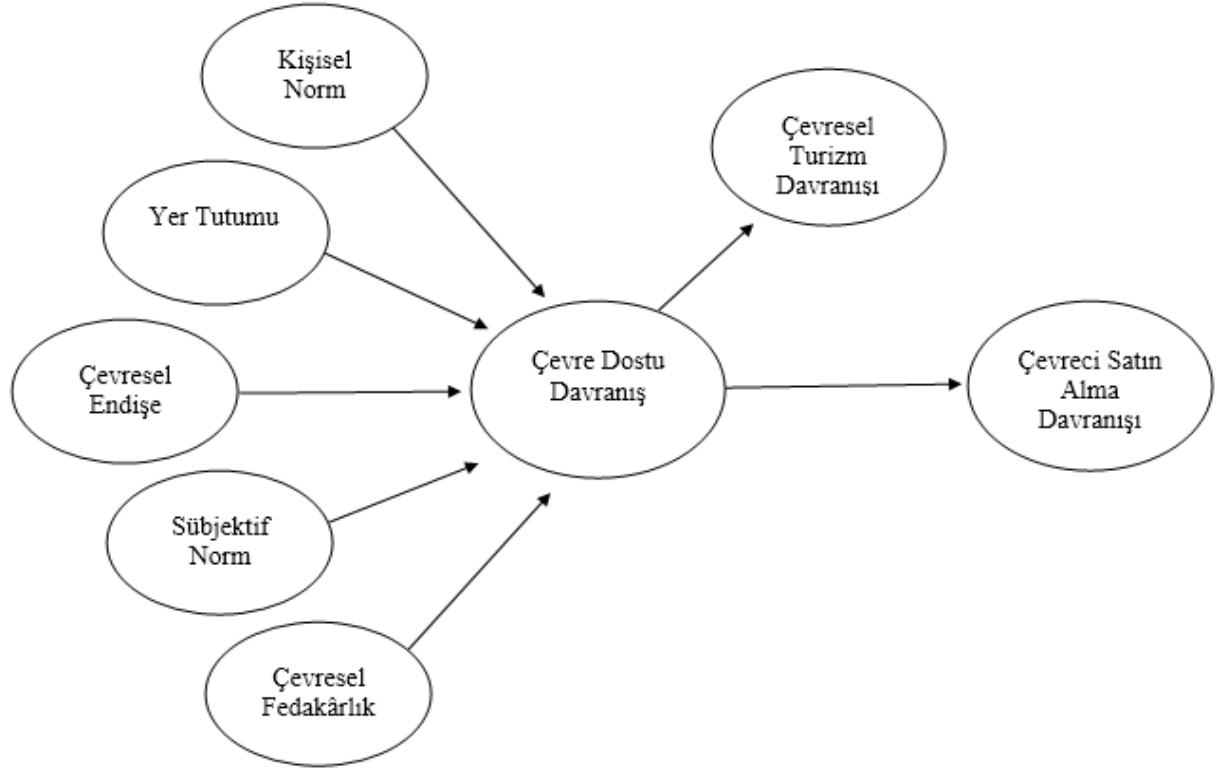
Araştırma modeli, gerçekleştirilecek araştırmanın nasıl yapılacağı ve ne yönde geliştirileceğine ilişkin simgesel bir gösterim şeklinde tasarlanmaktadır. Bununla birlikte araştırma probleminin çözüm yolunun ne olacağı yada araştırma ortaya konan hipotezlerin nasıl test edileceğine dair izlenecek yolun simgelerle gösterilmesidir (Karasar, 2016: 108). Araştırma modelininsimgesel gösterimi Şekil 3.6'da yer almaktadır.

Bu çalışmada araştırma alanı olarak birbirinden farklı doğal kaynak değerleri olan üç bölge ve bu bölgelerde de yine birbirinden farklı rekreatif faaliyet seçilmiştir. Alanlarda yapılacak anket formunda kullanılan ölçekler her üç alan içinde ortak olarak kullanılacaktır. Toplam 49 ifadeden oluşan sekiz ölçek ve bunlara ilişkin kurulan hipotezler her üç alan içinde ortaktır. Dolayısıyla aşağıda yer alan ve araştırma modeli olarak geliştirilen simgesel model araştırmanın üç alanını da kapsamaktadır.

Araştırma modeline göre test edilen hipotezler; ziyaretçilerin demografik özelliklerinin çevre dostu davranış ve çevre dostu satın alma davranışlarındaki farklılıkları tespit etmek, anket formunda bulunan değişkenlere ilişkin ziyaretçi tutumları ile onların çevre dostu davranış, çevresel turizm davranışı ve çevre dostu satın alma davranışları arasındaki ilişkiyi tespit etmek için oluşturulmuştur. Son olarak ise çevre dostu davranış ve

çevre dostu satın alma davranışı arasındaki ilişkiyi belirlemeye yönelik hipotezler yer almaktadır.

Şekil 3. 6. Araştırmanın Kavramsal Modeli



H<sub>1a</sub>: Kazdağı'nda yürüyüş etkinliğine katılan rekreasyoncuların çevre dostu davranış görüşlerinde cinsiyete göre farklılık vardır.

H<sub>1b</sub>: Kapadokya'da balona binen rekreasyoncuların çevre dostu davranış görüşlerinde cinsiyete göre farklılık vardır.

H<sub>1c</sub>: Köprülü Kanyon'da rafting yapan rekreasyoncuların çevre dostu davranış görüşlerinde cinsiyete göre farklılık vardır.

H<sub>2a</sub>: Kazdağı'nda yürüyüş etkinliğine katılan rekreasyoncuların çevre dostu davranış görüşlerinde yaşa göre farklılık vardır.

H<sub>2b</sub>: Kapadokya'da balona binen rekreasyoncuların çevre dostu davranış görüşlerinde yaşa göre farklılık vardır.

H<sub>2c</sub>: Köprülü Kanyon'da rafting yapan rekreasyoncuların çevre dostu davranış görüşlerinde yaşa göre farklılık vardır.

H<sub>3a</sub>: Kazdağı'nda yürüyüş etkinliğine katılan rekreasyoncuların çevre dostu davranış görüşlerinde gelire göre farklılık vardır.

H<sub>3b</sub>: Kapadokya'da balona binen rekreasyoncuların çevre dostu davranış görüşlerinde gelire göre farklılık vardır.

H<sub>3c</sub>: Köprülü Kanyon'da rafting yapan rekreasyoncuların çevre dostu davranış görüşlerinde gelire göre farklılık vardır.

H<sub>4a</sub>: Kazdağı'nda yürüyüş etkinliğine katılan rekreasyoncuların çevre dostu davranış görüşlerinde eğitim durumuna göre farklılık vardır.

H<sub>4b</sub>: Kapadokya'da balona binen rekreasyoncuların çevre dostu davranış görüşlerinde eğitim durumuna göre farklılık vardır.

H<sub>4c</sub>: Köprülü Kanyon'da rafting yapan rekreasyoncuların çevre dostu davranış görüşlerinde eğitim durumuna göre farklılık vardır.

H<sub>5a</sub>: Kazdağı'nda yürüyüş etkinliğine katılan rekreasyoncuların çevre dostu satın alma davranış görüşlerinde cinsiyete göre farklılık vardır.

H<sub>5b</sub>: Kapadokya'da balona binen rekreasyoncuların çevre dostu satın alma davranış görüşlerinde cinsiyete göre farklılık vardır.

H<sub>5c</sub>: Köprülü Kanyon'da rafting yapan rekreasyoncuların çevre dostu satın alma davranış görüşlerinde cinsiyete göre farklılık vardır.

H<sub>6a</sub>: Kazdağı'nda yürüyüş etkinliğine katılan rekreasyoncuların çevre dostu satın alma davranış görüşlerinde yaşa göre farklılık vardır.

H<sub>6b</sub>: Kapadokya'da balona binen rekreasyoncuların çevre dostu satın alma davranış görüşlerinde yaşa göre farklılık vardır.

H<sub>6c</sub>: Köprülü Kanyon'da rafting yapan rekreasyoncuların çevre dostu satın alma davranış görüşlerinde yaşa göre farklılık vardır.

H<sub>7a</sub>: Kazdağı'nda yürüyüş etkinliğine katılan rekreasyoncuların çevre dostu satın alma davranış görüşlerinde gelire göre farklılık vardır.

H<sub>7b</sub>: Kapadokya'da balona binen rekreasyoncuların çevre dostu satın alma davranış görüşlerinde gelire göre farklılık vardır.

H<sub>7c</sub>: Köprülü Kanyon'da rafting yapan rekreasyoncuların çevre dostu satın alma davranış görüşlerinde gelire göre farklılık vardır.

H<sub>8a</sub>: Kazdağı'nda yürüyüş etkinliğine katılan rekreasyoncuların çevre dostu satın alma davranış görüşlerinde eğitim durumuna göre farklılık vardır.

H<sub>8b</sub>: Kapadokya'da balona binen rekreasyoncuların çevre dostu satın alma davranış görüşlerinde eğitim durumuna göre farklılık vardır.

H<sub>8c</sub>: Köprülü Kanyon'da rafting yapan rekreasyoncuların çevre dostu satın alma davranış görüşlerinde eğitim durumuna göre farklılık vardır.

H<sub>9a</sub>: Kazdağı'nda yürüyüş etkinliğine katılan rekreasyoncuların kişisel norm tutumları çevre dostu davranışlarını olumlu yönde etkiler.

H<sub>9b</sub>: Kapadokya'da balona binen rekreasyoncuların kişisel norm tutumları çevre dostu davranışlarını olumlu yönde etkiler.

H<sub>9c</sub>: Köprülü Kanyon'da rafting yapan rekreasyoncuların kişisel norm tutumları çevre dostu davranışlarını olumlu yönde etkiler.

H<sub>10a</sub>: Kazdağı'nda yürüyüş etkinliğine katılan rekreasyoncuların yer tutumları çevre dostu davranışlarını olumlu yönde etkiler.

H<sub>10b</sub>: Kapadokya'da balona binen rekreasyoncuların yer tutumları çevre dostu davranışlarını olumlu yönde etkiler.

H<sub>10c</sub>: Köprülü Kanyon'da rafting yapan rekreasyoncuların yer tutumları çevre dostu davranışlarını olumlu yönde etkiler.

H<sub>11a</sub>: Kazdağı'nda yürüyüş etkinliğine katılan rekreasyoncuların çevresel endişeleri çevre dostu davranışlarını olumlu yönde etkiler.

H<sub>11b</sub>: Kapadokya’da balona binen rekreasyoncuların çevresel endişeleri çevre dostu davranışlarını olumlu yönde etkiler.

H<sub>11c</sub>: Köprülü Kanyon’da rafting yapan rekreasyoncuların çevresel endişeleri çevre dostu davranışlarını olumlu yönde etkiler.

H<sub>12a</sub>: Kazdağı’nda yürüyüş etkinliğine katılan rekreasyoncuların sübjektif normları çevre dostu davranışlarını olumlu yönde etkiler.

H<sub>12b</sub>: Kapadokya’da balona binen rekreasyoncuların sübjektif normları çevre dostu davranışlarını olumlu yönde etkiler.

H<sub>12c</sub>: Köprülü Kanyon’da rafting yapan rekreasyoncuların sübjektif normları çevre dostu davranışlarını olumlu yönde etkiler.

H<sub>13a</sub>: Kazdağı’nda yürüyüş etkinliğine katılan rekreasyoncuların çevresel fedakârlıkları çevre dostu davranışlarını olumlu yönde etkiler.

H<sub>13b</sub>: Kapadokya’da balona binen rekreasyoncuların çevresel fedakârlıkları çevre dostu davranışlarını olumlu yönde etkiler.

H<sub>13c</sub>: Köprülü Kanyon’da rafting yapan rekreasyoncuların çevresel fedakârlıkları çevre dostu davranışlarını olumlu yönde etkiler.

H<sub>14a</sub>: Kazdağı’nda yürüyüş etkinliğine katılan rekreasyoncuların çevre dostu davranış tutumları etkinlik sırasındaki çevresel turizm davranışlarını olumlu yönde etkiler.

H<sub>14b</sub>: Kapadokya’da balona binen rekreasyoncuların çevre dostu davranış tutumları etkinlik sırasındaki çevresel turizm davranışlarını olumlu yönde etkiler.

H<sub>14c</sub>: Köprülü Kanyon’da rafting yapan rekreasyoncuların çevre dostu davranış tutumları etkinlik sırasındaki çevresel turizm davranışlarını olumlu yönde etkiler.

H<sub>15a</sub>: Kazdağı’nda yürüyüş etkinliğine katılan rekreasyoncuların çevre dostu davranış tutumları günlük yaşamdaki çevre dostu satın alma davranışlarını olumlu yönde etkiler.

H<sub>15b</sub>: Kapadokya’da balona binen rekreasyoncuların çevre dostu davranış tutumları günlük yaşamdaki çevre dostu satın alma davranışlarını olumlu yönde etkiler.



H<sub>15c</sub>: Köprülü Kanyon'da rafting yapan rekreasyoncuların çevre dostu davranış tutumları günlük yaşamdaki çevre dostu satın alma davranışlarını olumlu yönde etkiler.

### 3.2.4. Evren ve Örneklem

Evren, bir çalışmada elde edilen sonuçların, araştırma için seçilen konunun genelleştirilebilmesi için var olan elemanların bütünü olarak tanımlanabilir. Araştırma konusunun tüm kitlesini oluşturan evren, gerçekte soyut bir kavram olup, her ne kadar tanımlanması kolay olmasına rağmen ulaşılabilirliği oldukça güç hatta kimi zaman son derece olanaksız bir bütünü ifade etmektedir. Çalışma formatı çerçevesinde, çalışma evreni araştırmacıların ya bire bir gözlem ya da ondan seçilmiş bir küme hakkında gerekli değerlendirmelerin yapılması sonucu görüş bildirebildikleri durumu tanımlamaktadır (Karasar, 2015: 147). Bunun yanında çalışma evreni belli coğrafi konum, yaş, cinsiyet, meslek, ekonomik koşullar ya da araştırmacı tarafından eklenebilecek farklı başka değişkenlerle tanımlanıp sınırlandırılabilir. Evrenin tanımlanıp sınırlandırılabilirliği araştırmanın geçerliliğini etkiler.

Her üç alandaki araştırmalar da nicel araştırma yöntemi kullanılarak yapılmıştır. Alanlardaki veriler, nicel araştırma yöntemlerinden anket tekniği ile toplanmıştır. Araştırmanın örnekleme yöntemi ise, olasılığa dayalı olmayan örnekleme yöntemlerinden biri olan kolayda örnekleme (convenience sampling) yöntemi ile elde edilmiştir. Kolayda örnekleme yöntemi, hızlı ve ucuz yoldan veri elde etmenin en kestirme yoludur. Bu yöntemde birimlerin seçimi büyük ölçüde gözlemciye bırakılmıştır ve görüşmeci, uygun gördüğü kişiye anket doldurmasını teklif etmektedir (Karagöz, 2017: 66).

Çalışmanın evrenini 2018 yılı Nisan ve Ekim ayları içerisinde sırasıyla Kazdağı Milli Parkı'na yürüyüş etkinliği, Göreme Milli Parkı'na balona binmek ve Köprülü Kanyon Milli Parkı'na da rafting etkinliğine katılmak için gelen rekreasyoncular oluşturmaktadır. Araştırmanın örneklemini ise belirtilen tarihler arasında Kazdağı Milli Parkı'nda yürüyüşe katılan 393, Göreme Milli Parkı'nda sıcak hava balonuna binen 386 ve Köprülü Kanyon Milli Parkı'nda rafting rekreatif etkinliğine katılan 385 rekreasyoncu oluşturmaktadır. Örneklem yöntemi evrenden örneklem alma işlemi olarak tarif edilebilecek ve belli başlı kurallar bütünü olan bir sistem bütünüdür. Literatürde var olan bu kurallara uyularak alınabilecek örneklem türleri genel evreni temsil ve açıklayabileceği kabul görmektedir (Karasar, 2015:148).

Araştırma için belirlenen bu üç alan da Türkiye’deki turizm potansiyeli yüksek olan bölgelerdendir. Bu üç alan da hem doğrudan bir varış noktası olarak görülmekte hem de içerisinde bulunulan destinasyonlara rekreatif bir etkinlik olarak katkı sağlamaktadırlar. Bu durum yıl içinde her üç alanında turistler tarafından yoğun bir şekilde ziyaret edilmesi sonucunu ortaya çıkarmaktadır. Bu açıdan tüm evrene ulaşılabilirliğin zor olması, zaman ve maliyet olarak araştırmacıları olumsuz etkilemesi evreni temsil edebilecek bir örneklemin alınmasını gerekli kılmaktadır. Bilimsel araştırmalarda kullanılmak üzere, belirlenmiş kriterlere göre örneklem alma yöntemleri ve farklı formüller yer almaktadır (Ural ve Kılıç, 2006:41). Krejcie ve Morgan’ın Araştırma Etkinlikleri İçin Örneklem Boyutu Belirleme (Determining Sample Size For Research Activities) çalışmasında yer alan örneklem büyüklüğü tablosuna göre (Tablo 3.3.) çalışmadaki örneklem sayıları 384 olarak alınmıştır.

Tablo 3. 3. Örneklem Büyüklüğünü Belirleme Tablosu

| N - n   | N - n     | N - n     | N - n      | N - n        |
|---------|-----------|-----------|------------|--------------|
| 10 - 10 | 100 - 80  | 280 - 162 | 800 - 260  | 2800 - 338   |
| 15 - 14 | 110 - 86  | 290 - 165 | 850 - 265  | 3000 - 341   |
| 20 - 19 | 120 - 92  | 300 - 169 | 900 - 269  | 3500 - 346   |
| 25 - 24 | 130 - 97  | 320 - 175 | 950 - 274  | 4000 - 351   |
| 30 - 28 | 140 - 103 | 340 - 181 | 1000 - 278 | 4500 - 354   |
| 35 - 32 | 150 - 108 | 360 - 186 | 1100 - 285 | 5000 - 357   |
| 40 - 36 | 160 - 113 | 380 - 191 | 1200 - 291 | 6000 - 361   |
| 45 - 40 | 170 - 118 | 400 - 196 | 1300 - 297 | 7000 - 364   |
| 50 - 44 | 180 - 123 | 420 - 201 | 1400 - 302 | 8000 - 367   |
| 55 - 48 | 190 - 127 | 440 - 205 | 1500 - 306 | 9000 - 368   |
| 60 - 52 | 200 - 132 | 460 - 210 | 1600 - 310 | 10000 - 370  |
| 65 - 56 | 210 - 136 | 480 - 214 | 1700 - 313 | 15000 - 375  |
| 70 - 59 | 220 - 140 | 500 - 217 | 1800 - 317 | 20000 - 377  |
| 75 - 63 | 230 - 144 | 550 - 226 | 1900 - 320 | 30000 - 379  |
| 80 - 66 | 240 - 148 | 600 - 234 | 2000 - 322 | 40000 - 380  |
| 85 - 70 | 250 - 152 | 650 - 242 | 2200 - 327 | 50000 - 381  |
| 90 - 73 | 260 - 155 | 700 - 248 | 2400 - 331 | 75000 - 382  |
| 95 - 76 | 270 - 159 | 750 - 254 | 2600 - 335 | 100000 - 384 |

*Kaynak: Krejcie ve Morgan, 1970:608.*

### 3.2.5. Veri Toplama Yöntemi

Araştırmacı tarafından çalışmanın konusu çerçevesinde literatür taraması yapılmış ve çalışmada kullanılacak ölçekler belirlenmeye çalışılmıştır. Ölçeklere ilişkin bilgilerin elde edilmesi aşamasında, özellikle bu alanda yapılmış çalışmalar takip edilmiş ve

uluslararası düzeyde kabul edilen sonuçlar ortaya çıkarmış kaynaklar incelenmiştir. Bu araştırma sonucunda daha önce geliştirilmiş, geçerliliği ve güvenilirliği test edilmiş ölçekler kullanılmıştır.

Örneklemeden elde edilen verilerin toplanması için anket tekniğinden yararlanılmıştır. Araştırmaya konu olan her üç alanda da anketler Türkçe ve İngilizce olarak hazırlanmıştır. Anket formunda yer alan ölçeklerdeki ifadelerin İngilizceden Türkçeye çevrilmesinde bir yanlışlık olmaması için her iki dile de hâkim kişiler tarafından incelenmiştir. Orjinal metinlerle karşılaştırmaları yapılarak düzenlenen ifadelerde fikir birliğine varılarak yapılan küçük düzeltmelerle anket formu son halini almıştır.

Anket formu üç bölümden oluşmaktadır. Anket formunun ilk bölümünde sekiz ölçek yer almaktadır. 1-4. sorular katılımcıların kişisel norm düzeylerini, 5-13. sorular yer tutumu düzeylerini, 14-18. sorular ziyaretçilerin çevre konusundaki endişelerini, 19-21. sorular sübjektif normlarını, 22-26. sorular katılımcıların çevresel sorunların önlenmesine yönelik fedakârlık isteklerini, 27-37. sorular katılımcıların çevre dostu davranışlarını, 38-41. sorular katılımcıların turizm organizasyonu içerisinde yaptıkları çevreci davranışları ve son olarak 42-49. sorular ise katılımcıların çevreci satın alma davranışlarını tespit etmek için sorulmuştur.

Araştırma anket formunun ikinci kısmında ise araştırmacı tarafından her üç alandaki ortak genel çevre senaryosunun dışındaki özel çevre davranışlarının neler olabileceğinin tespitinin yapılmaya çalışıldığı sorular sorulmuştur. Bu amaçla sorular alanlarda rekreasyoncuların rekreatif faaliyet olarak seçtikleri yürüyüş (Kazdağı Milli Parkı), sıcak hava balonu (Göreme Milli Parkı) ve rafting (Köprülü Kanyon Milli Parkı) etkinliklerinin ana kaynak değeri olan unsurlara yönelik sorulmuştur. Kazdağı alanında anket formuna 50-59. sorular eklenerek, katılımcıların alanın ana kaynak değeri- olan “biyolojik ortama” yönelik davranışları ve tutumları ölçülmek istenmiştir. Kapadokya bölgesinde sıcak hava balonuna binen ziyaretçilere ise genel çevre senaryosunun dışında etkinliğin ana kaynak değeri olan “hava unsuruna” yönelik sorular sorulmuştur. Bu şekilde ziyaretçilerin hava kirliliğine karşı tutumları öğrenilmek istenmiştir. Son olarak Köprülü Kanyon’da etkinliğin ana kaynak değeri olan “su ve su tasarrufuna” yönelik sorular sorulmuştur.

Toplam üç alandaki anket formunu oluşturan her iki bölümde de (sadece Kapadokya’daki genel çevre senaryosu dışındaki “hava unsuruna” yönelik sorulmuş olan

altı soru “kategorik” soru şeklindedir) 5’li Likert ölçeğine göre hazırlanmıştır. Bu ölçeğe göre cevaplar “(1) Kesinlikle Katılmıyorum ve (5) Kesinlikle Katılıyorum” aralığında puanlanmıştır.

Tablo 3. 4. Anket Formunu Oluşturan Ölçekler ile İlgili Bilgiler

| Ölçekler                     | Sorular | Kaynak   |
|------------------------------|---------|--|
| Kişisel Norm                 | 1-4     | Zhang ve diğerleri (2015)  |
| Yer Tutumu                   | 5-13    | Brownlee ve diğerleri (2014)                                       |
| Çevre Endişesi               | 14-18   | Dunlap ve diğerleri (2000), Yadav ve Pathak (2016), Mostafa (2009) |
| Subjektif Norm               | 19-21   | Kim ve Han (2010)  |
| Çevresel Fedakârlık          | 22-26   | Davis ve diğerleri (2011)  |
| Çevre Dostu Davranış         | 27-37   | Miller ve diğerleri (2015)   |
| Çevresel Turizm Davranışı    | 38-41   | Song ve diğerleri (2012)   |
| Çevreci Satın Alma Davranışı | 42-49   | Rubright (2014), Yadav ve Pathak (2016)                            |
| Biyolojik Çeşitliğe Etki     | 49-59   | Witt (2015)  |
| Hava Kirliliği               | 49-55   | Zhang ve diğerleri (2015)  |
| Su Tasarrufu                 | 49-55   | Brownlee ve diğerleri (2014)                                       |

Yukarıda da ifade edildiği gibi Göreme Milli Parkı’nda ziyaretçilere uygulanan anket formunun ikinci kısmında ise balon etkinliğine katılan ziyaretçilerin ana kaynak değeri olan “hava unsuruna” ilişkin davranışları ve tutumları ile ilgili sorular sorulmuştur. Bu bölüm kategorik şekilde tasarlanmış ve katılımcılara geleneksel turizm unsurları (maliyet, boş zaman, güvenlik, tatil yerindeki ürünler, tatil yerinin popülerliği ve tatil yerinin uzaklığı) ile hava kirliliği ile karşılaşıldığında hangi yönde bir eğilimin olacağı yönünde sorular yöneltilmiştir. Aşağıda araştırma anket formunda kullanılan ölçeklere ilişkin daha detaylı bilgiler verilmiştir (Tablo 3.5).

Araştırma anket formunun son bölümünde ise ziyaretçilerin betimleyici bilgilerine ilişkin altı adet soru sorulmuştur. Bu kısımda ziyaretçilerin cinsiyeti, yaşı, medeni durumu, eğitim durumu, gelir seviyesi, sürekli yaşanılan ülke ve ziyaret ettikleri alana yönelik ziyaret sıklıklarına yönelik sorular sorulmuştur.

Araştırma verilerinin toplanması için Nisan 2018 ile Ekim 2018 tarihleri arasında her üç alana da üçer kez seyahat düzenlenmiş ve toplamda alanlarda 42 gün veri toplanmıştır. Veriler araştırmacı tarafından etkinliğin düzenlendiği anda ya da etkinliğin bittiği anda ziyaretçilere anket formlarının teslim edilmesiyle elde edilmiştir. Anket formu

verilirken konu ile ilgili kısa bir bilgi verilmiş ve katılımcıların formları vermeleri beklenmiştir.

Tablo 3. 5. Ölçeklerde Yer Alan İfadeler

| Ölçekler               | İfadeler   |
|------------------------|--|
| <b>Kişisel Norm</b>    | <p>İnsanların yerel ortama zarar vermesini engellemek zorunda olduğumu düşünüyorum.</p> <p>Yerel çevre yasalarına uyma yükümlülüğüm olduğunu düşünüyorum.</p> <p>Yerel çevrenin korunmasına destek olma yükümlülüğüm olduğunu düşünüyorum.</p> <p>Günlük hayatımın neden olduğu yerel çevre sorunlarını hafifletmek zorunda olduğumu düşünüyorum.</p>  |
| <b>Yer Tutumu</b>      | <p>..... alanı ile kendimi özdeşleştiriyorum.</p> <p>.....alanı benim için çok önemlidir.</p> <p>Kendimi..... alanına bağlı hissediyorum.</p> <p>..... alanının, .....etkinliği için diğer bölgelerden daha iyi olduğunu düşünüyorum.</p> <p>..... alanının benim için vazgeçilmez olduğunu düşünüyorum.</p> <p>.....etkinliği için en çok tatmin olduğum yerin ..... alanı olduğunu düşünüyorum.</p> <p>Kendimi..... alanına bağlı hissediyorum</p> <p>.....alanında iken, kendimi onun bir parçası gibi hissediyorum.</p> <p>Kendimi ..... alanına aitmiş gibi hissediyorum.</p> |
| <b>Çevresel Endişe</b> | <p>Doğanın dengesinin hassas olduğunu ve kolayca bozulabileceğini düşünüyorum.</p> <p>İnsanların çevreyi istismar ettiğini düşünüyorum.</p> <p>Her şey bugünkü seyrini sürdürürse, yakında ekolojik bir felaket yaşanacağını düşünüyorum.</p> <p>Dünyanın sahip olduğu kaynakların sınırlı olduğunu düşünüyorum.</p> <p>İnsanların yaşamlarını sürdürebilmek için doğayla uyumlu yaşamak zorunda olduğunu düşünüyorum.</p>   |
| <b>Sübjektif Norm</b>  | <p>İnsanlar katıldığım rekreatif faaliyetlerde çevreye zarar vermeyeceğimi düşünürler.</p> <p>İnsanlar katıldığım rekreatif faaliyetlerde çevre dostu davranışlar sergilememi isterler.</p> <p>Düşüncelerine değer verdiğim kişiler rekreatif faaliyetlerde çevre dostu davranmamı tercih ederler.</p>   |
|                        | <p>Davranışlarım doğal çevreye zarar veriyorsa, bunları yapmaktan vazgeçerim.</p> <p>Doğal çevrenin korunmasına yardımcı olacak sorumlulukları üstlenmeye hazırım.</p>   |

|   |   |
|---|---|
| <b>Çevresel Fedakârlık</b>              | <p>Çabalarım için takdir görmesem bile, çevre için bir şeyler yapmaya hazırım.</p> <p>Her zaman çevre için iyi olduğunu düşündüğüm şeyleri yaparım.</p> <p>Çevreye uygun olanı yapmak için kendi yolumun dışına çıkmaya hazırım.</p>  |
| <b>Çevre Dostu Davranış</b>             | <p>Kullanmadığım zaman ışıkları kapatırım.</p> <p>Kağıt ürünleri geri dönüşüme kazandırırım.</p> <p>Plastik ürünleri geri dönüşüme kazandırırım.</p> <p>Cam ürünleri geri dönüşüme kazandırırım.</p> <p>Su tasarrufu yaparım.</p> <p>Sadece aşırı sıcaklarda klima kullanırım.</p> <p>Atıkları azaltmak için daha az gıda satın alırım.</p> <p>Çevreci olabilmek için başkalarını teşvik ederim.</p> <p>Mümkün olduğunca yürümeyi tercih ederim.</p> <p>Organik gıda ürünleri satın almayı tercih ederim.</p> <p>Mümkün olduğunca toplu taşıma araçlarını kullanırım.</p>   |
| <b>Çevresel Turizm Davranışı</b>        | <p>.... alanındaki ..... etkinliğimde, mümkün olduğunca çevre dostu turizm ürünlerini satın almaya çalışırım.</p> <p>Davranışlarımın..... alanındaki doğal ortamı nasıl etkilediği hakkında bilgim vardır.</p> <p>.. alanındaki .. etkinliğimde doğal ortamı etkilediğini düşündüğüm olumsuz davranışlarımı azaltmaya çalışırım.</p> <p>Doğal destinasyonlardaki rekreatif faaliyetlere katılmaya dikkat ederim.</p>  |
| <b>Çevre Dostu Satın Alma Davranışı</b> | <p>Düzenli olarak çevre dostu ürün satın alırım.</p> <p>Günlük ihtiyaç ürünlerim için çevre dostu ürün satın alırım.</p> <p>Son altı ay içinde çevre dostu ürün satın aldım.</p> <p>Çevre sorunlarını çözmeye yardım edebileceğimi düşünüyorum.</p> <p>Çevreye dost ürünleri satın alarak çevreyi koruyabilirim.</p> <p>Tasarruf sağlayan ürünler satın alırsam doğal kaynakları korumuş olurum.</p> <p>Çevreye zarar vermeyecek günlük ev eşyaları (bakkaliye veya temizlik ürünleri gibi) satın almaya çalışırım.</p> <p>Seyahatim esnasında çevreci turistik ürünleri (yeşil otel,elektrikli araçlar gibi) satın almaya çalışırım.</p> |

Araştırma alanlarına yapılan ziyaretlerden ilki ön test mahiyetinde gerçekleştirilmiştir. Alan olarak farklı doğal destinasyonların seçilmesi her bir alan içinde farklı ön test yapılmasını gerekli kılmıştır. Kazdağı Milli Parkı'ndaki ziyaretler daha çok Türk ziyaretçiler tarafından gerçekleştirilirken, Göreme Milli Parkı'nda ise balon etkinliğine katılan rekreasyoncuların büyük çoğunluğu yabancı turistlerden oluşmaktadır. Antalya Köprülü Kanyon Milli Parkı için ise her iki grubunda yer aldığını söylemek doğru olacaktır. Dolayısıyla araştırmacı tarafından alanlara Nisan ve Temmuz ayları içinde üç ile beş gün aralığında ziyaretler gerçekleştirilmiştir. Bu kapsamda toplam 82 anket formu toplanmış ve görüşmeler neticesinde katılımcıların ifadeler hakkındaki görüşleri alınarak anket formunun anlaşılır olup olmadığı öğrenilmiştir. Görüşmeler neticesinde anket formunun anlaşılabilirliği ile bir sıkıntının görülmemesi anketin uygulanabilirliğini sağlamıştır.

### **3.2.6. Veri Analiz Yöntemi**

Katılımcıların anket formunda yer alan ifadelere verdikleri yanıtlar kodlanarak istatistik paket programına veri girişi yapılmış, paket programı aracılığıyla da test edilmiştir.

### **3.2.7. Geçerlilik ve Güvenirlik Analizi**

Araştırmada kullanılan bir ölçeğin geçerlilik ve güvenirlilik olmak üzere iki özelliği yerine getirmesi beklenmektedir (Alpar, 2016: 505). Ölçmek istenen durumun tutarlı bir biçimde ölçülebilmesidir. Ölçüm aracı, farklı araştırmalar bünyesindeki ölçümlerde birbirine yakın sonuçlar veriyor ise kullanılan ölçek güvenilirdir. Geçerlilik ise, ölçülmek istenen özelliğin ölçülme derecesini ifade etmektedir (Karagöz, 2017: 32). Güvenirlilik bir testin geçerliliğini etkilemektedir. Bu sebeple, geçerli bir test öncelikle ve muhakkak güvenilir olmalıdır. Bununla birlikte güvenilir bir test geçerli olamayabilir (Alpar, 2016: 506).

#### **3.2.7.1. Geçerlilik Analizi**

Test ölçülmek istenen özelliği doğru ve diğer özellikler ile karıştırmadan ölçüyor ise, bu testin geçerli olduğunu söylemek mümkündür (Alpar, 2016: 505).

Yapı Geçerliliği: doğrudan ölçülemeyen bir özelliği ölçen bir testin ölçme derecesidir (Alpar, 2016: 526). Yapı geçerliliğini test etmek için ölçeklere faktör analizi uygulanmıştır. Faktör analizi, değişkenlerin faktörlerle nasıl ilişkili olduğunu keşfetmek ya

da değişkenlerin bir yapı (faktör) altında olup olmadığını doğrulamak amacıyla kullanılmaktadır.

Araştırmada yer alan ölçeklerin geçerliliğini test etmek için doğrulayıcı faktör analizi (DFA) yöntemi uygulanmıştır. Doğrulayıcı faktör analizi gizli değişken analiz yöntemi olarak kullanılmakta ve kuramsal bir temel üzerine kurulmuş nedensel modellerin test edilmesi için uygulanır (Sümer, 2000:49). Bu analiz yöntemine, araştırma hipotezleri ile ortaya konan faktör yapısına en uygun yapıya sahip ölçüm modelinin ortaya çıkarılması için başvurulmaktadır. Doğrulayıcı faktör analizinde modele ilişkin uyum iyiliği istatistiklerinin açıklanması son derece önemlidir. Uyum iyiliği istatistikleri, araştırma modelinin bir bütün olarak veri tarafından kabul edilebilir bir düzeyde desteklenip desteklenmediği sonucuna varmamızı sağlamaktadır (Şimşek, 2007: 13). Modellerin uyumu iyiliklerini test eden birkaç uyum istatistiği bulunmaktadır (Karagöz, 2017: 462).

Doğrulayıcı faktör analizinde, uyum iyiliği değerlendirmelerinin yanı sıra modelin yapısal olarak da geçerliliği sağlanmalıdır. Bu noktada yapısal geçerlilik, araştırmada kullanılmakta olan ölçeklerin hangi kavram veya özellikleri ölçtüğünün ortaya konulmasıdır (Altunışık vd., 2012). Yapısal geçerliliğe ilişkin bilgiler yakınsak ve ıraksak geçerlilik yöntemleri ile tespit edilmektedir.

Yakınsaklık ve İraksaklık Geçerliği: her bir faktöre ait açıklanan ortalama varyans (AVE) ve iç tutarlık güvenilirlik (CR) değerleri hesaplanmıştır. Ölçeğe ilişkin tüm CR değerlerinin AVE değerlerinden büyük olması beklenmektedir (Yaşlıoğlu, 2017: 82-83). Yüksek faktör yükleri (0,5 ve daha yukarı) yapı güvenilirliği ölçeğin yakınsak geçerliliğinin yüksek olduğunu gösteren kanıttır (Ceylan, 2013: 51). Bununla birlikte ayrıca CR ve AVE (Açıklanan Ortalama Varyans) değerleri hesaplanarak yakınsak geçerliliğin teyit edilmesini edilmesi önerilmektedir (Yaşlıoğlu, 2017: 82; Hair, Black, Babin ve Anderson, 2010). Yakınsaklık geçerliliğinin sağlanabilmesi için değişkenlere ait ortalama açıklanan varyans (AVE) değerlerinin 0.50'nin üzerinde; bileşik güvenilirlik değerlerinin (CR) ise 0.70'in üzerinde olması gerekmektedir (Fornell ve Larcker, 1981; Hair, Black, Babin ve Anderson, 2010). AVE değeri, faktöre ilişkin ifadelerin kovaryanslarının (yüklerinin) karelerinin toplamının ifade sayısına bölünmesi ile elde edilmektedir. Her bir faktör yapısı için ayrı ayrı değerlendirme yapılmaktadır (Yaşlıoğlu, 2017: 82-83).



Bu çalışmadaki hipotezler, kısmi en küçük kareler (PLS) analizi kullanılarak yapısal eşitlik modellemesi ile test edilmiştir. Modelleri oluşturmak ve geçerliliklerini değerlendirmek için SmartPLS (V.3.2.6) yazılımı kullanılmıştır (Ringle ve diğ, 2015).

SmartPLS (Ringle vd., 2015), sosyal bilimciler tarafından giderek daha yaygın biçimde kullanılan bir analiz programıdır. Analiz mantığı PLS-SEM'e dayanmaktadır. 1990'lardan sonra yaygınlaşmaya başlayan ikinci nesil analiz yöntemleri yapısal eşitlik modelleri olarak adlandırılmaktadır. Yapısal eşitlik modelleri, regresyon gibi birinci nesil analiz yöntemlerine göre çok daha karmaşık araştırma modellerini tek aşamada analiz edebilmektedir. Yapısal eşitlik modelleri (SEM) olarak isimlendirilen bu ikinci nesil metodların iki türü bulunmaktadır. Birisi kovaryans temelli çalışan yapısal eşitlik modelleri, orijinal ismi ile Covariance-based SEM (CB-SEM)'dir. Bu metoda dayanan çok sayıda analiz programı bulunmaktadır. AMOS, LISREL, MPlus bunlardan bazılarıdır. Diğer yapısal eşitlik modelleri ise varyans temelli çalışan yapısal eşitlik modelleri, orijinal adı ile Variance-based SEM (PLS-SEM)'dir. SmartPLS, ADANCO, WarpPLS gibi analiz programları bu metoda dayanmaktadır.

SmartPLS son derece gelişmiş olup PLS-SEM metoduna dayanan bir yazılımdır. Bundan dolayı:

- Non-parametrikdir. Verinin normal dağılıma sahip olmasını gerektirmez.
- Küçük örneklerde de etkili şekilde çalışır.
- Formatif değişkenleri de analiz edebilir.
- Çok karmaşık modellerde bile sorunsuz çalışabilir.
- Bir veya iki indikatörlü değişkenlerle de analiz yapabilir. Bu tür değişkenler kimlik saptama problemine neden olmaz.

Kısmi küçük kareler yol analizi (PLS-SEM) yaklaşımı, temel bileşen analizi ve çoklu regresyon analizlerinin sonuçlarını genelleştiren ve birleştiren bir yol analizi tekniği olarak karşımıza çıkmaktadır. Özellikle bir bağımlı değişkenler kümesini büyük bir bağımsız değişkenler kümesinden, tahmin etmemiz gerektiğinde oldukça kullanışlı bir yöntemdir (Abdi, 2003).

PLS, yapısal modellerde yol katsayılarını tahmin etmek için iyi bilinen bir tekniktir. Dahası, PLS, son on yılda pazarlama araştırmalarında, küçük ve orta büyüklükteki örneklem büyüklükleri ile normal olmayan koşullar altında gizli yapıları modelleme

kabiliyeti nedeniyle giderek daha popüler hale gelmiştir (Rezaei ve Ghodsi, 2014). Gizli yapıyı bir yapısal eşitlik modeli iki bileşene sahiptir. İlk bileşen yapısal modeldir ve PLS-SEM bağlamında iç model olarak adlandırılır (Hair vd., 2011). Dahası, içsel model gözlemlenmemiş veya gizli yapılar arasındaki ilişkileri (yolları) görmemize izin verir (Henseler vd., 2009). Yapısal denklem modelinin ikinci bileşeni, PLS-SEM bağlamında ölçüm modellerini de içeren dış modellerdir (Hair vd., 2014). Çalışmaya göre, dış modeller gösterge değişkenleri ile karşılık gelen yapıları arasındaki ilişkileri değerlendirmek için kullanılmaktadır.

Yüklerin, ağırlıkların ve yol katsayılarının önem seviyelerini belirlemek için ön yükleme uygulanmıştır. Araştırmacı tarafından yüklerin, ağırlıkların ve yol katsayılarının önem seviyelerini belirlemek için PLS algoritma prosedürlerini uygulandı, ardından önerilen hipotezin önem seviyelerini belirlemek için bir önyükleme tekniği izlenmiştir. Anderson ve Gerbing (1988)'in önerdiği gibi, ölçüm modelinin geçerliliği ve uyum iyiliği yapısal modelde belirtilen yapısal ilişkiler test edilmeden önce tahmin edilmiştir.

### 3.2.7.2. Güvenirlilik Analizi

Araştırma kapsamında yapılan ölçümlerde güvenilirlik, güvenilirlik katsayısı ile ortaya konulmaktadır. Güvenilirlik bir ölçümün hatadan bağımsız kalma düzeyi olarak açıklanmaktadır. Güvenirliği belirlemek için içsel güvenilirlik katsayısı kullanılmıştır. Bu yaklaşımda, ölçme aracının ölçtüğü varsayılan nitelikleri ölçen soruların kendi içlerinde birbirleri ile ne kadar ilişkili oldukları ve ne kadar homojen bir soru grubu oluşturdukları belirlenmeye çalışılmaktadır. Bir ölçeği güvenilir olması için tutarlı, dengeli ve tekrarlanabilir bir yapıda olması beklenir. Ölçeğin tutarlılık durumunu karşılaması için ölçeğin ölçme kurallarına, veri kayıt ve kodlama sistemine uygun bir düzeyde olması gerekmektedir. Ölçeğin dengeli olması ise ölçekteki çeşitli değişkenlerin aynı kalması koşulu altında zaman ve şartlar içerisinde değişmemesini ifade eder. Son olarak bir ölçeğin tekrarlanabilir olması ise tek bir zaman ve tek bir test ile sınırlı kalmayarak, bir başka çalışmada tekrar uygulanabilmesi ve zaman süreci içerisinde güvenilir olmasını belirtmektedir (Erdoğan, 1998:118).

İçsel tutarlılığın belirlenmesi için genellikle Cronbach Alpha ölçüm modeli ve buradan elde edilen değer kullanılmaktadır. Güvenirliği belirlemek için birden fazla uygulamaya gerek kalmadan, ölçme aracılığıyla yapılan tek bir ölçümün kendi içerisinde ne kadar tutarlı olduğunu gösteren 'Cronbach Alpha' katsayısı kullanılmıştır (Can, 2014:

366). Cronbach Alpha, çok sayıda maddeden oluşan Likert ölçeklerde de içtutarlılığı ölçmek için kullanılabilir. Bu değer ile, tek bir test veya ölçek kullanılır ve tek bir işlem süreci ile ölçüm yapılarak maddelerin belirli bir kavramsal yapıyı tutarlı bir biçimde ölçüp, ölçmediği belirlenmeye çalışılmaktadır (Karagöz, 2017: 24). Cronbach Alpha ( $\alpha$ ) değerleri 0,40'dan küçük ise, ölçek güvenilir değildir. Değer 0,40-0,60 aralığında ise, ölçeğin güvenilirliği düşük; 0,60-0,80 aralığında ise ölçek oldukça güvenilir; 0,80-1,00 aralığındaise, ölçek yüksek derecede güvenilir bir ölçek olarak değerlendirilmektedir (Alpar, 2016:350; Karagöz, 2017: 26). Araştırmada yer alan ölçeklerin cronbach alpha değerleri aşağıdaki Tablo 3.6'da yer almaktadır.

Tablo 3. 6. Ölçeklerin Güvenilirlik Analizi Sonuçları

| <b>Ölçekler</b><br><b>Alpha</b> | Kişisel Norm | Yer Tutumu | Çevresel Endişe | Sübjektif Norm | Çevresel Fedakârlık | Çevre Dostu Davranış | Çevresel Turizm Davranışı | Çevreci Satın Alma Davranışı |
|---------------------------------|--------------|------------|-----------------|----------------|---------------------|----------------------|---------------------------|------------------------------|
| <b>Kazdağları</b>               |              |            |                 |                |                     |                      |                           |                              |
| <u>Alpha Katsayısı</u>          | 0,848        | 0,944      | 0,823           | 0,744          | 0,712               | 0,873                | 0,607                     | 0,869                        |
| <b>Kapadokya</b>                |              |            |                 |                |                     |                      |                           |                              |
| <u>Alpha Katsayısı</u>          | 0,897        | 0,920      | 0,840           | 0,775          | 0,822               | 0,767                | 0,833                     | 0,905                        |
| <b>Köprülü Kanyon</b>           |              |            |                 |                |                     |                      |                           |                              |
| <u>Alpha Katsayısı</u>          | 0,897        | 0,945      | 0,847           | 0,784          | 0,828               | 0,854                | 0,840                     | 0,910                        |

### 3.3. Araştırma Bulguları ve Tartışma

Tezin bu bölümünde araştırmalar neticesinde elde edilen verilere ilişkin bulgular yer alacaktır. Tezde araştırma alanı olarak üç bölgenin yer alması dolayısıyla, araştırma bulguları değerlendirilirken öncelikle her bir alanın bulguları ayrı ayrı değerlendirilecektir. Üç ayrılmış olan “Araştırma Bulguları” kısmında ilk olarak, araştırmaya katılan rekreasyoncuların betimleyici istatistikleri yer alacaktır. Ardından SPSS programına yüklenen verilerin “excelcv.” formatına dönüştürülmesi işlemi gerçekleştirilmiştir. Bunun nedeni araştırmada kullanılacak olan PLS-SEM analizi yöntemi için gerekli olmasıdır. Sistem, verileri ancak bu formatta sunulması halinde tanıyabilmektedir. Bu

işlemin ardından sisteme yüklenen verilerin yapısal eşitlik modelleme ile test edilmesi sağlanmıştır. SmartPLS (V.3.2.6) yazılımı kullanılarak modellerin oluşturulması ve oluşturulan modellerin geçerliliklerini değerlendirilmesi işlemleri gerçekleştirilmiştir. Daha sonra ölçeklerin faktör analizi sonuçları ve güvenilirliklerine yönelik sonuçları sunulmuştur. Sonraki aşamada oluşturulan hipotezlere yer verilmiş ve bunların sonuçlarına ilişkin değerlendirmeler sunulmuştur. Son olarak ise her bir alan için kullanılan genel çevre senaryosunda dışında, o alanda yapılan etkinliklerin ana kaynak değerine ilişkin sorulara katılımcıların verdikleri yanıtlar sunulmuş ve değerlendirmeleri yapılmıştır.

Her üç alan için de ayrı ayrı başlık altında incelenen ve yukarıda ifade edilen araştırma bulgularının sonrasında üç alana ilişkin ortak bir değerlendirme için ayrı bir başlık açılmıştır. Araştırmacının burada üzerinde durmak istediği konu, araştırma alanı olarak seçilen alanların farklı seyahat motivasyonuna sahip ziyaretçiler tarafından ziyaret edilmesi dolayısıyla bunların arasında çevre davranışı yönünden bir farklılıkların tespit edilip edilemediği, tespit edilmiş ise bunların neler olduğuna ilişkin bilgiler sunmaktır. Bu açıdan araştırma bulgularının bize ana seyahat motivasyonu deniz-kum-güneş, kültür ya da eko-turizm olan ziyaretçi kitlelerinin çevreci eğilimlerinin ve davranışlarının ne olacağını ortaya çıkaracak veriler sunması son derece önemlidir. Aynı çalışma içinde farklı alan, farklı rekreatif faaliyet seçimi ve farklı seyahat motivasyonlarına sahip bireylerin varlığı nedeniyle aslında çalışmanın literatüre çeşitli katkılar sağlayacağı düşünülmektedir. Tezin bu bölümü değerlendirmeler, literatüre katkılar ve sonraki araştırmalara öneriler şeklinde sonlandırılmaktadır.

Farklı bölgelerde araştırmanın yapılması, gerçekte seyahate çıkma motivasyonları farklı olan ziyaretçilerin çevreye yönelik hassasiyetlerinin ve çevreci davranışlarının ne derece farklılaştığının tespitine yöneliktir. Dolayısıyla bulgular, ana seyahat motivasyonu deniz-kum-güneş, kültür ya da eko-turizm olan ziyaretçi kitlelerinin çevreci eğilimlerinin ve davranışlarının ne olacağını ortaya çıkarması bakımından önemlidir.

### 3.3.1. Kazdağı Alanı ile İlgili Bulgular

Tezin araştırma alanlarından ilki olan Kazdağı Milli Parkı'na 13-14-15 Nisan 2018 tarihlerinde ön test, 23-24-25-26 Temmuz 2018 tarihlerinde ve 27-28-29-30 Ağustos 2018 tarihleri arasında da son testler olmak üzere toplam 11 gün ziyaretler yapılmıştır. Bu kapsamda toplam 500 anket ziyaretçilere dağıtılmış ve geri dönüş sağlanan anketlerden verileri kullanılabilir olan 393 anket üzerinden analizler ve değerlendirmeler sunulmuştur.

#### 3.3.1.1. Katılımcıların Betimleyici Özelliklerine İlişkin Bulgular

Bulgular kısmının ilk bölümünde araştırmaya katılan rekreasyoncuların cinsiyet, yaş, medeni durum, eğitim durumu, gelir ve sürekli yaşanılan ülke gibi demografik bilgiler ile alana yönelik ziyaret sıklığı gibi bilgileri belirlemek için frekans analizi gerçekleştirilmiştir. Tablo 3.7'de ziyaretçilerin betimleyici istatistikleri verilmiştir.

Tablo 3. 7. Kazdağı Alanı Rekreasyoncularının Betimleyici İstatistikleri

| Özellik         | Frekans (N) | Yüzde (%) | Özellik                              | Frekans (N) | Yüzde (%) |
|-----------------|-------------|-----------|--------------------------------------|-------------|-----------|
| <b>Yaş</b>      | <b>N</b>    | <b>%</b>  | <b>Gelir</b>                         | <b>N</b>    | <b>%</b>  |
| 18-25           | 49          | 12,5      | Düşük                                | 12          | 3,0       |
| 26-35           | 202         | 51,8      | Orta                                 | 237         | 60,3      |
| 36-45           | 124         | 31,8      | Yüksek                               | 132         | 33,6      |
| 46 ve üzeri     | 15          | 3,9       | Çok Yüksek                           | 12          | 3,1       |
| Toplam          | 390         | 100,0     | Toplam                               | 393         | 100,0     |
| <b>Cinsiyet</b> | <b>N</b>    | <b>%</b>  | <b>Medeni Durum</b>                  | <b>N</b>    | <b>%</b>  |
| Kadın           | 190         | 48,4      | Evli                                 | 274         | 69,7      |
| Erkek           | 203         | 51,6      | Bekâr                                | 119         | 30,3      |
| Toplam          | 393         | 100,0     | Toplam                               | 393         | 100,0     |
| <b>Eğitim</b>   | <b>N</b>    | <b>%</b>  | <b>Sürekli Yaşanılan Ülke (Kıta)</b> | <b>N</b>    | <b>%</b>  |
| Lise            | 149         | 37,9      | Türkiye                              | 344         | 93,8      |
| <u>Önlisans</u> | 58          | 14,8      | Diğer                                | 23          | 6,2       |
| Lisans          | 171         | 43,5      | Toplam                               | 367         | 100,0     |
| Lisansüstü      | 15          | 3,8       | <b>Ziyaret Sayısı</b>                | <b>N</b>    | <b>%</b>  |
| Toplam          | 393         | 100,0     | 1                                    | 195         | 51,9      |
|                 |             |           | 2                                    | 129         | 33,7      |
|                 |             |           | 3 ve +                               | 55          | 14,4      |
|                 |             |           | Toplam                               | 379         | 100,0     |

Araştırmaya katılan rekreasyoncuların demografik değişkenlerine bakıldığında, Kazdağı Milli Parkı'na gelen ziyaretçilerin %51,5'i erkek olduğu görülmüştür. Katılımcıların %96,1'i 18 ile 45 yaş arasında olup en kalabalık yaş aralığı 202 kişi ile (%51,8) 26-35 yaş aralığıdır. Ziyaretçilerin %69,5'i evlidir. Rekreasyoncuların %93,8'i (n:344) Türkiye'de ikamet etmektedir. Eğitim kategorisinde, ilköğretim seçeneği öntest uygulamasında işaretlenmediği için anket formundan çıkarılmıştır. Buna göre, Lise (149 kişi %37,8) ve lisans (171 kişi %43,4) düzeyinde eğitim gören bireyler toplam 320 kişidir. Katılımcıların sadece %3,8'i (n:15) lisansüstü düzeyinde eğitime sahiptir. Hane gelirlerine bakıldığında ise %60,2 (n: 237)'sinin orta düzeyde bir gelire, %33,5 (n: 132)'inin ise yüksek düzeyde bir gelir grubuna dâhil oldukları görülmektedir. Kazdağı'na gelen rekreasyoncuların o bölgeye ilişkin ziyaret sıklıklarına bakıldığında ise ilk kez gelen rekreasyoncuların %51,9'la (n:195) yaklaşık yarısını oluşturduğu görülmektedir. Rekreasyoncuların yaklaşık yarısının ise tekrar Kazdağı'na geldiği anlaşılmaktadır.

### **3.3.1.2. Ölçeklerin Güvenirliğine İlişkin Bulgular**

Araştırmada kullanılan kişisel norm, yer tutumu, çevresel endişe, sübjektif norm, çevresel fedakârlık, çevre dostu davranış, çevresel turizm davranışı ve çevreci satın alma davranışı ölçeklerine güvenilirlik analizi uygulanmıştır. Anketler için yapılan güvenilirlik analizinde madde toplam korelasyonları ve çoklu açıklayıcılık katsayıları incelenmiştir. Ölçeklere ilişkin Cronbach Alpha değerleri Tablo 3.8'de verilmiştir. Bu tabloda ayrıca, Kazdağı Milli Parkı'ndaki örneklem büyüklüğü, analizler sonucunda ölçekler içerisinde hem Cronbach Alpha değerini hem de AVE değerini düşüren ifadelerin çıkarılması sonucunda ölçeklerdeki kalan madde sayıları, katılımcıların ölçeklerdeki ifadelerle verdikleri yanıtların ortalamaları, bu değerlerin standart sapmaları ve son olarak yanıtların hangi derecelendirme yöntemi kapsamındaki değerlendirdiğine ilişkin bilgiler verilmiştir.

Kazdağı alanındaki örneklem büyüklüğü 393 katılımcıdan oluşmaktadır. Ölçekler içerisinde sadece çevre dostu davranış ölçeğinden üç madde; çevresel fedakârlık ölçeğinden bir madde ve son olarak çevresel turizm davranış ölçeğinden bir madde yukarıda belirtilen sebeplerden ötürü çıkarılmıştır. Dolayısıyla kişisel norm ölçeği dört, yer tutumu ölçeği dokuz, çevresel endişe ölçeği beş, sübjektif norm ölçeği üç, çevresel fedakârlık ölçeği dört, çevre dostu davranış ölçeği sekiz, çevresel turizm davranışı ölçeği üç ve çevreci satın alma davranışı ölçeği sekiz maddeden oluşmuştur.

Ölçeklerin güvenilirlik katsayılarına bakıldığında, beş ölçeğin Cronbach Alpha değeri 0,80'nin üzerinde, iki ölçeğin 0,70'in üzerinde ve bir ölçeğin ise 0,60'ın üzerinde olduğunu göstermektedir.

Tablo 3. 8. Ölçeklerin Güvenirliğine İlişkin Bulgular

| Ölçekler<br>Katsayılar           | Kişisel<br>Norm   | Yer<br>Tutumu | Çevresel<br>Endişe | Sübjektif<br>Norm | Çevresel<br>Fedakârlık | Çevre<br>Dostu<br>Davranış | Çevresel<br>Turizm<br>Davranışı | Çevreci<br>Satın Alma<br>Davranışı |
|----------------------------------|---|---------------|--------------------|-------------------|------------------------|----------------------------|---------------------------------|------------------------------------|
| Örnek<br>Büyüklüğü               | 393   | 393           | 393                | 393               | 393                    | 393                        | 393                             | 393                                |
| Madde Sayısı                     | 4   | 9             | 5                  | 3                 | 4                      | 8                          | 3                               | 8                                  |
| Tüm Ölçek İçin<br>Alfa Katsayısı | 0,848   | 0,944         | 0,823              | 0,744             | 0,712                  | 0,873                      | 0,607                           | 0,869                              |
| Ortalama                         | 4,5343  | 4,5812        | 4,5611             | 4,6316            | 4,6536                 | 4,1265                     | 4,7100                          | 4,5776                             |
| Standart Sapma                   | 0,5550  | 0,5226        | 0,5617             | 0,5179            | 0,5329                 | 0,7037                     | 0,4590                          | 0,5283                             |
| Dereceleme                       | 1: Kesinlikle Katılmıyorum, ..... 5: Kesinlikle Katılıyorum |               |                    |                   |                        |                            |                                 |                                    |

Bu değerler ölçeklerin oldukça güvenilir ve yüksek derecede güvenilir olduğunu bildirmektedir. Alpar (2016:350) ve Karagöz (2017:26) ölçeklerin Cronbach Alpha değerlerinin 0,60-0,80 aralığında oldukça güvenilir; 0,80-1,00 aralığında ise yüksek derecede güvenilir ölçek olarak değerlendirilmesi gerektiğini açıklamışlardır. Buradan hareketle Cronbach Alpha değeri en yüksek olan ölçek 0,944'lük değeri ile yer tutumu ölçeğidir.

Anket formundaki sorular beşli Likert ölçeği kapsamında derecelendirilmiştir. Derecelendirmeler 1: Kesinlikle Katılmıyorum ve 5: Kesinlikle Katılıyorum aralığındadır. Katılımcıların yanıtların incelendiğinde ankette yer alan ölçeklerdeki ortalamalarının dört ve üzeri bir sonucu ortaya koyduğunu göstermektedir. Tablo incelendiğinde çevresel turizm davranışı 4,71, çevresel fedakârlık 4,65, sübjektif norm 4,63, yer tutumu 4,58,

çevreci satın alma davranışı 4,57, çevresel endişe 4,56, kişisel norm 4,53 ve çevre dostu davranış 4,12 değerinde genel ortalamalara sahip olduğu görülmüştür. Ölçeklerdeki ortalamaların hangi ifadelerde daha yüksek hangi ifadelerde daha düşük olduğu ise sonraki başlıklarda daha detaylı bir şekilde verilecektir.

### 3.3.1.3. Kazdağı'da Yürüyüş Etkinliğine Katılan Rekreasyoncuların Demografik Değişkenlerine Göre Çevreci Davranış ve Çevreci Satın Alma Davranışlarına Yönelik Hipotezlerin Test Edilmesi

Araştırmanın bu bölümünde Kazdağı'na gelen rekreasyoncuların demografik özelliklerinin çevre dostu davranış ve çevreci satın alma davranışları üzerinde anlamlı bir farklılık yaratıp yaratmadığı araştırılmıştır. Bu amaçla rekreasyoncuların cinsiyet durumlarına göre çevre dostu davranış ve çevreci satın alma davranışlarında fark olup olmadığının anlaşılması için veri setine t-testi uygulanmıştır.

Tablo 3. 9. Rekreasyoncuların Çevre Dostu Davranış Görüşlerinin Cinsiyete Göre Karşılaştırılması

| Cinsiyet | N   | Ortalama | Standart S. | F değeri | p değeri     |
|----------|-----|----------|-------------|----------|--------------|
| Kadın    | 190 | 3,81     | 0,5479      | 3,386    | <b>0,001</b> |
| Erkek    | 203 | 3,63     | 0,5442      |          |              |

Araştırmaya katılan rekreasyoncuların cinsiyetlerine göre çevre dostu davranışlarının farklılık olup olmadığını incelemek üzere iki bağımsız t testi (Independent Sample T Test) uygulanmıştır. Sonuçlar 0,001 önem düzeyi ile  $H_{1a}$  hipotezinin desteklendiğini göstermektedir. Yani katılımcıların cinsiyetleri ile çevre dostu davranışları arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık vardır ( $p < 0,05$ ). Dahası katılımcıların çevre dostu davranış ölçeğine yönelik yanıtlarının ortalamaları incelendiğinde kadın ziyaretçilerin erkek ziyaretçilere göre çevre dostu davranış gösterme eğilimlerinin daha olumlu olduğu tespit edilmiştir (Kadın için  $\bar{X}$ : 3,81, Erkek için  $\bar{X}$ : 3,63).

T testi sonucunda rekreasyoncuların çevreci satın alma davranışları ile cinsiyetleri arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir ( $0,044 < 0,05$ ). Farklılığın hangi kategorideki ziyaretçiler için daha yüksek olduğu ise yanıtların ortalamalarına bakılarak açıklanmaktadır.



Tablo 3. 10. Rekreatyoncuların Çevreci Satın Alma Davranışlarının Cinsiyete Göre Karşılaştırılması

| Cinsiyet | N   | Ortalama | Standart S. | F değeri | p değeri     |
|----------|-----|----------|-------------|----------|--------------|
| Kadın    | 190 | 4,62     | 0,3747      | 2,025    | <b>0,044</b> |
| Erkek    | 203 | 4,54     | 0,3854      |          |              |

Buna göre kadın ziyaretçilerin ( $\bar{X}$ : 4,62) erkek ziyaretçilere ( $\bar{X}$ : 4,54) göre çevreci satın alma davranışları daha yüksek çıkmıştır. Bu sonuçlarla  $H_{5a}$  hipotezi desteklenmiştir

Kazdağı'na gelen rekreatyoncuların yaş düzeylerine göre çevre dostu davranış ve çevreci satın alma davranışlarında fark olup olmadığını tespit etmek için tek yönlü varyans analizi (ANOVA) testi yapılmıştır. Sonuçlara ilişkin bilgiler aşağıda yer almaktadır.

Tablo 3. 11. Rekreatyoncuların Çevre Dostu Davranış Görüşlerinin Yaşa Göre Karşılaştırılması

| Yaş          | N   | Ortalama | Standart S. | F değeri | p değeri     |
|--------------|-----|----------|-------------|----------|--------------|
| 18-25 yaş    | 49  | 3,22     | 0,5297      | 25,626   | <b>0,000</b> |
| 26-35 yaş    | 202 | 3,71     | 0,4533      |          |              |
| 36-45 yaş    | 124 | 3,88     | 0,5657      |          |              |
| 46 yaş üzeri | 15  | 4,23     | 0,4261      |          |              |

Araştırmaya katılan rekreatyoncularının yaşlarına göre çevre dostu davranışlarında farklılık olup olmadığını incelemek üzere ANOVA testi uygulanmıştır. Sonuçlar 0,000 önem düzeyi ile  $H_{2a}$  hipotezinin desteklendiğini göstermektedir. Yani katılımcıların yaşları ile çevre dostu davranışları arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık vardır ( $p < 0,05$ ). Dahası katılımcıların çevre dostu davranış ölçeğine yönelik yanıtlarının ortalamaları incelendiğinde en yüksek ortalamanın  $\bar{X}$ : 4,23 ile 45 yaş ve üzerinde, en düşük ortalamanın ise  $\bar{X}$ : 3,22 ile 18-25 yaş aralığında olduğu görülmüştür. Her bir kategori incelendiğinde bu araştırma için yaşın ilerledikçe çevre dostu davranışlara yönelik algının yükseldiği söylemek son derece doğru olacaktır.

ANOVA testi sonucunda rekreatyoncuların çevreci satın alma davranışları ile yaşları arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir ( $0,000 < 0,05$ ). Farklılığın hangi

kategorideki ziyaretçiler için daha yüksek olduğu ise yanıtların ortalamalarına bakılarak açıklanmaktadır.

Tablo 3. 12. Rekreasyoncuların Çevreci Satın Alma Davranış Görüşlerinin Yaşa Göre Karşılaştırılması

| Yaş          | N   | Ortalama | Standart S. | F değeri | p değeri     |
|--------------|-----|----------|-------------|----------|--------------|
| 18-25 yaş    | 49  | 4,37     | 0,4488      |          |              |
| 26-35 yaş    | 202 | 4,62     | 0,3466      | 9,240    | <b>0,000</b> |
| 36-45 yaş    | 124 | 4,63     | 0,3715      |          |              |
| 46 yaş üzeri | 15  | 4,32     | 0,3334      |          |              |

Buna göre sırasıyla 36-45 yaş ( $\bar{X}$ : 4,54), 26-35 yaş ( $\bar{X}$ : 4,54), 18-25 yaş ( $\bar{X}$ : 4,54) ve 46 yaş ve üzeri ( $\bar{X}$ : 4,54) kategori içerisinde bulunan ziyaretçilerin çevreci satın alma davranışları daha yüksek çıkmıştır. Bu sonuçlarla  $H_{6a}$  hipotezi desteklenmiştir.

Kazdağı'na gelen rekreasyoncuların gelir düzeylerine göre çevre dostu davranış ve çevreci satın alma davranışlarında fark olup olmadığını tespit etmek için tek yönlü varyans analizi (ANOVA) testi yapılmıştır. Sonuçlara ilişkin bilgiler aşağıda yer almaktadır.

Tablo 3. 13. Rekreasyoncuların Çevre Dostu Davranış Görüşlerinin Gelire Göre Karşılaştırılması

| Gelir      | N   | Ortalama | Standart S. | F değeri | p değeri     |
|------------|-----|----------|-------------|----------|--------------|
| Düşük      | 12  | 3,87     | 0,5090      |          |              |
| Orta       | 237 | 3,61     | 0,5500      | 7,681    | <b>0,000</b> |
| Yüksek     | 132 | 3,88     | 0,5278      |          |              |
| Çok Yüksek | 12  | 3,89     | 0,4792      |          |              |

Her bir kategori incelendiğinde bu araştırma için orta gelirli (n:237) ve yüksek gelirli (n:132) ziyaretçilerin araştırmanın büyük bir kısmını (%94) oluşturduğu görülmektedir. Düşük ve çok yüksek gelire sahip olduğunu belirten ziyaretçiler ise sadece %6,2'dir. Hipotez  $H_{3a}$  desteklenmiştir.

ANOVA testi sonucunda rekreasyoncuların çevreci satın alma davranışları ile gelirleri arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir ( $0,000 < 0,05$ ). Sırasıyla düşük gelirli ( $\bar{X}$ : 4,90), çok yüksek gelirli ( $\bar{X}$ : 4,72), yüksek gelirli ( $\bar{X}$ : 4,64) ve orta gelirli ( $\bar{X}$ : 4,51) kategori içerisinde bulunan ziyaretçilerin çevreci satın alma davranışları daha yüksek çıkmıştır. Bu sonuçlarla  $H_{7a}$  hipotezi desteklenmiştir.

Tablo 3. 14. Rekreasyoncuların Çevreci Satın Alma Davranış Görüşlerinin Gelire Göre Karşılaştırılması

| Gelir      | N   | Ortalama | Standart S. | F değeri | p değeri     |
|------------|-----|----------|-------------|----------|--------------|
| Düşük      | 12  | 4,90     | 0,1696      | 7,539    | <b>0,000</b> |
| Orta       | 237 | 4,51     | 0,4024      |          |              |
| Yüksek     | 132 | 4,64     | 0,3410      |          |              |
| Çok Yüksek | 12  | 4,72     | 0,1393      |          |              |

Kazdağı'na gelen rekreasyoncuların demografik özelliklerine göre oluşturulan hipotezlerin sonucunu eğitim seviyesi üzerinedir. Rekreasyoncuların eğitim seviyelerine göre çevre dostu davranış ve çevreci satın alma davranışlarında fark olup olmadığını tespit etmek için tek yönlü varyans analizi (ANOVA) testi yapılmıştır. Sonuçlara ilişkin bilgiler aşağıda yer almaktadır.

Tablo 3. 15. Rekreasyoncuların Çevre Dostu Davranış Görüşlerinin Eğitim Seviyesine Göre Karşılaştırılması

| Eğitim     | N   | Ortalama | Standart S. | F değeri | p değeri     |
|------------|-----|----------|-------------|----------|--------------|
| Lise       | 149 | 3,83     | 0,5548      | 7,719    | <b>0,000</b> |
| Önlisans   | 58  | 3,45     | 0,5685      |          |              |
| Lisans     | 171 | 3,69     | 0,5125      |          |              |
| Lisansüstü | 15  | 3,92     | 0,5741      |          |              |

Araştırmaya katılan rekreasyoncuların eğitim seviyesine göre çevre dostu davranışlarında farklılık olup olmadığını incelenmek üzere yapılan ANOVA testi sonuçları 0,000 önem düzeyi ile  $H_{4a}$  hipotezinin desteklendiğini göstermektedir. Yani katılımcıların eğitim seviyeleri ile çevre dostu davranışları arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir

farklılık vardır ( $p < 0,05$ ). Dahası katılımcıların çevre dostu davranış ölçeğine yönelik yanıtlarının ortalamaları incelendiğinde en yüksek ortalamanın  $\bar{X}$ : 3,92 ile lisansüstü, en düşük ortalamanın ise  $\bar{X}$ : 3,45 ile önlisans düzeyi olduğu görülmüştür.

Her bir kategori incelendiğinde bu araştırma için lisans (n:171) ve lise (n:149) eğitim seviyesine sahip ziyaretçilerin araştırmanın büyük bir kısmını (%81,4) oluşturduğu görülmektedir. Önlisans ve lisansüstü eğitim seviyesine sahip olduğunu belirten ziyaretçiler ise sadece %18,6'dır.

Tablo 3. 16. Rekreasyoncuların Çevreci Satın Alma Davranış Görüşlerinin Eğitim Seviyesine Göre Karşılaştırılması

| Eğitim     | N   | Ortalama | Standart S. | F değeri | p değeri     |
|------------|-----|----------|-------------|----------|--------------|
| Lise       | 149 | 4,61     | 0,3866      | 5,789    | <b>0,001</b> |
| Önlisans   | 58  | 4,39     | 0,3426      |          |              |
| Lisans     | 171 | 4,59     | 0,3768      |          |              |
| Lisansüstü | 15  | 4,71     | 0,3518      |          |              |

ANOVA testi sonucunda rekreasyoncuların çevreci satın alma davranışları ile eğitim düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir ( $0,001 < 0,05$ ). Sırasıyla lisansüstü ( $\bar{X}$ : 4,71), lise ( $\bar{X}$ : 4,61), lisans ( $\bar{X}$ : 4,59) ve önlisans ( $\bar{X}$ : 4,39) eğitimi kategori içerisinde bulunan ziyaretçilerin çevreci satın alma davranışları daha yüksek çıkmıştır. Bu sonuçlarla  $H_{8a}$  hipotezi desteklenmiştir.

#### ***3.3.1.4. Bağımsız Değişkenlerin Çevre Dostu Davranış ve Çevre Dostu Davranışın Çevreci Satın Alma Davranışları Üzerindeki Etkilerine Yönelik Kurulan Hipotezlerin Test Edilmesi***

Ölçüm modeli değerlendirmesine geçmeden önce, ölçüm modelindeki yapının yansıtıcı mı yoksa biçimlendirici mi olduğunu değerlendirmek için yapılar ve göstergeler arasındaki ilişki analiz edilmiştir (Diamantopoulos ve Siguaw, 2006; Stacie vd., 2007). Bu çalışmada, Jarvis ve ark. (2003) yansıtıcı yapıların seçimini önermektedir. PLS-SEM değerlendirmesi iki aşamalı bir prosedürden oluşmuştur: ölçüm modeli değerlendirmesi ve bunu takiben yapısal model değerlendirmesi. Tablo 3.17'de, yansıtıcı yapılar için göstergelerin dış yüklerini göstermektedir.

Tablo 3. 17. Maddelerin, yapıların ve ölçüm modelinin değerlendirilmesi

| Değişkenler/İfadeler  | $\bar{X}$ | Yük Değeri |
|---|-----------|------------|
| <b>Kişisel Norm: <math>\alpha</math>: 0.848; CR: 0.890; AVE: 0,673</b>                              |           |            |
| İnsanların yerel ortama zarar vermesini engellemek zorunda olduğumu düşünüyorum.                    | 4.47      | 0,629      |
| Yerel çevre yasalarına uyma yükümlülüğüm olduğunu düşünüyorum.                                      | 4.54      | 0,923      |
| Yerel çevrenin korunmasına destek olma yükümlülüğüm olduğunu düşünüyorum.                           | 4.57      | 0,821      |
| Günlük hayatımın neden olduğu yerel çevre sorunlarını hafifletmek zorunda olduğumu düşünüyorum.     | 4.53      | 0,877      |
| <b>Yer Tutumu: <math>\alpha</math>: 0.944; CR: 0.952; AVE: 0,689</b>                                |           |            |
| Kaz Dağları ile kendimi özdeşleştiriyorum.  | 4.54      | 0,855      |
| Kaz Dağları benim için çok önemlidir.   | 4.54      | 0,878      |
| Kendimi Kaz Dağlarına bağlı hissediyorum.   | 4.51      | 0,836      |
| Kaz Dağları yürüyüş etkinliği için diğer bölgelerden daha iyi olduğunu düşünüyorum.                 | 4.63      | 0,844      |
| Yürüyüş parkuru olarak Kaz Dağları'nın benim için vazgeçilmez olduğunu                              | 4.65      | 0,813      |
| Yürüyüş parkuru olarak en çok tatmin olduğum yerin Kaz Dağları olduğunu                             | 4.69      | 0,775      |
| Kendimi Kaz Dağlarına bağlı hissediyorum.   | 4.54      | 0,849      |
| Kaz Dağlarındayken, kendimi onun bir parçası gibi hissediyorum.                                     | 4.54      | 0,839      |
| Kendimi Kaz Dağlarına aitmiş gibi hissediyorum.   | 4.56      | 0,777      |
| <b>Çevresel Endişe: <math>\alpha</math>: 0.823; CR: 0.876; AVE: 0,586</b>                           |           |            |
| Doğanın dengesinin hassas olduğunu ve kolayca bozulabileceğini düşünüyorum.                         | 4.47      | 0,774      |
| İnsanların çevreyi istismar ettiğini düşünüyorum.   | 4.58      | 0,783      |
| Her şey bugünkü seyrini sürdürürse, yakında ekolojik bir felaket yaşanacağını                       | 4.52      | 0,764      |
| Dünyanın sahip olduğu kaynakların sınırlı olduğunu düşünüyorum.                                     | 4.59      | 0,774      |
| İnsanların yaşamlarını sürdürebilmek için doğayla uyumlu yaşamak zorunda olduğunu düşünüyorum.      | 4.63      | 0,730      |
| <b>Sübjektif Norm: <math>\alpha</math>: 0.744; CR: 0.849; AVE: 0,653</b>                            |           |            |
| İnsanlar katıldığım rekreatif faaliyetlerde çevreye zarar vermeyeceğimi düşünürler.                 | 4.61      | 0,781      |
| İnsanlar katıldığım rekreatif faaliyetlerde çevre dostu davranışlar sergilememi isterler.           | 4.66      | 0,859      |
| Düşüncelerine değer verdiğim kişiler rekreatif faaliyetlerde çevre dostu davranmamı tercih ederler. | 4.62      | 0,782      |
| <b>Çevresel Fedakârlık: <math>\alpha</math>: 0.712; CR: 0.818; AVE: 0,534</b>                       |           |            |
| Doğal çevrenin korunmasına yardımcı olacak sorumlulukları üstlenmeye hazırım.                       | 4.68      | 0,551      |
| Çabalarım için takdir görmesem bile, çevre için bir şeyler yapmaya hazırım.                         | 4.64      | 0,732      |
| Her zaman çevre için iyi olduğunu düşündüğüm şeyleri yaparım.                                       | 4.65      | 0,799      |
| Çevreye uygun olanı yapmak için kendi yolumun dışına çıkmaya hazırım.                               | 4.64      | 0,811      |
| <b>Çevre Dostu Davranış: <math>\alpha</math>: 0.873; CR: 0.901; AVE: 0,539</b>                      |           |            |
| Kullanmadığım zaman ışıkları kapatırım.   | 4.33      | 0,773      |
| Su tasarrufu yaparım.   | 3.60      | 0,719      |
| Sadece aşırı sıcaklarda klima kullanırım.   | 3.80      | 0,561      |
| Atıkları azaltmak için daha az gıda satın alırım.   | 4.08      | 0,806      |
| Çevreci olabilmek için başkalarını teşvik ederim.   | 4.09      | 0,818      |
| Mümkün olduğunca yürümeyi tercih ederim.  | 4.20      | 0,836      |
| Organik gıda ürünleri satın almayı tercih ederim.   | 4.40      | 0,766      |
| Mümkün olduğunca toplu taşıma araçlarını kullanırım.  | 4.50      | 0,527      |

**Çevresel Turizm Davranışı:  $\alpha$ : 0.607; CR: 0.792; AVE: 0,561**

|  |      |       |
|--|------|-------|
| Kaz Dağları yürüyüşümde, mümkün olduğunca çevre dostu turizm ürünlerini satın                            | 4.63 | 0,821 |
| Davranışlarımın Kaz Dağlarındaki doğal ortamı nasıl etkilediği hakkında bilgim vardır.                   | 4.77 | 0,744 |
| Kaz Dağları yürüyüşümde doğal ortamı etkilediğini düşündüğüm olumsuz davranışlarımı azaltmaya çalışırım. | 4.73 | 0,676 |

**Çevre Dostu Satın Alma Davranışı:  $\alpha$ : 0.869; CR: 0.891; AVE: 0,508**

|   |      |       |
|---|------|-------|
| Düzenli olarak çevre dostu ürün satın alırım.   | 4.81 | 0,712 |
| Günlük ihtiyaç ürünlerim için çevre dostu ürün satın alırım.  | 4.31 | 0,798 |
| Son altı ay içinde çevre dostu ürün satın aldım.  | 4.39 | 0,782 |
| Çevre sorunlarını çözmeye yardım edebileceğimi düşünüyorum.   | 4.51 | 0,792 |
| Çevreye dost ürünleri satın alarak çevreyi koruyabilirim.   | 4.70 | 0,713 |
| Tasarruf sağlayan ürünler satın alırsam doğal kaynakları korumuş olurum.                                    | 4.69 | 0,626 |
| Çevreye zarar vermeyecek günlük ev eşyaları (bakkaliye veya temizlik ürünleri gibi) satın almaya çalışırım. | 4.77 | 0,678 |
| Seyahatim esnasında çevreci turistik ürünleri (yeşil otel,elektrikli araçlar gibi) satın almaya çalışırım.  | 4.81 | 0,570 |

Çevresel turizm davranış gizli değişkeninin Cronbach Alpha değeri hariç ( $\alpha$ : 0.607), tüm yapılar için iç tutarlılık güvenilirliği, hem Kompozit Güvenilirlik (CR) hem de Cronbach Alpha için önerilen 0.7 eşliğinin üzerinde tatmin edicidir. Tüm ölçekler için Çıkarılan Ortalama Varyans (AVE), 0.5'in eşik değerini aşarak, yeterli yakınsama geçerliliği olduğunu göstermektedir. Bu noktada, Bagozzi ve Yi (1988), AVE değerinin her bir gizli değişken için 0,5 veya daha yüksek olması gerektiğini bildirmiştir. Bu çalışmaya dâhil edilen tüm yapıların, 0.7'nin altında yüklemesi olan ve bu nedenle silinen beş madde dışında önerilen seviyeyi aştığı görülmektedir. Hulland (1999) 0,4 veya 0,5'ten düşük bir gizli değişken yükün, ölçüm modelinden çıkarılması gerektiğine dair yansıtıcı göstergelerin 0,7'nin altına yükleme yapıldığında yeni geliştirilen ölçek için de kabul edilebilir olduğunu öne sürmektedir. Literatürde gizli değişken yüklerin 0,5'ten küçük olmaları nedeniyle ölçüm modellerinden çıkarıldığı çalışmalar vardır (Memon ve Rahman, 2014; Fahmy vd., 2015; Sapihis ve diğ., 2015; Carranza ve Diaz, 2018; Molina vd., 2018; Rivera vd., 2018; Sie vd., 2018). Bu çalışmalarda, yazarlar analizlerini oluştururken en azı üç en yükseği on olmak üzere ölçeklerdeki ifadeleri AVE değerini yükseltebilmek için çıkarmışlardır (Ayrıca, bu yazılar yayınlanmadan önce hakemler tarafından incelenmiş ve uluslararası bir dergide yayınlanmıştır).

Veri setinin SmartPls analiz programına yüklenmesi sonrası ortaya çıkan sonuçlar yukarıda Tablo 3.17'de verilmiştir. Analizin bu aşamasında ölçeklerde Cronbach Alpha ve AVE değerlerini düşüren ifadeler tespit edilmiştir. Bu ifadelerin çıkarılmasına ve dolayısıyla değerlerin yükseltilmesine yönelik bilgiler yukarıda detaylı bir şekilde

verilmiştir. Anket formunda, değerlerin düşmesine sebep olan ve çıkarılması gereken ifadeler çevresel fedakârlık ölçeğinde bir, çevre dostu davranış ölçeğinde üç ve çevresel turizm davranışı ölçeğinde ise bir ifadeden oluşmaktadır. Bunların dışındaki ölçeklerde madde çıkarılması yapılmamıştır. Geriye kalan bu ölçekler hem Alpha katsayısı hem de AVE değeri bakımından yeterli değerleri sağlamıştır. İfade çıkarılan ölçeklerde ise; çevresel fedakârlık ölçeğinin Alpha değeri 0,712 ve AVE değeri 0,534 şeklinde olmuştur. Çevre dostu davranış ölçeğinde üç ifadenin analizden çıkarılması sonucu Alpha değeri 0,873 ve AVE değeri 0,539 olmuştur. Son olarak çevresel turizm davranışı ölçeğinde ise Alpha değeri 0,607 ve AVE değeri 0,561 olarak sonuçlanmıştır.

Yer tutumu ölçeği hem Cronbach Alpha değeri ( $\alpha$ : 0.944) hem de AVE değeri (0,689) bakımında en yüksek değerlere sahip ölçek olmuştur. Çevre dostu davranış ( $\alpha$ : 0.873), çevreci satın alma davranışı ( $\alpha$ : 0.869), kişisel norm ( $\alpha$ : 0.848) ve çevresel endişe ( $\alpha$ : 0.823) ölçeklerinin Cronbach Alpha değerleri 0,80'nin üzerindedir ve bu sonuç bu ölçeklerin yüksek güvenilirlik sağladığını göstermektedir. Yine sübjektif norm ( $\alpha$ : 0.744) ve çevresel fedakârlık ( $\alpha$ : 0.712) ölçekleri de 0,70'in üzerinde sonuçlar vermiştir. Bu da bu ölçeklerin oldukça güvenilir olduğunu göstermektedir.

Ölçeklerin Kompozit Güvenirlik (CR) değerlerine bakıldığında sadece çevresel turizm davranışı ölçeğinin değeri CR: 0,792 çıkmış, diğer ölçeklerin kompozit değerlerinin ise 0,80'nin üzerinde sonuçlar vermiştir. Bu alanda en yüksek CR değeri ise 0,952 ile yine yer tutumu ölçeği için gerçekleşmiştir.

Bir sonraki adım, önlemlerin diğer bazı değişkenlerin bir yansıması olmadığı anlamına gelen ayırt edici geçerliliği değerlendirmektir. “Ayırt Edici Geçerlilik” (Discriminant Validity) başka bir geçerlilik yöntemidir ve bu, ilgi ölçüsü ile diğer yapıların ölçütleri arasındaki düşük korelasyonlarla belirtilmektedir (Ali vd., 2016). Bu nedenle, çalışmada ayırt edici geçerlilik değerlendirilmiştir. Fornell ve Larcker (1981), her gizli değişkendeki AVE'nin karekökünün, eğer bu değer gizli değişkenler arasındaki diğer korelasyon değerlerinden daha büyükse, ayırt edici geçerliliği sağlamak için kullanılabilirliğini öne sürmektedir. Çapraz öğeler (karekök AVE), karşılık gelen satırlar ve sütunlardaki diyagonal olmayan öğelerden daha büyük olduğunda, ayırt edici geçerlilik verilir (Ali vd., 2015). Tablo 3.18, her bir AVE'nin (köşegen üzerinde gösterilen) karekökünün, bütün yansıtıcı yapılar için yeterli ayırt edici geçerliliği gösteren, yapı korelasyon matrisindeki ilgili yapılar arası korelasyonlardan daha büyük olduğunu

göstermektedir. Genel olarak, tüm önlemler tatmin edici güvenilirlik ve geçerlilik göstermektedir.

Tablo 3. 18. “Fornell-Larcker” Ayırt Edici Geçerlilik Kriteri

| Yapılar                                 | KN           | SN           | YT           | ÇDD          | ÇDSAD        | ÇE           | ÇF           | ÇTD          |
|---|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| <b>Kişisel Norm</b>                     | <b>0,820</b> |              |              |              |              |              |              |              |
| <b>Sübjektif Norm</b>                   | 0,297        | <b>0,808</b> |              |              |              |              |              |              |
| <b>Yer Tutumu</b>                       | 0,665        | 0,325        | <b>0,830</b> |              |              |              |              |              |
| <b>Çevre Dostu Davranış</b>             | 0,131        | 0,295        | 0,169        | <b>0,734</b> |              |              |              |              |
| <b>Çevre Dostu Satın Alma Davranışı</b> | 0,191        | 0,153        | 0,310        | 0,453        | <b>0,713</b> |              |              |              |
| <b>Çevresel Endişe</b>                  | 0,451        | 0,591        | 0,549        | 0,373        | 0,309        | <b>0,765</b> |              |              |
| <b>Çevresel Fedakârlık</b>              | 0,322        | 0,381        | 0,324        | 0,447        | 0,298        | 0,486        | <b>0,731</b> |              |
| <b>Çevresel Turizm Davranışı</b>        | 0,017        | 0,157        | 0,115        | 0,536        | 0,452        | 0,272        | 0,274        | <b>0,749</b> |

Ek olarak, aşağıdaki tabloda ayırt edici geçerliliği değerlendirmek için daha iyi bir araç olarak yakın zamanda ortaya konan Heterotrait Monotrait korelasyon oranı gösterilmiştir (Henseler vd., 2015 ve Henseler vd., 2016). Bu yeni yöntem kullanılarak ayırt edici geçerlilik test edildi ve sonuçlar Tablo 3.19’da gösterildi. İyi bir model uyumu için HTMT katsayısı  $<1$  (1’den küçük) olmalıdır. HTMT değeri 0,90’dan büyükse, ayırt edici geçerlilik sorunu vardır. Tablo 3.18’de de gösterildiği gibi, bu yöntemde de tüm değerler, ayırt edici geçerliliğin bir sorun olmadığını belirten HTMT.90’ı geçmiştir.

Tablo 3. 19. “HTMT” Ayırt Edici Geçerlilik Kriteri

| Yapılar                             | KN    | SN    | YT    | ÇDD   | ÇSAD  | ÇE    | ÇF    | ÇTD |
|-------------------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-----|
| <b>Kişisel Norm</b>                 |       |       |       |       |       |       |       |     |
| <b>Sübjektif Norm</b>               | 0,350 |       |       |       |       |       |       |     |
| <b>Yer Tutumu</b>                   | 0,744 | 0,388 |       |       |       |       |       |     |
| <b>Çevre Dostu Davranış</b>         | 0,138 | 0,349 | 0,170 |       |       |       |       |     |
| <b>Çevreci Satın Alma Davranışı</b> | 0,248 | 0,193 | 0,383 | 0,458 |       |       |       |     |
| <b>Çevresel Endişe</b>              | 0,523 | 0,752 | 0,605 | 0,436 | 0,376 |       |       |     |
| <b>Çevresel Fedakârlık</b>          | 0,394 | 0,569 | 0,401 | 0,546 | 0,346 | 0,646 |       |     |
| <b>Çevresel Turizm Davranışı</b>    | 0,074 | 0,211 | 0,152 | 0,703 | 0,636 | 0,378 | 0,400 |     |

### 3.3.1.5. Yapısal Modelin Değerlendirilmesi

Yapısal model ve hipotezleri test etmek için SmartPLS sürüm 3.2.6 kullanılmıştır. Alt yapıların ağırlıklarının ve yol katsayılarının istatistiksel önemini incelemek için 1000 yinelemeli önyükleme prosedürü uygulanmıştır (Chin vd. 2008).



SmartPLS yazılımı kullanan SEM-PLS yaklaşımı, CB-SEM'deki gibi genel bir model uyumu hakkında geleneksel bir değerlendirme sunmamaktadır (Ali vd., 2015).

PLS genel olarak uygunluk indeksleri üretmediğinden,  $R^2$  modelin açıklayıcı gücünü değerlendirmenin birincil yoludur (Ali vd., 2016). Bu nedenle, tüm yapıların düzeltilmiş R-karesi, Tenenhaus, Vinzi, Chatelin ve Lauro (2005) tarafından sunulan uygunluk (GoF-Goodness-of-Fit) endeksi olarak bilinen model uyumunu değerlendirmek için bir tanı aracı kullanmak için hesaplanmıştır. GoF verilerin önerilen modele ne kadar iyi uyduğunu gösteren bir araçtır. GoF ölçüsü, genele ait ortalamasınınve ortalama R-karenin (endojen yapılar için) geometrik ortalamasını kullanmaktadır. Analizde GoF değeri tüm yapıların AVE değerlerinin ortalaması ile R-karenin ortalamalarının çarpımının karekökü alınarak hesaplanmaktadır. Bu değer aşağıdaki formülle hesaplanmaktadır;

$$\mathbf{GoF} = \sqrt{\mathbf{AVE} \text{ (ortalama)} \times \mathbf{R}^2 \text{ (ortalama)}}$$

Hoffmann ve Brinbrich (2012), GoF analizinin sonuçlarını değerlendirmek için şu limit değerleri bildirmiştir:

- $\mathbf{GoF}_{\text{small}} = 0.1$ ;
- $\mathbf{GoF}_{\text{medium}} = 0.25$ ;
- $\mathbf{GoF}_{\text{large}} = 0.36$ .

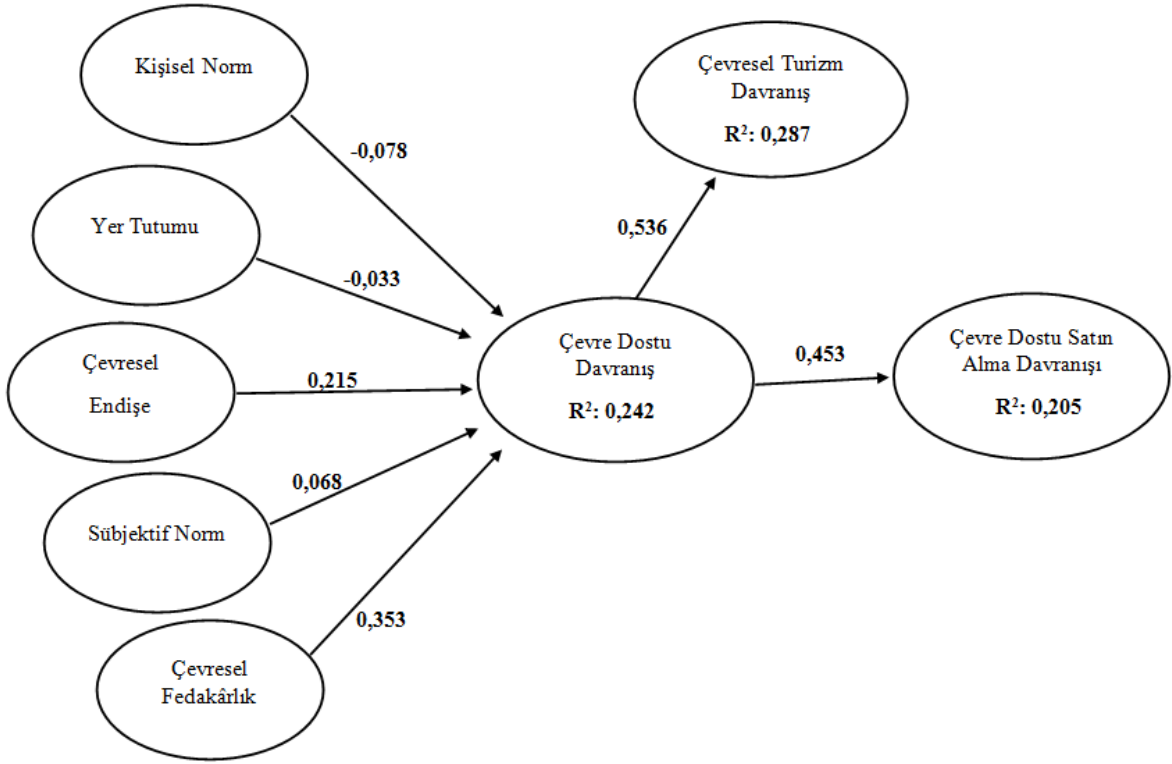
Kazdağı alanı çalışması için oluşturulan model için GoF ölçüt değerinin hesaplanması;

$$\begin{aligned} \mathbf{GoF} &= \sqrt{\mathbf{AVE}_{\bar{x}} \times \mathbf{R}^2_{\bar{x}}} \\ &= \sqrt{0.592 \times 0.244} \\ &= \sqrt{0.144} \\ \mathbf{GoF} &= 0.380 \end{aligned}$$

Bu çalışmada kullanılan model için 0.380'lik bir GoF değeri hesaplanmış ve bu da çok iyi bir model uyumu olduğunu göstermektedir. Bununla birlikte, GoF'nin model doğrulama için istatistiksel bir araç olarak kullanılamayacağı dikkat çekicidir. Aksine, toplanan verilerin önerilen modele ne kadar uyduğunu gösteren bir tanı aracıdır (Henseler ve Sarstedt, 2013).

Ölçüm modeli ve uyum iyiliği (GoF) sonrasında, yapısal modeldeki varsayımsal ilişkiler test edilmiştir. Hipotez testlerinin sonuçları, Şekil 3.7'de gösterilmiştir. Şekildeki değerler standardize edilmiş katsayıları ve bunların t-değerlerini göstermektedir. Şekil 3.7'deki düzeltilmiş  $R^2$ 'ler, ilgili yapıdaki öngörücü değişkenlerin açıklayıcı gücünü ifade eder. Kişisel normlar, yer tutumu, çevresel endişe, subjektif normlar ve çevresel fedakârlık, çevre dostu davranışların 0,242'sini açıklamaktadır. Ayrıca, çevre dostu davranış, çevresel turizm davranışının 0,287'sini öngörmektedir. Son olarak ise çevre dostu davranış, çevre dostu satın alma davranışının 0,205'ini açıklamaktadır.

Şekil 3. 7. Modelin yol katsayıları ( $\beta$ ) ve endojen yapıları ( $R^2$ )



Model geçerliliği ile ilgili olarak Chin vd. (2008) endojen gizli değişkenleri sırasıyla;

- 0.67 önemli,
- 0.33 orta ve
- 0.19 zayıf olarak sınıflandırmıştır.

Buna göre, çevre dostu davranış ( $R^2 = 0.242$ ), çevresel turizm davranışı ( $R^2 = 0.287$ ) ve çevreci satın alma davranışı ( $R^2 = 0.205$ ) orta olarak tanımlanabilir.

Yapısal model ve hipotez testlerinin sonuçları Tablo 3.20'de sunulmaktadır. Önyükleme prosedürü,%95'lik bir güven aralığında, bazı değişkenlerin yol katsayısının önemli olduğunu göstermektedir. Araştırmada kurulan hipotezlerden kişisel norm değişkeninin çevre dostu davranış üzerindeki etkisi anlamlı bulunamamıştır ( $\beta$  KN  $\rightarrow$  ÇDD= -0.078,  $p > 0.05$ ). Bu sonuçla  $H_{9a}$  hipotezi desteklenmemiştir.

Tablo 3. 20. Model hipotez istatistikleri (önyükleme)

| Yol katsayıları ve ön yükleme |   |                 |          |              |              |
|-------------------------------|---|-----------------|----------|--------------|--------------|
| Hipotezler                    |   | $\beta$ -değeri | t-değeri | p-değeri     | Sonuç        |
| <b>H9a</b>                    | Kişisel Normlar $\rightarrow$ Çevre Dostu Davranış              | -0,078          | 1,411    | 0,159        | Ret          |
| <b>H10a</b>                   | Yer Tutumu $\rightarrow$ Çevre Dostu Davranış                   | -0,033          | 0,622    | 0,534        | Ret          |
| <b>H11a</b>                   | Çevresel Endişe $\rightarrow$ Çevre Dostu Davranış              | 0,215           | 3,457    | <b>0,001</b> | <b>Kabul</b> |
| <b>H12a</b>                   | Sübjektif Norm $\rightarrow$ Çevre Dostu Davranış               | 0,068           | 1,285    | 0,199        | Ret          |
| <b>H13a</b>                   | Çevresel Fedakârlık $\rightarrow$ Çevre Dostu Davranış          | 0,353           | 8,037    | <b>0,000</b> | <b>Kabul</b> |
| <b>H14a</b>                   | Çevre Dostu Davranış $\rightarrow$ Çevresel Turizm Davranışı    | 0,536           | 13,254   | <b>0,000</b> | <b>Kabul</b> |
| <b>H15a</b>                   | Çevre Dostu Davranış $\rightarrow$ Çevreci Satın Alma Davranışı | 0,453           | 11,960   | <b>0,000</b> | <b>Kabul</b> |

Yer tutumu ziyaretçilerin bir alana yönelik bağlılıklarını ve aidiyet duyguları olarak tanımlanabilecek ve bireylerin tekrarlanan bu ziyaretleri çerçevesinde doğaya karşı biraz daha hassas olmalarını sağlayacak bir değişkendir. Çalışmada rekreasyoncuların yer tutumu algılarının günlük yaşamlarındaki çevre dostu davranışlarını etkiler hipotezi ( $H_{10a}$ ) desteklenmemiştir ( $\beta$  YT  $\rightarrow$  ÇDD= -0.033,  $p > 0.05$ ).  $H_{12a}$  hipotezi sübjektif normların çevre dostu davranışları etkileyeceği şeklinde kurulmuştur. Analizler sonucunda araştırmaya katılan ziyaretçilerin sübjektif norm tutumları ile çevre dostu davranış eğilimleri arasında anlamlı bir ilişki tespit edilememiştir ( $\beta$  SN  $\rightarrow$  ÇDD = 0.068,  $p > 0.05$ ). Bu yüzden  $H_{12a}$  hioptezi desteklenmemiştir.

Yukarıda açıklanan ilişkiler dışındaki hipotezler ( $H_{11a}$ ,  $H_{13a}$ ,  $H_{14a}$ ,  $H_{15a}$ ) desteklenmiştir. Araştırmada literatür kaynaklı kurulan ve ziyaretçilerin günlük yaşamlarındaki çevre dostu davranışlarını etkilediği açıklanan çevresel endişe ve çevresel fedakârlık değişkenleri ile çevre dostu davranış arasındaki ilişki pozitif ve anlamlı çıkmıştır.  $H_{11a}$  hipotezi desteklenmiştir ( $\beta$  ÇE  $\rightarrow$  ÇDD = 0.215,  $p < 0.05$ ). Analiz sonucunda çevresel fedakârlık ile çevre dostu davranış arasında anlamlı bir ilişki tespit

edilmiştir ( $\beta_{CF \rightarrow \text{ÇDD}} = 0.353$ ,  $p < 0.05$ ). Çevrenin tahribatını önlemeye ilişkin fedakârlıklar çevre dostu davranışları 0,353 düzeyinde etkilemektedir. Bu sonuçla  $H_{13a}$  hipotezi de desteklenmiştir.

Araştırmada ayrıca ziyaretçilerin günlük yaşamlarındaki çevreci tutumlarının, onların tatil deneyimi yaşadıkları zamanlarda da etkisini gösterip göstermediğini tespit etmek için de bir hipotez kurulmuştur. Bunun amacı, insanlar doğrudan çevre ile etkileşimlerinde olumlu veya olumsuz birçok durumla karşılaşabilirler ve bu durum onların çevresel sorunlarla yüzleşmelerine ve daha dikkatli olmalarına olanak tanımaktadır. Konu ile bilgi tezin ikinci bölümünde detaylı bir şekilde açıklanmıştır. Analiz sonucunda rekreasyoncuların günlük yaşamlarındaki çevre dostu davranışları ile etkinlik sırasındaki çevresel turizm davranışları arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki bulunmuştur ( $\beta_{\text{ÇDD} \rightarrow \text{ÇTD}} = 0.536$ ,  $p < 0.05$ ). Bu iki değişken arasındaki etki ise son derece yüksek çıkmıştır. Bu sonuçla  $H_{14a}$  hipotezi desteklenmiştir.

Analiz sonucunda bağımsız değişken olan çevre dostu davranışların bağımlı değişken çevreci satın alma davranışını etkilediği görülmüştür ( $\beta_{\text{ÇDD} \rightarrow \text{ÇSAD}} = 0.453$ ,  $p < 0.05$ ). İki değişken arasındaki ilişki istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur. Aralarındaki bu ilişki pozitif yönde bir ilişkidir. Bu sonuçla  $H_{15a}$  hipotezi desteklenmiştir.

Tablo 3. 21. Endojen yapı değerlendirmesi

|                              | <b>R<sup>2</sup></b> | <b>Düzeltilmiş R<sup>2</sup></b> |
|------------------------------|----------------------|----------------------------------|
| Çevre Dostu Davranış         | <b>0,242</b>         | <b>0,232</b>                     |
| Çevresel Turizm Davranışı    | <b>0,287</b>         | <b>0,285</b>                     |
| Çevreci Satın Alma Davranışı | <b>0,205</b>         | <b>0,203</b>                     |

Çevre dostu davranış değişkenindeki varyansın yaklaşık %24'ünü kişisel norm, yer tutumu, çevresel endişe, sübjektif norm ve çevresel fedakârlık tarafından açıklanmaktadır. Bu durum, araştırmada kullanılan bu beş değişkenin ziyaretçilerin çevre dostu davranış gösterme eğilimde etkili olduğunu göstermektedir.

Ziyaretçilerin etkinlik sırasındaki çevresel turizm davranışlarındaki varyansın %28,7'sini, onların günlük yaşamlarındaki çevre dostu davranışları açıklamaktadır.

Çevreci satın alma davranış değişkenindeki varyansın ise yaklaşık %20'sini çevre dostu davranış değişkeni açıklamaktadır.

Kazdağı alanı için yapılan çalışmanın bu kısmında ise tezin bir parçası olan ve genel çevre senaryosu dışında araştırmacı tarafından ziyaretçilerin etkinliğin yapılmasına olanak veren ana doğal kaynak değerine yönelik sorular ve buna ilişkin analizler yer alacaktır. Bu amaçla, Witt'in 2015 yılında yapmış olduğu çalışmada kullandığı ve ziyaretçilerin ekolojik bir ortamdaki biyoçeşitliliğe karşı davranışlarını ön plana çıkaran sorular kullanılmıştır.

Rekreasyonculara etkinliğin ana kaynak değeri olan doğal kaynaklar ve buna yönelik algı, tutum ve davranışları öğrenilmek istenmiştir. Bu amaçla Kazdağı Milli Parkı'na gelen ziyaretçilerin biyolojik ortama etkilerine (eko-turist davranışı) yönelik davranışlarının tespiti için veri setine faktör analizi uygulanmıştır. Ölçekte bulunan ölçülebilir ve gözlemlenebilir değişkenlerin birbirleriyle ilişkisinin olup olmadığı ve ilişkisi olan verilerin eşleşerek daha az sayıda ve birbirinden bağımsız yeni veri yapıları oluşturması ve verilerin majör ve minör faktörlerinin tanımlanması için faktör analizi yapılmıştır. Ölçeğin KMO ile Barlett testlerine bakılmış ve değerler örneklem büyüklüğünün kabul edilebilir sınırların içinde olduğunu göstermiştir. Veriler Varimax rotasyonu ile incelenmiştir. Özdeğerlerden (Eigenvalue) 1'in üzerinde olan veriler değerlendirilmiştir. Ayrıca eş kökenliliği 0,500 altında kalan ölçek ifadeleri ve birden fazla faktöre ayrılan ölçeklerin içerisinde her ikifaktör altında da yükü bulunan ifadeler analizden çıkarılmıştır. Yapılan faktör analizi sonucunda Tablo 3.22'de faktör oluşumlarına ilişkin veriler ve değerlendirmeler sunulmuştur.

Analiz sonucunda araştırmada kullanılan su tasarrufu ölçeğinin Cronbach Alpha değeri 0,888 olarak bulunmuştur. KMO ile Barlett testleri uygun değerlerdedir. Biyolojik ortama etki ölçeğinin içerisindeki ifadeler toplam varyansın %72,64'ünü açıklayabilmektedir.

Araştırmanın bu kısmında da sorular ziyaretçilere 5'li Likert derecelendirme yöntemi ile sorulmuştur. Ziyaretçilerin kendine en uygun cevabı 1: Kesinlikle Katılmıyorum ve 5: Kesinlikle Katılıyorum arasında derecelerden birine göre vermeleri istenmiştir. Rekreasyoncuların yanıtları incelendiğinde genel ortalamanın 4.73 olduğu görülmektedir. Bu durum ziyaretçilerin Kazdağı'ndaki yürüyüş etkinliklerinin ana kaynak değeri olan biyolojik çevreye yönelik etkinlik sırasındaki davranışlarının olumlu olduğunu

ortaya koymaktadır. İfadelerin derecelendirilmesinde beş en yüksek puan olduğu düşünülürse ziyaretçilerin yanıtlarının genel ortalamasının 4.73 olması son derece önemlidir. Bu durum ziyaretçilerin etkinlik sırasında çevrelerinde yer alan hayvan veya bitki türleriyle etkileşime girmek dahil olmak üzere çevreye zarar verebilecek herhangi bir davranışta bulunmaktan bile çekindiklerini göstermektedir. Ziyaretçilerin yanıtları tek tek incelendiğinde ise “Yürüyüş etkinliğim sırasında alanda çöp bırakmamaya dikkat ederim” seçeneği 4,81 ortalaması ile en yüksek değere sahip ifadedir. En düşük ifade ise 4.68 ile “Yürüyüş etkinliğim sırasında kirliliği azaltmaya yönelik çaba gösteririm” seçeneği olmuştur. Ziyaretçilerin doğal bir destinasyonla etkileşimlerinde yukarıda belirtilen kaynak değerlerine saygılı ve korumacı bir tutum göstermeleri son derece önemlidir.

Dünyada eko-turizme yönelik ilgi her geçen gün artmaktadır. Buna paralel olarak da birçok yeni alan, ziyaretçilerin bu tür ihtiyaçlarına karşılık verebilmek için planlanıp, pazara sunulmaktadır. Literatür kısmında doğal destinasyonlara ilişkin bilgiler ayrıntılı bir şekilde verilmiştir. Özellikle doğa temelli destinasyonlar için turistler hem günlük yaşamlarındaki kullanımları vasıtasıyla hem de bu tür alanlardaki etkinliklerdeki gösterecekleri davranışlarla konunun önemli bir paydaşı durumundadırlar. Günümüzde günlük yaşamın stres ve yoğunluğundan bunalan bireylerin kendilerine dinlenme ve rahatlama imkânı sunması bakımından ister yaşadığı bölgeye yakın olsun isterse de bir iki günlük planlama çerçevesindeki mesafedeki bu tür alanlar son derece önemli bir konuma gelmektedir. Tabi bu ihtiyaç dolayısıyla doğa temelli destinasyonlara karşı oluşan talep artışı çevresel etkilere sebep olabileceği gibi yenilenemeyen kaynaklar üzerinde de ciddi bir baskı unsuru oluşturmaktadır. Ancak bu alanların korunmasında da turistlere büyük görev ve sorumluluk düşmektedir. Kazdağı gibi bir destinasyon barındırdığı eşsiz doğa kaynakları ile sadece ülke içinde değil aynı zamanda dünyada da tanınırlığı olan bir bölgedir. Doğal alanlar özellikle Milli Park statüsü kazandırılarak korunmakta ve varlığını sürdürebilmektedir.

Bu statüdeki Kazdağı Milli Parkı eşsiz doğal manzarası, nadir fauna ve florası, jeolojik özellikler ve uzun yüzyıllara yayılmış bir kültürel mirasa sahiptir. Bu çekicilikler bölgenin yoğun bir talep görmesini sağlamıştır.

Tablo 3. 22. Biyolojik Ortama Etki Ölçeğine İlişkin Bilgiler

| <b>Biyolojik Ortama Etki Ölçeği</b>   |                             |                       |                     |            |                           |
|---|-----------------------------|-----------------------|---------------------|------------|---------------------------|
| <b>İfadeler</b>   | <b><math>\bar{X}</math></b> | <b>Standart Sapma</b> | <b>Eş Kökenlili</b> | <b>Yük</b> |                           |
| Yürüyüş etkinliğim sırasında alanda çöp bırakmamaya dikkat ederim.                        | 4.81                        | 0,3873                | 0,706               | 0,607      |                           |
| Yürüyüş etkinliğim sırasında alandaki hayvanlara yemek vermem.                            | 4.70                        | 0,4539                | 0,860               | 0,904      |                           |
| Yürüyüş etkinliğim sırasında gürültü yapmamaya dikkat ederim.                             | 4.70                        | 0,4589                | 0,595               | 0,747      | Özdeğer: 5,073            |
| Yürüyüş etkinliğim sırasında bitki türlerine zarar vermemeye dikkat ederim.               | 4.76                        | 0,4223                | 0,650               | 0,762      | Varyans: %72,64           |
| Yürüyüş etkinliğim sırasında bitki türlerini toplamaya çalışmam.                          | 4.70                        | 0,4622                | 0,803               | 0,867      | Ortalama: 4.73            |
| Yürüyüş etkinliğim sırasında kaynakları sorumlu bir şekilde kullanırım.                   | 4.76                        | 0,4223                | 0,693               | 0,545      | Alpha ( $\alpha$ ): 0,888 |
| Yürüyüş etkinliğim sırasında yönlendirmelere uyarım.                                      | 4.73                        | 0,4403                | 0,723               | 0,813      | KMO: 0,823                |
| Yürüyüş etkinliğim sırasında kirliliği azaltmaya yönelik çaba gösteririm.                 | 4.68                        | 0,4663                | 0,790               | 0,862      | Barlett: 0,000            |
| Yürüyüş etkinliğim sırasında gürültüye neden olacak olumsuz etkileri azaltmaya çalışırım. | 4.73                        | 0,4500                | 0,806               | 0,869      | P değeri: 0,000           |
| Yürüyüş etkinliğim sırasında erozyona neden olacak olumsuz etkileri azaltmaya çalışırım.  | 4.69                        | 0,4761                | 0,608               | 0,469      |                           |

Bu ve buna benzer alanlarda gerçekleştirilecek çalışmalar turistlerin destinasyondaki biyolojik çeşitliliğine ilişkin çevre yönetimi algılarını anlamak ve bu sayede de bazı sorunların ortadan kaldırılabilmesinde etkin bir yöntem olarak kullanılabilir. Bu ve buna benzer alanlarda gerçekleştirilecek çalışmalar turistlerin destinasyondaki biyolojik çeşitliliğine ilişkin çevre yönetimi algılarını anlamak ve bu sayede de bazı sorunların ortadan kaldırılabilmesinde etkin bir yöntem olarak kullanılabilir.

Witt (2015)'in yapmış olduğu çalışmada ziyaretçilerin sorulara verdiği yanıtların ortalaması ( $\bar{X}$ : 4,74) bu çalışmadaki ortalamayla benzerdir. Witt'in araştırmasında çöp, hayvanların beslenmesi ve gürültü kirliliği en yüksek değerlere sahip sorulardır. Çalışmada özellikle bu sorunların biyolojik ortamı ve yaban hayatı etkilemede etkin olduğu görüşü bildirilmiştir. Yine aynı çalışmada en düşük katılım ise erozyonu önlemeye yönelik

sorudadır. Kazdağı çalışmasında da en düşük ortalamalardan birine bu ifadeye rastlanmıştır. Her iki çalışmada da turistlerin küçük ölçekli davranış ve çözümlerde yüksek katılım oranı gösterdiği görülmüştür. Yani turistlerin, öncelikle etkinlik sırasında kendisinden kaynaklı olan çöp bırakma, hayvan ve bitki türleri ile etkileşimlerinde, doğal kaynakların korunmasında ve gürültü konusunda hassasiyetlerinin yüksek olduğunu söylemek doğru olacaktır. Bunun yanında park görevlilerince konulmuş yönlendirmelere uyulmasında, daha kapsamlı kirlilik önlemlerinde ve erozyon konuları da bu süreci takip eden durumların başında gelmektedir. Yine Witt'in çalışmasında bölgenin aydınlatılması, turistlerin gerekli olan yerlerde araçlarından çıkmaması ve elektrik ve su kaynaklarının sorumlu kullanılması konularında da hassasiyetlerinin geliştiğini söylemek gerekmektedir.

Benzer bir çalışma da Plessis (2010) tarafından Güney Afrika Ulusal Parklarında gerçekleştirilmiştir. Çalışmada Milli Parklardaki sorunların; ziyaretçi kalabalığı, çöp atıklarının bertaraf edilememesi, vahşi yaşama yönelik olumsuzluklar, su kirliliği, kaynakların aşırı kullanımı ve gürültü ve görsel kirlilik vb. oldukları vurgulanmıştır. Ziyaretçilerin Milli Park'daki hassasiyetlerinin de buna paralel bir şekilde geliştiği görülmüştür. Plessis bu kapsamda, belirlenmiş olumsuz çevresel etkilerin doğa temelli bu tür destinasyonlarda turistlerin deneyimlerini etkilediği gibi, bu konudaki çözüm arayışı içerisinde de öncü konular olduğunu tespit etmiştir.

Bu çalışma ve çalışmayla paralel yukarıda bahsedilen çalışmalar korunan alanlardaki turistlerin etik davranışlarıyla ilgili yapıları içerir. Bu etik davranışlarda turistlerin biyolojik bir ortamda nasıl hareket etmesi, nelere dikkat etmesi konusunda hususlara değinilmiştir. Bu yapılar sadece çevre üzerindeki olumsuz etkileri en aza indirmek için değil, aynı zamanda ziyaretçi için deneyim kalitesini arttırmak için de önemlidir. Araştırma ayrıca, özellikle turistlerin bakış açısından korunan alanlardaki çevre yönetimi ve turizm endüstrisi ile ilgili literatüre katkıda bulunmaktadır.



### 3.3.2. Kapadokya Alanı ile İlgili Bulgular

Tezin araştırma alanlarından bir diğeri olan Kapadokya'daki Göreme Milli Parkı'na 18-19-20-21-22 Nisan 2018 tarihlerinde ön test, 31 Temmuz – 1-2-3-4-5 Ağustos 2018 tarihlerinde ve 18-19-20-21-22-23 Eylül 2018 tarihleri arasında da son testler olmak üzere toplam 17 gün ziyaretler yapılmıştır. Bu kapsamda toplam 500 anket ziyaretçilere dağıtılmış ve geri dönüş sağlanan anketlerden verileri kullanılabilir olan 384'ü üzerinden analizler ve değerlendirmeler sunulmuştur.

#### 3.3.2.1. Katılımcıların Demografik Özelliklerine İlişkin Bulgular

Bulgular kısmının ilk bölümünde araştırmaya katılan rekreasyoncuların cinsiyet, yaş, medeni durum, eğitim durumu, gelir, sürekli yaşanılan ülke gibi demografik bilgiler ve alana yönelik ziyaret sıklığı gibi bilgileri belirlemek için frekans analizi gerçekleştirilmiştir. Tablo3.23'de ziyaretçilerin betimleyici istatistikleri verilmiştir.

Tablo 3.23 incelendiğinde araştırmaya katılan rekreasyoncuların %51,2'si kadın, %86,6'sının 18-45 yaş aralığında olduğu tespit edilmiştir. Kapadokya araştırmasında yer alan ziyaretçilerin %50,8'i evli iken %49,2'si bekadır. Genel itibariyle araştırmadaki ziyaretçilerin eğitim durumları son derece yüksek olarak tespit edilmiştir. Özellikle lisans ve lisansüstü düzeyinde eğitim almış bireylerin genelin yaklaşık %65'ini oluşturması son derece önemlidir. Lisans düzeyinde eğitim almış ziyaretçiler 185 (%48,2) kişiden ve lisansüstü düzeyinde eğitim almış ziyaretçiler ise 66 (17,2) kişiden oluşmaktadır. Araştırmada yer alan ziyaretçilerin %60,8'i orta, %33'ü ise yüksek hane halkı gelirin sahip bireylerden oluşmaktadır. Göreme Milli Parkı'na gelerek sıcak hava balon etkinliğine katılan rekreasyoncuların “sürekli yaşadıkları ülke” kategorisindeki yanıtları, bölgenin ve mevcut etkinliğin beş kıtada yaşayan bireylerin ilgisini çektiğini ve bölgenin çok geniş bir hedef kitlesinin olduğunu göstermektedir. Araştırmadaki katılımcıların %15,6'sı Türkiye'de, %42,5'i Avrupa'da bulunan diğer ülkelerde, %23,8'i Asya kıtası ülkelerinde, %9,6'sı Avustralya kıtasında, %8,5'inin ise Kuzey (%5,3) ve Güney (%3,2) Amerika olmak üzere Amerika kıtasında bulunan ülkelere yaşadıkları tespit edilmiştir. Bölgenin ziyaret sıklığına yönelik soruya ise araştırmaya katılan ziyaretçilerin %93,4'ünün “bir kez” olarak yanıtladıkları görülmüştür.

Tablo 3. 23. Göreme Alanı Rekreasyoncularının Betimleyici İstatistikleri

| Özellik               | Frekans (N) | Yüzde (%) | Özellik                              | Frekans(N) | Yüzde (%) |
|-----------------------|-------------|-----------|--------------------------------------|------------|-----------|
| <b>Yaş</b>            | <b>N</b>    | <b>%</b>  | <b>Gelir</b>                         | <b>N</b>   | <b>%</b>  |
| 18-25                 | 37          | 9,8       | Düşük                                | 11         | 2,8       |
| 26-35                 | 149         | 39,3      | Orta                                 | 233        | 60,8      |
| 36-45                 | 142         | 37,5      | Yüksek                               | 127        | 33,0      |
| 46 ve üzeri           | 51          | 13,4      | Çok Yüksek                           | 13         | 3,4       |
| Toplam                | 379         | 100,0     | Toplam                               | 384        | 100,0     |
| <b>Cinsiyet</b>       | <b>N</b>    | <b>%</b>  | <b>Medeni Durum</b>                  | <b>N</b>   | <b>%</b>  |
| Kadm                  | 195         | 51,2      | Evli                                 | 192        | 50,8      |
| Erkek                 | 186         | 48,2      | Bekâr                                | 186        | 49,2      |
| Toplam                | 381         | 100,0     | Toplam                               | 378        | 100,0     |
| <b>Eğitim</b>         | <b>N</b>    | <b>%</b>  | <b>Sürekli Yaşanılan Ülke (Kıta)</b> | <b>N</b>   | <b>%</b>  |
| Lise                  | 37          | 9,6       | Türkiye                              | 58         | 15,6      |
| Önlisans              | 96          | 25,0      | Avrupa                               | 157        | 42,5      |
| Lisans                | 185         | 48,2      | Asya                                 | 88         | 23,8      |
| Lisansüstü            | 66          | 17,2      | Avustralya                           | 36         | 9,6       |
| Toplam                | 384         | 100,0     | Güney Amerika                        | 12         | 3,2       |
| <b>Ziyaret Sayısı</b> | <b>N</b>    | <b>%</b>  | Kuzey Amerika                        | 20         | 5,3       |
| 1                     | 318         | 93,4      | Afrika                               | -          | -         |
| 2                     | 16          | 6,1       | Antartika                            | -          | -         |
| 3 ve +                | 2           | 0,5       | Toplam                               | 371        | 100,0     |
| Toplam                | 336         | 100,0     |                                      |            |           |

Bu durum aslında Kapadokya bölgesinin ve bu bölgede seçilen sıcak hava balonu etkinliğinin özel bir tur etkinliği olduğu ve genellikle bu etkinliğin yapılmasına yönelik özel bir turist profili oluşturması sebebiyle gerçekleştiği tahmin edilmektedir.

### 3.3.2.2. Ölçeklerin Güvenirliğine İlişkin Bulgular

Araştırmada kullanılan kişisel norm, yer tutumu, çevresel endişe, subjektif norm, çevresel fedakârlık, çevre dostu davranış, çevresel turizm davranışı ve çevreci satın alma davranışı ölçeklerine güvenilirlik analizi uygulanmıştır. Anketler için yapılan güvenilirlik analizinde madde toplam korelasyonları ve çoklu açıklayıcılık katsayıları incelenmiştir. Ölçeklere ilişkin Cronbach Alpha değerleri Tablo 3.24'de verilmiştir. Bu tabloda ayrıca, Göreme Milli Parkı'ndaki örneklem büyüklüğü, analizler sonucunda ölçekler içerisinde hem Cronbach Alpha değerini hem de AVE değerini düşüren ifadelerin çıkarılması

sonucunda ölçeklerdeki kalan madde sayıları, katılımcıların ölçeklerdeki ifadelere verdikleri yanıtların ortalamaları, bu değerlerin standart sapmaları ve son olarak yanıtların hangi derecelendirme yöntemi kapsamındaki değerlendirdiğine ilişkin bilgiler verilmiştir.

Tablo 3. 24. Ölçeklerin Güvenirliğine İlişkin Bulgular

| Ölçekler<br>Katsayılar        | Kişisel Norm  | Yer Tutumu | Çevresel Endişe | Sübjektif Norm | Çevresel Fedakârlık | Çevre Dostu Davranış | Çevresel Turizm Davranışı | Çevreci Satın Alma Davranışı |
|-------------------------------|---|------------|-----------------|----------------|---------------------|----------------------|---------------------------|------------------------------|
| Örnek Büyüklüğü               | 386   | 386        | 386             | 386            | 386                 | 386                  | 386                       | 386                          |
| Madde Sayısı                  | 4   | 9          | 5               | 3              | 5                   | 5                    | 4                         | 8                            |
| Tüm Ölçek İçin Alfa Katsayısı | 0,897   | 0,920      | 0,840           | 0,775          | 0,822               | 0,767                | 0,833                     | 0,905                        |
| Ortalama                      | 4,2416  | 4,0287     | 4,2153          | 4,1865         | 4,2246              | 3,9104               | 4,1770                    | 4,1851                       |
| Standart Sapma                | 0,7634  | 0,8074     | 0,7667          | 0,7652         | 0,7265              | 0,8706               | 0,8491                    | 0,8463                       |
| Dereceleme                    | 1: Kesinlikle Katılmıyorum, ..... 5: Kesinlikle Katılıyorum |            |                 |                |                     |                      |                           |                              |

Kapadokya alanındaki örneklem büyüklüğü 386 katılımcıdan oluşmaktadır. Ölçekler içerisinde sadece çevre dostu davranış ölçeğinden altı madde çıkarılmıştır. Dolayısıyla kişisel norm ölçeği dört, yer tutumu ölçeği dokuz, çevresel endişe ölçeği beş, sübjektif norm ölçeği üç, çevresel fedakârlık ölçeği beş, çevre dostu davranış ölçeği beş, çevresel turizm davranışı ölçeği dört ve çevreci satın alma davranışı ölçeği sekiz maddeden oluşmuştur.

Ölçeklerin güvenilirlik katsayılarına bakıldığında, iki ölçeğin Cronbach Alpha değeri 0,90'nın üzerinde, dört ölçeğin değeri 0,80'nin üzerinde, iki ölçeğin ise 0,70'in üzerinde olduğu görülmektedir. Bu değerler ölçeklerin oldukça güvenilir ve yüksek derecede güvenilir olduğunu bildirmektedir. Alpar (2016:350) ve Karagöz (2017:26) ölçeklerin Cronbach Alpha değerlerinin 0,60-0,80 aralığında oldukça güvenilir; 0,80-1,00 aralığında

ise yüksek derecede güvenilir bir ölçek olarak değerlendirilmesi gerektiğini belirtmektedirler. Buradan hareketle Cronbach Alpha değeri en yüksek olan ölçek 0,920'lik değeri ile yer tutumu ölçeğidir.

Anket formundaki sorular beşli Likert ölçeği kapsamında derecelendirilmiştir. Derecelendirmeler 1: Kesinlikle Katılmıyorum ve 5: Kesinlikle Katılıyorum aralığındadır. Katılımcıların yanıtların incelendiğinde ankette yer alan ölçeklerdeki ortalamalarının dört ve üzeri bir sonucu ortaya koyduğunu göstermektedir. Tablo 3.24 incelendiğinde kişisel norm 4,24, çevresel fedakârlık 4,22, çevresel endişe 4,21, sübjektif norm 4,18, çevreci satın alma davranışı 4,18, çevresel turizm davranışı 4,17, yer tutumu 4,02 ve çevre dostu davranış 3,91 değerinde genel ortalamalara sahip olduğu görülmüştür. Ölçeklerdeki ortalamaların hangi ifadelerde daha yüksek hangi ifadelerde daha düşük olduğu ise sonraki başlıklarda daha detaylı bir şekilde verilecektir.

### ***3.3.2.3. Göreme Milli Parkı'nda Balon Etkinliğine Katılan Rekreasyoncuların Demografik Değişkenlerine Göre Çevreci Davranış ve Çevreci Satın Alma Davranışlarına Yönelik Hipotezlerin Test Edilmesi***

Araştırmanın bu bölümünde Göreme Milli Parkı'na gelip balon etkinliğine katılan rekreasyoncuların demografik özelliklerinin çevre dostu davranış ve çevreci satın alma davranışları üzerinde anlamlı bir farklılık yaratıp yaratmadığı araştırılmıştır. Bu amaçla rekreasyoncuların cinsiyet durumlarına göre çevre dostu davranış ve çevreci satın alma davranışlarında fark olup olmadığının anlaşılması için veri setine t-testi uygulanmıştır.

Tablo 3. 25. Rekreasyoncuların Çevre Dostu Davranış Görüşlerinin Cinsiyete Göre Karşılaştırılması

| Cinsiyet | N   | Ortalama | Standart S. | F değeri | p değeri     |
|----------|-----|----------|-------------|----------|--------------|
| Kadın    | 195 | 3,97     | 0,6104      | 1,900    | <b>0,058</b> |
| Erkek    | 186 | 3,84     | 0,6425      |          |              |

Araştırmaya katılan rekreasyoncuların cinsiyetlerine göre çevre dostu davranışlarının farklılık olup olmadığını incelemek üzere iki bağımsız t testi (Independent Sample T Test) uygulanmıştır. Sonuçlar 0,058 önem düzeyi ile  $H_{1b}$  hipotezinin desteklenmediğini göstermektedir. Yani katılımcıların cinsiyetleri ile çevre dostu davranışları arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık bulunamamıştır ( $p < 0,05$ ). Dahası katılımcıların çevre dostu davranış ölçeğine yönelik yanıtlarının ortalamaları

incelendiğinde kadın ziyaretçilerin erkek ziyaretçilere göre çevre dostu davranış gösterme eğilimlerinin daha olumlu olduğu tespit edilmiştir (Kadın için  $\bar{X}$ : 3,97, Erkek için  $\bar{X}$ : 3,84).

Tablo 3. 26. Rekreatyoncuların Çevreci Satın Alma Davranış Görüşlerinin Cinsiyete Göre Karşılaştırılması

| Cinsiyet | N   | Ortalama | Standart S. | F değeri | p değeri     |
|----------|-----|----------|-------------|----------|--------------|
| Kadın    | 195 | 4,19     | 0,7241      | 0,324    | <b>0,746</b> |
| Erkek    | 186 | 4,17     | 0,5808      |          |              |

T testi sonucunda ziyaretçilerin çevreci satın alma davranışları ile cinsiyetleri arasında anlamlı bir farklılık tespit edilememiştir ( $0,746 > 0,05$ ). Yanıtların ortalamaları incelendiğinde kadın ziyaretçilerin ( $\bar{X}$ : 4,19) erkek ziyaretçilere ( $\bar{X}$ : 4,17) göre çevreci satın alma davranışları daha yüksek çıkmıştır. Bu sonuçlarla  $H_{5b}$  hipotezi desteklenmemiştir.

Kapadokya'ya gelen turistlerin yaş düzeylerine göre çevre dostu davranış ve çevreci satın alma davranışlarında fark olup olmadığını tespit etmek için tek yönlü varyans analizi (ANOVA) testi yapılmıştır. Sonuçlara ilişkin bilgiler aşağıda yer almaktadır.

Araştırmaya katılanların yaşlarına göre çevre dostu davranışlarında farklılık olup olmadığını incelemek üzere ANOVA testi uygulanmıştır. Sonuçlar 0,012 önem düzeyi ile  $H_{2b}$  hipotezinin desteklendiğini göstermektedir.

Tablo 3. 27. Rekreatyoncuların Çevre Dostu Davranış Görüşlerinin Yaşa Göre Karşılaştırılması

| Yaş          | N   | Ortalama | Standart S. | F değeri | p değeri     |
|--------------|-----|----------|-------------|----------|--------------|
| 18-25 yaş    | 37  | 3,71     | 0,7126      |          |              |
| 26-35 yaş    | 149 | 3,95     | 0,6655      | 3,730    | <b>0,012</b> |
| 36-45 yaş    | 142 | 3,84     | 0,5384      |          |              |
| 46 yaş üzeri | 51  | 4,10     | 0,6433      |          |              |

Her bir kategori incelendiğinde bu araştırma için ziyaretçilerin yaş kategorilerinde çevre dostu davranışlara yönelik algılarının yüksek ve birbirine yakın değerler gösterdiğini söylemek son derece doğru olacaktır.

Tablo 3. 28. Rekreasyoncuların Çevreci Satın Alma Davranış Görüşlerinin Yaşa Göre Karşılaştırılması

| Yaş          | N   | Ortalama | Standart S. | F değeri | p değeri     |
|--------------|-----|----------|-------------|----------|--------------|
| 18-25 yaş    | 37  | 4,05     | 0,8772      |          |              |
| 26-35 yaş    | 149 | 4,16     | 0,7170      | 1,023    | <b>0,382</b> |
| 36-45 yaş    | 142 | 4,18     | 0,5381      |          |              |
| 46 yaş üzeri | 51  | 4,30     | 0,5984      |          |              |

ANOVA testi sonucunda ziyaretçilerin çevreci satın alma davranışları ile yaşları arasında anlamlı bir farklılık tespit edilememiştir ( $0,383 > 0,05$ ). Farklılık dışında hangi kategorideki ziyaretçiler için daha yüksek eğilim gösterdiğini ise yanıtların ortalamalarına bakılarak açıklanmaktadır. Buna göre sırasıyla 17-25 yaş ( $\bar{X}$ : 4,05), 26-35 yaş ( $\bar{X}$ : 4,16), 36-45 yaş ( $\bar{X}$ : 4,18) ve 46 yaş ve üzeri ( $\bar{X}$ : 4,30) kategori içerisinde bulunan ziyaretçilerin çevreci satın alma davranışları daha yüksek çıkmıştır. Her kategoride de ziyaretçilerin derecelendirme sisteminde dört ve üzeri yanıtlar vermesi son derece önemlidir. Bu sonuçlarla  $H_{6b}$  hipotezi desteklenmemiştir.

Kapadokya'ya gelen rekreasyoncuların gelir düzeylerine göre çevre dostu davranış ve çevreci satın alma davranışlarında fark olup olmadığını tespit etmek için tek yönlü varyans analizi (ANOVA) testi yapılmıştır. Sonuçlara ilişkin bilgiler aşağıda yer almaktadır.

Araştırmaya katılan rekreasyoncuların gelirlerine göre çevre dostu davranışlarında farklılık olup olmadığını incelemek üzere ANOVA testi uygulanmıştır. Sonuçlar 0,001 önem düzeyi ile  $H_{3b}$  hipotezinin desteklendiğini göstermektedir. Yani katılımcıların gelirleri ile çevre dostu davranışları arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık vardır ( $p < 0,05$ ). Dahası katılımcıların çevre dostu davranış ölçeğine yönelik yanıtlarının ortalamaları incelendiğinde en yüksek ortalamanın  $\bar{X}$ : 4,07 ile çok yüksek gelirli, en düşük ortalamanın ise  $\bar{X}$ : 3,77 ile düşük gelirli olduğu görülmüştür.

Her bir kategori incelendiğinde bu araştırma için orta gelirli (n:233) ve yüksek gelirli (n:127) ziyaretçilerin araştırmanın büyük bir kısmını (%93) oluşturduğu görülmektedir. Düşük ve çok yüksek gelire sahip olduğunu belirten ziyaretçiler ise sadece %6,2'dir.

Tablo 3. 29. Rekreasyoncuların Çevre Dostu Davranış Görüşlerinin Gelire Göre Karşılaştırılması

| Gelir      | N   | Ortalama | Standart S. | F değeri | p değeri     |
|------------|-----|----------|-------------|----------|--------------|
| Düşük      | 11  | 3,77     | 0,8614      |          |              |
| Orta       | 233 | 3,84     | 0,6392      | 4,598    | <b>0,001</b> |
| Yüksek     | 127 | 4,07     | 0,5320      |          |              |
| Çok Yüksek | 13  | 3,89     | 0,5857      |          |              |

ANOVA testi sonucunda rekreasyoncuların çevreci satın alma davranışları ile gelirleri arasında anlamlı bir farklılık yoktur ( $0,533 > 0,05$ ). Sonuçlara göre sırasıyla orta gelirli ( $\bar{X}$ : 4,14), düşük gelirli ( $\bar{X}$ : 4,27), yüksek gelirli ( $\bar{X}$ : 4,23) ve çok yüksek gelirli ( $\bar{X}$ : 4,40) kategori içerisinde bulunan ziyaretçilerin çevreci satın alma davranışları daha yüksek çıkmıştır. Bu sonuçlarla  $H_{7b}$  hipotezi desteklenmemiştir.

Tablo 3. 30. Rekreasyoncuların Çevreci Satın Alma Davranış Görüşlerinin Gelire Göre Karşılaştırılması

| Gelir      | N   | Ortalama | Standart S. | F değeri | p değeri     |
|------------|-----|----------|-------------|----------|--------------|
| Düşük      | 11  | 4,27     | 0,5649      |          |              |
| Orta       | 233 | 4,14     | 0,7172      | 0,788    | <b>0,533</b> |
| Yüksek     | 127 | 4,23     | 0,5711      |          |              |
| Çok Yüksek | 13  | 4,40     | 0,3152      |          |              |

Kapadokya'da demografik özelliklere göre oluşturulan hipotezlerin sonuncusu eğitim seviyesi üzerinedir. Rekreasyoncuların eğitim seviyelerine göre çevre dostu davranış ve çevreci satın alma davranışlarında fark olup olmadığını tespit etmek için tek yönlü varyans analizi (ANOVA) testi yapılmıştır. Sonuçlara ilişkin bilgiler aşağıda yer almaktadır.

Araştırmaya katılan rekreasyoncuların eğitim seviyesine göre çevre dostu davranışlarında farklılık olup olmadığını incelemek üzere ANOVA testi uygulanmıştır.

Tablo 3.31. Rekreasyoncuların Çevre Dostu Davranış Görüşlerinin Eğitim Seviyesine Göre Karşılaştırılması

| Eğitim     | N   | Ortalama | Standart S. | F değeri | p değeri     |
|------------|-----|----------|-------------|----------|--------------|
| Lise       | 37  | 3,95     | 0,3745      | 6,287    | <b>0,000</b> |
| Önlisans   | 96  | 3,67     | 0,5710      |          |              |
| Lisans     | 185 | 3,99     | 0,6291      |          |              |
| Lisansüstü | 66  | 3,98     | 0,7306      |          |              |

Sonuçlar 0,000 önem düzeyi ile  $H_{4b}$  hipotezinin desteklendiğini göstermektedir. Yani katılımcıların eğitim seviyeleri ile çevre dostu davranışları arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık vardır ( $p < 0,05$ ). Katılımcıların çevre dostu davranış ölçeğine ilişkin cevaplarının ortalamaları incelendiğinde en yüksek ortalamanın  $\bar{X}$ : 3,98 ile lisansüstü, en düşük ortalamanın ise  $\bar{X}$ : 3,67 ile önlisans düzeyi olduğu görülmüştür. Her bir kategori incelendiğinde bu araştırma için lisans (n:185) ve önlisans (n:96) eğitim seviyesine sahip ziyaretçilerin araştırmanın büyük bir kısmını (%72,8) oluşturduğu görülmektedir. Kapadokya bölgesine gelenlerin yaklaşık %18 (n:66)'inin lisansüstü düzeyinde eğitim gördüklerini belirtmeleri önemlidir. Bu durum Kapadokya bölgesinin hitap ettiği turist kitlesi ve hizmet verdiği turizm türü kapsamında açıklanabilmektedir.

Tablo 3. 32. Rekreasyoncuların Çevreci Satın Alma Davranış Görüşlerinin Eğitim Seviyesine Göre Karşılaştırılması

| Eğitim     | N   | Ortalama | Standart S. | F değeri | p değeri     |
|------------|-----|----------|-------------|----------|--------------|
| Lise       | 37  | 4,26     | 0,3907      | 2,009    | <b>0,112</b> |
| Önlisans   | 96  | 4,08     | 0,5909      |          |              |
| Lisans     | 185 | 4,24     | 0,6483      |          |              |
| Lisansüstü | 66  | 4,08     | 0,8470      |          |              |

ANOVA testi sonucunda rekreasyoncuların çevreci satın alma davranışları ile eğitim düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık bulunamamıştır ( $0,112 > 0,05$ ). Alana gelen rekreasyoncuların çevreci ürünlere karşı satın alma davranışlarının eğitim seviyesi ile bir ilişkisi yoktur. Bu çalışmada bu yönde bir sonuca erişilememiştir. Bu sonuçlarla  $H_{8b}$  hipotezi desteklenmemiştir.



### 3.3.2.4. Bağımsız Değişkenlerin Çevre Dostu Davranış ve Çevre Dostu Davranışın Çevreci Satın Alma Davranışları Üzerindeki Etkilerine Yönelik Kurulan Hipotezlerin Test Edilmesi

Ölçüm modeli değerlendirmesine geçmeden önce, ölçüm modelindeki yapının yansıtıcı mı yoksa biçimlendirici mi olduğunu değerlendirmek için yapılar ve göstergeler arasındaki ilişki analiz edilmiştir (Diamantopoulos ve Siguaw, 2006; Stacie vd., 2007). Bu çalışmada, Jarvis ve diğerleri (2003), yansıtıcı yapıların seçimini önermektedir. PLS-SEM değerlendirmesi iki aşamalı bir prosedürden oluşmuştur: ölçüm modeli değerlendirmesi ve bunu takiben yapısal model değerlendirmesi. Tablo 3.33 yansıtıcı yapılar için göstergelerin dış yüklerini göstermektedir.

Tüm yapılar için iç tutarlılık güvenilirliği, hem Kompozit Güvenilirlik (CR) hem de Cronbach Alpha için önerilen 0.7 eşiğinin üzerinde tatmin edicidir. Tüm ölçeklerimiz için Çıkarılan Ortalama Varyans (AVE), 0.5'in eşik değerini aşarak, yeterli yakınsama geçerliliği olduğunu göstermektedir.

Tablo 3. 33. Maddelerin, yapıların ve ölçüm modelinin değerlendirilmesi

| Değişkenler/İfadeler  | $\bar{X}$ | Yük Değeri |
|---|-----------|------------|
| <b>Kişisel Norm: <math>\alpha</math>: 0.897; CR: 0.927; AVE: 0,761</b>                          |           |            |
| İnsanların yerel ortama zarar vermesini engellemek zorunda olduğumu düşünüyorum.                | 4.22      | 0,836      |
| Yerel çevre yasalarına uyma yükümlülüğüm olduğunu düşünüyorum.                                  | 4.25      | 0,885      |
| Yerel çevrenin korunmasına destek olma yükümlülüğüm olduğunu düşünüyorum.                       | 4.30      | 0,877      |
| Günlük hayatımın neden olduğu yerel çevre sorunlarını hafifletmek zorunda olduğumu düşünüyorum. | 4.18      | 0,889      |
| <b>Yer Tutumu: <math>\alpha</math>: 0.920; CR: 0.933; AVE: 0,607</b>                            |           |            |
| Kapadokya ile kendimi özdeşleştiriyorum.  | 3.96      | 0,761      |
| Kapadokya benim için çok önemlidir.   | 4.04      | 0,733      |
| Kendimi Kapadokya'ya bağlı hissediyorum.  | 3.95      | 0,803      |
| Kapadokya'nın balon etkinliği için diğer bölgelerden daha iyi olduğunu düşünüyorum.             | 4.16      | 0,728      |
| Balon etkinliği olarak Kapadokya'nın benim için vazgeçilmez olduğunu düşünüyorum.               | 4.11      | 0,793      |
| Balon etkinliği olarak en çok tatmin olduğum yerin Kapadokya olduğunu düşünüyorum.              | 4.17      | 0,776      |
| Kendimi Kapadokya'yabağlı hissediyorum.   | 4.00      | 0,843      |
| Kapadokya'dayken, kendimi onun bir parçası gibi hissediyorum.                                   | 3.97      | 0,815      |
| Kendimi Kapadokya'ya aitmiş gibi hissediyorum.  | 3.90      | 0,750      |
| <b>Çevresel Endişe: <math>\alpha</math>: 0.840; CR: 0.885; AVE: 0,606</b>                       |           |            |
| Doğanın dengesinin hassas olduğunu ve kolayca bozulabileceğini düşünüyorum.                     | 4.11      | 0,746      |
| İnsanların çevreyi istismar ettiğini düşünüyorum.   | 4.23      | 0,780      |
| Her şey bugünkü seyrini sürdürürse, yakında ekolojik bir felaket yaşanacağını                   | 4.15      | 0,847      |
| Dünyanın sahip olduğu kaynakların sınırlı olduğunu düşünüyorum.                                 | 4,25      | 0,777      |

|   |      |       |
|---|------|-------|
| İnsanların yaşamlarını sürdürebilmek için doğayla uyumlu yaşamak zorunda olduğunu düşünüyorum.              | 4,32 | 0,738 |
| <b>Sübjektif Norm: <math>\alpha</math>: 0.775; CR: 0.869; AVE: 0,689</b>                                    |      |       |
| İnsanlar katıldığım rekreatif faaliyetlerde çevreye zarar vermeyeceğimi düşünürler.                         | 4.20 | 0,837 |
| İnsanlar katıldığım rekreatif faaliyetlerde çevre dostu davranışlar sergilememi isterler.                   | 4.15 | 0,881 |
| Düşüncelerine değer verdiğim kişiler rekreatif faaliyetlerde çevre dostu davranmamı tercih ederler.         | 4.20 | 0,767 |
| <b>Çevresel Fedakârlık: <math>\alpha</math>: 0.822; CR: 0. 875; AVE: 0,583</b>                              |      |       |
| Davranışlarım doğal çevreye zarar veriyorsa, bunları yapmaktan vazgeçerim.                                  | 4.29 | 0,730 |
| Doğal çevrenin korunmasına yardımcı olacak sorumlulukları üstlenmeye hazırım.                               | 4.25 | 0,734 |
| Çabalarım için takdir görmesem bile, çevre için bir şeyler yapmaya hazırım.                                 | 4.20 | 0,802 |
| Her zaman çevre için iyi olduğunu düşündüğüm şeyleri yaparım.   | 4.22 | 0,801 |
| Çevreye uygun olanı yapmak için kendi yolumun dışına çıkmaya hazırım.                                       | 4.15 | 0,747 |
| <b>Çevre Dostu Davranış: <math>\alpha</math>: 0.767; CR: 0.841; AVE: 0,516</b>                              |      |       |
| Atıkları azaltmak için daha az gıda satın alırım.   | 3.71 | 0,713 |
| Çevreci olabilmek için başkalarını teşvik ederim.   | 3.90 | 0,740 |
| Mümkün olduğunca yürümeyi tercih ederim.  | 3.93 | 0,687 |
| Organik gıda ürünleri satın almayı tercih ederim.   | 4.31 | 0,775 |
| Mümkün olduğunca toplu taşıma araçlarını kullanırım.  | 4.07 | 0,671 |
| <b>Çevresel Turizm Davranışı: <math>\alpha</math>: 0.833; CR: 0.889; AVE: 0,667</b>                         |      |       |
| Kaz Dağları yürüyüşümde, mümkün olduğunca çevre dostu turizm ürünlerini satın                               | 4.14 | 0,789 |
| Davranışlarımın Kaz Dağlarındaki doğal ortamı nasıl etkilediği hakkında bilgim vardır.                      | 4.15 | 0,841 |
| Kaz Dağları yürüyüşümde doğal ortamı etkilediğini düşündüğüm olumsuz davranışlarımı azaltmaya çalışırım.    | 4.19 | 0,863 |
| Doğal destinasyonlardaki rekreatif faaliyetlere katılmaya dikkat ederim.                                    | 4.21 | 0,770 |
| <b>Çevre Dostu Satın Alma Davranışı: <math>\alpha</math>: 0.905; CR: 0.922; AVE: 0,599</b>                  |      |       |
| Düzenli olarak çevre dostu ürün satın alırım.   | 3.98 | 0,804 |
| Günlük ihtiyaç ürünlerim için çevre dostu ürün satın alırım.  | 4.02 | 0,765 |
| Son altı ay içinde çevre dostu ürün satın aldım.  | 4.02 | 0,840 |
| Çevre sorunlarını çözmeye yardım edebileceğimi düşünüyorum.   | 4.13 | 0,788 |
| Çevreye dost ürünleri satın alarak çevreyi koruyabilirim.   | 4.33 | 0,724 |
| Tasarruf sağlayan ürünler satın alırsam doğal kaynakları korumuş olurum.                                    | 4.33 | 0,711 |
| Çevreye zarar vermeyecek günlük ev eşyaları (bakkaliye veya temizlik ürünleri gibi) satın almaya çalışırım. | 4.33 | 0,770 |
| Seyahatim esnasında çevreci turistik ürünleri (yeşil otel,elektrikli araçlar gibi) satın almaya çalışırım.  | 4.31 | 0,779 |

Veri setinin SmartPLS analiz programına yüklenerek ortaya çıkan sonuçlar yukarıda Tablo 3.33'de verilmiştir. Analizin bu aşamasında ölçeklerde Cronbach Alpha ve AVE değerlerini düşüren ifadeler tespit edilmiştir. Anket formunda, değerlerin düşmesine sebep olan ve çıkarılması gereken ifadeler çevre dostu davranış ölçeğinde altı ifadeden oluşmaktadır. Değerlerin düşük sonuçlandığı tek ölçek çevre dostu davranış ölçeğidir, dolayısıyla diğer ölçeklerin ifadeleri korunmuştur. Geriye kalan bu ölçekler hem Alpha

katsayısı hem de AVE değeri bakımından yeterli değerleri sağlamıştır. Çevre dostu davranış ölçeğinde altı ifadenin analizden çıkarılması sonucu Alpha değeri 0,767 ve AVE değeri 0,516 olmuştur.

Yer tutumu ölçeği Cronbach Alpha değeri ( $\alpha$ : 0.920) en yüksek ölçektir. AVE değeri en yüksek değere sahip ölçek ise 0,761 ile kişisel norm ölçeğidir. Çevreci satın alma davranışının ( $\alpha$ : 0.905) ve yer tutumu ( $\alpha$ : 0.873) ölçeklerinin Cronbach Alpha değeri 0,90'nın üzerindedir. Kişisel norm ( $\alpha$ : 0.897), çevresel endişe ( $\alpha$ : 0.840), çevresel turizm davranışı ( $\alpha$ : 0.833) ve çevresel fedakârlık ( $\alpha$ : 0.822) ölçeklerinin Cronbach Alpha değerleri 0,80'nin üzerindedir ve bu sonuç bu ölçeklerin yüksek güvenilirlik sağladığını göstermektedir. Yine sübjektif norm ve çevresel dostu davranış ölçekleri de 0,70'in üzerinde sonuçlar vermiştir. Bu da bu ölçeklerin oldukça güvenilir olduğunu göstermektedir.

Ölçeklerin Kompozit Güvenirlik (CR) değerlerine bakıldığında tüm ölçeklerin kompozit değerleri ise 0,80'nin üzerinde sonuçlar vermiştir. Dahası yer tutumu (CR:0,933), kişisel norm (CR:0,927) ve çevre dostu satın alma davranışı (CR:0,922) ölçeklerinin Kompozit Güvenirlik (CR) değerleri 0,90'nın üzerindedir. Bu alanda en yüksek CR değeri ise 0,933 ile yine yer tutumu ölçeği için gerçekleşmiştir.

Bir sonraki adım, önlemlerin diğer bazı değişkenlerin bir yansıması olmadığı anlamına gelen ayırt edici geçerliliği değerlendirmektir. “Ayırt Edici Geçerlilik” (Discriminant Validity) başka bir geçerlilik yöntemidir ve bu, ilgi ölçüsü ile diğer yapıların ölçütleri arasındaki düşük korelasyonlarla belirtilmektedir (Ali vd., 2016). Bu nedenle, çalışmada ayırt edici geçerlilik değerlendirilmiştir. Fornell ve Larcker (1981), her gizli değişkendeki AVE'nin karekökünün, eğer bu değer gizli değişkenler arasındaki diğer korelasyon değerlerinden daha büyükse, ayırt edici geçerliliği sağlamak için kullanılabileceğini öne sürmektedir. Çapraz ögeler (karekök AVE), karşılık gelen satırlar ve sütunlardaki diyagonal olmayan ögelerden daha büyük olduğunda, ayırt edici geçerlilik verilir (Ali vd., 2015). Tablo 3.34, her bir AVE'nin (köşegen üzerinde gösterilen) karekökünün, bütün yansıtıcı yapılar için yeterli ayırt edici geçerliliği gösteren, yapı korelasyon matrisindeki ilgili yapılar arası korelasyonlardan daha büyük olduğunu göstermektedir. Genel olarak, tüm önlemler tatmin edici güvenilirlik ve geçerlilik göstermektedir.

Tablo 3. 34. “Fornell-Larcker” Ayırt Edici Geçerlilik Kriteri

| Yapılar                                 | KN           | SN           | YT           | ÇDD          | ÇDSAD        | ÇE           | ÇTD          | ÇF           |
|---|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| <b>Kişisel Norm</b>                     | <b>0.872</b> |              |              |              |              |              |              |              |
| <b>Sübjektif Norm</b>                   | 0.357        | <b>0.830</b> |              |              |              |              |              |              |
| <b>Yer Tutumu</b>                       | 0.449        | 0.474        | <b>0.779</b> |              |              |              |              |              |
| <b>Çevre Dostu Davranış</b>             | 0.195        | 0.435        | 0.272        | <b>0.718</b> |              |              |              |              |
| <b>Çevre Dostu Satın Alma Davranışı</b> | 0.186        | 0.373        | 0.406        | 0.534        | <b>0.774</b> |              |              |              |
| <b>Çevresel Endişe</b>                  | 0.514        | 0.545        | 0.396        | 0.263        | 0.204        | <b>0.779</b> |              |              |
| <b>Çevresel Turizm Davranışı</b>        | 0.168        | 0.395        | 0.372        | 0.545        | 0.750        | 0.231        | <b>0.817</b> |              |
| <b>Çevresel Fedakârlık</b>              | 0.488        | 0.578        | 0.479        | 0.344        | 0.319        | 0.581        | 0.337        | <b>0.764</b> |

Ek olarak, aşağıdaki tabloda ayırt edici geçerliliği değerlendirmek için daha iyi bir araç olarak yakın zamanda ortaya konan Heterotrait Monotrait korelasyon oranı gösterilmiştir (Henseler vd., 2015 ve Henseler vd., 2016). Bu yeni yöntem kullanılarak ayırt edici geçerlilik test edildi ve sonuçlar Tablo 3.35'de gösterildi. İyi bir model uyumu için HTMT katsayısı  $<1$  (1'den küçük) olmalıdır. HTMT değeri 0,90'dan büyükse, ayırt edici geçerlilik sorunu vardır. Tablo 3.34'de gösterildiği gibi, bu yöntemde de tüm değerler, ayırt edici geçerliliğin bir sorun olmadığını belirten HTMT.90'ı geçmiştir.

Tablo 3. 35. “HTMT” Ayırt Edici Geçerlilik Kriteri

| Yapılar                                 | KN    | SN    | YT    | ÇDD   | ÇDSAD | ÇE    | ÇTD   | ÇF |
|---|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|----|
| <b>Kişisel Norm</b>                     |       |       |       |       |       |       |       |    |
| <b>Sübjektif Norm</b>                   | 0.419 |       |       |       |       |       |       |    |
| <b>Yer Tutumu</b>                       | 0.494 | 0.549 |       |       |       |       |       |    |
| <b>Çevre Dostu Davranış</b>             | 0.229 | 0.554 | 0.298 |       |       |       |       |    |
| <b>Çevre Dostu Satın Alma Davranışı</b> | 0.201 | 0.438 | 0.437 | 0.603 |       |       |       |    |
| <b>Çevresel Endişe</b>                  | 0.604 | 0.671 | 0.441 | 0.319 | 0.227 |       |       |    |
| <b>Çevresel Turizm Davranışı</b>        | 0.182 | 0.497 | 0.411 | 0.663 | 0.857 | 0.258 |       |    |
| <b>Çevresel Fedakârlık</b>              | 0.573 | 0.721 | 0.541 | 0.430 | 0.358 | 0.700 | 0.404 |    |

### 3.3.2.5. Yapısal Modelin Değerlendirilmesi

Yapısal model ve hipotezleri test etmek için SmartPLS sürüm 3.2.6 kullanılmıştır. Alt yapıların ağırlıklarının ve yol katsayılarının istatistiksel önemini incelemek için 1000 yinelemeli önyükleme prosedürü uygulanmıştır (Chin vd., 2008). SmartPLS yazılımı kullanan SEM-PLS yaklaşımı, CB-SEM'deki gibi genel bir model uyumu hakkında geleneksel bir değerlendirme sunmamaktadır (Ali vd., 2015).

PLS genel olarak uygunluk indeksleri üretmediğinden,  $R^2$  modelin açıklayıcı gücünü değerlendirmenin birincil yoludur (Ali vd., 2016). Bu nedenle, tüm yapıların düzeltilmiş R-karesi, Tenenhaus, Vinzi, Chatelin ve Lauro (2005) tarafından sunulan uygunluk (GoF) endeksi olarak bilinen model uyumunu değerlendirmek için bir tanı aracı kullanmak için hesaplanmıştır. GoF verilerin önerilen modele ne kadar iyi uyduğunu gösteren bir araçtır. GoF ölçüsü, genele ait ortalamanın ve ortalama R-karenin (endojen yapılar için) geometrik ortalamasını kullanmaktadır. Analizde GoF değeri tüm yapıların AVE değerlerinin ortalaması ile R-karenin ortalamalarının çarpımının karekökü alınarak hesaplanmaktadır. Bu değer aşağıdaki formülle hesaplanmaktadır;

$$\mathbf{GoF} = \sqrt{\text{AVE (ortalama)} \times \mathbf{R}^2 \text{ (ortalama)}}$$

Hoffmann ve Brinbrich (2012), GoF analizinin sonuçlarını değerlendirmek için şulimit değerleri bildirmiştir:

- GoFsmall = 0.1;
- GoFmedium = 0.25;
- GoFlarge = 0.36.

Kazdağı alanı çalışması için oluşturulan model için GoF ölçüt değerinin hesaplanması;

$$\begin{aligned} \mathbf{GoF} &= \sqrt{\text{AVE} \bar{x} \times \mathbf{R}^2 \bar{x}} \\ &= \sqrt{0.628 \times 0.262} \\ &= \sqrt{0.164} \\ \mathbf{GoF} &= 0.405 \end{aligned}$$

Bu çalışmada kullanılan model için 0.405'lik bir GoF değeri hesaplanmış ve bu da çok iyi bir model uyumu olduğunu göstermektedir. Bununla birlikte, GoF'nin model doğrulama için istatistiksel bir araç olarak kullanılamayacağı dikkat çekicidir. Aksine, toplanan verilerin önerilen modele ne kadar uyduğunu gösteren bir tanı aracıdır (Henseler ve Sarstedt, 2013).

Ölçüm modeli ve uyum iyiliği (GoF) sonrasında, yapısal modeldeki varsayımsal ilişkiler test edilmiştir. Hipotez testlerinin sonuçları, Şekil 3.8'de gösterilmiştir. Şekildeki değerler standardize edilmiş katsayıları ve bunların t-değerlerini göstermektedir. Şekil 3.8'deki düzeltilmiş  $R^2$ 'ler, ilgili yapıdaki öngörücü değişkenlerin açıklayıcı gücünü ifade eder. Kişisel normlar, yer tutumu, çevresel endişe, sübjektif normlar ve çevresel fedakârlık, çevre dostu davranışların 0,204'ünü açıklamaktadır. Ayrıca, çevre dostu davranış çevresel turizm davranışının 0,297'sini öngörmektedir. Son olarak ise çevre dostu davranış, çevre dostu satın alma davranışının 0,286'sını açıklamaktadır.

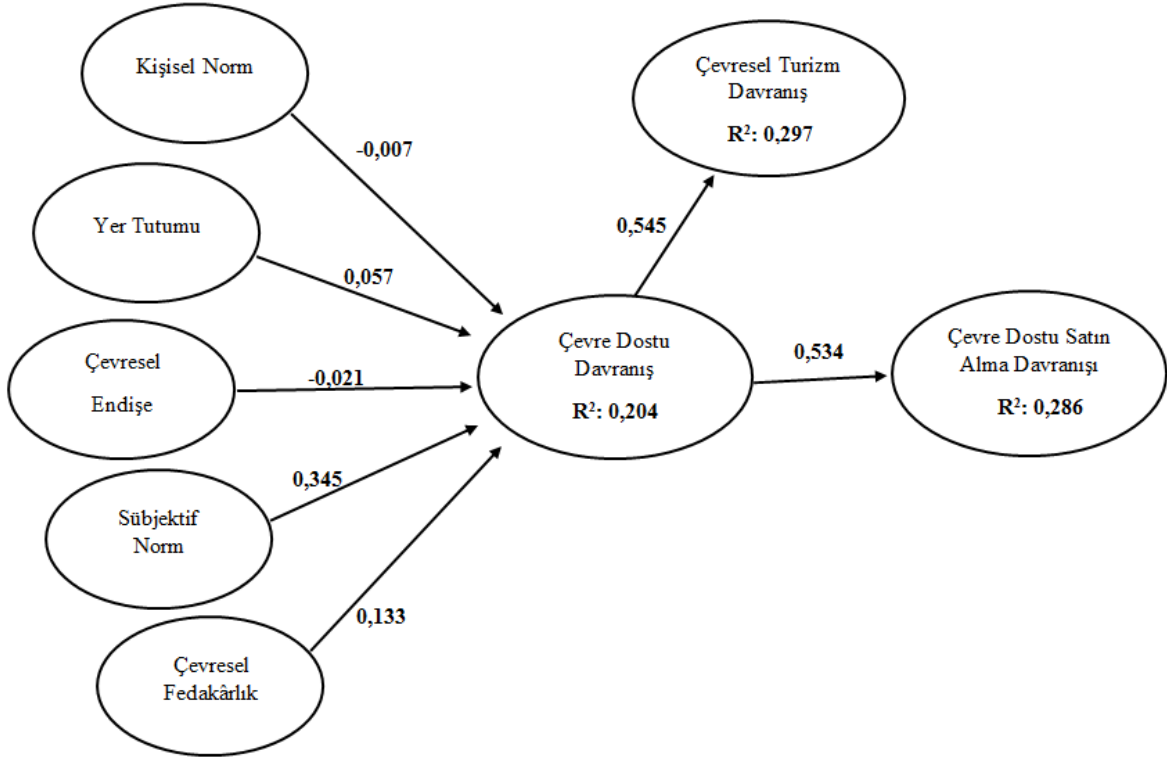
Model geçerliliği ile ilgili olarak Chin vd. (2008) endojen gizli değişkenleri sırasıyla;

- 0.67 önemli,
- 0.33 orta ve
- 0.19 zayıf olarak sınıflandırmıştır.

Buna göre, çevre dostu davranış ( $R^2 = 0.04$ ), çevresel turizm davranışı ( $R^2 = 0.297$ ) ve çevreci satın alma davranışı ( $R^2 = 0.286$ ) orta olarak tanımlanabilir.

Yapısal model ve hipotez testlerinin sonuçları Tablo 3.36'da sunulmaktadır. Önyükleme prosedürü, %95'lik bir güven aralığında, bazı değişkenlerin yol katsayısının önemli olduğunu göstermektedir.

Araştırmada kurulan hipotezlerden kişisel norm değişkeninin çevre dostu davranış üzerindeki etkisi anlamlı bulunamamıştır ( $\beta_{KN} \rightarrow \text{ÇDD} = -0.007, p > 0.05$ ). Bu sonuçla  $H_{9b}$  hipotezi reddedilmiştir. Yer tutumu ziyaretçilerin bir alana yönelik bağlılıklarını ve aidiyet duyguları olarak tanımlanabilecek ve bireylerin tekrarlanan bu ziyaretleri çerçevesinde doğaya karşı biraz daha hassas olmalarını sağlayacak bir değişkendir.

Şekil 3. 8. Modelin yol katsayıları ( $\beta$ ) ve endojen yapıları ( $R^2$ )

Çalışmada rekreasyoncuların yer tutumu algılarının günlük yaşamlarındaki çevre dostu davranışlarını etkiler hipotezi ( $H_{10b}$ ) desteklenmemiştir ( $\beta$  YT  $\rightarrow$  ÇDD= -0.057,  $p > 0.05$ ).  $H_{11b}$  hipotezi çevresel endişe tutumlarının çevre dostu davranışları etkileyeceği şeklinde kurulmuştur.

Tablo 3. 36. Model hipotez istatistikleri (önyükleme)

| Yol katsayıları ve ön yüklenme |   |                 |          |              |              |
|--------------------------------|---|-----------------|----------|--------------|--------------|
| Hipotezler                     |   | $\beta$ -değeri | t-değeri | p-değeri     | Sonuç        |
| <b>H9b</b>                     | Kişisel Normlar $\rightarrow$ Çevre Dostu Davranış              | -0,007          | 0,123    | 0,902        | Ret          |
| <b>H10b</b>                    | Yer Tutumu $\rightarrow$ Çevre Dostu Davranış                   | 0,057           | 0,944    | 0,345        | Ret          |
| <b>H11b</b>                    | Çevresel Endişe $\rightarrow$ Çevre Dostu Davranış              | -0,021          | 0,327    | 0,744        | Ret          |
| <b>H12b</b>                    | Sübjektif Norm $\rightarrow$ Çevre Dostu Davranış               | 0,345           | 5,542    | <b>0,000</b> | <b>Kabul</b> |
| <b>H13b</b>                    | Çevresel Fedakârlık $\rightarrow$ Çevre Dostu Davranış          | 0,133           | 1,966    | <b>0,050</b> | <b>Kabul</b> |
| <b>H14b</b>                    | Çevre Dostu Davranış $\rightarrow$ Çevresel Turizm Davranışı    | 0,545           | 12,552   | <b>0,000</b> | <b>Kabul</b> |
| <b>H15b</b>                    | Çevre Dostu Davranış $\rightarrow$ Çevreci Satın Alma Davranışı | 0,534           | 13,972   | <b>0,000</b> | <b>Kabul</b> |

Analizler sonucunda araştırmaya katılan ziyaretçilerin çevresel endişe tutumları ile çevre dostu davranış eğilimleri arasında anlamlı bir ilişki tespit edilememiştir ( $\beta$  ÇE  $\rightarrow$  ÇDD = 0.744,  $p > 0.05$ ). Bu yüzden  $H_{11b}$  hipotezi desteklenmemiştir.

Yukarıda açıklanan ilişkiler dışındaki hipotezler ( $H_{12b}$ ,  $H_{13b}$ ,  $H_{14b}$ ,  $H_{15b}$ ) desteklenmiştir. Araştırmada literatür kaynaklı kurulan ve ziyaretçilerin günlük yaşamlarındaki çevre dostu davranışlarını etkilediği açıklanan sübjektif norm ve çevresel fedakârlık değişkenleri ile çevre dostu davranış arasındaki ilişki pozitif ve anlamlı çıkmıştır.  $H_{12b}$  hipotezi desteklenmiştir ( $\beta$  SN  $\rightarrow$  ÇDD = 0.345,  $p < 0.05$ ). Analiz sonucunda çevresel fedakârlık ile çevre dostu davranış arasında anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir ( $\beta$  ÇF  $\rightarrow$  ÇDD = 0.133,  $p < 0.05$ ). Çevrenin tahribatını önlemeye ilişkin sübjektif norm davranışları çevre dostu davranışları 0,345 düzeyinde etkilemektedir. Bu sonuçla  $H_{13b}$  hipotezi de desteklenmiştir.

Araştırmada ayrıca ziyaretçilerin günlük yaşamlarındaki çevreci tutumlarının ve eylemlerinin, tatil planı yapan bireylerin tatil süresince de etkili olup olmadığı da araştırılmak istenmiştir. Tatil sırasında herhangi bir etkinlikte çevrenin olumsuz durumları ile karşılaşıldığında da benzer tepkiler ya da farklı tepkilerin verilmesi beklenmektedir. Buna yönelik oluşturulan hipotez analizi sonucunda rekreasyoncuların günlük yaşamlarındaki çevre dostu davranışları ile etkinlik sırasındaki çevresel turizm davranışları arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki bulunmuştur ( $\beta$  ÇDD  $\rightarrow$  ÇTD = 0.545,  $p < 0.05$ ). Bu iki değişken arasındaki etki ise son derece yüksek çıkmıştır. Bu sonuçla  $H_{14b}$  hipotezi desteklenmiştir.

Analiz sonucunda bağımsız değişken olan çevre dostu davranışların bağımlı değişken çevreci satın alma davranışını etkilediği görülmüştür ( $\beta$  ÇDD  $\rightarrow$  ÇSAD = 0.534,  $p < 0.05$ ). İki değişken arasındaki ilişki istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur. Aralarındaki bu ilişki pozitif yönde bir ilişkidir. Bu sonuçla  $H_{15b}$  hipotezi desteklenmiştir.

Çevre dostu davranış değişkenindeki varyansın yaklaşık %20'sini kişisel norm, yer tutumu, çevresel endişe, sübjektif norm ve çevresel fedakârlık tarafından açıklanmaktadır. Bu durum araştırmada kullanılan bu beş değişkenin ziyaretçilerin çevre dostu davranış gösterme eğilimde etkili olduğunu göstermektedir.

Rekreasyoncuların etkinlik sırasındaki çevresel turizm davranışlarındaki varyansın %29,7'sini, onların günlük yaşamlarındaki çevre dostu davranışları açıklamaktadır. Çevre



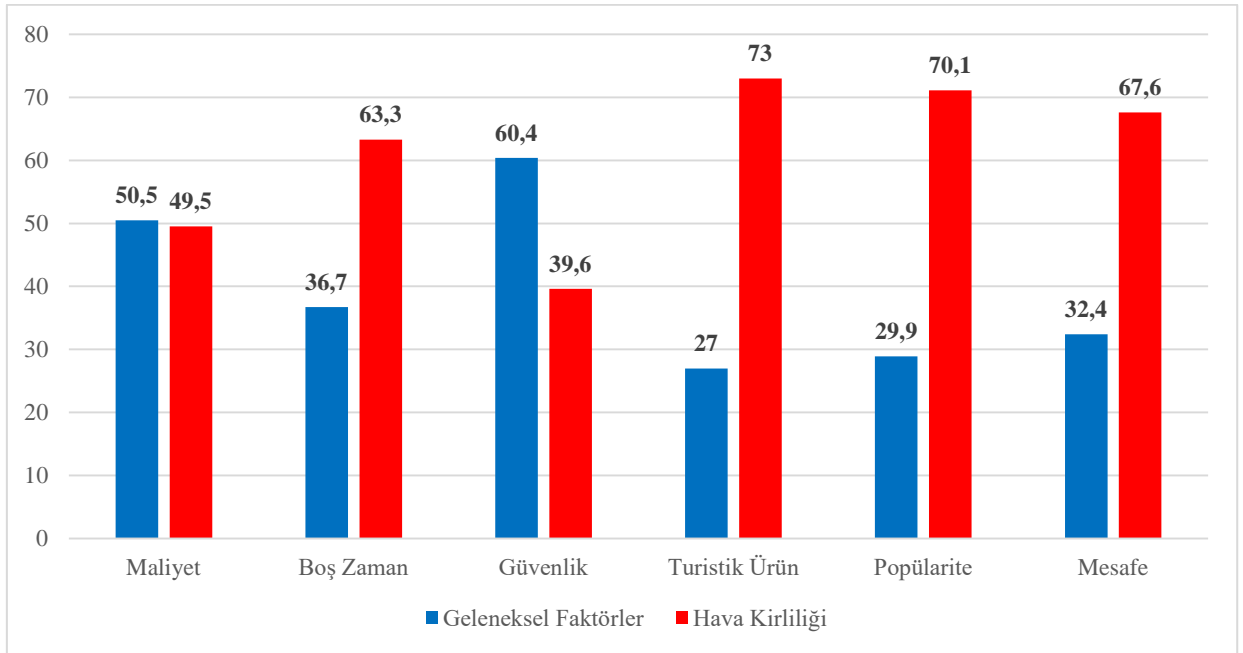
dostu satın alma davranış değişkenindeki varyansın ise yaklaşık %28'ini çevre dostu davranış değişkeni açıklamaktadır.

Tablo 3. 37. Endojen yapı değerlendirmesi

|                              | <b>R<sup>2</sup></b> | <b>Düzeltilmiş R<sup>2</sup></b> |
|------------------------------|----------------------|----------------------------------|
| Çevre Dostu Davranış         | <b>0,204</b>         | <b>0,194</b>                     |
| Çevresel Turizm Davranışı    | <b>0,297</b>         | <b>0,295</b>                     |
| Çevreci Satın Alma Davranışı | <b>0,286</b>         | <b>0,284</b>                     |

Çalışmada balon etkinliğine katılan ziyaretçilerin, etkinliğin ana kaynak değeri olan hava doğal kaynağına ilişkin değerlendirmeleri öğrenilmek istenmiştir. Bu amaçla ziyaretçilerin geleneksel turizm unsurlarıyla, günümüzün çevresel sorunlarından biri olan hava kirliliği ile karşılaştırdıklarında hangi yönde bir karar verecekleri araştırma sorularından biri olmuştur. Bunu belirlemeye yönelik ziyaretçilere; seyahat maliyeti, güvenlik, boş zaman, turistik ürün, destinasyonun bilinirliği ve destinasyonun uzaklığı ile hava kirliliğini karşılaştırmaları istenmiştir. Ziyaretçilerin seçim sonuçları ve frekans analizleri Şekil 3.9'da gösterilmiştir.

Şekil 3. 9. Ziyaretçilerin Geleneksel Turizm Unsurları ve Hava Kirliliği Önceliklerine İlişkin Yanıt Yüzdeleri



Şekil 3.9 hava kirliliğine karşı tutumların dikkate değer sonuçlarını ortaya koymaktadır. Ziyaretçiler tarafından seyahat maliyeti ve güvenlik dışındaki dört unsurda hava kirliliği öncelik olarak ifade edilmiştir. Dört unsurda da ziyaretçilerin tercihleri %60'ın üzerinde hava kirliliği tutumları lehinde sonuçlar ortaya koymaktadır. Altı geleneksel faktörün hava kirliliği karşısında aldığı değerler ise maliyet için %50,5, boş zaman için %36,7, güvenlik için %60,4, turistik ürün için %27, destinasyonun popüleritesi için %28,9 ve son olarak destinasyona uzaklık için %32,4 olarak belirtilmiştir.

Turizm sadece kendi başına sera emisyonuna, ulaşım ağının geniş olması sebebiyle ulaşım kirliliğine, toprak yapılarının bozulmasına ve ekstra katı ve sıvı atıkların ortaya çıkmasına sebep olmaktadır (Grover vd., 2017:276). Bu durum, turizm organizasyonun gerçekleştiği destinasyondaki yaban hayata ve yerel halka bir etki getirmekte, turizmden alınabilecek verimi azaltmakta ve de gelecek kuşakların bugünden zarar görmesine neden olmaktadır.

Bunun yanında turizmin ve etkinliklerinin en büyük etkilerden biri de hava kirliliğine ve hava kalitesine yönelik gerçekleşmektedir. Önceki çalışmalar turizmin gelişimi ile hava kalitesi arasında ters nedensellik ilişkileri tespit etmişlerdir. Örneğin Grover ve arkadaşları yaptığı çalışmada, turizm dolayısıyla bir bölgede turist ziyaretlerinin artmasının bazı hava kirliliği temelli sorunlara yol açabileceğini belirtmişlerdir. Bunlardan bazıları; zayıf görünürlük sebebiyle daha fazla kaza olma olasılığı, bitkilerin üretkenliklerinin düşmesi, solunum güçlüğü, hayvanların dolaşım sal verimliliğinin azalması, yüksek troposfer ozonu, oksitleyici çeşitli maddeler ve bitkilerin erken ölümleridir. Yani bu çalışmalarda hava kalitesi turizmi etkilerken, turizmin dinamik yapılarından bazıları da (taşım acılık, yeme-içme, konaklama) hava kalitesi üzerinde ciddi bir baskı yaratmaktadır. Böylece bölgeye gelen turistin ekonomiye önemli bir katkısının olmasının yanında eşzamanlı olarak yıkıcı bir etkisinin olduğunu da kabul etmek zorundayız.

Hava kirliliği aynı zamanda turistlerin destinasyon tercihlerinde, ziyaret sıklıklarında ve ziyaret sırasındaki harcamalarında da etkisini göstermektedir. Dong ve arkadaşları (2019)'nın çalışmasındaki hava kirliliğinin bölgeye gelen turist sayısını büyük ölçüde düşürdüğüne, turizm gelirlerini azalttığına ve destinasyon seçimini etkilediğine yönelik sonuçlar bunu doğrulamaktadır. Çalışmadaki tek ilginç sonuç ise Çin'de hava kirliliği olan şehirlere seyahat eden turistlerin kişi başına daha fazla harcama eğiliminde olduklarını belirtmeleridir.

Araştırma alanlarımızdan bir olan Kapadokya bölgesi turizm çekicilikleri sayesinde yılın her ayında turist çeken bir destinasyondur. Özellikle bölgenin uluslararası piyasada tanınırlığını ortaya çıkaran peri bacaları ve bu alanın gün doğumunda gökyüzünden seyredilebilmesine olanak veren sıcak hava balonları son derece önemlidir. Bu etkinlik için temiz bir havaya ihtiyaç duyulmaktadır. Bu durum ziyaretçilerin özellikle manzarayı doyasıya yaşamaları için gereklidir.

Ülke ve bölge ekonomisine ciddi katkısı olan bu etkinliğin çevreye de bir o kadar etkisi bulunmaktadır. Sıcak hava balonunda yatay hareketin son derece zor olması pilotların inişlerini planlayamamalarına yol açmaktadır. Bizzat araştırmacının alandaki gözlemlerine dayanarak yatay hareketin mümkün olmadığı tespit edilmiştir. Bu durumda pilot balonu rüzgârın da etkisi ile seçenekler arasından en iyi olan alana indirmekle görevini yerine getirmektedir. Tabi bu çaba bile balonun çevreye zarar vermeden iniş yapılabilmesini engellemektedir.

Ciddi sorunlardan biri balonun iniş yapabilmek için hemen her yeri kullanmasıdır. Bu bazen ekili bir alan olabileceği gibi bazen de yerleşim yerlerine çok yakın bir yer olmaktadır. Yine araştırmacının bizzat şahit olduğu durumlardan biri de balonun bir binanın yanındaki arazide park yapmış araçların çok fazla yakınına iniş olmasıdır.

Bu etkinlik sırasında misafirleri balonun kalkış yerine getiren minibüsler tüm seyahat boyunca müşterisini bindirdikleri balonu yerden görsel temas sağlayarak sürekli takip etmektedir. Bunun amacı program çerçevesinde iniş anında balonun yanında olmak ve inişte turistlere yapılan ikram ve fotoğraf çekiminden sonra onları alıp konakladıkları otellere geri bırakmaktır. Yine bununla birlikte balonun indikten ve havasının boşaltılmasından sonra taşınması mümkün olmadığı için seyahat boyunca misafir minibüslerinin yanında bir de balonun taşınmasını sağlayan römorklu bir arazi aracı da sürekli yerden takip etmektedir. Balonun ineceği yerin tam olarak belli olmaması sebebiyle (rüzgâr faktörü) bu iki araçta balon nereye gidiyorsa oraya gitmektedirler. Dolayısıyla balon bir tarla, bir arazi ya da bir yerleşim yerinin üzerinde uçuyorsa bu araçlar da bu bölgelerden geçmek zorunda kalmaktadırlar.

Bölgede toplamda yaklaşık 110 civarı balon bulunmaktadır ve yoğun sezonda bunların tamamının kullanıldığı bilgisine ulaşılmıştır. Hem balonun hem de diğer taşıtların kullandığı yakıtların atmosfere sokulması çevre ve hava kirliliği sorunlarından bazılarıdır. Yine yukarıda bahsedilen sebeplerden dolayı bitki ve ağaç türlerine yönelik etkileri de

hava kalitesinin azalmasına sebep olabilecek nedenler arasında görülebilir. Dolayısıyla ülke ve bölge için son derece önemli bir turizm geliri kaynağı olan balon etkinliğinin çeşitli çevre sorunlarından arınmasını sağlayacak çözümler hem bu gelirin devamlı olmasını hem de çevreye vereceği zararları azaltma noktasında önemli bir ayrıntı olacaktır.

Araştırmanın bu bölümünde yapılmak istenen balon etkinliğine katılan rekreasyoncularının bu etkinliğin çevreye olan etkisinin bilincinde olup olmadıkları ve hava kirliliğine karşı duruşlarını tespit etmeye çalışılmıştır. Ziyaretçilere bu kapsamda geleneksel turizm faktörleri (seyahat maliyeti, güvenlik, boş zaman, turistik ürün, destinasyonun bilinirliği ve destinasyonun uzaklığı) ve hava kirliliği seçenekleri arasında kalırsa hangisini tercih edecekleri sorulmuştur. Çalışmada rekreasyoncuların büyük oranda hava kirliliği lehinde kararlar verdikleri görülmüştür. Altı karşılaştırmanın özellikle dördünde hava kirliliği lehinde ezici bir üstünlüğün çıkması, Kapadokya'ya gelip balona binen rekreasyoncuların hava kirliliği algılayışlarının son derece önemli olduğunu göstermektedir. Hava kirliliği aleyhinde ortaya çıkan 'güvenlik' sorunu yaklaşımları ise son zamanlardaki ülkemizin durumu düşünüldüğünde beklenen bir durumdur. Maliyet ise sadece yarım puanlık bir oranla hava kirliliği aleyhinde sonuçlanmıştır. Bu çalışmayla benzer bir amaca yönelik gerçekleştirilmiş çalışmada Zhang ve arkadaşları (2015) tüm seçeneklerde geleneksel turizm faktörleri lehinde sonuçlar bulmuşlardır. Pekin'de yapılan çalışmada katılımcılar hava kirliliğinin bir türü olan sis kirliliğine karşı anlamlı değerler ortaya koymasına rağmen hiçbir kategoride sis kirliliğini lehinde sonuçlar ortaya koyamamışlardır.

Bu çalışmada hava kirliliğini önemseyen bir rekreasyoncu kitlesinin olması son derece önemlidir. Bunu demografik değişkenlerle, sürekli yaşanan ülke, hayata, doğaya ve çevreye bakış açısı gibi çeşitli sebeplerle açıklamak mümkündür. Ancak burada yapılması gereken balon etkinliğine katılan rekreasyoncuların bu etkinliğin çevreye zarar verdiği gerçeğini bilerek ve bunu düzeltmeye yönelik bir sorumluluk üstlenmesidir. Bu sorumluluk, balon firmalarının çeşitli önlemler almasına, doğaya zarar verecek durumları minimize etmeye ya da ortadan kaldırmaya teşvik edecektir. Bu durum turizm yöneticilerinin bölgenin balon etkinliği dışında da geliştirilmesine katkı sağlayabilir.

### 3.3.3. Köprülü Kanyon Alanı ile İlgili Bulgular

Tezin araştırma alanlarından sonuncusu olan Köprülü Kanyon Milli Parkı'na 5-6-7-8-9 Temmuz 2018 tarihlerinde ön test, 6-7-8-9-10-11 Ağustos 2018 tarihlerinde ve 4-5-6-7-8-9 Eylül 2018 tarihleri arasında da son testler olmak üzere toplam 17 gün ziyaretler yapılmıştır. Bu kapsamda toplam 500 anket ziyaretçilere dağıtılmış ve geri dönüş sağlanan anketlerden verileri kullanılabilir olan 385 anket üzerinden analizler ve değerlendirmeler yapılmıştır.

#### 3.3.3.1. Katılımcıların Demografik Özelliklerine İlişkin Bulgular

Bulgular kısmının ilk bölümünde araştırmaya katılan rekreasyoncuların cinsiyet, yaş, medeni durum, eğitim durumu, gelir, sürekli yaşanılan ülke gibi demografik bilgiler ve alana yönelik ziyaret sıklığı gibi bilgileri belirlemek için frekans analizi gerçekleştirilmiştir. Tablo 3.38'de rekreasyoncuların betimleyici istatistikleri verilmiştir.

Tablo 3. 38. Köprülü Kanyon Alanı Rekreasyoncularının Betimleyici İstatistikleri

| Özellik               | Frekans (N) | Yüzde (%) | Özellik                              | Frekans(N) | Yüzde (%) |
|-----------------------|-------------|-----------|--------------------------------------|------------|-----------|
| <b>Yaş</b>            | <b>N</b>    | <b>%</b>  | <b>Gelir</b>                         | <b>N</b>   | <b>%</b>  |
| 18-25                 | 59          | 15,4      | Düşük                                | 19         | 5,0       |
| 26-35                 | 187         | 49,4      | Orta                                 | 228        | 60,7      |
| 36-45                 | 123         | 32,3      | Yüksek                               | 118        | 31,2      |
| 46 ve üzeri           | 11          | 2,9       | Çok Yüksek                           | 12         | 3,1       |
| Toplam                | 380         | 100,0     | Toplam                               | 377        | 100,0     |
| <b>Cinsiyet</b>       | <b>N</b>    | <b>%</b>  | <b>Medeni Durum</b>                  | <b>N</b>   | <b>%</b>  |
| Kadın                 | 194         | 50,8      | Evli                                 | 243        | 64,3      |
| Erkek                 | 188         | 49,2      | Bekâr                                | 135        | 35,7      |
| Toplam                | 382         | 100,0     | Toplam                               | 378        | 100,0     |
| <b>Eğitim</b>         | <b>N</b>    | <b>%</b>  | <b>Sürekli Yaşanılan Ülke (Kıta)</b> | <b>N</b>   | <b>%</b>  |
| Lise                  | 121         | 31,8      | Türkiye                              | 250        | 70,2      |
| Önlisans              | 63          | 16,6      | Avrupa                               | 67         | 18,8      |
| Lisans                | 174         | 45,8      | Asya                                 | 36         | 10,1      |
| Lisansüstü            | 22          | 5,8       | Avustralya                           | -          | -         |
| Toplam                | 380         | 100,0     | Güney Amerika                        | -          | -         |
| <b>Ziyaret Sayısı</b> | <b>N</b>    | <b>%</b>  | <b>Kuzey Amerika</b>                 | <b>N</b>   | <b>%</b>  |
| 1                     | 285         | 77,3      | Afrika                               | 3          | 0,9       |
| 2                     | 67          | 18,1      | Antartika                            |            |           |
| 3 ve +                | 17          | 4,6       | Toplam                               | 356        | 100,0     |
| Toplam                | 369         | 100,0     |                                      |            |           |

Araştırmaya katılan rekreasyoncuların demografik değişkenlerine bakıldığında, Kazdağı Milli Parkı'na gelen ziyaretçilerin %50,8'i kadın ve %49,2'sinin de erkek olduğu görülmüştür. Katılımcıların %97,1'inin 18 ile 45 yaş arasında olduğu ve en kalabalık yaş aralığını ise 187 kişi ile (%49,4) 26-35 yaş grubunun oluşturduğu tespit edilmiştir. Rekreasyoncuların sadece 11'i (%2,9) 45 yaş ve üzerindeki kategoride yer almaktadır. Rekreasyoncuların medeni durumları ile ilgili bilgilere bakıldığında, %64,3'ünün evli, %35,7'sinin ise bekar olduğu görülmektedir. Eğitim seviyeleri çeşitlilik gösterirken lise eğitimi gören rekreasyoncular %31,8'i, lisans düzeyde eğitim almış rekreasyoncular %45,8'i oluşturmaktadır. Rekreasyoncuların %5,8'ine denk gelen 22 kişi ise lisansüstü düzeyinde eğitim görmüş kişilerdir. Rekreasyoncuların hane gelirlerine bakıldığında ise %60,7 (n: 228)'sinin orta düzeyde bir gelire, %31,2 (n: 118)'sinin ise yüksek düzeyde bir gelir grubuna dahil olduklarını belirttikleri görülmüştür. Rekreasyoncuların yaşamlarını sürdürdükleri ülkelere bakıldığında ise Köprülü Kanyon'na gelenlerin %70,2 (n: 250)'sinin Türkiye'de ikamet ettikleri, %18,8 (n: 67)'inin Avrupa ülkelerinde ve %10,1 (n:36)'inin ise Asya kıtası ülkelerinde yaşamlarını sürdürdükleri görülmüştür. Köprülü Kanyon Milli Parkı'na gelen rekreasyoncuların o bölgeye ilişkin ziyaret sıklıklarına bakıldığında ise ilk kez gelen rekreasyoncular genelde %77,3 (n:285) orana sahiptir. Dolayısıyla Antalya'ya tatile gelen turistlerce raftinge katılım olduğu desteklenmektedir.

### ***3.3.2.2. Ölçeklerin Güvenirliğine İlişkin Bulgular***

Araştırmada kullanılan kişisel norm, yer tutumu, çevresel endişe, subjektif norm, çevresel fedakârlık, çevre dostu davranış, çevresel turizm davranışı ve çevreci satın alma davranışı ölçeklerine güvenilirlik analizi uygulanmıştır. Anketler için yapılan güvenilirlik analizinde madde toplam korelasyonları ve çoklu açıklayıcılık katsayıları incelenmiştir. Ölçeklere ilişkin Cronbach Alpha değerleri Tablo 3.39'da verilmiştir. Bu tabloda ayrıca, Köprülü Kanyon Milli Parkı'ndaki örneklem büyüklüğü, analizler sonucunda ölçekler içerisinde hem Cronbach Alpha değerini hem de AVE değerini düşüren ifadelerin çıkarılması sonucunda ölçeklerdeki kalan madde sayıları, katılımcıların ölçeklerdeki ifadelerine verdikleri yanıtların ortalamaları, bu değerlerin standart sapmaları ve son olarak yanıtların hangi derecelendirme yöntemi kapsamındaki değerlendirdiğine ilişkin bilgiler verilmiştir.

Köprülü Kanyon alanındaki örneklem büyüklüğü 385 katılımcıdan oluşmaktadır. Ölçekler içerisinde sadece çevre dostu davranış ölçeğinden dört madde çıkarılmıştır.

Dolayısıyla kişisel norm ölçeği dört, yer tutumu ölçeği dokuz, çevresel endişe ölçeği beş, sübjektif norm ölçeği üç, çevresel fedakârlık ölçeği beş, çevre dostu davranış ölçeği yedi, çevresel turizm davranışı ölçeği dört ve çevreci satın alma davranışı ölçeği sekiz maddeden oluşmuştur. Ölçeklerin güvenirlik katsayılarına bakıldığında, yer tutumu ve çevreci satın alma davranışı ölçeklerinin Cronbach Alpha değeri 0,90'nın üzerindedir. Kalan ölçeklerden beşinin Cronbach Alpha değeri 0,80'nin üzerinde, bir ölçeğin ise 0,70'in üzerinde olduğunu göstermektedir.

Tablo 3. 39. Ölçeklerin Güvenirliğine İlişkin Bulgular

| Ölçekler<br>Katsayılar           | Kişisel<br>Norm  | Yer<br>Tutumu | Çevresel<br>Endişe | Sübjektif<br>Norm | Çevresel<br>Fedakârlık | Çevre<br>Dostu<br>Davranış | Çevresel<br>Turizm<br>Davranışı | Çevreci<br>Satın Alma<br>Davranışı |
|----------------------------------|--|---------------|--------------------|-------------------|------------------------|----------------------------|---------------------------------|------------------------------------|
| Örnek<br>Büyüklüğü               | 385  | 385           | 385                | 385               | 385                    | 385                        | 385                             | 385                                |
| Madde Sayısı                     | 4  | 9             | 5                  | 3                 | 5                      | 7                          | 4                               | 8                                  |
| Tüm Ölçek İçin<br>Alfa Katsayısı | 0,897  | 0,945         | 0,847              | 0,784             | 0,828                  | 0,854                      | 0,840                           | 0,910                              |
| Ortalama                         | 4,3260   | 3,9696        | 4,3420             | 4,4226            | 4,4767                 | 4,1357                     | 4,5569                          | 4,4447                             |
| Standart Sapma                   | 0,6659   | 0,7968        | 0,7785             | 0,7372            | 0,6332                 | 0,8146                     | 0,6450                          | 0,7051                             |
| Dereceleme                       | 1: Kesinlikle Katılmıyorum, .....5: Kesinlikle Katılıyorum |               |                    |                   |                        |                            |                                 |                                    |

Bu değerler ölçeklerin oldukça güvenilir ve yüksek derecede güvenilir olduğunu bildirmektedir. Alpar (2016:350) ve Karagöz (2017:26) ölçeklerin Cronbach Alpha değerlerinin 0,60-0,80 aralığında oldukça güvenilir; 0,80-1,00 aralığında ise yüksek derecede güvenilir bir ölçek olarak değerlendirilmesi gerektiğini açıklamışlardır. Buradan hareketle Cronbach Alpha değeri en yüksek olan ölçek 0,945'lik değeri ile yer tutumu ölçeğidir.

Anket formundaki sorular beşli Likert ölçeği kapsamında derecelendirilmiştir. Derecelendirmeler 1: Kesinlikle Katılmıyorum ve 5: Kesinlikle Katılıyorum aralığındadır. Katılımcıların yanıtların incelendiğinde ankette yer alan ölçeklerdeki ortalamalarının yer tutumu ölçeği hariç dört ve üzeri bir sonucu ortaya koyduğunu göstermektedir. Tablo incelendiğinde çevresel turizm davranışı 4,55, çevresel fedakârlık 4,47, çevreci satın alma davranışı 4,44, sübjektif norm 4,42, çevresel endişe 4,34, kişisel norm 4,32, çevre dostu davranış 4,13 ve yer tutumu 3,96 değerinde genel ortalamalara sahip olduğu görülmüştür. Ölçeklerdeki ortalamaların hangi ifadelerde daha yüksek hangi ifadelerde daha düşük olduğu ise sonraki başlıklarda daha detaylı bir şekilde verilecektir.

### **3.3.2.3. Köprülü Kanyon'da Rafting Yapan Rekreasyoncuların Demografik Değişkenlerine Göre Çevreci Davranış ve Çevreci Satın Alma Davranışlarına Yönelik Hipotezlerin Test Edilmesi**

Araştırmanın bu bölümünde Köprülü Kanyon'a gelen rekreasyoncuların demografik özelliklerinin çevre dostu davranış ve çevreci satın alma davranışları üzerinde anlamlı bir farklılık yaratıp yaratmadığı araştırılmıştır. Bu amaçla rekreasyoncuların cinsiyet durumlarına göre çevre dostu davranış ve çevreci satın alma davranışlarında fark olup olmadığının anlaşılması için veri setine t-testi uygulanmıştır.

Araştırmaya katılanların cinsiyetlerine göre çevre dostu davranışlarının farklılık olup olmadığını incelenmek üzere iki bağımsız t testi (Independent Sample T Test) uygulanmıştır. Sonuçlar 0,000 önem düzeyi ile  $H_{1c}$  hipotezinin desteklendiğini göstermektedir. Yani katılımcıların cinsiyetleri ile çevre dostu davranışları arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık vardır ( $p < 0,05$ ).

Tablo 3. 40. Rekreasyoncuların Çevre Dostu Davranış Görüşlerinin Cinsiyete Göre Karşılaştırılması

| Cinsiyet | N   | Ortalama | Standart S. | F değeri | p değeri     |
|----------|-----|----------|-------------|----------|--------------|
| Kadın    | 194 | 4,24     | 0,5097      | 3,768    | <b>0,000</b> |
| Erkek    | 188 | 4,01     | 0,6493      |          |              |

Dahası katılımcıların çevre dostu davranış ölçeğine yönelik yanıtlarının ortalamaları incelendiğinde kadın ziyaretçilerin erkek ziyaretçilere göre çevre dostu davranış gösterme eğilimlerinin daha olumlu olduğu tespit edilmiştir (Kadın için  $\bar{X}$ : 4,24, Erkek için  $\bar{X}$ : 4,01).



Tablo 3. 41. Rekreasyoncuların Çevreci Satın Alma Davranış Görüşlerinin Cinsiyete Göre Karşılaştırılması

| Cinsiyet | N   | Ortalama | Standart S. | F değeri | p değeri     |
|----------|-----|----------|-------------|----------|--------------|
| Kadın    | 194 | 4,52     | 0,4627      | 4,139    | <b>0,000</b> |
| Erkek    | 188 | 4,29     | 0,6074      |          |              |

T testi sonucunda rekreasyoncuların çevreci satın alma davranışları ile cinsiyetleri arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir ( $0,000 < 0,05$ ). Farklılığın hangi kategorideki ziyaretçiler için daha yüksek olduğu ise yanıtların ortalamalarına bakılarak açıklanmaktadır. Buna göre kadın ziyaretçilerin ( $\bar{X}$ : 4,52) erkek ziyaretçilere ( $\bar{X}$ : 4,29) göre çevreci satın alma davranışları daha yüksek çıkmıştır. Hem kadın hem de erkek ziyaretçiler dört üzerindeki yanıtları, onların çevrenin zarar görmemesine yönelik kullarımlarında çevreci ürünlerden yana tavır aldıklarını göstermektedir. Bu sonuçlarla  $H_{5c}$  hipotezi desteklenmiştir.

Köprülü Kanyon'a gelenlerin yaş düzeylerine göre çevre dostu davranış ve çevreci satın alma davranışlarında fark olup olmadığını tespit etmek için tek yönlü varyans analizi (ANOVA) testi yapılmıştır. Sonuçlara ilişkin bilgiler aşağıda yer almaktadır.

Tablo 3. 42. Rekreasyoncuların Çevre Dostu Davranış Görüşlerinin Yaşa Göre Karşılaştırılması

| Yaş          | N   | Ortalama | Standart S. | F değeri | p değeri     |
|--------------|-----|----------|-------------|----------|--------------|
| 18-25 yaş    | 59  | 4,21     | 0,7774      | 1,539    | <b>0,204</b> |
| 26-35 yaş    | 187 | 4,16     | 0,5173      |          |              |
| 36-45 yaş    | 123 | 4,04     | 0,6019      |          |              |
| 46 yaş üzeri | 11  | 4,13     | 0,5589      |          |              |

Araştırmaya katılan rekreasyoncuların yaşlarına göre çevre dostu davranışlarında farklılık olup olmadığını incelemek üzere ANOVA testi uygulanmıştır. Sonuçlar 0,204 önem düzeyi ile  $H_{2c}$  hipotezinin desteklenmediğini göstermektedir. Yani katılımcıların yaşları ile çevre dostu davranışları arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık bulunamamıştır ( $p > 0,05$ ).

Dahası katılımcıların çevre dostu davranış ölçeğine yönelik yanıtlarının ortalamaları incelendiğinde en yüksek ortalamanın  $\bar{X}$ : 4,21 ile 18-25 yaş aralığında, en düşük ortalamanın ise  $\bar{X}$ : 4,04 ile 36-45 yaş aralığında olduğu görülmüştür.

Tablo 3. 43. Rekreasyoncuların Çevreci Satın Alma Davranış Görüşlerinin Yaşa Göre Karşılaştırılması

| Yaş          | N   | Ortalama | Standart S. | F değeri | p değeri     |
|--------------|-----|----------|-------------|----------|--------------|
| 18-25 yaş    | 59  | 4,28     | 0,8053      |          |              |
| 26-35 yaş    | 187 | 4,47     | 0,4946      | 3,664    | <b>0,013</b> |
| 36-45 yaş    | 123 | 4,41     | 0,4605      |          |              |
| 46 yaş üzeri | 11  | 4,02     | 0,5178      |          |              |

ANOVA testi sonucunda rekreasyoncuların çevreci satın alma davranışları ile yaşları arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir ( $0,000 < 0,05$ ). Farklılığın hangi kategorideki ziyaretçiler için daha yüksek olduğu ise yanıtların ortalamalarına bakılarak açıklanmaktadır. Buna göre sırasıyla 26-35 yaş ( $\bar{X}$ : 4,47), 36-45 yaş ( $\bar{X}$ : 4,41), 18-25 yaş ( $\bar{X}$ : 4,28) ve 46 yaş ve üzeri ( $\bar{X}$ : 4,02) kategori içerisinde bulunan ziyaretçilerin çevreci satın alma davranışları daha yüksek çıkmıştır. Bu sonuçlarla  $H_{6c}$  hipotezi desteklenmiştir.

Köprülü Kanyon'a gelen rekreasyoncuların gelir düzeylerine göre çevre dostu davranış ve çevreci satın alma davranışlarında fark olup olmadığını tespit etmek için tek yönlü varyans analizi (ANOVA) testi yapılmıştır. Sonuçlara ilişkin bilgiler aşağıda yer almaktadır.

Araştırmaya katılan rekreasyoncuların gelirlerine göre çevre dostu davranışlarında farklılık olup olmadığını incelemek üzere ANOVA testi uygulanmıştır. Sonuçlar 0,000 önem düzeyi ile  $H_{3c}$  hipotezinin desteklenmediğini göstermektedir. Yani katılımcıların gelirleri ile çevre dostu davranışları arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık yoktur ( $p > 0,05$ ).

Her bir kategori incelendiğinde bu araştırma için orta gelirli (n:228) ve yüksek gelirli (n:118) ziyaretçilerin araştırmanın büyük bir kısmını (%89) oluşturduğu görülmektedir. Düşük ve çok yüksek gelire sahip olduğunu belirten ziyaretçiler ise sadece %8'dir.

Tablo 3. 44. Rekreasyoncuların Çevre Dostu Davranış Görüşlerinin Gelire Göre Karşılaştırılması

| Gelir      | N   | Ortalama | Standart S. | F değeri | p değeri     |
|------------|-----|----------|-------------|----------|--------------|
| Düşük      | 19  | 4,30     | 0,7184      | 0,489    | <b>0,744</b> |
| Orta       | 228 | 4,10     | 0,6206      |          |              |
| Yüksek     | 118 | 4,18     | 0,5227      |          |              |
| Çok Yüksek | 12  | 4,10     | 0,6731      |          |              |

ANOVA testi sonucunda rekreasyoncuların çevreci satın alma davranışları ile gelirleri arasında anlamlı bir farklılık tespit edilememiştir ( $0,195 > 0,05$ ). Ortalamalara bakıldığında ise sırasıyla düşük gelirli ( $\bar{X}$ : 4,32), orta gelirli ( $\bar{X}$ : 4,35), çok yüksek gelirli ( $\bar{X}$ : 4,41) ve yüksek gelirli ( $\bar{X}$ : 4,50) kategori içerisinde bulunan ziyaretçilerin çevreci satın alma davranışları daha yüksek çıkmıştır. Bu sonuçlarla  $H_{7c}$  hipotezi desteklenmemiştir.

Tablo 3. 45. Rekreasyoncuların Çevreci Satın Alma Davranış Görüşlerinin Gelire Göre Karşılaştırılması

| Gelir      | N   | Ortalama | Standart S. | F değeri | p değeri     |
|------------|-----|----------|-------------|----------|--------------|
| Düşük      | 19  | 4,32     | 0,4132      | 1,521    | <b>0,195</b> |
| Orta       | 228 | 4,35     | 0,5870      |          |              |
| Yüksek     | 118 | 4,50     | 0,4695      |          |              |
| Çok Yüksek | 12  | 4,41     | 0,5285      |          |              |

Köprülü Kanyon'a gelen rekreasyoncuların demografik özelliklerine göre oluşturulan hipotezlerin sonucusu eğitim seviyesi üzerinedir. Rekreasyoncuların eğitim seviyelerine göre çevre dostu davranış ve çevreci satın alma davranışlarında fark olup olmadığını tespit etmek için tek yönlü varyans analizi (ANOVA) testi yapılmıştır. Sonuçlara ilişkin bilgiler aşağıda yer almaktadır.

Tablo 3. 46. Rekreasyoncuların Çevre Dostu Davranış Görüşlerinin Eğitim Seviyesine Göre Karşılaştırılması

| Eğitim     | N   | Ortalama | Standart S. | F değeri | p değeri     |
|------------|-----|----------|-------------|----------|--------------|
| Lise       | 121 | 4,11     | 0,5761      | 1,886    | <b>0,131</b> |
| Önlisans   | 63  | 3,99     | 0,6198      |          |              |
| Lisans     | 174 | 4,19     | 0,5981      |          |              |
| Lisansüstü | 22  | 4,15     | 0,5141      |          |              |

Araştırmaya katılanların eğitim seviyesine göre çevre dostu davranışlarında farklılık olup olmadığını incelemek üzere ANOVA testi uygulanmıştır. Sonuçlar 0,131 önem düzeyi ile  $H_{4c}$  hipotezinin desteklenmediğini göstermektedir. Yani katılımcıların eğitim seviyeleri ile çevre dostu davranışları arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir fark bulunamamıştır ( $p>0,05$ ). Katılımcıların çevre dostu davranış ölçeğine yönelik yanıtlarının ortalamaları incelendiğinde en yüksek ortalamanın  $\bar{X}$ : 4,19 ile lisans, en düşük ortalamanın ise  $\bar{X}$ : 3,99 ile önlisans düzeyi olduğu görülmüştür. Her bir kategori incelendiğinde bu araştırma için lisans (n:174) ve lise (n:121) eğitim seviyesine sahip ziyaretçilerin araştırmanın büyük bir kısmını (%76,6) oluşturduğu görülmektedir. Önlisans ve lisansüstü eğitim seviyesine sahip olduğunu belirten ziyaretçiler ise sadece %22,1'dir.

Tablo 3. 47. Rekreasyoncuların Çevreci Satın Alma Davranış Görüşlerinin Eğitim Seviyesine Göre Karşılaştırılması

| Eğitim     | N   | Ortalama | Standart S. | F değeri | p değeri     |
|------------|-----|----------|-------------|----------|--------------|
| Lise       | 121 | 4,37     | 0,5169      | 1,631    | <b>0,182</b> |
| Önlisans   | 63  | 4,33     | 0,5376      |          |              |
| Lisans     | 174 | 4,47     | 0,5718      |          |              |
| Lisansüstü | 22  | 4,34     | 0,5662      |          |              |

ANOVA testi sonucunda rekreasyoncuların çevreci satın alma davranışları ile eğitim düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık tespit edilememiştir ( $0,182>0,05$ ). Yanıtların ortalamalarına bakıldığında sırasıyla lisans ( $\bar{X}$ : 4,47), lise ( $\bar{X}$ : 4,37), lisansüstü ( $\bar{X}$ : 4,34), ve önlisans ( $\bar{X}$ : 4,33) eğitimi kategori içerisinde bulunan ziyaretçilerin çevreci satın alma

davranışlarına verdikleri yanıtlar daha yüksek çıkmıştır. Bu sonuçlarla  $H_{8c}$  hipotezi desteklenmemiştir.

### 3.3.2.4. Bağımsız Değişkenlerin Çevre Dostu Davranış ve Çevre Dostu Davranışın Çevreci Satın Alma Davranışları Üzerindeki Etkilerine Yönelik Kurulan Hipotezlerin Test Edilmesi

Ölçüm modeli değerlendirmesine geçmeden önce, ölçüm modelindeki yapının yansıtıcı mı yoksa biçimlendirici mi olduğunu değerlendirmek için yapılar ve göstergeler arasındaki ilişki analiz edilmiştir (Diamantopoulos ve Siguaw, 2006; Stacie ve ark. 2007). Bu çalışmada, Jarvis ve ark. (2003), yansıtıcı yapıların seçimini önermektedir. PLS-SEM değerlendirmesi iki aşamalı bir prosedürden oluşmuştur: ölçüm modeli değerlendirmesi ve bunu takiben yapısal model değerlendirmesi. Tablo 3.48’de, yansıtıcı yapılar için göstergelerin dış yüklerini göstermektedir.

Tüm ölçekler için iç tutarlılık güvenilirliği, hem Kompozit Güvenilirlik (CR) hem de Cronbach Alpha için önerilen 0.7 eşiğinin üzerinde tatmin edicidir. Tüm ölçeklerimiz için Çıkarılan Ortalama Varyans (AVE), 0.5’in eşik değerini aşarak, yeterli yakınsama geçerliliği olduğunu göstermektedir.

Tablo 3. 48. Maddelerin, yapıların ve ölçüm modelinin değerlendirilmesi

| Değişkenler/İfadeler  | $\bar{X}$ | Yük Değeri |
|---|-----------|------------|
| <b>Kişisel Norm: <math>\alpha</math>: 0.897; CR: 0.926; AVE: 0,758</b>                          |           |            |
| İnsanların yerel ortama zarar vermesini engellemek zorunda olduğumu düşünüyorum.                | 4.26      | 0,839      |
| Yerel çevre yasalarına uyma yükümlülüğüm olduğunu düşünüyorum.                                  | 4.36      | 0,924      |
| Yerel çevrenin korunmasına destek olma yükümlülüğüm olduğunu düşünüyorum.                       | 4.38      | 0,906      |
| Günlük hayatımın neden olduğu yerel çevre sorunlarını hafifletmek zorunda olduğumu düşünüyorum. | 4.30      | 0,822      |
| <b>Yer Tutumu: <math>\alpha</math>: 0.945; CR: 0.954; AVE: 0,696</b>                            |           |            |
| Köprülü Kanyon ile kendimi özdeşleştiriyorum.   | 4.04      | 0,818      |
| Köprülü Kanyon benim için çok önemlidir.  | 4.03      | 0,864      |
| Kendimi Köprülü Kanyon’a bağlı hissediyorum.  | 3.96      | 0,864      |
| Köprülü Kanyon’un rafting etkinliği için diğer bölgelerden daha iyi olduğunu                    | 3.90      | 0,760      |
| Rafting etkinliği olarak Köprülü Kanyon’un benim için vazgeçilmez olduğunu                      | 3.82      | 0,830      |
| Rafting etkinliği olarak en çok tatmin olduğum yerin Köprülü Kanyon olduğunu                    | 3.85      | 0,813      |
| Kendimi Köprülü Kanyon’a bağlı hissediyorum.  | 3.96      | 0,892      |
| Köprülü Kanyondayken, kendimi onun bir parçası gibi hissediyorum.                               | 4.06      | 0,859      |
| Kendimi Köprülü Kanyon’a aitmiş gibi hissediyorum.  | 4.08      | 0,796      |
| <b>Çevresel Endişe: <math>\alpha</math>: 0.847; CR: 0.890; AVE: 0,617</b>                       |           |            |
| Doğanın dengesinin hassas olduğunu ve kolayca bozulabileceğini düşünüyorum.                     | 4.22      | 0,796      |

|  |      |       |
|--|------|-------|
| İnsanların çevreyi istismar ettiğini düşünüyorum.  | 4.32 | 0,790 |
| Her şey bugünkü seyrini sürdürürse, yakında ekolojik bir felaket yaşanacağını                                | 4.28 | 0,767 |
| Dünyanın sahip olduğu kaynakların sınırlı olduğunu düşünüyorum.  | 4.39 | 0,818 |
| İnsanların yaşamlarını sürdürebilmek için doğayla uyumlu yaşamak zorunda olduğunu düşünüyorum.               | 4.48 | 0,755 |
| <b>Sübjektif Norm: <math>\alpha</math>: 0.784; CR: 0.874; AVE: 0,699</b>                                     |      |       |
| İnsanlar katıldığım rekreatif faaliyetlerde çevreye zarar vermeyeceğimi düşünürler.                          | 4.38 | 0,792 |
| İnsanlar katıldığım rekreatif faaliyetlerde çevre dostu davranışlar sergilememi isterler.                    | 4.40 | 0,856 |
| Düşüncelerine değer verdiğim kişiler rekreatif faaliyetlerde çevre dostu davranmamı tercih ederler.          | 4.48 | 0,859 |
| <b>Çevresel Fedakârlık: <math>\alpha</math>: 0.828; CR: 0. 880; AVE: 0,596</b>                               |      |       |
| Davranışlarım doğal çevreye zarar veriyorsa, bunları yapmaktan vazgeçerim.                                   | 4.54 | 0,727 |
| Doğal çevrenin korunmasına yardımcı olacak sorumlulukları üstlenmeye hazırım.                                | 4.52 | 0,804 |
| Çabalarım için takdir görmesem bile, çevre için bir şeyler yapmaya hazırım.                                  | 4.49 | 0,827 |
| Her zaman çevre için iyi olduğunu düşündüğüm şeyleri yaparım.  | 4.47 | 0,821 |
| Çevreye uygun olanı yapmak için kendi yolumun dışına çıkmaya hazırım.  | 4.44 | 0,669 |
| <b>Çevre Dostu Davranış: <math>\alpha</math>: 0.854; CR: 0.889; AVE: 0,536</b>                               |      |       |
| Su tasarrufu yaparım.  | 3.84 | 0,564 |
| Sadece aşırı sıcaklarda klima kullanırım.  | 3.86 | 0,755 |
| Atıkları azaltmak için daha az gıda satın alırım.  | 4.03 | 0,718 |
| Çevreci olabilmek için başkalarını teşvik ederim.  | 4.21 | 0,765 |
| Mümkün olduğunca yürümeyi tercih ederim.   | 4.25 | 0,751 |
| Organik gıda ürünleri satın almayı tercih ederim.  | 4.37 | 0,664 |
| Mümkün olduğunca toplu taşıma araçlarını kullanırım.   | 4.36 | 0,667 |
| <b>Çevresel Turizm Davranışı: <math>\alpha</math>: 0.840; CR: 0.893; AVE: 0,676</b>                          |      |       |
| Köprülü Kanyon etkinliğinde, mümkün olduğunca çevre dostu turizm ürünlerini satın                            | 4.56 | 0,838 |
| Davranışlarımın Köprülü Kanyondaki doğal ortamı nasıl etkilediği hakkında bilgim                             | 4.53 | 0,800 |
| Köprülü Kanyon etkinliğimde doğal ortamı etkilediğini düşündüğüm olumsuz davranışlarımı azaltmaya çalışırım. | 4.62 | 0,832 |
| Doğal destinasyonlardaki rekreatif faaliyetlere katılmaya dikkat ederim.                                     | 4.50 | 0,818 |
| <b>Çevre Dostu Satın Alma Davranışı: <math>\alpha</math>: 0.910; CR: 0.927; AVE: 0,614</b>                   |      |       |
| Düzenli olarak çevre dostu ürün satın alırım.  | 4.25 | 0,931 |
| Günlük ihtiyaç ürünlerim için çevre dostu ürün satın alırım.   | 4.17 | 0,916 |
| Son altı ay içinde çevre dostu ürün satın aldım.   | 4.20 | 0,919 |
| Çevre sorunlarını çözmeye yardım edebileceğimi düşünüyorum.  | 4.43 | 0,788 |
| Çevreye dost ürünleri satın alarak çevreyi koruyabilirim.  | 4.52 | 0,851 |
| Tasarruf sağlayan ürünler satın alırsam doğal kaynakları korumuş olurum.                                     | 4.65 | 0,842 |
| Çevreye zarar vermeyecek günlük ev eşyaları (bakkaliye veya temizlik ürünleri gibi) satın almaya çalışırım.  | 4.56 | 0,835 |
| Seyahatim esnasında çevreci turistik ürünleri (yeşil otel,elektrikli araçlar gibi) satın almaya çalışırım.   | 4.50 | 0,795 |

Veri setinin SmartPLS analiz programına yüklenerek ortaya çıkan sonuçlar yukarıda Tablo 3.48’de verilmiştir. Analizin bu aşamasında ölçeklerde Cronbach Alpha ve AVE değerlerini düşüren ifadeler tespit edilmiştir. Bu ifadelerin çıkarılmasına ve

dolayısıyla değerlerin yükseltilmesine yönelik bilgiler yukarıda detaylı bir şekilde verilmiştir. Anket formunda, değerlerin düşmesine sebep olan ve çıkarılması gereken ifadeler sadece çevre dostu davranış ölçeğinde dört ifadeden oluşmaktadır. Bu değişkenin dışındaki ölçeklerde madde çıkarılması yapılmamıştır. Geriye kalan bu ölçekler hem Alpha katsayısı hem de AVE değeri bakımından yeterli değerleri sağlamıştır. Çevre dostu davranış ölçeğinde dört ifadenin analizden çıkarılması sonucu Alpha değeri 0,854 olarak sonuçlanmıştır.

Cronbach Alpha değeri ( $\alpha$ : 0.944) en yüksek olan ölçek yer tutumu ölçeği, AVE değeri en yüksek olan ölçek ise kişisel norm (AVE: 0,758) ölçeği olmuştur. Çevre dostu satın alma davranışı ( $\alpha$ : 0.910), kişisel norm ( $\alpha$ : 0.897), çevre dostu davranış ( $\alpha$ : 0.854), çevresel endişe ( $\alpha$ : 0.847), çevresel turizm davranışı ( $\alpha$ : 0,840), çevresel fedakârlık ( $\alpha$ : 0.828) ölçeklerinin Cronbach Alpha değerleri 0,80'nin üzerindedir ve bu sonuç bu ölçeklerin yüksek güvenirlik sağladığını göstermektedir. Sübjektif norm ( $\alpha$ : 0.744) ölçeğinin ise alpha katsayısı 0,70'in üzerinde sonuç vermiştir. Bu da bu ölçeğin de oldukça güvenilir olduğunu göstermektedir.

Ölçeklerin Kompozit Güvenirlik (CR) değerlerine bakıldığında tüm ölçekler kompozit değerlerinin ise 0,80'nin ve 0,90'nın üzerinde sonuçlar vermiştir. Bu alanda en yüksek CR değeri ise 0,954 ile yine yer tutumu ölçeği için gerçekleşmiştir.

Bir sonraki adım, önlemlerin diğer bazı değişkenlerin bir yansıması olmadığı anlamına gelen ayırt edici geçerliliği değerlendirmektir. “Ayırt Edici Geçerlilik” (Discriminant Validity) başka bir geçerlilik yöntemidir ve bu, ilgi ölçüsü ile diğer yapıların ölçütleri arasındaki düşük korelasyonlarla belirtilmektedir (Ali vd., 2016). Bu nedenle, çalışmada ayırt edici geçerlilik değerlendirilmiştir. Fornell ve Larcker (1981), her gizli değişkendeki AVE'nin karekökünün, eğer bu değer gizli değişkenler arasındaki diğer korelasyon değerlerinden daha büyükse, ayırt edici geçerliliği sağlamak için kullanılabileceğini öne sürmektedir. Çapraz öğeler (karekök AVE), karşılık gelen satırlar ve sütunlardaki diyagonal olmayan öğelerden daha büyük olduğunda, ayırt edici geçerlilik verilir (Ali vd., 2015). Tablo 3.49, her bir AVE'nin (köşegen üzerinde gösterilen) karekökünün, bütün yansıtıcı yapılar için yeterli ayırt edici geçerliliği gösteren, yapı korelasyon matrisindeki ilgili yapılar arası korelasyonlardan daha büyük olduğunu göstermektedir. Genel olarak, tüm önlemler tatmin edici güvenirlik ve geçerlilik göstermektedir.

Tablo 3. 49. “Fornell-Larcker” Ayırt Edici Geçerlilik Kriteri

| Yapılar                                 | KN           | SN           | YT           | ÇDD          | ÇDSAD        | ÇE           | ÇF           | ÇTD          |
|---|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| <b>Kişisel Norm</b>                     | <b>0,871</b> |              |              |              |              |              |              |              |
| <b>Sübjektif Norm</b>                   | 0,265        | <b>0,836</b> |              |              |              |              |              |              |
| <b>Yer Tutumu</b>                       | 0,356        | 0,420        | <b>0,834</b> |              |              |              |              |              |
| <b>Çevre Dostu Davranış</b>             | 0,230        | 0,456        | 0,304        | <b>0,732</b> |              |              |              |              |
| <b>Çevre Dostu Satın Alma Davranışı</b> | 0,169        | 0,416        | 0,276        | 0,636        | <b>0,783</b> |              |              |              |
| <b>Çevresel Endişe</b>                  | 0,335        | 0,591        | 0,463        | 0,499        | 0,378        | <b>0,786</b> |              |              |
| <b>Çevresel Fedakârlık</b>              | 0,273        | 0,521        | 0,391        | 0,545        | 0,452        | 0,601        | <b>0,772</b> |              |
| <b>Çevresel Turizm Davranışı</b>        | 0,115        | 0,467        | 0,338        | 0,634        | 0,693        | 0,481        | 0,525        | <b>0,822</b> |

Ek olarak, aşağıdaki tabloda ayırt edici geçerliliği değerlendirmek için daha iyi bir araç olarak yakın zamanda ortaya konan Heterotrait Monotrait korelasyon oranı gösterilmiştir (Henseler vd., 2015 ve Henseler vd., 2016). Bu yeni yöntem kullanılarak ayırt edici geçerlilik test edildi ve sonuçlar Tablo 3.50'da gösterildi. İyi bir model uyumu için HTMT katsayısı  $<1$  (1'den küçük) olmalıdır. HTMT değeri 0,90'dan büyükse, ayırt edici geçerlilik sorunu vardır. Tablo 3.49'de gösterildiği gibi, bu yöntemde de tüm değerler, ayırt edici geçerliliğin bir sorun olmadığını belirten HTMT.90'ı geçmiştir.

Tablo 3. 50. “HTMT” Ayırt Edici Geçerlilik Kriteri

| Yapılar                             | KN    | SN    | YT    | ÇDD   | ÇSAD  | ÇE    | ÇF    | ÇTD |
|-------------------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-----|
| <b>Kişisel Norm</b>                 |       |       |       |       |       |       |       |     |
| <b>Sübjektif Norm</b>               | 0,299 |       |       |       |       |       |       |     |
| <b>Yer Tutumu</b>                   | 0,372 | 0,484 |       |       |       |       |       |     |
| <b>Çevre Dostu Davranış</b>         | 0,266 | 0,552 | 0,332 |       |       |       |       |     |
| <b>Çevreci Satın Alma Davranışı</b> | 0,165 | 0,500 | 0,296 | 0,711 |       |       |       |     |
| <b>Çevresel Endişe</b>              | 0,356 | 0,705 | 0,522 | 0,574 | 0,416 |       |       |     |
| <b>Çevresel Fedakârlık</b>          | 0,292 | 0,650 | 0,444 | 0,647 | 0,524 | 0,706 |       |     |
| <b>Çevresel Turizm Davranışı</b>    | 0,127 | 0,572 | 0,380 | 0,735 | 0,799 | 0,556 | 0,631 |     |

### 3.3.2.5. Yapısal modelin değerlendirilmesi

Yapısal model ve hipotezleri test etmek için SmartPLS sürüm 3.2.6 kullanılmıştır. Alt yapıların ağırlıklarının ve yol katsayılarının istatistiksel önemini incelemek için 1000



yinelemeli önyükleme prosedürü uygulanmıştır (Chin vd., 2008). SmartPLS yazılımı kullanan SEM-PLS yaklaşımı, CB-SEM'deki gibi genel bir model uyumu hakkında geleneksel bir değerlendirme sunmamaktadır (Ali vd., 2015).

PLS genel olarak uygunluk indeksleri üretmediğinden,  $R^2$  modelin açıklayıcı gücünü değerlendirmenin birincil yoludur (Ali vd., 2016). Bu nedenle, tüm yapıların düzeltilmiş R-karesi, Tenenhaus, Vinzi, Chatelin ve Lauro (2005) tarafından sunulan uygunluk (GoF) endeksi olarak bilinen model uyumunu değerlendirmek için bir tanı aracı kullanmak için hesaplanmıştır. GoF verilerin önerilen modele ne kadar iyi uyduğunu gösteren bir araçtır. GoF ölçüsü, genele ait ortalamanınve ortalama R-karenin (endojen yapılar için) geometrik ortalamasını kullanmaktadır. Analizde GoF değeri tüm yapıların AVE değerlerinin ortalaması ile R-karenin ortalamalarının çarpımının karekökü alınarak hesaplanmaktadır. Bu değer aşağıdaki formülle hesaplanmaktadır;

$$\text{GoF} = \sqrt{\text{AVE (ortalama)} \times R^2 \text{ (ortalama)}}$$

Hoffmann ve Brinbrich (2012), GoF analizinin sonuçlarını değerlendirmek için şulimit değerleri bildirmiştir:

- GoFsmall = 0.1;
- GoFmedium = 0.25;
- GoFlarge = 0.36.

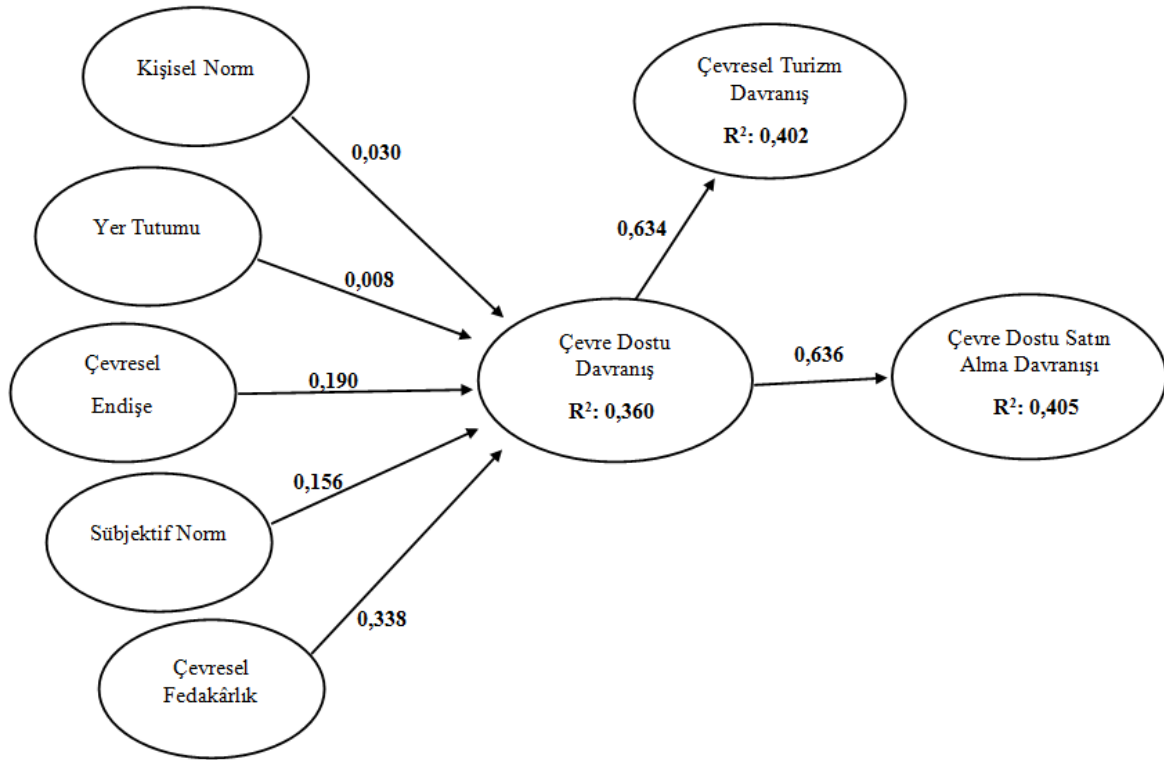
Kazdağı alanı çalışması için oluşturulan model için GoF ölçüt değerinin hesaplanması;

$$\begin{aligned} \text{GoF} &= \sqrt{\text{AVE} \bar{x} \times R^2 \bar{x}} \\ &= \sqrt{0.649 \times 0.389} \\ &= \sqrt{0.252} \\ \text{GoF} &= 0.502 \end{aligned}$$

Bu çalışmada kullanılan model için GoF değeri 0.502 olarak hesaplanmış ve bu değer model uyumunun çok iyi olduğunu göstermektedir. Bununla birlikte, GoF'nin model doğrulama için istatistiksel bir araç olarak kullanılamayacağı dikkat çekicidir. Aksine, toplanan verilerin önerilen modele ne kadar uyduğunu gösteren bir tanı aracıdır (Henseler ve Sarstedt, 2013).

Ölçüm modeli ve uyum iyiliği (GoF) sonrasında, yapısal modeldeki varsayımsal ilişkiler test edilmiştir. Hipotez testlerinin sonuçları, Şekil 3.10'da gösterilmiştir. Şekildeki değerler standardize edilmiş katsayıları ve bunların t-değerlerini göstermektedir. Şekil 3.10'daki düzeltilmiş  $R^2$ 'ler, ilgili yapıdaki öngörücü değişkenlerin açıklayıcı gücünü ifade eder. Kişisel normlar, yer tutumu, çevresel endişe, sübjektif normlar ve çevresel fedakârlık, çevre dostu davranışların 0,360'ını açıklamaktadır. Ayrıca, çevre dostu davranış, çevresel turizm davranışının 0,402'sini öngörmektedir. Son olarak ise çevre dostu davranış, çevre dostu satın alma davranışının 0,405'ini açıklamaktadır.

Şekil 3. 10. Modelin yol katsayıları ( $\beta$ ) ve endojen yapıları ( $R^2$ )



Model geçerliliği ile ilgili olarak Chin vd. (2008) endojen gizli değişkenleri sırasıyla;

- 0.67 önemli,
- 0.33 orta ve
- 0.19 zayıf olarak sınıflandırmıştır.

Buna göre, çevre dostu davranış ( $R^2 = 0.360$ ), çevresel turizm davranışı ( $R^2 = 0.402$ ) ve çevreci satın alma davranışı ( $R^2 = 0.405$ ) orta olarak tanımlanabilir.

Yapısal model ve hipotez testlerinin sonuçları Tablo 3.51'de sunulmaktadır. Önyükleme prosedürü, %95'lik bir güven aralığında, bazı değişkenlerin yol katsayısının önemli olduğunu göstermektedir. Araştırmada kurulan hipotezlerden kişisel norm değişkeninin çevre dostu davranış üzerindeki etkisi anlamlı bulunamamıştır ( $\beta$  KN  $\rightarrow$  ÇDD= 0,030,  $p > 0.05$ ). Bu sonuçla  $H_{9c}$  hipotezi desteklenmemiştir.

Yer tutumu ziyaretçilerin bir alana yönelik bağlılıklarını ve aidiyet duyguları olarak tanımlanabilecek ve bireylerin tekrarlanan bu ziyaretleri çerçevesinde doğaya karşı biraz daha hassas olmalarını sağlayacak bir değişkendir. Çalışmada rekreasyoncuların yer tutumu algılarının günlük yaşamlarındaki çevre dostu davranışlarını etkiler hipotezi ( $H_{10c}$ ) desteklenmemiştir ( $\beta$  YT  $\rightarrow$  ÇDD= 0,008,  $p > 0.05$ ). Yukarıda açıklanan ilişkiler dışındaki hipotezler ( $H_{11c}$ ,  $H_{12c}$ ,  $H_{13c}$ ,  $H_{14c}$ ,  $H_{15c}$ ) desteklenmiştir.

Araştırmada literatür kaynaklı kurulan ve ziyaretçilerin günlük yaşamlarındaki çevre dostu davranışlarını etkilediği açıklanan sübjektif norm, çevresel endişe ve çevresel fedakârlık değişkenleri ile çevre dostu davranış arasındaki ilişki pozitif ve anlamlı çıkmıştır. Çevresel endişe çevre dostu davranışlar üzerinde etkisi vardır.

Tablo 3. 51. Model hipotez istatistikleri (önyükleme)

| Yol katsayıları ve ön yükleme |   |                 |          |              |              |
|-------------------------------|---|-----------------|----------|--------------|--------------|
| Hipotezler                    |   | $\beta$ -değeri | t-değeri | p-değeri     | Sonuç        |
| <b>H9c</b>                    | Kişisel Normlar $\rightarrow$ Çevre Dostu Davranış              | 0,030           | 0,634    | 0,526        | Ret          |
| <b>H10c</b>                   | Yer Tutumu $\rightarrow$ Çevre Dostu Davranış                   | 0,008           | 0,143    | 0,886        | Ret          |
| <b>H11c</b>                   | Çevresel Endişe $\rightarrow$ Çevre Dostu Davranış              | 0,190           | 2,701    | <b>0,007</b> | <b>Kabul</b> |
| <b>H12c</b>                   | Sübjektif Norm $\rightarrow$ Çevre Dostu Davranış               | 0,156           | 2,132    | <b>0,033</b> | <b>Kabul</b> |
| <b>H13c</b>                   | Çevresel Fedakârlık $\rightarrow$ Çevre Dostu Davranış          | 0,338           | 4,769    | <b>0,000</b> | <b>Kabul</b> |
| <b>H14c</b>                   | Çevre Dostu Davranış $\rightarrow$ Çevresel Turizm Davranışı    | 0,634           | 15,398   | <b>0,000</b> | <b>Kabul</b> |
| <b>H15c</b>                   | Çevre Dostu Davranış $\rightarrow$ Çevreci Satın Alma Davranışı | 0,636           | 14,405   | <b>0,000</b> | <b>Kabul</b> |

$H_{11c}$  hipotezi kabul edilmiştir ( $\beta$  ÇE  $\rightarrow$  ÇDD = 0.190,  $p < 0.05$ ).  $H_{12c}$  hipotezi sübjektif normların çevre dostu davranışları etkileyeceği şeklinde kurulmuştur. Analizler sonucunda araştırmaya katılan ziyaretçilerin sübjektif norm tutumları ile çevre dostu davranış eğilimleri arasında anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir ( $\beta$  SN  $\rightarrow$  ÇDD = 0.156,  $p > 0.05$ ). Bu yüzden  $H_{12c}$  hipotezi desteklenmiştir. Analiz sonucunda çevresel fedakârlık ile

çevre dostu davranış arasında anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir ( $\beta \text{ ÇF} \rightarrow \text{ÇDD} = 0.338, p < 0.05$ ). Çevrenin tahribatını önlemeye ilişkin fedakârlıklar çevre dostu davranışları 0,338 düzeyinde etkilemektedir. Bu sonuçla  $H_{13c}$  hipotezi de desteklenmiştir.

Araştırmada ayrıca ziyaretçilerin günlük yaşamlarındaki çevreci tutumlarının, onların tatil deneyimi yaşadıkları zamanlarda da etkisini gösterip göstermediğini tespit etmek için de bir hipotez kurulmuştur. Bunun amacı, insanlar doğrudan çevre ile etkileşimlerinde olumlu olumsuz birçok durumla karşılaşabilirler ve bu durum onların çevresel sorunlarla yüzleşmelerine ve daha dikkatli olmalarına olanak tanımaktadır. Konu ile bilgi tezin ikinci bölümünde detaylı bir şekilde açıklanmıştır. Analiz sonucunda rekreasyoncuların günlük yaşamlarındaki çevre dostu davranışları ile etkinlik sırasındaki çevresel turizm davranışları arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki bulunmuştur ( $\beta \text{ ÇDD} \rightarrow \text{ÇTD} = 0.634, p < 0.05$ ). Bu iki değişken arasındaki etki ise son derece yüksek çıkmıştır. Bu sonuçla  $H_{14c}$  hipotezi desteklenmiştir.

Analiz sonucunda bağımsız değişken olan çevre dostu davranışların bağımlı değişken çevreci satın alma davranışını etkilediği görülmüştür ( $\beta \text{ ÇDD} \rightarrow \text{ÇSAD} = 0.636, p < 0.05$ ). İki değişken arasındaki ilişki istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur. Aralarındaki bu ilişki pozitif yönde bir ilişkidir. Bu sonuçla  $H_{15c}$  hipotezi desteklenmiştir.

Tablo 3. 52. Endojen yapı değerlendirmesi

|                              | <b>R<sup>2</sup></b> | <b>Düzeltilmiş R<sup>2</sup></b> |
|------------------------------|----------------------|----------------------------------|
| Çevre Dostu Davranış         | <b>0,360</b>         | <b>0,351</b>                     |
| Çevresel Turizm Davranışı    | <b>0,402</b>         | <b>0,400</b>                     |
| Çevreci Satın Alma Davranışı | <b>0,405</b>         | <b>0,403</b>                     |

Çevre dostu davranış değişkenindeki varyansın %36'sı kişisel norm, yer tutumu, çevresel endişe, sübjektif norm ve çevresel fedakârlık tarafından açıklanmaktadır. Bu durum araştırmada kullanılan bu beş değişkenin ziyaretçilerin çevre dostu davranış gösterme eğilimde etkili olduğunu göstermektedir.

Rekreasyoncuların etkinlik sırasındaki çevresel turizm davranışlarının yaklaşık %40'ını günlük yaşamlarındaki çevre dostu davranışları açıklamaktadır. Çevreci satın alma davranış değişkenindeki varyansın ise yaklaşık %40'ını çevre dostu davranış değişkeni

açıklamaktadır. Çevresel turizm davranışı ve çevreci satın alma davranışı değişkenlerinin  $R^2$ 'lerinin %40 ve üzeri bir sonuç vermesi son derece önemlidir. Bu durum ziyaretçilerin günlük yaşamlarındaki çevre dostu davranış tutumlarının etkinlik sırasında da etkisini gösterdiğini ve ziyaretçilerin turizm organizasyonu içerisindeki davranışlarında daha hassas olduklarını göstermektedir. Yine çevre dostu satın alma davranışları da ziyaretçilerin günlük yaşamlarındaki çevre dostu davranışlarında oldukça etkilendiğini ortaya koymaktadır. Yani araştırmaya katılan rekreasyoncular sadece bir tutum ya da davranış olarak bu hassasiyetlerini ortaya koymakla kalmayıp, satın alma şeklinde de çevreye destek olduklarını göstermektedir.

Köprülü Kanyon için yapılan çalışmanın bu kısmında ise tezin bir parçası olan ve genel çevre senaryosu dışında araştırmacı tarafından ziyaretçilerin etkinliğin yapılmasına olanak veren ana doğal kaynak değerine yönelik sorular ve buna ilişkin analizlere yer verilmektedir.

Etkinliğin ana kaynak değeri olan 'su' ve buna yönelik rekreasyoncuların algı, tutum ve davranışlarını tespit etmek amaçlanmıştır. Bu amaçla Köprülü Kanyon'a gelen ziyaretçilerin su tasarrufuna yönelik davranışlarının tespiti için veri setine faktör analizi uygulanmıştır. Ölçekte bulunan ölçülebilir ve gözlemlenebilir değişkenlerin birbirleriyle ilişkisinin olup olmadığı ve ilişkisi olan verilerin eşleşerek daha az sayıda ve birbirinden bağımsız yeni veri yapıları oluşturması ve verilerin majör ve minör faktörlerinin tanımlanması için ek sorulara faktör analizi yapılmıştır. Ölçeğin KMO ile Barlett testlerine bakılmış ve değerler örneklem büyüklüğünün kabul edilebilir sınırların içinde olduğunu göstermiştir. Veriler Varimax rotasyonu ile incelenmiştir. Özdeğerlerden (Eigenvalue) 1'in üzerinde olan veriler değerlendirilmiştir. Ayrıca eş kökenliliği 0,500 altında kalan ölçek ifadeleri ve birden fazla faktöre ayrılan ölçeklerin içerisinde her ikifaktör altında da yükü bulunan ifadeler analizden çıkarılmıştır. Yapılan faktör analizi sonucunda Tablo 3.53'de faktör oluşumlarına ilişkin veriler ve değerlendirmeler sunulmuştur

Analiz sonucunda araştırmada kullanılan su tasarrufu ölçeğinin Cronbach Alpha değeri 0,931 olarak bulunmuştur. KMO ile Barlett testleri uygun değerdedir. Su tasarrufu ölçeğinin içerisindeki ifadeler toplam varyansın %77,89'unu açıklayabilmektedir. Araştırmanın bu kısmında da sorular ziyaretçilere beşli Likert derecelendirme yöntemi ile sorulmuştur. Ziyaretçilerin kendine en uygun cevabı 1: Kesinlikle Katılmıyorum ve 5: Kesinlikle Katılıyorum aralığındaki derecelerden birine göre vermeleri istenmiştir.

Rekreasyoncuların yanıtları incelendiğinde genel ortalamanın 4.41 olduğu görülmektedir. Bu durum ziyaretçilerin Köprülü Kanyon'daki rafting etkinliklerinin ana kaynak değeri olan su kaynağına yönelik günlük yaşamlarındaki davranışlarının olumlu olduğunu ortaya koymaktadır.

Tablo 3. 53. Su Tasarrufu Ölçeğine İlişkin Bilgiler

| <b>Su Tasarrufu Ölçeği</b>  |                             |                       |                     |            |   |
|---|-----------------------------|-----------------------|---------------------|------------|---|
| <b>İfadeler</b>   | <b><math>\bar{X}</math></b> | <b>Standart Sapma</b> | <b>Eş Kökenlili</b> | <b>Yük</b> |   |
| <b>Bölgemde su azalması ile karşılaştığımda.....</b>                      |                             |                       |                     |            |   |
| Peyzaj (bahçe, bitki, çim, çiçek) sulamasında daha az su kullanırım.      | 4.50                        | 0,7139                | 0,746               | 0,864      | Özdeğer: 4,673                              |
| Ev temizliği yaparken daha az su kullanırım.                              | 4.50                        | 0,7061                | 0,846               | 0,920      | Varyans: %77,89                             |
| Çevre temizliği (bina, apartman önü gibi) yaparken daha az su kullanırım. | 4.52                        | 0,6833                | 0,857               | 0,926      | Ortalama: 4.41<br>Alpha ( $\alpha$ ): 0,931 |
| Araç (motor, bisiklet, tekne gibi) yıkarken daha az su kullanırım.        | 4.49                        | 0,7207                | 0,852               | 0,896      | KMO: 0,889<br>Barlett: 0,000                |
| Banyo yaparken daha az su kullanırım.                                     | 4.03                        | 1,1080                | 0,667               | 0,817      | P değeri: 0,000                             |
| Bulaşık, çamaşır gibi yıkama yaparken daha az su kullanırım.              | 4.42                        | 0,8855                | 0,755               | 0,869      |   |

Ziyaretçilerin yanıtları tek tek incelendiğinde ise “Çevre temizliği (bina, apartman önü gibi) yaparken daha az su kullanırım” seçeneği 4,52 ortalaması ile en yüksek değere sahip ifadedir. En düşük ifade ise 4.03 ile “Banyo yaparken daha az su kullanırım” seçeneği olmuştur.

Her ne kadar bütün ifadeler dört ve üzeri bir ortalamaya sahip olsa da bölgelerinde su sorunu ile karşılaşıldığında ziyaretçilerin kişisel bakım anlamında kullandıkları su miktarının diğerlerine oranla daha az kesintiye uğradığı görmekteyiz. Buna rağmen yanıtların yüksek çıkması son derece değerlidir.

Günümüzde kuraklıkla mücadelede su kaynaklarının yönetimini elinde bulunduran kurumların genelde iki seçeneği bulunmaktadır; (1) su kaynaklarının çeşitlendirilmesi ve (2) su tasarrufu yapmaktır. Yeni su kaynaklarına ulaşmak ise bu süreçte çok da mümkün olmamakla birlikte ulaşımın sağlanması durumunda ise bu sefer de o suyun ihtiyaç duyulan

bölgeye taşınması için çok büyük yatırım kaynaklarına gerek vardır. Dolayısıyla yöneticilerin elindeki en iyi seçenek suyun korunmasına yönelik önlemler almak, halkı daha az su tüketme konusunda bilgilendirmektir. Toplumda yaşayan bireylerin de üzerlerine düşen sorumlulukları yerine getirerek mevcut kaynakların uzun süre kullanımının yolu açılmış olmaktadır.

Mevcut ve bundan sonraki çalışmalarla halkın küresel sorunlardan biri olan kuraklığa ilişkin halkın bilinç ve bilgi düzeylerinin araştırılarak, bireylerin günlük yaşamlarında ya da sosyal herhangi bir etkinlikte (turizm vb.) su tasarrufu için neler yaptıklarının öğrenilmesi amaçlanmaktadır. Burada önemli olan bireylerin çevre sorunlarına ve kuraklığa yönelik inançları ile koruma eylemlerine ilişkin tutumlarını öğrenmek olacaktır. Bu hassasiyetlerin anlaşılması, bireylerin doğru bir şekilde bilgilendirilmesini, eğitim kurumlarında bu konuya daha fazla önem verilmesini ve yeni politikalar geliştirilmesini sağlayabilir. Hepimizin bu sorunun ancak topyekûn bir müdahale ile çözebilir olduğunu görmesi gerekmektedir.

Tablo 3.53, Köprülü Kanyon Milli Parkı'na gelen ve rafting etkinliğini kullanan rekreasyoncuların su tasarrufuna yönelik hassasiyetlerini göstermektedir. Alan incelemelerinde hemen her yaş grubundan tatilcilerin bu etkinliği kullandığını göstermektedir. Rafting parkurlarının düşük hızlı olması sebebiyle ebeveynleri ile çok küçük yaştaki bireylerin dahi etkinliğe katıldıkları gözlemlenmiştir. Bununla birlikte aile olarak etkinliğe katılan rekreasyoncularda gözlemlenmiştir. Bu iki durum etkinlik sonrasında, özellikle su tasarrufuna yönelik soruların ortalamaların yüksek çıkmasına sebebiyet vermiş olabilir. Konuya ilişkin bir diğer ayrıntı ise genel çevre senaryosu altında sorulan çevre dostu davranış ölçeğinde karşımıza çıkmaktadır. Aynı katılımcıların günlük kullanımlarındaki çevre dostu davranış ölçeği ortalamaları 4,13'tür. Bu ölçek içerisindeki 'su tasarrufu yaparım' sorusuna verilen yanıtların ortalaması ise 3,84'tür. Dolayısıyla araştırmacı tarafından özellikle tasarlanan ve genel çevre senaryosu dışında doğrudan etkinliğin yapıldığı doğal kaynak değeri olan 'su' kaynağına ilişkin sorular oldukça yerinde olmuştur. Çünkü burada kullanılan ölçekte, sorulardan önce 'bölgede su azalması ile karşılaştığımda' cümlesi rekreasyoncuların çevre sorununa yönelik dikkati çekmiş ve rekreasyoncuların bu sorulara daha hassas yaklaşarak yanıtlarını vermelerine neden olmuştur. Bu sonuca su tasarrufu ölçeğindeki 4,41 olan ortalamadan ulaşılabilmektedir. Bu değer yukarıda belirtilen ortalamaların oldukça üzerindedir.

Literatürde su tasarrufunu ölçmeye ilişkin yapılmış oldukça fazla çalışma bulunmaktadır. Brownlee ve arkadaşlarının (2014) Amerika'nın Güney Karolina'daki Hartwell gölündeki çalışmalarında; aynı ölçeğe verilen yanıtlar incelendiğinde tüm sorularda bu çalışmanın ortalamalarının altında sonuçlar ortaya çıkmıştır. Kişisel yaşam merkezli soruları ifade eden son iki soruda (5.soru  $\bar{X}$ : 3,33 ve 6.soru  $\bar{X}$ : 3.28) yedili likert ölçekli derecelendirmede orta noktanın altında değerler göstermesi son derece olumsuz olarak değerlendirilebilir. Bu çalışmadaki yanıtlar ise oldukça olumludur. Benzer bir sorun yalnızca 'banyo yaparken daha az su kullanırım' sorusunda karşımıza çıkmaktadır. Rekreasyoncuların özellikle banyoda su tasarrufuna ilişkin hassasiyetlerinin biraz daha düşük olacağı anlaşılmıştır. Brownlee'nin çalışmasında bir diğer ayrıntı ise Gölü ziyarete sıklıkla gelen rekreasyoncuların çevreye yönelik algılarının daha açık olduğunu ve küresel sorunların Göl'ün suyunun azalmasına neden olduğunun fark edilmesine olanak sağlamıştır. Katılımcılar su seviyesindeki değişiklikleri tespit edebildiklerini ve buna yönelik önlemler alınması gerektiğine vurgu yapmışlardır.

Verdugo ve Armenta (2006) çalışmalarında yönetsel birtakım düzenlemelere ilişkin kişilerin su tasarrufu algılarını ölçmeye çalışmışlardır. Bu çalışmada katılımcılardan bazıları devletin su tasarrufu konusunda yasalarla insanları caydırmaya yönelik girişimler yapmasını ve buna uymayarak su israfı yapmaya devam eden birey ve işletmelere cezalar verilmesini ifade etmişlerdir. Başka bir katılımcı kitlesi ise bu yasalara güvenmediklerini, yasaları yapanların yolsuzlaştığını ve yasalardan ziyade halkın bu soruna karşı içsel bir bilinç kazanması gerektiğini belirtmişlerdir.

Görüldüğü üzere su tasarrufuna yönelik farklı çalışmalar ve farklı bakış açıları bulunmaktadır. Bu çalışmada etkinlik kaynak değeri olan 'su' kaynağına ilişkin sorular yalnızca rekreasyonculara sorumluluklarını hatırlatmak, bu büyük çevre sorununa dikkat çekmek ve katıldıkları bu tür etkinliklerin devamlılığının onların günlük ya da etkinlik sırasındaki su tüketimlerine ve tasarruflarına bağlı olduğunu göstermek amaçlanmıştır. Bu sorun artık sadece yöneticilerin sorumluluğunda değildir. Dahası bu sorunun ortadan kaldırılmasında mevcut yasalarla da yeterli değildir. Bu yüzden 'su' sorununa tek tek birey olarak katkı vermenin etkisinin büyük olduğunu görmek son derece doğru olacaktır.



### 3.3.4. Kazdağı, Göreme ve Köprülü Kanyon Alanlarının Ortak Değerlendirme Sonuçları

Tezin bu bölümünde her üç alan için de ortak kullanılan sorulara ilişkin değerlendirmeler sunulacaktır. Toplam sekiz ölçek ve 49 sorudan oluşan ifadelerle yönelik rekreasyoncuların verdikleri yanıtları SPSS programına tek bir dosya verisi olarak girilmiş ve veriler Tek Yönlü ANOVA testi yöntemiyle test edilmiştir. Buradaki amaç birbirinden farklı özelliklere sahip doğal destinasyonlarda, birbirinden farklı turizm türlerine katılan, farklı doğal kaynak değerleri olan etkinlikleri kullanan ve bunun yanında farklı turizm motivasyonu olan rekreasyoncuların çevresel sorunlara ilişkin karşılaştırmalarını ortaya koymaktır.

Tablo 3.54 Kazdağı, Kapadokya ve Köprülü Kanyon alanlarının Anova testi sonuçlarını göstermektedir. Tüm bağımlı değişkenlerle yapılan karşılaştırmalar anlamlı ( $p < 0,05$ ) çıkmıştır. Buna göre rekreasyoncuların bağımsız değişkenlere yönelik algıları destinasyon ya da etkinlik türüne göre farklılıklar ortaya koymaktadır. Kazdağı alanı rekreasyoncuları ‘çevre dostu davranış’ ölçeği hariç tüm değişkenlerde diğer alanlardan daha çevreci sonuçlar ortaya koymuştur. Bu alan için en yüksek değere sahip değişken  $\bar{X}$ : 4,72 ile çevresel turizm davranışı olurken, en düşük değer ise  $\bar{X}$ : 4,53 ile kişisel norm değişkeninde gerçekleşmiştir. Çevre dostu davranış değişkenindeki karşılaştırma da ise Köprülü Kanyon alanı rekreasyoncuları diğer alanlara göre daha çevreci davranışlar ( $\bar{X}$ : 3,81) sergilemişlerdir.

Kazdağı bölgesi dünyaca tanınan bir eko-turizm, ekolojik, doğa temelli destinasyon olarak tanımlanan önemli bir destinasyondur. Bu alanda oldukça fazla bitki türleri, su kaynakları kısacası sayısız doğa harikası oluşumlar mevcuttur. Dolayısıyla bu alan özellikle bu tür değerlere önem veren, çevresel sorunlara daha fazla hassasiyetleri olan, çevresine karşı sorumluluklarını bilen ve çevre yararına sorumluluk almaktan kaçınmayacak özellikli turistler ve gruplar tarafından ziyaret edilmektedir. Günümüzde sayıları her geçen gün artan bu kitle daha tatillerini planlarken bu tür hassasiyetlerine uygun ülke ve destinasyon seçimi gerçekleştirmektedirler. Dahası bu tür ziyaretçiler seyahat aşaması, konaklama, gezme, satın alımlar gibi turizm organizasyonu içerisinde gerekli bütün kullanımlarında da bu hassasiyetlerini göstermektedirler. Kazdağı bölgesi ulusal olarak da sıklıkla ziyaret edilen yerlerden biri haline gelmiştir. Hem doğal kaynak değerleri hem de bulunduğu konum itibarıyla içerisinde bulunduğu Çanakkale ve Balıkesir

illeri ve İstanbul ve Bursa gibi metropol ve sanayi şehirleri olması sebebiyle yoğun nüfusa sahip illere yakınlığıyla da talep gören bir destinasyondur.

Kazdağı bölgesi için ortaya çıkan analiz sonuçlarını yukarıda ifade edilen nitelikli turistlerin ziyaretleriyle ve alanın sık sık ziyaret edilmeye uygun ortamı sebebiyle açıklamak mümkündür. Literatür kısmında ortaya konulan kavramlardan biri olan yer tutumunun; birey ile bir mekân ya da bir destinasyon arasındaki bağ olarak açıklandığı belirtilmiştir. Buradaki bağın oluşmasındaki en büyük etken ise ziyaret sıklığı ile ilgilidir. Yani bir birey, olmaktan mutlu olduğu bir yere sıklıkla giderse orada olup bitenle ilgili daha dikkatli davranmaktadırlar. Guilani (1992) genel olarak yer tutumunun bireylerin fiziksel bir alanla etkileşimi sonucunda, bireyin o fiziksel alana çeşitli anlamlar yüklemesi olarak tanımlamıştır. Belki bu etkileşimin sadece işlevsel olmasının gerekmeceğini ve alanın kişiye duygusal birtakım kazanımlar sağlamasının da yeterli olabileceğini belirtmiştir. Dahası Brownlee ve arkadaşları (2014) yaptıkları çalışmada bahsedilen tüm bu unsurların kişiye gittiği doğal destinasyonda “evde olma” hissini vereceğini bildirmiştir. Dolayısıyla çok basit bir şekilde insanların “evde olma” hissi onların yaşadıkları evde neleri yapıyorlarsa tatil de ve etkinlik sırasında da onu yapmalarının gerekliliğini ortaya koymaktadır. Bu iki durum insanları daha fazla sorumluluk almaya itmektir. Çalışmadaki bu durumu ifade eden istatistiklere bakıldığında; yer tutumu değerlerinin  $\bar{X}$ : 4,58, ziyaret sıklığı değerlerinin ise ‘2, 3 ve fazlası’ kategorilerinde %48’i aşkın bir değer ortaya koyduğu görülmektedir. Ziyaret sıklığı oranını diğer alanlarla karşılaştırdığımızda ANOVA testindeki Kazdağı lehine çıkan sonuçların anlaşılması biraz daha kolaylaşacaktır. ‘2, 3 ve fazlası’ kategorilerinde ziyaret sıklığı değerleri Kapadokya’da %6, Köprülü Kanyon’da ise %22 düzeyindedir ki bu değerler Kazdağı’ndaki ziyaret sıklığı değerlerinin sekiz katı ve iki katı altındadır.

Araştırma sırasında Kazdağı alanına toplamda üç kez ve 11 gün ziyaret gerçekleştirilmiştir. Bu ziyaretlerin bir kısmında ise araştırmacı bizzat kendi çadır kurarak alanda daha fazla zaman geçirmeyi tasarlamıştır. Bu sayede sabahın ilk ışıklarında ve akşam daha geç saatlerde alanda bulunma fırsatı yakalanmıştır. Bu sayede bu saat dilimlerinde tur planı olan ve alanda yürüyüş yapan rekreasyoncularla etkileşime geçilerek hem gözlem yapılmış hem de katılmak isteyenlere anket formu verilmiştir.

Tablo 3. 54. Alanların ANOVA Testi İstatistikleri

| Alanlar                | N   | Grup İstatistiği |                       | T İstatistiği  |              | Alanlar                             | N   | Grup İstatistiği |                       | T İstatistiği  |              |
|------------------------|-----|------------------|-----------------------|----------------|--------------|-------------------------------------|-----|------------------|-----------------------|----------------|--------------|
| <b>Kişisel Norm</b>    |     | <b>Ortalama</b>  | <b>Standart Sapma</b> | <b>T</b>       | <b>p</b>     | <b>Çevresel Fedakârlık</b>          |     | <b>Ortalama</b>  | <b>Standart Sapma</b> | <b>T</b>       | <b>p</b>     |
| Kazdağı                | 393 | 4,5344           | 0,45955               | <b>26,714</b>  | <b>0,000</b> | Kazdağı                             | 393 | 4,6510           | 0,37183               | <b>78,649</b>  | <b>0,000</b> |
| Kapadokya              | 386 | 4,2424           | 0,66696               |                |              | Kapadokya                           | 386 | 4,2246           | 0,55514               |                |              |
| Köprülü Kanyon         | 385 | 4,3260           | 0,58042               |                |              | Köprülü Kanyon                      | 385 | 4,4767           | 0,48688               |                |              |
| <b>Yer Tutumu</b>      |     | <b>Ortalama</b>  | <b>Standart Sapma</b> | <b>T</b>       | <b>p</b>     | <b>Çevre Dostu Davranış</b>         |     | <b>Ortalama</b>  | <b>Standart Sapma</b> | <b>T</b>       | <b>p</b>     |
| Kazdağı                | 393 | 4,5812           | 0,43529               | <b>130,265</b> | <b>0,000</b> | Kazdağı                             | 393 | 3,7212           | 0,55326               | <b>3,966</b>   | <b>0,019</b> |
| Kapadokya              | 386 | 4,0287           | 0,62810               |                |              | Kapadokya                           | 386 | 3,7006           | 0,65381               |                |              |
| Köprülü Kanyon         | 385 | 3,9696           | 0,66491               |                |              | Köprülü Kanyon                      | 385 | 3,8166           | 0,62064               |                |              |
| <b>Çevresel Endişe</b> |     | <b>Ortalama</b>  | <b>Standart Sapma</b> | <b>T</b>       | <b>p</b>     | <b>Çevresel Turizm Davranışı</b>    |     | <b>Ortalama</b>  | <b>Standart Sapma</b> | <b>T</b>       | <b>p</b>     |
| Kazdağı                | 393 | 4,5611           | 0,43073               | <b>38,910</b>  | <b>0,000</b> | Kazdağı                             | 393 | 4,7168           | 0,30628               | <b>105,015</b> | <b>0,000</b> |
| Kapadokya              | 386 | 4,2153           | 0,59897               |                |              | Kapadokya                           | 386 | 4,1770           | 0,69361               |                |              |
| Köprülü Kanyon         | 385 | 4,3420           | 0,61516               |                |              | Köprülü Kanyon                      | 385 | 4,5569           | 0,53064               |                |              |
| <b>Subjektif Norm</b>  |     | <b>Ortalama</b>  | <b>Standart Sapma</b> | <b>T</b>       | <b>p</b>     | <b>Çevreci Satın Alma Davranışı</b> |     | <b>Ortalama</b>  | <b>Standart Sapma</b> | <b>T</b>       | <b>p</b>     |
| Kazdağı                | 393 | 4,6316           | 0,42123               | <b>61,814</b>  | <b>0,000</b> | Kazdağı                             | 393 | 4,5776           | 0,38177               | <b>51,801</b>  | <b>0,000</b> |
| Kapadokya              | 386 | 4,1815           | 0,63527               |                |              | Kapadokya                           | 386 | 4,1851           | 0,65647               |                |              |
| Köprülü Kanyon         | 385 | 4,4227           | 0,61652               |                |              | Köprülü Kanyon                      | 385 | 4,4145           | 0,54960               |                |              |

Gözlemlere dayanarak; günübirlikçi gelen ziyaretçiler dışında bölge son derece yoğun bir şekilde sistemli, organize ve özellikle doğa ile iç içe olmak isteyen rekreasyoncular tarafından da ziyaret edildiği ifade edilebilir. Bu gruplar ya kendi kamp malzemeleri ile kamp alanlarında ya da daha konforlu konaklamaya imkân veren tesislerde konaklamaktadırlar. Grupların yürüyüş etkinliği için tam teçhizatlı bir şekilde hazırlandıkları ve tur rehberi vasıtasıyla alanın görülebilecek yerlerini gezdikleri gözlemlenmiştir. Organize bir seyahat hazırlığından anlaşılacağı üzere etkinliğin planlı bir şekilde seçilmesi, buna uygun hazırlıkların yapılması ve dolayısıyla rekreasyoncuların da bu konuda bilgili olduklarını göstermesi analiz sonuçlarını doğrulamaktadır. Söz konusu bilgi ve hassasiyetleri olan rekreasyoncuların çevresel sorunlara ilişkin endişeleri yüksek olmaktadır. Bu endişeye paralel olarak rekreasyoncular çevre sorunlarını düzeltmeye ilişkin fedakârlık yapmada da isteklidir. Bunu da günlük veya etkinlik sırasında daha fazla çevre dostu davranışlar gösterme ve hatta satın alımı yaparak göstermektedirler.

Özellikle diğer iki alanla kıyaslandığında Kazdağı'ndaki etkinlik sırasında sürekli farklı yerlerin görülmesi, bitki ve havyan popülasyonu ile karşılaşılması, tamamen gürültüsüz bir ortamda sadece doğayla iç içe ve onun yaşayan formuyla kalınması bu alandaki rekreasyoncu yanıtlarının beklenen bir şekilde yüksek değerler sunmasına olanak tanımıştır. Yine Kazdağı alanında rekreasyoncuların çevresel sorunlarla doğrudan karşılaşma olasılığının daha yüksek olduğu ifade edilebilir. Rekreasyoncuların yürüyüş etkinliği sırasında zarar görmüş, tahrip edilmiş ya da cansız herhangi bir türle karşılaşması (karşılaşılma olasılığı diğer alanlara oranla daha fazla), duygularını hareketlendirecek ve konu hakkındaki dünya görüşünü ve çevreye bakış açısını etkileyecektir. Rekreasyoncular, bu konudaki hassasiyetlerini sorumluluk olarak davranışa dönüştürecek ve yaşam şekillerini buna göre uyarlamaya başlayacaktır. Özellikle bu sebeple doğa temelli bir destinasyonda geçirilecek zaman son derecede önemlidir. Bu etkileşim ve bağ günümüzde var olan çevre sorunlarını ve gelecekte karşımıza çıkabilecek yeni sorunları ortadan kaldırma noktasında önlemler almamıza yardımcı olacaktır.

Karşılaştırmalar neticesinde bir diğer ilgi çekici sonuç ise Kazdağı rekreasyoncularının etkinlik sırasındaki çevre dostu davranış değerleridir. Diğer alanlara kıyasla Kazdağı bölgesinde Milli Park alanı ya da benzer ziyaret noktalarında çok sayıda satın alım gerçekleştirebileceğiniz tezgâhlar bulunmaktadır. Bu tezgâhlarda yöre halkı bölgeden toplanmış yeşillikleri, tarım ürünlerini, yerel ürünlerden elde edilmiş sabun,

zeytinyağı, reçel vb. malları satmaktadırlar. Özellikle günübirlükçi yürüyüş rekreasyoncularının ve diğerlerinin etkinlik öncesi ve sonrasında bu ürünlerden satın aldıkları gözlemlenmiştir. Rekreasyoncuların bu davranışları hem demografik değişkenlerle yapılan analizlerde hem de üç alanın karşılaştırılmasının yapıldığı anova analizlerinde Kazdağı değerlerinin yüksek çıkmasına sebebiyet verdiği düşünülmektedir. Rekreasyoncular bu sayede aslında Kazdağı'nın sadece gezip görme imkânı vermekle kalmayıp gıda gibi ek kaynaklar vermesinden dolayı da alana daha ciddi saygı göstermeye başladığı gözlemlenmiştir. Bu saygı analiz sonucunda ortaya çıkan çevreci değerleri açıklamak için önemli bir etkidir.

Kapadokya'da balon etkinliğini kullanan rekreasyoncuların analiz sonuçları üç alan içerisinde en düşük değerlere sahip araştırma alanı olmuştur. Her ne kadar değerler pozitif yönde ve dört ortalama seviyesinde gerçekleşmiş olsa da balon rekreasyoncularının anova testi sonucunda, her üç alan içerisinde en düşük çevre algılarına sahip olmaları üzerinde düşünülmesini gerektirmektedir.

Balon rekreasyoncularının günlük hayattaki çevre dostu davranışları diğer iki alandaki rekreasyoncularla benzer sonuçlar vermiştir. Bu durumun, her üç alanda da ortak sonuçlar vermesi ziyaretçilerin çevresel sorunları azaltmaya veya önlemeye yönelik özellikle günlük yaşamdaki tutumlarının zayıf olduğunu göstermektedir. Ancak Kapadokya için belirtilmesi gereken konulardan biri balon rekreasyoncularının etkinlik sırasında çevreci davranışlarının diğer iki alandaki ziyaretçilere oranla oldukça düşük olduğudur. Örneğin Kazdağı verilerinde rekreasyoncuların çevresel turizm davranışları ortalaması  $\bar{X}$ : 4,71 iken Kapadokya'da bu ortalama 4,17 düzeyindedir. Bu durumu açıklamak için öncelikle Kapadokya alanının hangi turizm çeşidini sunduğuna, balon etkinliğinin özelliğine ve rekreasyoncuların demografik özelliklerine bakmak gerekir. Kapadokya bölgesinde yer alan turizm çekiciliklerinin kültür turizmine ilgi duyan hedef kitleye hitap ettiği söylenebilir. Bölge ayrıca ulaşım olanaklarında, etkinlik türlerinde ya da konaklama olanaklarında nitelikli ürünler sunmakta dolayısıyla da gelir seviyesi yüksek bir kitleye hitap etmektedir. Alana gelen rekreasyoncuların konforuna değer veren, yüksek harcama düzeyine sahip ve bölgede yapılan yüksek fiyatlı etkinliklere katılmaktan geri kalmayacak kişiler olduğunu söyleyebiliriz.

Yukarıda konunun daha iyi anlaşılabilmesi için bölgedeki etkinliklerin en önemlisi olan balon etkinliğine dair birkaç bilgi vermek gerekir. Bölgede farklı şirketlerin sahip

olduğu yaklaşık 110 adet balon bulunmaktadır. Balonlar değişik yolcu kapasitesine sahip olmakla birlikte genelde 20 kişilik büyüklüğe sahip sepetleri taşıyabilen büyük balonlardan oluşmaktadır. Görüşmeler neticesinde balona binebilmek için 1 veya 2 ay öncesinde randevu almanız ve 2018 yılında €180 civarı olan bir meblağı da gözden çıkarmanız gerekmektedir. Bu rakam Türk lirası ile yaklaşık 1.250 (Euro kuru=6,99, 2018-Ağustos) liradır. Ancak söylemek gerekir ki toplamda 2000 civarı bir rekreasyoncu kitlesinin bu etkinliğe katıldığını göstermektedir. Bu ücrete diğer ulaşım, konaklama ve yeme-içme masrafları hesaba katıldığında ciddi bir tutar karşımıza çıkmaktadır. Dolayısıyla Kapadokyada balon turuna katılan turistlerin rahatından taviz vermesi biraz zor olmaktadır. Keza anket formunda yer alan ‘çevresel fedakârlık’ ölçeğindeki analiz sonuçlarına bakıldığında, her üç alan içerisinde Kapadokya balon rekreasyoncularının en düşük ortalamaya ( $\bar{X}$ : 4,22) sahip yanıtlar vermesi de bu durumu desteklemektedir.

Literatür kısmında yüksek eğitim seviyesinin, yüksek gelirin, yaşın ve gelişmiş ülkelerde yaşamanın çevre konularına hassas ve bu sorunların ortadan kaldırılmasında sorumluluk alan bireyleri ortaya çıkardığı ifade edilmişti. Ancak en azından diğer iki alanla kıyaslandığında Kapadokya rekreasyoncularının bu özellikleri diğer alandakilere göre daha fazla taşımalarına rağmen en düşük düzeyde çevreci özelliklere sahip turistler olduğunu göstermektedir.

Rekreasyoncular gözlemlendiğinde genelde bireylerin balon etkinliği sırasında sürekli fotoğraf çektirmeleri, video kaydı almaları ve bu kayıtları anı olarak saklama amacının yanında doğrudan sosyal platforma yükleyerek bir nevi, bu özel bölgede ve etkinlikte bulunduğunu sosyal çevresine gösterme eğiliminde olmaları prestij arama çabası içerisinde olduklarını düşündürmektedir. Araştırmacı bölgedeki gecelemelerinden birini de balonların kalktığı alanda çadır kurarak gerçekleştirmiştir. Bu sayede daha gün doğumu gerçekleşmeden hem etkinlik ekiplerinin hem de ziyaretçilerin neler yaptığı gözlemlenmiştir. Bu süre içerisinde de yukarıdaki prestij algısına yönelik daha ciddi davranışlar görülmüştür.

Balona binenlerin o gün öncesinde ya da sonrasındaki bir etkinliği de balonların kalkması sırasında yaşanan görseelliğin de içinde bulunmak istemeleridir. Misafirlerinin bu ihtiyacına cevap vermek isteyen işletmeler balonların rahat bir şekilde görülebileceği yerlere halı ve gerekli gereçleri getirerek misafirlerine kahvaltı ambiyansı yaratmak gibi bir ürün ortaya çıkarmışlardır. Gözlemlere dayanarak turistlerin bu ürünü satın aldığı ve

gün doğumunda yerlerini aldıkları söylenebilir. Bu ambiyans ve olay, yüzlerce yıllık zaman sürecinde oluşmuş bu görsel manzarada sanki rutin bir şeymiş gibi davranılarak yansıtılmış ve yine ziyaretçiler bu resimleri de benzer sosyal platformlara yüklemişlerdir. Benzer tavır ve davranışları rekreasyoncuların kaldıkları otellerde de görmek mümkündür. Burada da benzer çabalar hem gün doğumunda yukarıda bahsedilen şekilde hem de gün batımında şarap kadehlerinin olduğu bir akşam yemeği ambiyansı içerisinde yansıtılmaya çalışılmıştır.

Bu çerçevede anlatılan bütün tespitler gerçekte tamamen turizm ruhuna uygun, destinasyonda yer alan işletmelerin ve çalışanlarının müşterilerini tatmin etmeye yönelik ve onların günlük harcama düzeylerini yükseltecek şeylerdir. Dolayısıyla da bu durum hem işletmeye bir karlılık getirir hem de küçük ölçekte destinasyona büyük ölçekte ise ülke turizm gelirlerine büyük etkisi olabilecek davranışlardır. Yukarıda vurgulanmak istenen, tüm bu harcamaları karşılayan ve buna yönelik davranışlar sergileyen bireylerden tamamen bunun dışında davranarak, konforlarından ve tatil amaçlarından vazgeçip çevrenin yararına olabilecek herhangi bir sorumluluk almak istemeyecekleridir. Analiz sonuçlarına bakıldığında da Kapadokya balon rekreasyoncularının özellikle çevre dostu davranışlarda diğer iki alanla ortak ancak ‘çevresel turizm davranışı’ ve ‘çevreci satın alma davranışında’ ise diğer iki alanın da çok altında yanıtlar verdiklerini görmekteyiz. Dahası çevreci satın alma davranışı ölçeği içerisinde ‘çevreye dost ürünleri satın alarak çevreyi koruyabilirim’ ve ‘seyahatim esnasında çevreci turistik ürünleri satın almaya çalışırım’ ifadelerinin (ki bu ifade içerisinde çevreci otel seçeneği belirtilmiştir) olmasına rağmen analiz sonuçlarında bu değişkenlere ilişkin ortalamalar düşük çıkmıştır. Kısacası genellemenin mümkün olmamasıyla birlikte balon etkinliğine katılan rekreasyoncuların alana geliş amaçlarının ve davranışlarının kolay kolay değiştirilemeyeceği dolayısıyla da çevresel sorunların bu konforun önüne geçmekte yetersiz kalabileceği yönündedir.

Köprülü Kanyon’un bulunduğu il olan Antalya turizm potansiyeli çok yüksek ve geçmişte ve günümüzde yapılan yatırımları ile genelde kitle turizmine yönelik hizmetler sunan bir destinasyondur. Bölgeden sağlanan gelirler Türkiye’nin turizmden elde edilen gelirlerinin büyük bir kısmını oluşturmaktadır. Sahil şeridiyle turistlerin deniz-kum-güneş beklentisini karşılayan bölge, kültürel ve rekreatif faaliyetleriyle de hem kültürel turizme merakı olan ziyaretçileri hem de bir etkinlikle tatillerini çeşitlendirmek isteyen rekreasyonculara birçok imkân sunmaktadır.

Bölgede rafting etkinliğinin gerçekleştirilmesine yönelik birçok işletme mevcuttur. Araştırma kapsamında bölge bizzat araştırmacı tarafından 17 gün ziyaret edilmiştir. Bu ziyaretler kapsamında birçok kez etkinliğe katılıp bu süre zarfında rekreasyoncuların hareketleri gözlemlenmiştir. Etkinliğin yapıldığı bölge yerli ve yabancı turistlerin tatil planı çerçevesinde önemli yerlerden biridir. Gözlemler neticesinde aile bireylerinden oluşan grupların da oldukça fazla olduğu gözlemlenmiştir. Ek olarak, bölgede rafting etkinliği için fazla zorlayıcı bir parkurun olmaması ve suyun hızının düşük olması neticesinde ailelerin farklı yaş gruplarıyla çok rahat etkinliğe katılabildikleri gözlemlenmiştir.

Üç alanın karşılaştırılmasında anova analizlerine göre, Köprülü Kanyon'un dört ve üzeri ortalamalara sahip olduğu görülmüştür. Özellikle 'çevresel turizm davranışı' ( $\bar{X}$ : 4,55) ve 'çevresel fedakârlık' ( $\bar{X}$ : 4,47) değişkenlerindeki ortalamalar oldukça yüksektir. Köprülü Kanyon rekreasyoncuları beklenenin aksine 'çevre dostu davranış' değişkeninde diğer iki alanında üzerinde sonuçlar ortaya koymuştur. Bu verinin önemi şu şekilde açıklanabilir. Kazdağı bölgesi yukarıda da ifade edildiği gibi doğa temelli destinasyonlarda yapılması gerekenleri bilen ya da en azından sorumluluk alması daha muhtemel bir hedef kitleye hitap etmektedir. Dolayısıyla bu tür destinasyonlara daha çevreci bir kitle gelmesi olasılığı literatürde de açıkça belirtilmiştir. Ancak ufak bir farkla da olsa Köprülü Kanyon rekreasyoncularının daha çevre dostu davranışlara sahip olduklarını belirtmeleri dikkate değer bir sonuçtur. Bu kapsamda elde edilen sonuçların literatüre de katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Köprülü Kanyon'da yapılan rafting etkinliğinin kaynak değeri olan 'su' insan hayatı açısından son derece önemlidir. Bu kaynak her ne kadar o an için bir etkinlik için kullanılıyor olsa da rekreasyoncuların 'su' ya yönelik önem atfetmelerini de engellemediği görülmektedir. Bunun bir diğer sebebi olarak aile faktörü görülmektedir. Her üç alanda da en yüksek aile olarak katılımın gösterildiği etkinlik Köprülü Kanyon rafting etkinliği olmuştur. Erhabor ve Oviahon (2018) aile kavramının ve yetiştirilme şeklinin kişilerin çevresel davranışlarının üzerinde büyük bir etkisinin olduğunu belirtmiştir. Etkinlik sonrasında rekreasyoncuların dinlenme ve yemek yeme sürecinde dağıtılan anket formlarının en çok aile olan gruplar tarafından önemsendiğini de belirtmekte fayda vardır. Bu kapsamda rekreasyoncuların öncelikle suyun öneminden daha sonra da çevresel



sorunların çocuklarının geleceğini de tehdit etme olasılığından dolayı hassasiyetlerinin daha yüksek olabileceği düşünülmektedir.

Antalya bölgesinin genelde kitlesel turizm türüne katılan turistlere hizmet verdiği düşünüldüğünde ve Köprülü Kanyon'a da bu kitlenin geleceği hesaba katıldığında bölgeden elde edilen verilerin de Kapadokya'daki gibi düşük çıkmasına neden olabilir. Bu kapsamda verilerin tam aksine değerler vermesi, Köprülü Kanyon rekreasyoncularının Ovalı (2007:69)'in çalışmasında belirttiği genel kitle turizm profili özelliklerinden “çevre bilinci az gelişmiş”, “tüketim odaklı”, “konfor arayan” ve “bilinçsiz ve çıkarıcı” özelliklerine uymadıklarını göstermektedir. Dolayısıyla bu verilere sahip rafting rekreasyoncularının Antalya bölgesi turist profiline uymadığı ya da etkinliğin insanlarda bu tür bir hassasiyet geliştirdiği sonucuna ulaşılabilir.

Üç alan içerisinde farklılığın önemli olduğu düşünülen bir diğer istatistik ise endojen yapı değerlendirmeleridir. Burada kişisel norm, sübjektif norm, yer tutumu, çevresel endişe ve çevresel fedakârlığın çevre dostu davranışı, çevre dostu davranışın çevresel turizm davranışını ve çevreci satın alma davranışını ne oranda açıklayabildiği test edilmiştir. Bu istatistiklerde en yüksek değer Köprülü Kanyon rekreasyoncularının verdikleri yanıtlardadır. Köprülü Kanyon rekreasyoncularının endojen yapı değerlendirmelerine bakıldığında beş değişkenin çevre dostu davranışın %36'sını, çevre dostu davranışın çevresel turizm davranışının %40'ını ve son olarak çevre dostu davranışın çevreci satın alma davranışını %40 düzeyinde açıklayabildiğini göstermektedir. Yine bu değerlerde de yukarıda belirtilen bilgiler neticesinde Kazdağı bölgesi için daha yüksek değerlere ya da daha fazla oranda etkiye sahip olması beklenmektedir. Bu yanıtları incelerken özellikle beş değişken üzerinden gidildiğinin unutulmaması gerekir. Yani Köprülü Kanyon rekreasyoncuları için bu beş değişkenin çevre dostu davranışı etkileme potansiyeli yüksek çıkarken, Kazdağı ya da Kapadokya rekreasyoncuları için çevre dostu davranışı açıklamakta yetersiz kalmış olabileceği ve bunu açıklamaya yönelik diğer değişkenlere (çevre hakkında bilgi, çevresel farkındalık, çevre duyarlılığı vb.) ihtiyaç duyulabileceği yönündedir. Bunun yanında rafting etkinliğinin her anında 'su' kaynağı ile etkileşim, suyun rekreasyoncuların davranışlarının şekillenmesinde etkin bir rol oynamış olabilir.

## SONUÇ VE ÖNERİLER

Doğa ve doğal destinasyonlar turizm sektörü için son derece önemli kaynak değerleridir. Bu alanlar turizm sektörü için önemli olduğu kadar insan hayatı ve turizm olanaklarının varlığının sürdürülebilmesi için de korunması gereken alanların başında gelmektedir.

Özellikle metropol şehirlerin yoğun baskısı sonucu sıkılan ve stres yaşayan bireylerin doğa ile temaslarının artmaya başlaması son yıllarda bu tür alanlara ilgiyi de arttırmıştır. Yoğun ziyaret edilen bu tür alanlar her geçen gün zarar görmeye ve tahrip olmaya başlamıştır. Doğal alanların sadece turizm sektörü içerisinde yer alan işletmeler ve kamu sektörü tarafından korunması yeterli olmamaktadır. Doğa ile etkileşime giren ziyaretçilerin de hem günlük yaşamlarında hem de etkinlik sırasındaki tutum ve davranışlarında çevreci davranış göstermesi gerekmektedir. Turizmin çekiciliklerinden biri olan doğal destinasyonlar ancak çevreci anlayışın benimsenmesiyle korunabilecektir.

Bu çalışmanın amacı doğada yapılan rekreatif faaliyetlere katılan rekreasyoncuların, çevresel sorunlara yönelik algılarını, endişelerini, sorunların azaltılmasına yönelik günlük yaşamlarındaki ya da rekreatif bir etkinlik sırasındaki kişisel tutum, davranış ve çevreci satın alma eğilimlerini açıklamaktır.

Araştırma kapsamında üç farklı destinasyondaki farklı etkinliklere katılan kişilerden veriler toplanmıştır. Kazdağı Milli Parkı'na Nisan, Temmuz ve Ağustos aylarında gidilmiş ve toplam 393 adet geçerli anket değerlendirmeye alınmıştır. Kapadokya/ Göreme Milli Parkı'nda Nisan, Ağustos ve Eylül aylarında 386 adet geçerli anket değerlendirilmiştir. Son olarak Köprülü Kanyon Milli Parkı Temmuz, Ağustos ve Eylül aylarında ziyaret edilmiştir, geri dönüş sağlanan 385 geçerli anket üzerinden analizler yapılmıştır.

Yaş değişkeni incelendiğinde en çarpıcı farklılık Kapadokya alanı içerisinde görülmektedir. Kapadokya'ya gelen ve balon etkinliğini kullanan rekreasyoncuların %39,3'ü 26-35 yaş aralığında iken yaklaşık %37'si ise 36-45 yaş aralığında olduğu görülmektedir. Üç alan için de bu iki kategori rekreasyoncuların yaklaşık %80'inini oluştururken, Kazdağı ve Köprülü Kanyon'da çoğunluk 26-35 yaş aralığındadır. Kapadokya'nın kültür turizmüne yönelik bir bölge olması ve bu turizm türüne orta yaş üzeri rekreasyoncuların katılım göstermesi bu durumu açıklayabilmektedir.

Rekreasyoncuların gelir düzeylerine bakıldığında ise her üç alanda da katılımcıların gelirlerinin %90 ila %93 arasında ve eşit bir şekilde orta ve yüksek gelir seviyesi içerisinde olduğu görülmektedir. Orta gelirli ziyaretçiler Kazdağı alanında 237 kişi (%60,2), Kapadokya alanında 233 kişi (%60,8) ve Köprülü Kanyon alanında ise 228 (%60,7) kişiden oluşmaktadır.

Alanlara gelen rekreasyoncuların cinsiyetleri Kazdağı alanında erkek çoğunlukta çıkmakla birlikte yaklaşık olarak eşit düzeydedir. Yine rekreasyoncuların medeni durumları incelendiğinde Kazdağı alanında %69,5 ve Köprülü Kanyon alanında %64,ü'ünün evli olduğu görülmüştür. Kapadokya alanında ise rekreasyoncuların %50,8'i evli iken %49,2'si bekar bireylerden oluşmaktadır.

Her üç alandaki çarpıcı farklılıklardan biri de eğitim kategorisinde karşımıza çıkmaktadır. Kapadokya'ya gelen rekreasyoncuların %17,2'si lisansüstü eğitimi almışken %48,2'si de lisans düzeyinde üniversite eğitimi görmüş kişilerdir. Diğer iki alanda ise yaklaşık %50'ye denk gelen (Kazdağı:207 kişi, Köprülü Kanyon:184 kişi) katılımcı lise ve ön lisans düzeyinde eğitim görmüştür. Her ne kadar üç alanda da lisans düzeyinde eğitim almış bireyler birbirine yakınsa da, Kapadokya alanında lisansüstü yapan kişilerin (N:66) çok olması Avrupa, Asya, Avustralya ve Kuzey Amerika'dan gelmesinden ve buradaki rekreasyoncuların çoğunluğunun yabancı olmasından kaynaklanmaktadır.

Kazdağı'nı ziyaret eden ve yürüyüş etkinliğine katılan rekreasyoncuların %93,8'i Türkiye'de yaşadıklarını belirtmişlerdir. Kapadokya'da ise tam tersi %15,6'sı Türkiye'de yaşadığını belirtirken yaklaşık %84'ü Türkiye dışında yaşamaktadır. Kapadokya alanına gelen rekreasyoncular beş kıtaya yayılmıştır. Bu alanda sadece Afrika ve Antartika kıtasından ziyaretçi bulunmamaktadır. Kapadokya alanındaki bu çeşitlilik, araştırmada aranacak diğer bağımlı bağımsız değişkenler arasındaki ilişkiler anlamında da farklı katkılar sağlamıştır. Köprülü Kanyon alanındaki rekreasyoncuların ise %70,2'sinin Türkiye'de yaşadığını belirtmiştir. Türkiye'yi %18,8 ile Avrupa ve %10,1 ile Asya ülkelerinin takit ettiği görülmüştür.

Rekreasyoncuların alanlardaki ziyaret sıklıklarına bakıldığında 'bir kez' kategorisini seçen ziyaretçilerin Kapadokya'da %93,4, Köprülü Kanyon'da %77,3 ve Kazdağı'nda %51,9'u oluşturduğu görülmektedir. En belirgin farklılık Kazdağı'nda yaşanmış ve bu alanı ziyaret eden kişilerin 'iki kez' seçeneğini seçme oranı %33,7 ve 'üç ve fazlası' oranı %14,4'dür. Bu kategoriler Köprülü Kanyon'da %18,1 ve %4,6 ve

Kapadokya'da %6,1 ve %0,5'dir. Ziyaret sıklıkları rekreasyoncuların yaşadıkları ülke kapsamında değerlendirildiğinde Kazdağı'ndaki birden fazla ziyaretin sebebinin bu alana gelenlerin yaklaşık %93'sinin Türklerden oluşmasından kaynaklı olduğu söylenebilir. Yine Kapadokya'daki ziyaret sıklığının yaklaşık %93 ile bir kez olması, bu alana gelen rekreasyoncuların %84,4'ünün yabancı uyruklu ziyaretçiler olmasından kaynaklı olabilir.

Tüm alanlardaki rekreasyoncuların yanıtlarının ortalamaları incelendiğinde, çevre dostu davranış ve çevreci satın alma davranışlarına yönelik sorulara verilen yanıtların en yükseği Kazdağı alanında karşımıza çıkmaktadır. Bu alandaki yürüyüş etkinliğine katılan rekreasyoncuların her bir ölçekte verdikleri yanıtların biri hariç (çevre dostu davranış  $\bar{X}$ :4,12) hepsi 4,5 derecelendirme notunun üzerinde çıkmıştır. Dahası etkinlik sırasındaki çevreci davranışlarına yönelik ortalama ise  $\bar{X}$ : 4,71'dir. Bu sonuç bireylerin etkinlik sırasında çevreyle doğrudan etkileşimlerinden dolayı daha hassas oldukları ve çevre kullarımlarına dikkat ettiklerini göstermektedir. Diğer iki alandaki yanıtların ortalamaları ise yaklaşık 4-4,5 aralığında gerçekleştiğini göstermektedir. Bu durum iki alan için de istatistiki anlamda oldukça önemlidir. Bu ortalamalar tüm katılımcıların günlük ve etkinlik sırasındaki çevre dostu davranışları önemseydiğini göstermektedir. Dahası katılımcılar çevreyi koruyacak satın alma davranışı göstererek bunu eyleme de dönüştürmektedirler. Bu sonuç araştırmada erişilmek istenen çıktılara ilişkin önemli bir adımdır.

Araştırmada demografik özelliklerden cinsiyet, yaş, gelir ve eğitim durumu ile çevre dostu davranış ve çevreci satın alma davranışı arasındaki ilişkiler tespit edilmeye çalışılmıştır. Analizler için t-testi ve anova testleri uygulanmıştır. Bu amaçla yapılan analizlerde Kazdağı için kurulan sekiz hipotezin de hepsi desteklenmiştir. Kazdağı'na gelen rekreasyoncuların cinsiyet, yaş, gelir ve eğitim durumunun çevre dostu davranış ve çevreyi korumaya yönelik satın alma değişkenleri üzerinde anlamlı ve olumlu yönde bir etkisi söz konusudur. Cinsiyet değişkenine yönelik sonuç literatürdeki bazı çalışmalarla da paraleldir (Plavsiz 2013 ve Soylu vd., 2018). Bu çalışmalarda rekreasyoncuların cinsiyet değişkenleri ile çevreye karşı dost davranma arasında anlamlı ilişkiler tespit edilmiştir. Ortalamalar incelendiğinde rekreasyoncuların cinsiyete göre çevre dostu davranışları kadınlarda 3,81 ve erkeklerde 3,63 ortalamalara sahipken, çevreci satın alma davranış değişkeninde kadınların 4,62 ve erkeklerin 4,54 değeri ile yüksek bir ortalamaya sahip oldukları görülmüştür. Yani rekreasyoncuların satın alma eylemleri günlük yaşamlarındaki

çevre dostu davranış tutumlarından daha yüksek çıkmıştır. Kadınlar her iki bağımlı değişkende de daha yüksek değerlere sahiptirler. Bu bilgiler literatürdeki çalışmalarla da benzer niteliktedir. Laroche ve diğerlerinin (2001) yaptıkları çalışmada kadınların sosyal bilince daha fazla sahip olmaları nedeniyle onların çevreci tüketim alışkanlıklarının daha fazla olduğunu belirtmişlerdir. Roberts (1996) ise çalışmasında endişe kavramına dikkat çekmiştir. Roberts kadınların daha fazla çevre endişesi taşımaları dolayısıyla çevremizdeki çevreci tüketici kadın sayısının arttığı bildirmiştir.

Yaş kategorisinde ise 36-45 yaş aralığındaki bireyler daha fazla etki göstermektedir. Kazdağı'na gelen rekreasyonculardan çok yüksek gelirli olduğunu belirtenlerin çevre dostu davranış bağımlı değişkenindeki etkisi daha anlamlıyken, düşük gelirli bireylerin diğer kategorilerdekilere göre daha fazla çevreci satın alma davranışı gerçekleştirdiği görülmüştür. Yani düşük gelir grubuna dâhil olduğunu beyan eden kişilerin çevreyle ilişkilerinde daha hassas olma ve bunu da satın alma davranışına dönüştürme oranı daha yüksektir. Boztepe (2012), Lynn (2014) ile Al Mamun ve arkadaşları (2018) çalışmalarında bireylerin gelir düzeylerinin çevre dostu davranış sergilemelerine etki ettiği sonucuna varmışlardır. Boztepe yüksek gelirli bireylerin, Al Mamun ise aksine düşük hane gelirine sahip bireylerin çevre konusundaki endişeleri vasıtasıyla çevreye dost davranışlarda bulunduğunu ifade etmişlerdir. İki bağımlı değişkenin eğitim düzeyi ile ilişkisinde ise lisansüstü eğitim düzeyine sahip rekreasyoncuların daha yüksek değerler taşıdığı anlaşılmıştır. Eğitim seviyesinin artması ile insanların dünyada olup bitenlerden daha fazla haberdar olması mümkündür. İnsanların çevrenin kendi yaşam kalitesinin artırılmasında ve devamlılığında önemli olduğunun farkına vardığı ve çevreye katkı verecek satın alma davranışı gösterdiği anlaşılmaktadır. Bu da Roberts ve Bacon (1997) tarafından yapılan çalışmayla benzer özellikler taşımaktadır.

Kapadokya alanında rekreasyoncuların demografik özellikleri ile bağımlı değişkenler arasında kurulan hipotezlerden sadece üçü desteklenmiştir. Bu alanda rekreasyoncuların çevre dostu davranış ve çevreci satın alma davranışları ile cinsiyetleri arasında bir ilişki tespit edilememiştir. Yaş, gelir ve eğitim durumları ile kurulan hipotezlerden ise çevre dostu davranış bağımlı değişkeni ile kurulan hipotezler desteklenmiştir. Bu durum Kapadokya'ya gelen ve balon etkinliğini kullanan rekreasyoncuların demografik özelliklerine göre günlük yaşamlarında çevre dostu davranış

eğilimleri gösterdikleri ancak bu eğilimin satın alma eylemine dönüşmediği şeklinde yorumlanabilir. Yani satın almaya yönelik ilişkiyi açıklamada yaş, gelir ve eğitim etkin bir değişken olamamıştır. Barber ve arkadaşları (2009) ve Ramly ve arkadaşları (2014) çevre dostu davranışların anlaşılmasına yönelik yapmış oldukları araştırmalarda eğitim seviyesini bir kategori olarak kullanmışlardır. Dahası Ramly ve arkadaşları eğitim seviyesinin çevreye duyarlı tüketici davranışlarını etkilediği sonucuna varmışlardır. Diamantopoulos ve arkadaşları (2003) bireylerin daha iyi eğitilmiş olmalarının çevreci faaliyetlere katılımlarını olumlu yönde etkilediğini belirtmiştir. Ayrıntılar incelendiğinde, 46 yaş ve üzeri bireylerin ( $\bar{X}$ : 4,10), yüksek gelir düzeyine sahip bireylerin ( $\bar{X}$ : 4,07) ve lisans düzeyinde eğitim seviyesine sahip bireylerin ( $\bar{X}$ : 3,99) çevre dostu davranışları daha yüksektir.

Köprülü Kanyon alanındaki analizlerde kurulan hipotezlerin sadece üçü desteklenmiştir. Cinsiyet değişkeni her iki bağımlı değişken içinde anlamlı çıkmıştır. Diğer anlamlı ve olumlu yönde çıkmış olan sonuç ise yaş kategorisinin çevreci satın alma davranışı üzerindeki etkisidir. Diğer beş hipotez ise reddedilmiştir. Köprülü Kanyon'daki cinsiyet değişkenini Kazdağı'ndaki bulgularla karşılaştırdığımızda çevre dostu davranışın Köprülü Kanyon alanında, çevreci satın alma davranışının ise Kazdağı alanında daha yüksek değerlere sahip olduğu görülmüştür. Köprülü Kanyon'a gelen rekreasyoncuların kabul edilen yaş hipotezi kategorisinde 26-35 yaş aralığında olanlarının çevreci satın alma davranışlarının daha yüksek olduğunu ortaya koymaktadır. Genel itibari ile bakıldığında yaş kategorisindeki bütün aralıkların ortalamaları dört ve üzeri bir derecelendirmeye sahiptir. Literatürde birçok çalışma yaşın çevre dostu davranış, çevre bilinçli davranış ya da çevreye dost satın alma davranışları üzerinde benzer etkilerinin olduğunu yönelik bulgular ortaya koymuştur (Vining ve Ebreo, 1990 ve Yahya vd., 2015). Dahası çalışma Roberts (1997)'in yapmış olduğu çalışmadaki, genç bireylere kıyasla daha orta yaşlı bireylerin ekolojik bilinçli olma ve çevre dostu davranış gösterme eğiliminde oldukları sonucuyla da paraleldir.

Araştırmadaki alanlar için oluşturulan modellerin model uyumlarını değerlendirmek için GoF değerleri hesaplanmıştır. GoF verilerin önerilen modele ne kadar iyi uyduğunu gösteren bir araçtır. GoF ölçüsü, genele ait ortalamanın ve ortalama R-karenin (endojen yapılar için) geometrik ortalamasını kullanmaktadır. Analizde GoF değeri

tüm yapıların AVE değerlerinin ortalaması ile R-karenin ortalamalarının çarpımının karekökü alınarak hesaplanmaktadır.

GoF değeri en yüksek çıkan ve dolayısıyla model uyumu en iyi değeri alan araştırma bölgesi Köprülü Kanyon olmuştur. Köprülü Kanyon'un GoF değeri 0,502 olmuştur. Sırasıyla diğer GoF değerleri ise Kapadokya için 0,405 ve Kazdağı için 0,380 olarak bulunmuştur. Buna göre model uyumluluk değerleri GoF large = 0.36 düzeyinin üzerinde ve oldukça yüksek çıkmıştır. Ali ve diğerleri 2016 yılında Malezyadaki resort otellerde konaklayan yabancı turistlerin deneyimlerinin, anılarının ve memnuniyetlerinin davranışsal niyetlerini etkileyip etkilemediğine yönelik bir çalışma gerçekleştirmiştir. Çalışmada beş bağımlı değişken ve üç endojen yapı değerlendirmesi yapılmıştır. Çalışmadaki verilerin modele uyumluluğunu ölçmek için GoF değeri hesaplanmış ve sonuç 0,525 bulunmuştur. Bu sonuç Ali ve diğerlerinin çalışmasındaki model uyumluluk değerinin yüksek olduğunu göstermiştir.

Model hipotezlerinin inceleneceği ve her üç alan içinde karşılaştırılacağı bu kısımda öncelikle hipotezlerin desteklenme ve desteklenmeme durumları kontrol edilmiştir. Literatür kaynaklı oluşturulan ve çevre dostu davranışı etkileyen kişisel norm, yer tutumu, çevresel endişe, sübjektif norm ve çevresel fedakârlık değişkenlerine ilişkin hipotezler incelenmiştir.

Kazdağı alanında ziyaretçilerin çevresel endişe ( $\beta$ : 0,215) ve çevresel fedakârlık ( $\beta$ : 353) düzeyleri çevre dostu davranışı anlamlı bir şekilde etkilemektedir. Çevresel endişe, bireylerin çevrenin korunmasına yönelik güçlü ve olumlu yönde tutumlarını ifade etmektedir (Minton ve Rose, 1997:38). Mostafa (2009:11031) yaptığı çalışmada, çevresel endişenin bireylerin, problemi hafifletmeye çalışmak, davranışsal uygulamaları değiştirmek için motive olma dereceleri üzerinde önemli bir etkiye sahip olabileceğini belirtmiştir. Yadav ve Pathak (2016) ise çevre endişesinin araştırmaların temelinde yer aldığını ve bu durumun da tüketicilerin karar verme sürecinde etkisi olan faktörlerin başında geldiğini belirtmişlerdir. Mostafa 2007 ve 2009 yıllarında gerçekleştirdiği her iki çalışmada da, tüketicilerin tutumlarını ve çevre dostu satın alma eğilimlerini etkileyen en önemli değişkenlerden birinin de bireylerin çevresel endişeleri olduğunu tespit etmiştir. Fedakârlık ve davranış istekliliği motivasyon dönüşümünde kalıcı ilişkilerin sağlanabilmesi için son derece önemlidir. Schwartz çevresel fedakârlığı (altruizm), bireyin başka bir bireyi veya çevrenin durumuna zararlı sonuçların farkına vararak bunları

değiştirmeye yönelik sergilemiş oldukları sorumlu çevreci davranış olarak tanımlamıştır (Schwartz, 1977:222). Iwata'nın 2001 yılında lisans öğrencileri arasında gerçekleştirdiği çalışmada, çevrenin korunmasına karşı iyimser bir tutum içinde olmak ve çevre için daha fazla fedakârlık gösterme eğiliminde olan bireylerin çevreye karşı daha sorumlu davranışlar gösterdiklerini belirtmiştir (Iwata, 2001). Bu çalışmada elde edilen sonuçlar hem literatürde yer alan bilgilerle hem de daha önce yapılmış başka alan araştırmaları sonuçları ile paralellik göstermektedir.

Kapadokya alanındaki ziyaretçilerde yukarıdaki değişkenlerden sadece subjektif norm ( $\beta$ : 0,345) ve çevresel fedakârlık ( $\beta$ : 0,133) değişkenleri ile çevre dostu davranış değişkeni arasında anlamlı ve pozitif bir ilişki tespit edilebilmiştir ( $p<0,05$ ). Desteklenen hipotezlerden biri, subjektif normların, bireylerin günlük yaşamlarındaki çevre dostu davranışları üzerinde önemli bir etkiye sahip olmasıdır. Bireylerin aileleri ve yakınları tarafından etkilenmesi ve çevre sorunlarını çözmek için buna göre hareket etmeleri büyük önem taşımaktadır. Buradaki bulgular, benzer bir konuyu araştıran önceki çalışmaların bulgularıyla doğrulanmaktadır (Chan ve Lau, 2002; Kim ve Han, 2010; Song ve diğerleri, 2012 ve Yadav ve Pathak, 2017). Kim ve Han (2010) tarafından otel müşterileri üzerinde yapılan araştırma, ziyaretçilerin subjektif normlarının, çevre dostu davranışlar sergileme ihtimalini etkileyebileceğini ortaya koymaktadır. Yadav ve Pathak (2017) 620 katılımcının verdiği cevaplara dayanarak, subjektif normların bireylerin çevre dostu bir ürün satın almalarında etkili olduğunu göstermiştir. Yukarıda bahsedilen çalışmalar ve bu çalışma, subjektif normlarla bireylerin davranışları arasında bir ilişki olduğunu kanıtlayabilmektedir.

Köprülü Kanyon'daki çevre dostu davranışı etkileyen bağımsız değişkenlerle kurulan hipotezlerden ise üçü desteklenmiştir. Bu alandaki ziyaretçilerin çevresel endişe ( $\beta$ :0,190), subjektif norm ( $\beta$ : 0,156) ve çevresel fedakârlık ( $\beta$ : 0,338) tutum ve davranışları ile çevre dostu davranış arasındaki ilişki  $p<0,05$  düzeyinde anlamlıdır.

Her üç alanda da desteklenen hipotezlerden biri çevresel fedakârlık değişkeni ile kurulan hipotezdir. Bu analizdeki değerler tek tek incelendiğinde Kazdağı ve Köprülü Kanyon alanlarındaki ziyaretçilerin çevresel fedakârlık düzeyleri daha yüksek çıkmıştır. Bu ziyaretçiler çevre için bir şeyler yapmakta kendi hayatlarından bir ödün vermek gerekirse buna istekli olacaklarını göstermektedirler. Ziyaretçiler bu konuda daha fazla sorumluluk almaya ve çevreyi tahrip eden hayatlarındaki birtakım davranışlarından



vazgeçebileceklerini belirtmişlerdir. Bunun dışında Kapadokya alanındaki ziyaretçilerin sübjektif norm tutumları da çevre dostu davranışı önemli bir şekilde etkileyen değişkenlerdendir.  $\beta$  değerinin 0,345 çıkması bu değişkende yaşanabilecek bir birimlik artışın çevre dostu davranışa etkisini göstermektedir. Yani bireyler tarafından düşüncelerine değer verilen kişilerin, ziyaretçinin faaliyet sırasında çevreye karşı davranışlarını olumlu yönde yönlendirmeleri ve bu yönde bir tutum sergilemelerini istemeleri çevre dostu davranış noktasında ziyaretçileri etkilemektedir.

Bu değişkenler ve kurulan hipotezler dışında, kişisel norm ve yer tutumu bağımsız değişkenleri ile bağımlı değişken olan çevre dostu davranış arasında bir ilişki bulunamamıştır. Yani literatürde geniş bir şekilde yer verilen kişilerin benzer özellikteki yerleri ziyaret etmeleri olarak açıklanan ve bunun da çevre dostu davranışı etkilediği yönündeki çalışmalarla benzer yönde bir sonuca ulaşılamamıştır. Bu sonuçlar her üç alan için de geçerlidir. Yani ziyaretçilerin, farklı özellikteki destinasyonlarda farklı doğal kaynakları kullanan ve etkinliklere katılmasının çevre dostu davranışlarında bir değişikliğe yol açmadığı anlaşılmaktadır. Dolayısıyla bu ilişki yönünde kurulan her üç alan içinde toplam altı hipotez desteklenmemiştir.

Araştırmada çevre dostu davranışı etkileyen bu beş değişkenle kurulan model hipotezleri dışında çevre dostu davranışın etkinlik sırasındaki çevresel turizm davranışına etkisini ve çevre dostu davranışın bireylerin çevreyi korumaya yönelik satın almalarına etkisini belirlemeye yönelik hipotezler kurulmuştur. Her üç alanın kendi model sistemi içerisinde kurulan ve test edilen hipotezlerin altısı da desteklenmiştir. Yani araştırmada seçilen üç alana farklı turizm türlerine katılmak için gelen rekreasyoncuların farklı doğal kaynak değerine sahip etkinlikleri seçmeleri, bu değişkenler arasındaki tutumlarında bir farklılık göstermemiştir. Her üç alanda da rekreasyoncuların çevre dostu davranışlarının çevresel turizm davranışlarını ve çevreci satın alma davranışlarını etkilediği ortaya konulmuştur.

Köprülü Kanyon alanına gelip rafting etkinliğini seçen rekreasyoncuların çevre dostu davranışları çevresel turizm davranışlarını  $\beta=0,634$  değerinde ve  $p=0,000$  anlam düzeyinde etkilemektedir. Yine Köprülü Kanyon'da ziyaretçilerin çevre dostu davranışları çevreci satın alma davranışlarını  $\beta=0,636$  değerinde etkilemektedir. Köprülü Kanyon'daki etkinliğe katılan rekreasyoncuların günlük yaşamalarındaki çevre dostu tutum ve

davranışları hem turizm organizasyonu içerisinde katıldıkları etkinliklerdeki davranışlarda hem de çevreye yönelik satın alma davranışlarda etkisini göstermektedir.

Bu durum aynı değişkenler arasında kurulan hipotezlerin test edildiği Kapadokya ve Kazdağı'nda da görülmektedir. Kapadokya'da çevre dostu davranış, çevresel turizm davranışını  $\beta=0,545$  değerinde ve çevreci satın alma davranışını da  $\beta=0,534$  değerinde etkilemektedir. Kazdağı'nda da benzer değerlere ulaşılmış ve çevre dostu davranış, çevresel turizm davranışını  $\beta=0,536$  ve çevreci satın alma davranışını da  $\beta=0,453$  değerinde etkilediği tespit edilmiştir.

Her üç alanda da karşımıza çıkan yüksek  $\beta$  değerleri araştırmanın ulaşmak istediği çıktılara yönelik anlamlı bir sonuç vermiştir. Kazdağı'ndaki 393 katılımcı, Kapadokya'daki 386 katılımcı ve Köprülü Kanyon'daki 385 katılımcıdan elde edilen verilere bakılarak, çevreye yönelik olumlu tutumların ve günlük yaşamdaki bu algının eyleme dönüştürülmesindeki davranışların birebir doğa ile etkileşime girilen turizm sektöründe olumlu katkılar sağladığı yönündedir. Bu hassasiyet, bireyleri aslında doğrudan bir şekilde çevreyi etkilemeye olanak veren turizm organizasyonunda daha dikkatli davranmaya yönelmelerini sağlamaktadır. Dahası bu hassasiyetler gıdadan temizlik ürünlerine ya da tasarruf yöntemlerinden alet, araç ya da turizm tatil paketi almaya kadar birçok faktörde kişilerin daha hassas satın almalar gerçekleştirdiklerini ortaya koymaktadır.

Kazdağı alanında çevre dostu davranış değişkenindeki varyansın yaklaşık %24'ün kişisel norm, yer tutumu, çevresel endişe, subjektif norm ve çevresel fedakârlık tarafından açıklanmaktadır. Bu durum araştırmada kullanılan bu beş değişkenin ziyaretçilerin çevre dostu davranış gösterme eğiliminde etkili olduğunu göstermektedir. Ziyaretçilerin etkinlik sırasındaki çevresel turizm davranışlarındaki varyansın %28,7'sini, onların günlük yaşamlarındaki çevre dostu davranışları açıklamaktadır. Çevreci satın alma davranış değişkenindeki varyansın ise yaklaşık %20'sini çevre dostu davranış değişkeni açıklamaktadır.

Kapadokya alanındaki bu değerler; çevre dostu davranış varyansının yaklaşık %20'sini bahsedilen beş bağımsız değişken açıklarken, çevre dostu davranış çevresel turizm davranış varyansının %29,7'sini açıklayabilmektedir. Son olarak çevreci satın alma değişkenindeki varyansının yaklaşık %28'ini ise çevre dostu davranışı açıklamaktadır.

Endojen yapı değerlendirmesinde en yüksek değere sahip  $R^2$ 'ler ise Köprülü Kanyon analizinde karşımıza çıkmaktadır. Bu alanda rafting etkinliğine katılan

ziyaretçilerin yanıtlarından yola çıkarak, ziyaretçilerin kişisel norm, yer tutumu, çevresel endişe, sübjektif norm ve çevresel fedakârlık algıları ve tutumları çevre dostu davranış değişkenindeki varyansın %36'sını açıklayabilmektedir. Çevresel turizm davranışın çevre dostu davranış tarafından açıklanma oranı ise yaklaşık %40'dır. Çevreci satın alma davranış değişkenindeki varyansın ise yaklaşık %40'ını çevre dostu davranış değişkeni açıklar. Köprülü Kanyon için yapılan model hipotezleri analizinde hipotez 14 ve hipotez 15'in  $\beta$  değerleri ve endojen yapı değerlendirmesindeki  $R^2$ 'lerin diğer alanlara göre daha yüksek çıkması önemli bir farklılıktır.

Araştırmada son olarak her üç alan için oluşturulan genel çevre senaryosu dışında her bir alanın ziyaretçileri çeken etkinlik değeri olan doğal kaynaklara ilişkin sorular sorulmuş ve buna yönelik değerlendirmeler verilmiştir. Bu kapsamda Kazdağı'na gelen ziyaretçilerin, yürüyüş etkinliği için doğal kaynak değeri olan biyolojik çevreye ilişkin bilgileri alınmıştır. Bunu ölçmeye ilişkin toplam on soru sorulmuştur. Yapılan analizler sonucunda kullanılan ölçeğin Cronbach Alpha değeri 0,888 olarak bulunmuştur. Ölçeğin varyans değeri %72,64'dür. Ziyaretçilerin yanıtları incelendiğinde ölçeğe ilişkin ortalama ( $\bar{X}$ ) 4,73 ile yüksek bir derecelendirme puanı ortaya koymaktadır. İfadelere yönelik yanıtlarda en yüksek ortalama "Yürüyüş etkinliğim sırasında alanda çöp bırakmamaya dikkat ederim" ( $\bar{X}=4,81$ ), en düşük ortalama ise "Yürüyüş etkinliğim sırasında kirliliği azaltmaya yönelik çaba gösteririm" ( $\bar{X}=4,68$ ) şeklindedir. Genel ortalamanın yüksek çıkması, alana ziyarete gelen ve yürüyüş yapan rekreasyoncuların bir, iki veya üç ve daha fazla alan ziyaretleri sonucu bölgeye ilişkin hassasiyetlerinin üst düzeyde olduğunu göstermektedir. Bu sonuçlar bize, Kazdağı ziyaretçilerinin hayvan ve bitki türlerine zarar vermemeye özen göstermeden tutunda bölge yöneticilerinin oluşturduğu yönlendirmelerle kirliliğe neden olmayacak, gürültüye sebebiyet vermeyecek ve türlerin korunmasına yönelik büyük çaba sarf ettiklerini göstermektedir.

Benzer bir uygulama Kapadokya alanı için de yapılmıştır. Bu alanda ziyaretçilere genel çevre senaryosu dışında katıldıkları sıcak hava balon etkinliğinin ana kaynak değeri olan hava unsuru ile geleneksel turizm unsurları karşısındaki alacakları tavır öğrenilmeye çalışılmıştır. Bu amaçla toplam altı geleneksel turizm unsuruna (Maliyet-Boş Zaman-Güvenlik-Turistik Ürün-Popülarite-Mesafe) karşı hava kirliliği arasında bir seçim yapmak zorunda olsalar hangisini seçersiniz şeklinde sorular yöneltilmiştir. Ziyaretçiler boş zaman, turistik ürün, popülarite ve mesafe de hava kirliliği sorununu öncelikleri olduğu yönünde

görüş bildirmişlerdir. Sonuçların %60'ın üzerinde hava kirliliği lehinde sonuçlanması önemlidir. Bu faktörlerde sadece maliyet ve güvenlik unsuru öncelikli turizm unsurlarından olmuştur. Öncelikle son yıllarda ülkemizin etrafında yaşanan savaş ve bunun yol açtığı sorunlar, her ne kadar istatistiklerde düzelmeler yaşansa da, güvenliğin hala bazı çevresel sorunların çözümünden önce düşünülebileceğini göstermektedir. Bu sorunu ortadan kaldırmaya yönelik ulusal ve uluslararası çözümlerin bir an evvel hayata geçirilmesi ve insanlar bu tür kaygılarından uzaklaştırarak çevresel sorunlara karşı eğilmeleri sağlanabilir. Maliyet ise yaklaşık yarı yarıya (Maliyet=%50,5, Hava Kirliliği=%49,5) bir sonuç ortaya çıkarmıştır.

Son olarak Köprülü Kanyon'a gelen ziyaretçilerin, rafting etkinliği için doğal kaynak değeri olan su kaynağına yönelik bilgileri alınmıştır. Bunu ölçmeye ilişkin toplam altı soru sorulmuştur. Sorular ziyaretçilere bölgenizde su azalmasına yönelik bir çevresel sorun yaşadığınızda, günlük yaşantınızdaki su kullanımlarınızı ne ölçüde değiştirirsiniz şeklinde sorulmuştur. Yapılan analizler sonucunda kullanılan ölçeğin Cronbach Alpha değeri 0,931 olarak bulunmuştur ve bu değer yüksek güvenilirliği ortaya koymaktadır. Ölçeğin varyans değeri %77,89'dur. Ziyaretçilerin yanıtları incelendiğinde ölçeğe ilişkin ortalama ( $\bar{X}$ ) 4,41'dir. Bu da ziyaretçilerin ifadelerine 'Katılıyorum' seçeneğinden daha yüksek bir yanıt verdiği görülmüştür. İfadelerine yönelik yanıtlarda en yüksek ortalama "Çevre temizliği yaparken daha az su kullanırım" ( $\bar{X}=4,52$ ), en düşük ortalama ise "Banyo yaparken daha az su kullanırım" ( $\bar{X}=4,03$ ) şeklindedir. En düşük ortalamaya sahip ifade dışındaki beş ifade yaklaşık 4,50 civarındadır. Bu da bize, Köprülü Kanyon'a gelen ve rafting etkinliğini kullanan rekreasyoncuların kişisel bakım haricindeki ev temizliği (çamaşır, bulaşık vb.), peyzaj sulaması ve araç yıkaması gibi su tüketimlerinde oldukça dikkat davrandıklarını göstermektedir. Onlar için su kaynağının seviyesi ya da varlığı, ifade edilen seçeneklerden daha önemlidir.

### **Öneriler**

Öncelikle bu etkinlikleri kullanan turistlere hem günlük yaşamlarındaki kullanımlarında hem de tatil seçiminden tutunda tatil sürecinde yapılacaklara, seçilen etkinliklere ya da satın alımlara yönelik sorumluluk almaları tavsiye edilmektedir. Günümüzde doğa, turistik birtakım faaliyetlerin hayata geçirilmesinde son derece önemlidir. Doğal destinasyonların günlük yaşam koşulları altında yorulan, bunalan ya da stres yaşamalarına neden olan insanların çeşitli boş zaman etkinlikleriyle bu

olumsuzluklardan uzaklaşmasına olanak vermesi bakımından korunmasına öncelik verilmelidir. Bu koruma davranışı sadece kamunun ya da turizm işletmelerinin tek başına yapabilecekleri bir durum değildir. İnsanlar da bu koruma mekanizması içerisinde etkin bir şekilde yer almalı. Bunun da yapılabilir olmasını sağlayan en önemli konu insanların doğrudan doğa ile etkileşime girebilecekleri bu alanlara yönlendirilmesi ve doğal destinasyonlarda bize sunulan bütün çevresel değerleri fark etmelerini sağlamak olacaktır.

Bu tür alanlardaki etkinlikler turizm yöneticiler tarafından değerlendirilmeli ve bölgeye gelen ziyaretçilerin, çevresel tahribata yol açacak önlemlerin alınması koşuluyla, çevreyle etkileşime girmelerine olanak veren etkinliklerin çeşitlendirilmesi sağlanabilir.

Ziyaretçilerin bir alana yapacakları ziyaretlerin tekrarlanması (yer tutumu algısı) onların hem o alana yönelik algı, tutum ve davranışlarını olumlu yönde etkilemekte hem de dünya görüşlerini değiştirmektedir. Bu açıdan bu alanlar tekrar ziyaret etmeye olanak verecek memnuniyet seviyesine ulaştırılmalıdır.

Araştırmada genel olarak ziyaretçilerin çevre dostu davranışları olumludur. Ancak bu durumun süreklilik kazanması ve insanların günlük yaşamlarındaki davranışlarının çevreci satın alımlara dönüştürülmesine katkı sağlanması amaçlanmaktadır. Bu tutum ancak satın alımlarla etkisini gösterebilmektedir.

Araştırma yer alan ziyaretçilerin günlük çevre dostu davranışlarının turizm organizasyonu içerisindeki bir faaliyette de etkili olduğu görülmüştür. Bu yüzden yöneticiler tarafından, boş zamanlarını açık alan destinasyonlarında ya da turizmin bir türünde yer alarak kullanan ziyaretçilerin sayısının arttırılmasına yönelik bir pazarlama ve tanıtım faaliyeti de gerçekleştirilebilir.

Araştırmacılara gelecek çalışmalarında katkı sağlaması adına da öneriler söz konusudur. Tezde toplam üç değişik alan ve birbirinden farklı üç doğal kaynağa bağımlı etkinlik seçilmiştir. Buradan hareketle araştırmacıların farklı kaynak değerlerine hitap edecek alanlar ya da destinasyonlar seçmesi önerilmektedir. Alınacak sonuçlar ve bu tezin sonuçları değerlendirmelerin daha da genelleştirilmesine katkı sağlayacaktır.

Gelecek araştırmalar için çevre dostu davranışı etkileyen ve literatürde de yer alan diğer değişkenler kullanılabilir. Bu değişkenler çevre bilgisi, çevresel farkındalık, duyarlılık vb. şeklinde sıralanabilir. Bu boyutlarda alınabilecek sonuçlarda çalışmayı daha geniş bir davranış ağına yayabileceği düşünülmektedir.

Benzer milletlerden oluşan ya da aynı örnekleme kümesi içerisinde yer alacak ziyaretçilere farklı destinasyonlar ziyaret ettirilerek ve kaynak değeri farklı olan faaliyetler yaptırılarak aynı örneklemin ne düşündükleri ortaya konulabilir. Burada yaşanacak bir farklılık ziyaretçilerin hangi çevre kaynak değerine daha olumlu ya da olumsuz yaklaştıklarını göstermesi bakımından önemli katkılar sağlayabilir.



## KAYNAKÇA

- Abdel-Khalek, Ahmed; Lester, David (2006). Optimism And Pessimism In Kuwaiti And American College Students, *International Journal of Social Psychiatry*, Vol 52(2): 110–126.
- Abdi, H. (2003). Partial Least Squares (PLS) regression Lewis-Beck M., Bryman, A., Futing T. (Eds.) *Encyclopedia of social sciences research methods*, Thousand Oaks (CA): Sage.
- Abdul-Muhmin, Alhassan G. (2007). Explaining consumers' willingness to be environmentally friendly, *International Journal of Consumer Studies*, 31, 237–247.
- Ahmad, Azman (2013). The constraints of tourism development for a cultural heritage destination: The case of Kampong Ayer (Water Village) in Brunei Darussalam, *Tourism Management Perspectives*, 8, 106–113.
- Ajzen, Icek (1991). The Theory of Planned Behavior, *Organizational Behavior And Human Decision Processes*, 50, 179-211.
- Ajzen, Icek (2002). Perceived Behavioral Control, Self-Efficacy, Locus of Control, and the Theory of Planned Behavior, *Journal of Applied Social Psychology*, 32, 4, 665-683.
- Akgün, Bilge (2009). Kazdağı Ulusal Parkı (Balıkesir) ve Yakın Çevresinde Eko-turizm Modeli Üzerine Araştırmalar, İstanbul Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Yayınlanmamış Doktora Tezi, İstanbul.
- Akıllı, Hüsniye (2004). Ekoturizmin Sosyo-Kültürel, Ekonomik, Yönetmel ve Çevresel Etkiler Bakımından İrdelenmesi: Antalya Köprülü Kanyon Milli Parkı Örneği, Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kamu Yönetimi Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi.
- Aksöz, Emre Ozan (2010). Turizm Pazarlamasının Organizasyonunda Destinasyon Pazarlama Örgütleri ve Türkiye İçin Uygun Örgüt Yapısının Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Doktora Tezi, Eskişehir.
- Akyürek, Suat (2016). Rekreasyon Alan ve Faaliyetlerinin Yurt İçi Turizm Talebi ve Yeniden Ziyaret Etme Niyetine Etkisi: Bodrum Örneği, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir.
- Alagöz, Selda (2007). Yeşil Pazarlama ve Eko Etiketleme, *Akademik Bakış Dergisi*, Sayı:11, Ocak, 1-13.
- Ali, Faizan; Amin, Muslim; Cobanoglu, Cihan (2015). An Integrated Model of Service Experience, Emotions, Satisfaction, and Price Acceptance: An Empirical Analysis in the Chinese Hospitality Industry, *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 00:1–27.
- Ali, F.; Ryu, K.; Hussain, K. (2016). Influence of Experience, Memories, Satisfaction and Behavioural Intentions: A Study of Creative Tourism, *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 33(1), 85–100.
- Al Mamun, A.; Fazal, S. A.; Ahmad G.Bin; Yaacob, Mohd R.; Mohamad, Mohd R. (2018) Willingness to Pay for Environmentally Friendly Products among Low-Income Households along Coastal Peninsular Malaysia, *Sustainability*, 10, 1316.

- Alpar, Reha (2016). *Uygulamalı İstatistik ve Geçerlik – Güvenirlik*, Detay Yayıncılık, Ankara.
- Altundaş, Osman (1990). *Rekreasyon ve Turizm: İstanbul'un Rekreasyon Potansiyeli*, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Altuntaş, Deniz (2017). *Kazdağı Milli Parkı Makro funguslarının Belirlenmesi*, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Biyoloji Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi.
- Altunışık, Remzi; Özdemir, Şuayıp; Torlak, Ömer (2006). *Modern Pazarlama*, Değişim Yayınları, İstanbul.
- Altunışık, Remzi; Coşkun, Recai; Bayraktaroğlu, Serkan; Yıldırım, Engin (2012). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri: Spss Uygulamalı*, Sakarya Yayıncılık, Sakarya.
- Anderson, James C.; David W. Gerbing (1988). Structural Equation Modeling in Practice: A Review and Recommended Two-Step Approach, *Psychological Bulletin*, 103 (3), 411–423.
- Anguita, P. Martinez; Alonso, Enrique; Martin M. Angeles (2008). Environmental economic, political and ethical integration in a common decision-making framework, *Journal of Environmental Management*, 88, 154–164.
- Anton, Charis E.; Lawrence, Carmen (2014). Home is where the heart is: The effect of place of residence on place attachment and community participation, *Journal of Environmental Psychology*, 40, 451-461.
- Argan, Metin (2015). *Rekreasyon Yönetimi*, Web-Ofset Tesisi, Anadolu Üniversitesi, Eskişehir.
- Arı, Yılmaz (2006). Sürdürülebilir Kullanım Açısında Sarıkız Etkinliklerinin Değerlendirilmesi, *Kazdağları II. Ulusal Sempozyumu Bildiriler Kitabı*, 381-388, Çanakkale.
- Arı, Yılmaz; Soykan, Abdullah (2006). Kazdağı Milli Park'ında Kültürel Ekoloji ve Doğa Koruma, *Türk Coğrafya Dergisi*, Sayı:44, 11-32, İstanbul.
- Arısal, İbrahim; Atalar, Tarık (2016). The Exploring Relationships between Environmental Concern, Collectivism and Ecological Purchase Intention, *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 235, 514 – 521.
- Armenski, Tanja; Gomezelj, Doris O.; Djurdjev, Branislav; Ćurčić, Nevena; Dragin, Aleksandra (2012). Tourism Destination Competitiveness between Two Flags, *Economic Research-Ekonomska Istraživanja*, 25:2, 485-502.
- Arni, A.G.; Khairil, W.A. (2013). Promoting Collaboration Between Local Community and Park Management Towards Sustainable Outdoor Recreation, *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 91, 57 – 65.
- Arslan, Kahraman (2003). Otomobil Alımında Tüketici Davranışların Etkileyen Faktörler, *İstanbul Ticaret Üniversitesi Dergisi*, Y1:2, Say:3, ss. 83-103.
- Atalay, İbrahim (2002). *Türkiye'nin Ekolojik Bölgeleri*, Orman Bakanlığı Yayınları, İzmir.



- Atay, Lütfi (2003). Turistik Destinasyon Pazarlaması ve Bir Alan Uygulaması, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı Doktora Tezi, İzmir.
- Atay, Lütfi; Dilek, S. Emre (2013). Konaklama İşletmelerinde Yeşil Pazarlama Uygulamaları: Ibis Otel Örneği, *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, C.18, S.1, 203-219.
- Ay, Canan; Ecevit, Zümrüt (2005). Çevre Bilinçli Tüketiciler, *Akdeniz İ.İ.B.F. Dergisi*, 10, 238-263.
- Aydoğan, Dilek (2013). İlköğretim Programlarında Yer Alan “Çevre Duyarlılığı” Ve “Bilişim Teknolojilerine” İlişkin Kazanımların Gerçekleşme Düzeylerinin İncelenmesi, İnönü Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Eğitim Bilimleri Ana Bilim Dalı, Eğitim Programları ve Öğretim Bilim Dalı, Doktora Tezi, Malatya.
- Aytaç, Ömer (2002). Boş Zaman Üzerine Kuramsal Yaklaşımlar, *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi Fırat University Journal of Social Science*, Cilt: 12, Sayı: 1, 231-260.
- Bagozzi, R. P.; Yi, Y. (1988). On the evaluation of structural equation models, *Journal of the Academy of Marketing Science*, 16(1), 74–94.
- Bahar, Ozan; Kozak, Metin (2006). *Turizm Ekonomisi*, Detay Yayıncılık, Ankara.
- Bagozzi, Richard P.; Yi, Yaujae; Baumgartner, Johann (1990). The level of effort required for behaviour as a moderator of the attitude-behaviour relation, *European Journal of Social Psychology*, Vol:20, 45-59.
- Ballantyne, Roy; Hughes, Karen; Lee, Julie; Packer, Jan; Joanne, Sneddon (2018). Visitors' values and environmental learning outcomes at wild life attractions: Implications for interpretive practice, *Tourism Management*, 64, 190-201.
- Bamberg, Sebastian (2003). How does environmental concern influence specific environmentally related behaviors? A new answer to an old question, *Journal of Environmental Psychology*, 23, 21–32.
- Bamberg, Sebastian; Ajzen, Icek; Schmidt, Peter (2003). Choice of Travel Mode in the Theory of Planned Behavior: The Roles of Past Behavior, Habit, and Reasoned Action, *Basic and Applied Social Psychology*, 25:3, 175-187.
- Barbas, Tasos A.; Paraskevopoulos, Stefanos; Stamou, Anastasia G. (2009). The effect of nature documentaries on students' environmental sensitivity: a case study, *Learning, Media and Technology*, Vol. 34, No. 1, March, 61–69.
- Barber, N.; Taylor, C., Strick, S. (2009) Wine consumers environmental knowledge and attitudes: influence on willingness to purchase, *International Journal of Wine Research*, 1(1), 59-72.
- Bardi, Anat; Schwartz, Shalom H. (2003). Values and Behavior: Strength and Structure of Relations, *Personality and Social Psychology Bulletin*, November, 29, 1207-1220.
- Barr, Stewart, (2007). Factors Influencing Environmental Attitudes and Behaviors A U.K. Case Study of Household Waste Management, *Environment and Behavior*, Volume 39, Number 4, July, 435-473.
- Bartholomew, D.; Knott, M.; Moustaki, I. (2011). *Latent variable models and factor analysis: a unified approach*, John Wiley & Sons.

- Başıoğlu, Umut D. (2011). İstanbul İli, Bahçelievler Belediyesi Sorumluluğundaki Spor Salonlarının Rekreasyon Sporları ve Rekreasyon Liderleri Açısından Geliştirilmesi Ve Faydalılık Durumu, Marmara Üniversitesi Sağlık Bilimler Enstitüsü, Beden Eğitimi ve Spor Anabilim Dalı, Doktora Tezi, İstanbul.
- Bauer, Thomas (2015). *Destination Geography, Fine-tuned version*, Tourism and Hospitality Studies, The Association of National Tourist Office Representatives in Hong Kong.
- Belk, Russell W. (1992). 'Attachment to Possessions', in Irwin Altman and Setha M. Low (Eds.) *Place Attachment*, New York and London, Plenum Press, 38-55, [https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-1-4684-8753-4\\_3](https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-1-4684-8753-4_3), (Erişim Tarihi: 2.05.2018).
- Bell, S.; Tyrvaenen, L.; Seivanen, T.; Probstl, U.; Simpson M. (2007). Outdoor Recreation and Nature Tourism: A European Perspective, *Living Reviews in Landscape Research*, 1, 2.
- Beritelli, Pietro; Reinhold, Stephan; Laesser, Christian (2015). St.Gallen Model for Destination Management, <http://www.advances-destinationmanagement.com/sgdm/>, (Erişim Tarihi: 10.01.2018).
- Berkmen, H. (2015) Avanos Kültür Varlıkları Çalışması, Kapadokya Bölgesinde Suyun İzi, *Megaron Journal*, Cilt Vol: 10, Sayı No: 4, 595-609.
- Blackshaw, Toney (2010). *Leisure*, Routledge, London.
- Bohr, Jeremiah (2014). Barriers to Environmental Sacrifice: The Interaction of Free Rider Fears with Education, Income, and Ideology, *Sociological Spectrum*, 34: 362–379.
- Boo, Elizabeth (1990). *Ecotourism: the potentials and pitfalls*, 2 Vols., World Wildlife Fund, Washington D.C.
- Bornhorst, Tom; Ritchie, J. R. Brent; Sheeman, Lorn (2010). Determinants of tourism success for DMOs & destinations: An empirical examination of stakeholders' perspectives, *Tourism Management*, 31, 572–589.
- Borzyszkowski, Jacek (2015). The Past, Present And Future Of Destination Management Organizations (DMO) – The Example Of National Tourism Organizations (NTO), Proceedings Of The 9th International Management Conference "Management and Innovation For Competitive Advantage", November 5th-6th, Bucharest, Romania.
- Boztepe, A. (2012) Green Marketing and Its Impact on Consumer Buying Behavior, *European Journal of Economic and Political Studies*, 5, (1), 6-21.
- Breakey, Noreen M. (2005). Tourism Destination Development-Beyond Butler, A thesis submitted for the degree of Doctor of Philosophy at The University of Queensland in December.
- Breakwell, Glynis M. (1993). Social representations and social identity, *Papers on Social Representations*, 2, 1-20.
- Bricker, Kelly S.; Kerstetter, Deborah L. (2000). Level of specialization and place attachment: An exploratory study of white water recreationists, *Leisure Sciences*, 22(4), 233-257.
- Brihtbill, Charles K. (1960). *The Challenge of Leisure*, PrenticeHall, INC and Englewood Cliffs, N.J., USA.

- Broadhurst, Richard (2001). *Managing Environments for Leisure and Recreation*, Routledge, London-NewYork
- Brodnig, Gernot; Mayer-Schönberger, Viktor (2000). Bridging the Gap: The Role of Spatial Information Technologies in the Integration of Traditional Environmental Knowledge and Western Science, *The Electronic Journal on Information Systems in Developing Countries*, Volume 1, January, 1-16.
- Bronfman, Nicolas C.; Cisternas, Pamela C.; Vazquez, Esperanza L.; Maza, Cristobal; Oyanedel, Juan C. (2015). Understanding Attitudes and Pro-Environmental Behaviors in a Chilean Community, *Sustainability*, (7), 14133-14152.
- Brownlee, Matthew (2012). Nature-based recreationists' perceptions of climate change and attitudes towards climate change mitigation in natural environments, In *Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree Doctor of Philosophy Parks, Recreation and Tourism Management Clemson University*.
- Brownlee, Matthew T.J.; Hallo, Jeffrey C.; Moore, Dewayne D.; Powel, Robert B.; Wright, Brett A. (2014). Attitudes toward Water Conservation: The Influence of Site-Specific Factors and Beliefs in Climate Change, *Society and Natural Resources*, 27, 964–982, Taylor & Francis Group.
- Brownlee, Matthew T.J.; Hallo, Jeffrey C.; Jodice, Laurie W.; Moore, Dewayne D.; Powel, Robert B.; Wright, Brett A. (2015). Place Attachment and Marine Recreationist's Attitudes toward Offshore Wind Energy Development, *Journal of Leisure Research*, Vol:47, No:2,263-284.
- Budruk, Megha; Thomas, Heidi; Tyrrel, Timothy (2009). Urban Green Spaces: A Study of Place Attachment and Environmental Attitudes in India, *Society and Natural Resources*, 22, 824–839.
- Buhalis, Dimitrios (2000). Marketing the competitive destination of the future, *Tourism Management*, 21, 97-116.
- Bustam, Tinelle; Young, Anderson; Todd, Sharon (2003). Environmental Sensitivity and Youthful Participation in Outdoor Recreation, *Proceedings of the 2003 Northeastern Recreation Research Symposium*, April 6-8, Bolton Landing, New York.
- Butcher, Melissa (2012). 'Distinctly Delhi: affect and exclusion in a crowded city', In Tim Edensor and Mark Jayne (Eds.), *Urban Theory Beyond the West: A World Of Cities*, Routledge Taylor & Francis Group, London and New York, 175-195.
- Can, Abdullah (2014). *SPSS İle Bilimsel Araştırma Sürecinde Nicel Veri Analizi*, Pegem Akademi Yayın Evi, Ankara.
- Carlson, Les; Grove, Stephen; Kangun, Norman (1993). A Content Analysis of Environmental Advertising Claims: A Matrix Method Approach, *Journal of Advertising*, Vol. 22, No. 3 (Sep., 1993),27-39.
- Carranza, R., Diaz, E.; Martin, D. (2018). The influence of quality on satisfaction and customer loyalty with an importance-performance map analysis: Exploring the mediating role of trust, *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, Vol. 9 Issue: 3, 380-396.

- Carrus, Giuseppe; Bonaiuto, Marino; Bonnes, Mirilia (2005). Environmental Concern, Regional Identity, and Support For Protected Areas in Italy, *Environment And Behavior*, Vol. 37 No. 2, March, 237-257.
- Carter, Marcia J.; Van Andel, Glen E. (2011). *Therapeutic Recreation: A Practical Approach*, Fourth Edition, Waveland Press, Inc., USA.
- Chan, Ricky Y.K.; Lau, Loretta B.Y. (2002). Explaining green purchasing behavior: a cross cultural studies on American and Chinese consumers, *J. Int. Consum. Mark*, 14 (2/3), 9–40.
- Chan, K. M. A., P. Balvanera, K. Benessaiah, M. Chapman, S. Díaz, E. Gómez-Baggethun, R. Gould, N. Hannahs, K. Jax, S. Klain, G. W. Luck, B. Martín-López, B. Muraca, B. Norton, K. Ott, U. Pascual, T. Satterfield, M. Tadaki, J. Taggart, and N. Turner (2016). Why protect nature? Rethinking values and the environment. *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America* 113(6), 1462–1465, <http://www.pnas.org/content/pnas/113/6/1462.full.pdf>, (Erişim Tarihi: 04.09.2018).
- Chawla, Lousie (1998). Louise Chawla (1998) Significant Life Experiences Revisited: A Review of Research on Sources of Environmental Sensitivity, *The Journal of Environmental Education*, 29:3, 11-21.
- Chen, Tan Booi; Chai, Lau Teck (2010). Attitude towards the Environment and Green Products: Consumers' Perspective, *Management Science and Engineering*, Vol. 4, No. 2, 27-39.
- Cheng, Tien-Ming; WU, Homer C. (2015). How do environmental knowledge, environmental sensitivity, and place attachment affect environmentally responsible behavior? An integrated approach for sustainable island tourism, *Journal of Sustainable Tourism*, 23:4, 557-576.
- Chhetri, Prem; Arrowsmith, Colin (2008). GIS-based Modelling of Recreational Potential of Nature-Based Tourist Destinations, *Tourism Geographies*, Vol. 10, No. 2, 233–257, May.
- Chikuta, Oliver; Plessis, Engelina; Saayman, Menville (2017). Nature-based travel motivations for people with disabilities, *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, Volume 6 (1).
- Chin, Wynne W.; Peterson, Robert A.; Brown, Steven P. (2008). Structural Equation Modeling in Marketing: Some Practical Reminders, *The Journal of Marketing Theory and Practice*, vol. 16, no. 4, 287-298.
- Cho, Bae-Haeng, (2000). 'Destination' in Chief Editor: Jafar Jafari (ed.), *Encyclopedia of Tourism*, Routledge, London, 144-145.
- Clawson, Marion; Knetsch, Jack L. (1974). 'Leisure in modern America', in J. F. Murphy (ed.) *Concepts of Leisure*, Englewood Cliffs, NJ and Prentice-Hall, 78-90.
- Conner, Mark; Armitage, Christopher J. (1998), "Extending the Theory of Planned Behavior: A Review and Avenues for Future Research", *Journal of Applied Social Psychology*, Vol. 28 No. 15, 1429-64.
- Cook, Ray A.; Yale, Laura J.; Marqua, Joseph J. (1999). *Tourism: The Business of Travel*, Prentice Hall, Upper Saddle River, New Jersey.

- Cordes, Kathleen A. (2013). *Application in Recreation and Leisure for Today and the Future*, 4th Edition, Sagamore Publishing LLC.
- Corraliza, Jose A; Berenguer, Jaime (2000). Environmental Values, Beliefs, And Actions A Situational Approach, *Environment And Behavior*, Vol. 32 No. 6, November, 832-848.
- Corral-Verdugo, Victor; Mireles-Acosta, Jose; Tapia-Fonllem, Cesar; Fraijo-Sing, Blanca (2011). Happiness as Correlate of Sustainable Behavior: A Study of Pro-Ecological, Frugal, Equitable and Altruistic Actions That Promote Subjective Wellbeing, *Human Ecology Review*, Vol. 18, No. 2, 95-104.
- Cushman, Grant; Allan, Laidler (1990). Recreation, Leisure And Social Policy, *Occasional Paper No. 4*, Canterbury, NZ, Dept of Parks, Recreation & Tourism, Lincoln University, 1-24.
- Çanakkale Turizm Çalıştay Raporu, Güney Marmara Kalkınma Ajansı, 2012.
- Çelik, Pınar (2014). Antalya Turizm Destinasyonunun Rekabetçilik Analizi, Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, Antalya.
- Daneshvary, Nasser; Daneshvary, Rennae; KEITHSCHWER, S. (1998). Solid-Waste Recycling Behavior and Support for Curbside Textile Recycling, *Environment and Behavior*, Vol.30, No.2, March, pp:144-161.
- Dann, Graham M.S., (1996). 'Tourist Images of a Destination – An Alternative Analysis', Daniel Fesenmaier, Joseph O'Leary and Muzaffer Uysal (ed.), *Recent Advances in Tourism Marketing Research*, 41-55, <https://books.google.com.tr/books?id=dw2PBAAQBAJ&pg=PA41&lpg=PA41&dq=Tourist+Images+of+a+Destination+%E2%80%93+An+Alternative+Analysis&source=bl&ots=IayWomEfMG&sig=jjPvxVnG3dthiwhPTsS6R9vloEw&hl=tr&sa=X&ved=0ahUKEwjegb-hrqXXAhWKBsAKHXLKBUUQ6AEIPzAD#v=onepage&q=Tourist%20Images%20of%20a%20Destination%20%E2%80%93%20An%20Alternative%20Analysis&f=false>, (Erişim Tarihi: 02.11.2017).
- Dann, Graham M. S. (2000). 'Push-Pull Factors' in Jafar Jafari and Honggen Xiao (ed.), *Encyclopedia of Tourism*, Routledge, London, 477.
- Davis, Jody L.; Le, Benjamin; Coy, Anthony E. (2011). Building a model of commitment to the natural environment to predict ecological behavior and willingness to sacrifice, *Journal of Environmental Psychology*, xxx, 1-9.
- Delgado, Rodolfo (2017). The Cruise Industry: Destinations, Opportunities, Innovations, and Challenges, *Journal of Advanced Management Science*, Vol. 5, No. 5, 387-393, September.
- Demir, Cengiz (2001). Milli Parklarda Turizm ve Rekreasyon Faaliyetlerinin Sürdürülebilirliği: Türkiye'deki Milli Parklara Yönelik Bir Uygulama, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, İzmir.
- Demirçivi, B. M. (2017) Göreme Millî Parkı ve Kapadokya Kayalık Bölgeleri'ne İlişkin UNESCO Raporu Değerlendirmeleri ve Öneriler, *Turizm Akademik Dergisi*, 4 (2), 91-106.

- Devine-Wright, Patrick; Howes, Yuko (2010). Disruption to place attachment and the protection of restorative environments: A wind energy case study, *Journal of Environmental Psychology*, 30, 271–280.
- Diamantopoulos, A.; Schlegelmilch, B.; Sinkovics, B.; Bohlen, G. (2003) Can socio-demographics still play a role in profiling green consumers? a review of the evidence and an empirical investigation, *Journal of Business Research*, 56, 465-480.
- Diamantopoulos, A.; Siguaw, J. A. (2006). Formative versus reflective indicators in organizational measure development: A comparison and empirical illustration, *British Journal of Management*, 17, 263–282.
- Doğaner, S. (1995). Peribacalarının Turizm Bakımından Önemi, *Türk Coğrafya Dergisi*, 30, 25-39.
- Dong, Daxin; Xu, Xiaowei; Wong, Yat F. (2019). Estimating the Impact of Air Pollution on Inbound Tourism in China: An Analysis Based on Regression Discontinuity Design, *Sustainability*, 11, 1682.
- Doran, Rouven; Larsen, Svein (2016). The Relative Importance of Social and Personal Norms in Explaining Intentions to Choose Eco-Friendly Travel Options, *International Journal of Tourism Research*, Int. J. Tourism Res., 18, 159–166.
- Doran, Rouven; Hanss, Daniel; Larsen, Svein (2016). Intentions to make sustainable tourism choices: do value orientations, time perspective, and efficacy beliefs explain individual differences?, *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 1-16.
- D'souza, Clare; Taghian, Mehdi (2005). Green Advertising Effects on Attitude and Choice of Advertising Themes, *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, vol. 17, no. 4, 51-66.
- Duncan, A. R. C. (1963). *The Concept of Leisure*, School of Policy Studies, A Queen's University Irc Archive Document.
- Dunlap, R. E.; Liere, K. D. V.; Mertig, A. G.; Jones, R. E. (2000). Measuring endorsement of the new ecological paradigm: A revised NEP scale, *Journal of Social Issues*, Vol:56, No:3, 425–444.
- Dunlap, Riley E. (2008). The New Environmental Paradigm Scale: From Marginality to Worldwide Use, *The Journal of Environmental Education*, 40:1, 3-18.
- Durmaz, Yakup; Bahar, Reyhan (2011). Tüketicilerin Satın Alma Davranışları Üzerinde Sosyolojik Faktörlerin Etkisinin İncelenmesine Yönelik Bir Çalışma, *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, Cilt:10 Sayı:37, 060-077.
- Durmaz, Yakup; Bahar, Reyhan; Kurtlar, Murat (2011). Kişisel Faktörlerin Tüketici Satın Alma Davranışlarına Etkisi Üzerine Bir Araştırma, *Akademik Yaklaşımlar Dergisi*, Cilt:2, Sayı:1, 114-133.
- 'Dünya Miras Listesi', <http://www.kulturvarliklari.gov.tr/TR-44423/dunya-miras-listesi.html>, (Erişim Tarihi: 20.01.2019).
- Dwyer, Larry; Forsyth, Peter; Dwyer, Wayne (2010). *Tourism Economics and Policy*, Aspects of Tourism Texts, Channel View Publications.



- Eagles, Paul F. J.; Bowman, Margaret E.; Chang-Hung Tao, Terasa (2001). *Guidelines for Tourism in Parks and Protected Areas of East Asia*, IUCN – The World Conservation Union.
- Eagles, Paul F. J.; Mccool, Stephen F.; Haynes, Christopher D. (2002). *Sustainable Tourism in Protected Areas Guidelines for Planning and Management*, World Commission on Protected Areas (WCPA), Best Practice Protected Area Guidelines Series No. 8, IUCN – The World Conservation Union.
- Eceoğlu, Arzu (2011). Ekolojik Bir Hareket Olarak Eko-turizmin Kazdağları ve Edremit Bölgesinde Gelişimi, Uluslararası Kazdağları ve Edremit Sempozyumu, Bildiriler ve Özetler, Recep Efe, Münir Öztürk ve Atalay, İbrahim (editörler), Edremit Belediyesi Kültür Yayınları, No:6.
- Emiroğlu, Begüm D. (2013). Kazdağı yöresinde yaşayan yerel halkın kırsal turizme bakışının değerlendirilmesi: Adatepe ve Mehmetalan köyleri örneği, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi.
- ‘Empathy’, Stanford Encyclopedia of Philosophy, <https://plato.stanford.edu/entries/empathy/>, (Erişim Tarihi: 10.04.2018).
- Erciş, Aysel; Kurnuç, Murat; Türk, Bahar (2016). Kolektivist Kültür, Yeşil Tutum ve Davranışın Yeşil Ürünlere Daha Fazla Ödeme İsteği Üzerindeki Etkisi, *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Afro-Avrasya Özel Sayısı-Aralık, 160-178.
- Erdem, Ayhan (2006). *Tüketici Odaklı Bütünleşik Pazarlama İletişimi*, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara.
- Erdoğan, İrfan (1998). *Araştırma Dizaynı ve İstatistik Yöntemler*, Emel Matbaası, Ankara.
- Erdoğan, Nazmiye (2009). Testing the new ecological paradigm scale: Turkish case, *African Journal of Agricultural Research*, Vol. 4 (10), 1023-1031, October.
- Eren, Firdevs (2018). Coğrafi İşaret ile Tescilli Ürünlerin Gastronomik Destinasyonlara Etkisi: Kapadokya Bölgesi’nde Bir Araştırma, , Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi.
- Erhabor, Norris I; Oviahon, Cynthia (2018). Relationship between Family Functioning and Environmental Attitudes on the Environmental Behaviours of Students in a Federal University in Edo State, Nigeria, *European Journal of Sustainable Development Research*, 2(3), 28.
- Erten, Sinan (2005). Okul Öncesi Öğretmen Adaylarında Çevre Dostu Davranışların Araştırılması, *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 28: 91-100.
- ‘Environmentalism’, Wikipedia, <http://www.wiki-zero.com/index.php?q=aHR0cHM6Ly9lbi53aWtpcGVkaWEub3JnL3dpa2kvRW52aXJvbm1lbnRhbGlzbSNjaXRlX25vdGUtMQ>, (Erişim Tarihi: 03.03.2018).
- ‘Environmentalism’, Merriam-Webster, <https://www.merriam-webster.com/dictionary/environmentalism>, (Erişim Tarihi: 03.03.2018).
- Fahmy, R.; Bachtiar N.; Rahim, R.; Malik M. (2015). Measuring Student Perceptions to Personal Characters Building in Education: An Indonesian Case in Implementing New Curriculum in High School, *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 211, 851 – 858.

- Fettahlioğlu, Hatice S. (2008). Tüketicilerin Satın Alma Davranışlarında Özel Markaların Tüketici Tutumları Üzerine Etkileri, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Doktora Tezi, İzmir.
- Fornell, G. Claes; Larcker, F. David (1981). Evaluating Structural Equation models with Unobservable Variables and Measurement Error, *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39–50.
- Franch, Mariangela; Martini, Umberto; Tommasini, Daniela (2003). Hypothesis of Destination Management in the Alps Through the Analysis of Regional Tourist Boards, [https://www.researchgate.net/profile/Umberto\\_Martini/publication/237299197\\_HYPOTHESIS\\_OF\\_DESTINATION\\_MANAGEMENT\\_IN\\_THE\\_ALPS\\_THROUGH\\_THE\\_ANALYSIS\\_OF\\_REGIONAL\\_TOURIST\\_BOARDS/links/561772d608ae1a8880037332/HYPOTHESIS-OF-DESTINATION-MANAGEMENT-IN-THE-ALPS-THROUGH-THE-ANALYSIS-OF-REGIONAL-TOURIST-BOARDS.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Umberto_Martini/publication/237299197_HYPOTHESIS_OF_DESTINATION_MANAGEMENT_IN_THE_ALPS_THROUGH_THE_ANALYSIS_OF_REGIONAL_TOURIST_BOARDS/links/561772d608ae1a8880037332/HYPOTHESIS-OF-DESTINATION-MANAGEMENT-IN-THE-ALPS-THROUGH-THE-ANALYSIS-OF-REGIONAL-TOURIST-BOARDS.pdf), (Erişim Tarihi: 10.12.2017).
- Fredman, Peter; Tyrvaenen, Liisa (2010). Introduction Frontiers in Nature-Based Tourism, *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, Vol. 10, No. 3, 177–189.
- Gambro, John S.; Switzky, Harvey N. (1994). A National Survey of Environmental Knowledge in High School Students: Levels of Knowledge and Related Variables, A paper presented to the 1994 Annual Meeting of the American Educational Research Association New Orleans, Louisiana, April, <https://files.eric.ed.gov/fulltext/ED379164.pdf>, (Erişim Tarihi: 05.04.2018).
- Gayam, Glyudenne (2015). Characteristics of Recreation, <https://www.slideshare.net/glygayam/characteristics-of-recreation>, (Erişim Tarihi: 12.11.2017).
- Getz, Donald; Anderson, Don; Sheehan, Lorn (1998). Roles, issues, and strategies for convention and visitors' bureaux in destination planning and product development: a survey of Canadian bureaux, *Tourism Management*, Vol. 19, No. 4, 331-340.
- Giddens, A. (1964). Notes On The Concepts Of Play And Leisure, *The Social Review*, Vol:12, No:1, 73-89.
- Gifford, Robert; Scannell, Leila; Kormos, C.; Smolova, L.; Biel, A. Boncu, S., Corral, V., Guntherf, H., Hanyu, K., Hine, D., Kaiser, F. G., Korpela, K., Lima, L. M., Mertig, A. G., Miram, R. G., Moser, G., Passafaro, P., Pinheiro, J. Q., Saini, S., Sako, T., Sautkina, E., Savina, Y., Schmuck, P., Schultz, P., Sobeck, K., Sundblad, E.; Uzzell, D. (2009). Temporal pessimism and spatial optimism in environmental assessments: An 18-nation study, *Journal of Environmental Psychology* 29, 1–12.
- Gill, James D.; Crosby, Lawrence A.; Taylor, James R. (1986). Ecological Concern, Attitudes, and Social Norms in Voting Behavior, *Public Opinion Quarterly*, Vol:50, 537-554.
- Giritlioğlu, İbrahim; Olcay, Atınç (2013). Turizm Destinasyonlarında Gece Kulüplerini Ziyaret Eden Turistlerin Tüketim Alışkanlıkları: Yerli Genç Turistler Üzerine Bir Araştırma, *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 28 (2), 75-97.



- Giuliani, Maria V. (1991). Towards An Analysis Of Mental Representations Of Attachment To The Home, *Journal of Architectural and Planning Research*, Vol. 8, No. 2, Special Issue: The Meaning and Use of Home (Summer), 133-146.
- Goeldner, Charles R; Ritchie, J. R. Brent. (2009). *Tourism=Principles Practices Philosophies*, Eleventh Edition, John Willey & Sons, Inc., New Jersey.
- Goldman, Robert (1983-1984). We Make Weekends, *Leisure and the Commodity Form*, Social Text, No:8, 84-103.
- Gök, Ayda; Türk, Mevlüt (2011). Perakendeci İşletmelerde Çevreyi Koruma Bilinci Üzerine Bir Araştırma, *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, C.16, S.2, 125-152.
- ‘Göreme Milli Parkı’, UNESCO Dünya Miras Listesi, <https://whc.unesco.org/en/statesparties/tr>, (Erişim Tarihi: 20.06.2019).
- Gratani, Monica; Sutton, Stephen G.; Butler, James R. A.; Bohensky, Erin L.; FOALE, Simon (2016). Indigenous environmental values as human values, *Cogent Social Sciences*, 2: 1-17.
- Gretzel, Ulrike; Fesenmaier, Daniel R.; Formica, Sandro; O’leary, Joseph T. (2006). Searching for the Future: Challenges Faced by Destination Marketing Organizations, *Journal of Travel Research*, 45, 116-126
- Groot, Judith I. M.; Steg, Linda (2009). Morality and Prosocial Behavior: The Role of Awareness, Responsibility, and Norms in the Norm Activation Model, *The Journal of Social Psychology*, 149(4), 425-449.
- Grover, Alka S.; Wats, Meenu; Wats, Aanchal; Grover, Adviteya (2017). Air Pollution and Tourism Management, *International Journal of Environmental Science and Development*, Vol. 8, No. 4, pp: 276-280, April.
- Gül, Tolga (2014). *Rekreasyona Giriş*, Ali Yaylı (editör), Detay Yayıncılık, Ankara.
- Gürdal, Mehmet (2006). Türkiye’de Turizmin Öncü Şehri Balıkesir’e Yönelik Yeni Açılımlar ve Fırsatlar, *II. Balıkesir Ulusal Turizm Kongresi*, 20-22 Nisan, s:229-243, Balıkesir.
- Gürripek, Ediz (2013). Turizm Destinasyonlarının Rekabet Gücünün Artırılmasında Stratejik Destinasyon Yönetimi: Çeşme Alaçatı Destinasyonu Üzerine Bir Uygulama, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, İzmir.
- Hacıoğlu, Necdet; Gökdeniz, A.; Dinç, Y. (2009). *Boş Zaman ve Rekreasyon Yönetimi: Örnek Animasyon Uygulamaları*, Detay Yayıncılık, Ankara.
- Haidt, Jonathan (2007). The New Synthesis in Moral Psychology, *Science* 316, 998-1002.
- Hair, J.F.; Black, W.C.; Babin, B.J.; Anderson, R.E. (2010). *Multivariate Data Analysis*, 7th ed., Prentice Hall, Upper Saddle River, NJ.
- Hair, J.F.; Ringle, C.M.; Sarstedt, M. (2011). PLS-SEM: indeed a silverbullet, *The Journal of Marketing Theory and Practice*, Vol. 19 No. 2, 139-152.
- Hair, J.F.; Sarstedt, M.; Hopkins, L.; G. Kuppelwieser, V. (2014). “Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM): an emerging tool in business research”, *European Business Review*, Vol. 26 No. 2, 106-121.

- Halkos, George; Matsiori, Steriani (2017). Environmental attitude, motivations and values for marine biodiversity protection, *Journal of Behavioral and Experimental Economics*, 69, 61–70.
- Halpenny, Elizabeth (2005). Pro-Environment Intentions: Examining The Affect Of Place Attachment, Environmental Attitudes, Place Satisfaction And Attitudes Toward Pro-Environmental Behaviour, *Canadian Association for Leisure Studies*, ISBN 1-896886-01-9.
- Halpenny, Elizabeth (2006). Environmental Behaviour, Place Attachment and Park Visitation: A case study of visitors to Point Pelee National Park, A thesis presented to the University of Waterloo in fulfilment of the thesis requirement for the degree of Doctor of Philosophy in Recreation and Leisure Studies.
- Halpenny, Elizabeth A. (2010). Pro-environmental behaviours and park visitors: The effect of place attachment, *Journal of Environmental Psychology*, 30, 409-421.
- Ham, Marija; Jeger, Marina; Ivković, Anita Frajman (2015). The role of subjective norms in forming the intention to purchase green food, *Economic Research-Ekonomska Istraživanja*, Vol. 28, No. 1, 738–748.
- Hammitt, William E.; Backlund, Erik A.; Bizler, Robert D. (2006). Place Bonding for Recreation Places: Conceptual and Empirical Development, *Leisure Studies*, Vol. 25, No. 1, 17–41, January.
- Hammitt, William E.; Kyle, Gerard T.; Oh, Chi-Ok (2009). Comparison of Place Bonding Models in Recreation Resource Management, *Journal of Leisure Research*, Vol. 41, No.1, 57–72.
- Han, Heesup; Hsu, Li-Tzang; Sheu, Chwen (2010). Application of the Theory of Planned Behavior to green hotel choice: Testing the effect of environmental friendly activities, *Tourism Management*, 31, 325–334.
- Han, Heesup (2015). Travelers' pro-environmental behavior in a green lodging context: Converging value-belief-norm theory and the theory of planned behavior, *Tourism Management*, 47, 164-177.
- Harland, Paul; Staats, Henk; Wilke, Henk A. M. (1999). Explaining Pro-environmental Intention and Behavior by Personal Norms and the Theory of Planned Behavior, *Journal of Applied Social Psychology*, 29, 12, 2505-2528.
- Harun, Rosta; Hock, Lim K.; Othman, Fadhilah (2011). Environmental Knowledge and Attitude among Students in Sabah, *World Applied Sciences Journal*, 14 (Exploring Path ways to Sustainable Living in Malaysia: Solving the Current Environmental Issues): 83-87.
- Hawkins, Donald E.; Lamoureux, Kristin (2001). “Global Growth and Magnitude of Ecotourism”, in Weaver, David B. (ed.), *The Encyclopedia of Ecotourism*, CABI Publishing, 63-73.
- Hazar, Atilla (2009). *Rekreasyon ve Animasyon*, Detay Yayıncılık, Ankara.
- Heintzman, Paul (2015). *Leisure and Spirituality (Engaging Culture): biblical, historical, and contemporary perspectives*, Baker Academic, Baker Publishing Group, Washington, DC.

- Hedlund, Therese (2011). The impact of values, environmental concern, and willingness to accept economic sacrifices to protect the environment on tourists' intentions to buy ecologically sustainable tourism alternatives, *Tourism and Hospitality Research*, 11(4), 278–288.
- Hemingway, J. L. (1996). Emancipating Leisure: The Recovery of Freedom in Leisure, *Journal of Leisure Research*, Vol: 28, No: 1, 27-43.
- Henseler, J.; Ringle, C.M.; Sinkovics, R. (2009). The use of partial least squares path modeling in international marketing, *Advances in International Marketing*, Vol. 20, 277-319.
- Henseler, J.; Ringle, C.M.; Sarstedt, M. (2015). A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural equation modeling, *Journal of the Academy of Marketing Science*, January, Volume 43, Issue 1, 115–135
- Henseler, J.; Hubona, G.; Ray, P.A.;(2016). Using PLS path modeling in new technology research: updated guidelines, *Ind. Manage. Data Syst.*, 116 (1), 2–20.
- Hines, Jody M.; Hungerford, Harold R.; Tomera, Audrey N. (1987). Analysis and Synthesis of Research on Responsible Environmental Behavior: A Meta-Analysis, *The Journal of Environmental Education*, 18:2, 1-8.
- Hoan, Nguyen C. (2015). Tourism Destination Products Management – Case Studies of Phu Quoc Island Kien Giang Province, Vietnam by 2020, *Universal Journal of Management*, 3(12): 509-513
- Holding, Tim (2008). Victoria's Nature-Based Tourism Strategy 2008-2012, Published by Tourism Victoria, State Government of Victoria.
- Hsu, Cathy H. C.; Wolfe, Kara; Kang, Soo K., (2004). Image assessment for a destination with limited comparative advantages, *Tourism Management* 25, 121–126.
- Hsu, Tsu-Kuang; Tsai, Yi-Fan; Wu, Herg-Huey (2009). The preference analysis for tourist choice of destination: A case study of Taiwan, *Tourism Management*, 30, 288-297.
- Hulland, J. (1999). Use of partial least squares (PLS) in strategic management research: a review of four recent studies, *Strategic Management Journal*, 20(2), 195–204.
- Hungerford, Harold R.; Volk, Trudi L. (1990). Changing learner behavior through environmental education, [https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/30575883/changing\\_learner\\_behavior\\_-\\_h\\_and\\_v.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1526478196&Signature=qaeclmX3gibEAZ6dAg9V21vActQ%3D&response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DChanging\\_learner\\_behavior\\_through\\_environmental.pdf](https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/30575883/changing_learner_behavior_-_h_and_v.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1526478196&Signature=qaeclmX3gibEAZ6dAg9V21vActQ%3D&response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DChanging_learner_behavior_through_environmental.pdf), (Erişim Tarihi: 01.05.2018).
- Huybers, Twan; Bennett, Jeff (2003). Inter-firm cooperation at nature-based tourism destinations, *Journal of Socio-Economics*, 32, 571–587.
- Iyer, Easwar (1994). Reviewed Work(s): Environmental Marketing: Positive Strategies for Reaching the Green Consumer by Walter Coddington; Green Marketing: Challenges and Opportunities for the New Marketing Age by Jacquelyn Ottman, *Journal of Marketing*, Vol. 58, No. 2 (April), 127-129.

- Ivanovic, Milena; Khunou, Pula S.; Pawson, Petrone; Reynish, Nicola; Tseane, Lisebo, (2009). *Tourism Development 1: Fresh Perspectives*, Pearson Education and Prentice Hall, South Africa.
- Ives, Christopher D.; Kendal, Dave (2014). The role of social values in the management of ecological systems, *Journal of Environmental Management*, vol. 144, no. 1, 67-72.
- Iwata, Osamu (2001). Attitudinal Determinants Of Environmentally Responsible Behavior, *Social Behavior And Personality*, 29(2), 183-190.
- Iwata, Osamu (2002). Coping Style And Three Psychological Measures Associated With Environmentally Responsible Behavior, *Social Behavior And Personality*, 30(7), 661-670.
- İçöz, Orhan (2006). *Seyahat Acentaları ve Tur Operatörlüğü Yönetimi*, Turhan Kitapevi, Ankara.
- İslamoğlu, Hamdi; Altunışık, Remzi (2010). *Tüketici Davranışları*, Beta Yayın Kitap Evi, 3. Basım, İstanbul.
- Jackson, Larry (2005). Characteristics of Recreation, Leisure Lines, <http://leisurelines.blogspot.com.tr/2005/07/characteristics-of-recreation.html>, (Erişim Tarihi: 09.11.2017).
- Jarvis, C. B.; MacKenzie, S. B.; Podsakoff, P. M. (2003). A critical review of construct indicators and measurement model misspecification in marketing and consumer research, *Journal of Consumer Research*, 30(2), 199–218.
- Jashari, Fitore; Rrustemi, Visar (2017). The impact of social media on consumer behavior – Case study Kosovo, *Journal of Knowledge Management, Economics and Information Technology*, Vol. VII, Issue 1, 1-21, February.
- Jones, Thomas; Ohsawa, Takafumi (2016). Monitoring Nature-Based Tourism Trends In Japan's National Parks: Mixed Messages From Domestic And Inbound Visitors, *Parks*, Vol:22(1), 25-36, March.
- Jorgensen, Bradley S.; Stedman, Richard C. (2001). Sense of Place as an Attitude: Lake shore Owners Attitudes Toward Their Properties, *Journal of Environmental Psychology*, 21,233-248.
- Juniu, Susana (2000). Down shifting: Regaining the Essence of Leisure, *Journal of Leisure Research*, Vol:32, No:1, 69-73
- Kafle, Nabin (2014). Nature Based Tourism And Visitor Experiences In Chitwan National Park, School Of Tourism And Hospitality Management, Thesis, Lapland University Of Applied Sciences, Degree Programme in Tourism.
- Kaiser, Florian G.; Hübner, Gundula; Bogner, Franz X. (2005). Contrasting the Theory of Planned Behavior With the Value-Belief-Norm Model in Explaining Conservation Behavior, *Journal of Applied Social Psychology*, 35, 10, 2150-2170.
- Kalafatis, Stavros P.; Pollard, Michael; East, Robert; Tsogas, Markos H. (1999). Green marketing and Ajzen's theory of planned behaviour: a cross market examination, *Journal of Consumer Marketing*, Vol. 16 Issue: 5, 441-460.
- Kallgren, Carl A.; Reno, Raymond R.; Cialdini, Robert B. (2000). A Focus Theory of Normative Conduct: When Norms Do and Do Not Affect Behavior, *PSPB*, Vol. 26 No. 8, August, 1002-1012.

- Kallis, Giorgos; Gómez-Baggethun, Erik; Zografos, Christos (2013). To value or not to value? That is not the question, *Ecological Economics*, 94, 97–105.
- ‘Kapadokya Bölgesi Etkinlik Türleri’, Nevşehir Turizminin Çeşitlendirilmesine Yönelik Eko Turizm Eylem Planı 2013-2023, Orman ve Su İşleri Bakanlığı 8. Bölge Müdürlüğü Nevşehir Şube Müdürlüğü/Nevşehir.
- ‘Kapadokya Coğrafi Konumu’, Tanıtma Genel Müdürlüğü, Kültür ve Turizm Bakanlığı, <http://www.tanitma.gov.tr/TR-22783/kapadokya.html>, (Erişim Tarihi: 20.02.2019).
- ‘Kapadokya Turizm Haritası’ <https://www.pinterest.at/isacotur/kapadokya-turizm-haritasi/>, (Erişim Tarihi: 20.02.2019)
- Kara, Kader (2006). Gençlerin Satın Alma Davranışı Üzerinde Marka Bağlılığının Etkisi ve Örnek Olay İncelemesi, Maltepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Karaca, Şükran (2013). Tüketicilerin yeşil ürünlere ilişkin tutumlarının incelenmesine yönelik bir araştırma, *Ege Akademik Bakış*, 13: 99–111.
- Karagöz, Yalçın (2017). *Bilimsel Araştırma Yöntemi*, Nobel Yayın Evi, Ankara.
- Karagöz, Yalçın (2017). *SPSS ve AMOS Uygulamalı Nitel-Nicel-Karma, Bilimsel Araştırma Yöntemleri ve Yayın Tekniği*, Nobel Yayınevi, İstanbul.
- Karaküçük, Suat, (2008). *Rekreasyon: Boş Zamanları Değerlendirme*, Gazi Kitapevi, Ankara, [https://books.google.com.tr/books?hl=tr&lr=&id=3C2jBAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA9&dq=Sosyolojik+A%C3%A7%C4%B1dan+Bo%C5%9F+Zamanlar%C4%B1n+De%C4%9Ferlendirilmesi&ots=oG2\\_r2vs\\_8&sig=mQBMYKPLIAJdGbfXfH7af4fAJm8&redir\\_esc=y#v=onepage&q=Sosyolojik%20A%C3%A7%C4%B1dan%20Bo%C5%9F%20Zamanlar%C4%B1n%20De%C4%9Ferlendirilmesi&f=false](https://books.google.com.tr/books?hl=tr&lr=&id=3C2jBAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA9&dq=Sosyolojik+A%C3%A7%C4%B1dan+Bo%C5%9F+Zamanlar%C4%B1n+De%C4%9Ferlendirilmesi&ots=oG2_r2vs_8&sig=mQBMYKPLIAJdGbfXfH7af4fAJm8&redir_esc=y#v=onepage&q=Sosyolojik%20A%C3%A7%C4%B1dan%20Bo%C5%9F%20Zamanlar%C4%B1n%20De%C4%9Ferlendirilmesi&f=false), (Erişim Tarihi: 20.12.2017).
- Karasar, Niyazi (2016). *Bilimsel Araştırma Yöntemi: Kavramlar, İlkeler, Teknikler*, Ankara: Nobel.
- Karataş, Abdullah (2016). Environmental Impacts of Globalization and a Solution Proposal, *American International Journal of Contemporary Research*, Vol. 6, No. 2, 64-70.
- Kaya, Fazıl (2018). Otantiklik ve Misafirperverlik Algularının Turist Deneyimi Üzerine Etkisi: Kapadokya Bölgesi Örneği, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Doktora Tezi.
- Kaya, İlke (2013). Çekim Unsurları ile Rekreatif Alışveriş, Tatmin ve Yeniden Satın Alma Niyeti Arasındaki İlişki, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm ve Otel İşletmeciliği Anabilim Dalı, Doktora Tezi, Eskişehir.
- Kılbaş, Şükran (2010). *Rekreasyon: Boş Zaman Değerlendirme*, Gazi Kitapevi, Ağustos Baskısı, Ankara.
- Kim, Yunhi; Han, Heesup (2010). Intention to pay conventional-hotel prices at a green hotel—a modification of the theory of planned behavior, *Journal of Sustainable Tourism*, 18(8), 997-1014.
- Kimmins, J. P. (Hamish) (1993). Ecology, environmentalism and green religion, JUNE/JUIN 1993, VOL. 69, NO. 3, *The Forestry Chronicle*.

- Kinnear, Thomas C.; Taylor, James R.; Ahmed, Sadrudin A. (1974). Ecologically Concerned Consumers: Who Are They?, *Journal of Marketing*, Vol. 38, No. 2 (April), 20-24.
- Kirk, Jessica L. (2010). Sustainable Environments and Pro-Environmental Behavior, A Thesis, Presented to the Faculty of The Graduate College at the University of Nebraska, In Partial Fulfillment of Requirements For the Degree of Master of Science.
- Kocaman, Serpil (2012). Destinasyon Yönetimi Kapsamında Marka Kimliğine Etki Eden Faktörlerin Marka İmajına Etkisi: Alanya Örneği, Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, Antalya.
- Kollmus, Anja; Agyeman, Julian (2002). Mind the Gap: why do people act environmentally and what are the barriers to pro-environmental behavior?, *Environmental Education Research*, Vol. 8, No. 3.
- Kopnina, Helen (2011). Qualitative Revision of the New Ecological Paradigm (NEP) Scale for children, *Int. J. Environ. Res.*, 5(4):1025-1034, Autumn.
- Korpela, Kalevi M.; Ylen, Matti; Tyrvaäinen, Liisa; Silvennoinen, Harri (2009). Stability of self-reported favourite places and place attachment over a 10-month period, *Journal of Environmental Psychology*, 29, 95–100.
- Kovilage, Manori P.; Gnanapala, Athula C. (2016). Intention Of Foreign Tourists To Stay In Eco-Certified Accommodation: With Special Reference To Sri Lanka, *Tourism, Leisure and Global Change*, volume 3, 74-86.
- Kozak, Nazmi (2006). *Turizm Pazarlaması*, Detay Yayıncılık, Ankara.
- Krejcie, R. V.; Morgan, D. W. (1970). Determining sample size for research activities, *Educational and Psychological Measurement*, 30, 607-610.
- Kyle, Gerard T.; Absher, James D.; Graefe, Alan R. (2003). The moderating role of place attachment on the relationship between attitudes towards fees and spending preferences, *Leisure Sciences*, 25(1), 33-50.
- Kyle, Gerard T.; Mowen, Andrew J.; Tarrant, Michael (2004). Linking place preferences with place meaning: An examination of the relationship between place motivation and place attachment, *Journal of Environmental Psychology*, 24, 439-454.
- Kuenzi, Caroline; Mcneely, Jeff (2008). *Chapter 8: Nature-Based Tourism*, in Renn Ortwin and Walker Katherine D. (eds), *Global Risk Governance, Concept and Practice Using the IRGC Framework*, Springer.
- Kusen, Eduard (2010). A System of Tourism Attractions, *Tourism Review*, 58 (4), 409-424.
- Kutluata, Münir (1990). Rekreasyon ve Turizm İlişkisinin Turizm Politikalarının Oluşturulmasındaki Önemi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm Programı Doktora Tezi, İstanbul.
- Laarman, Jan G.; Gregersen, Hans M. (1996). Pricing policy in nature-based tourism, *Tourism Management*, Vol. 17, No. 4, 247-254.
- Lafargue, Paul (1996). *Tembellik Hakkı*, çev. Günyol, Vedat, Telos Yayıncılık, İstanbul.



- Landon, Adam C.; Kyle, Gerard T.; Kaiser, Ronald A. (2017). An Augmented Norm Activation Model: The Case of Residential Outdoor Water Use, *Society & Natural Resources*, 30:8, 903-918.
- Laroche, Michel; Bergeron, Jasmin; Barbaro-Forleo, Guido (2001). Targeting Consumers Who are Willing to Pay More for Environmentally Friendly Products, *Journal of Consumer Marketing*, Vol. 18 Issue: 6, 503-520.
- Law, Christopher M. (2002). *Urban Tourism: The Visitor Economy and the Growth of Large Cities*, 2nd Edition, Cromwell Press, London.
- Lee, Tsung Hung (2011). How recreational involvement, place attachment and conservation commitment effect environmentally responsible behaviour, *Journal of Sustainable Tourism*, 19(7), 895-915.
- Lee, Yong K.; Kim, Sally; Kim, Min S.; Choi, Jeang G. (2014). Antecedents and inter relationships of three types of pro-environmental behavior, *Journal of Business Research*, 67, 2097-2105.
- Li, Mimi; Wu, Bihu; Cai Liping (2008). Tourism development of World Heritage Sites in China: A geographic perspective, *Tourism Management*, 29, 308-319.
- Lynn, P. (2014). Distinguishing Dimensions of Pro-environmental Behaviour, *Institute for Social and Economic Research*, University of Essex.
- Macar, Oksal (2004). Köprülü Kanyon Milli Parkı'ndaki Capraeagrus, Erxleben 1777 (yaban keçisi) populasyonu üzerine çalışmalar, Hacettepe Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Biyoloji Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi.
- Mahasneh, Ahmad M.; Al-Zoubi, Zohair H.; Batayeneh, Omar T. (2013). The Relationship between Optimism-Pessimism and Personality Traits among Students in the Hashemite University, *International Education Studies*, Vol. 6, No. 8, 71-82.
- Makki, Maha H.; Abd-El-Khalick, Fouad; Boujaoude, Saouma (2003). Lebanese Secondary School Students' Environmental Knowledge and Attitudes, *Environmental Education Research*, 9:1, 21-33.
- Mansuroğlu, S. (2002), Akdeniz Üniversitesi Öğrencilerinin Serbest Zaman Özellikleri Ve Dış Mekân Rekreasyon Eğilimlerinin Belirlenmesi, *Akdeniz Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 15(2), ss. 53-62.
- Manzo, Lynne C.; Perkins, Douglas D. (2006). Finding Common Ground: The Importance of Place Attachment to Community Participation and Planning, *Journal of Planning Literature*, Vol. 20, No. 4, 335-350, May.
- McEwen, John Winsor (2014). Sense of Place, Place Attachment, and Rootedness in Four West Baton Rouge Parish, Louisiana Bars, A Dissertation Submitted to the Graduate Faculty of the Louisiana State University and Agricultural and Mechanical College in partial fulfillment of the requirements for the degree of Doctor of Philosophy in The Department of Geography & Anthropology.
- McLean, Daniel D., (2012). 'Early History of Recreation and Leisure', in Daniel D. McLean and Amy, R. Hurd (eds.), Kraus' *Recreation Leisure in Modern Society*, Ninth Edition, Jones and Bartlett Learning, LLC
- Medlik, S. (1993). 'Tourism Destination', Dictionary of Travel, Tourism and Hospitality. Oxford: Butterworth-Heinemann.

- Meijers, Frans; Lengelle, Reinekke; Kopnina, Helen (2016). Environmental Identity and Natural Resources: A Dialogical Learning Process, *Resources*, 5, 11, 1-16.
- Mehmetoğlu, Mehmet (2010). Factors Influencing the Willingness to Behave Environmentally Friendly at Home and Holiday Settings, *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 10:4, 430-447.
- Memon, A. H.; Rahman, I. A. (2014). SEM-PLS Analysis of Inhibiting Factors of Cost Performance for Large Construction Projects in Malaysia: Perspective of Clients and Consultants, *The Scientific World Journal*, Volume Article ID 165158, 9 pages.
- Miller, D.; Merrilees, B.; Coghlan, A. (2015). Sustainable urban tourism: understanding and developing visitor pro-environmental behaviors, *Journal of Sustainable Tourism*, 23:1, 26-46.
- Minton, Ann P.; Rose, Randall L. (1997). The Effects of Environmental Concern on Environmentally Friendly Consumer Behavior: An Exploratory Study, *Journal of Business Research*, 40,37-48.
- Molina, M.; Francez, D.S.; Morena, F.A.; Saura, I.G. (2018). Development and validation of a formative scale of technological advancement in hotels from the guest perspective, *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, Vol. 9 Issue: 3, 280-294.
- Moore, Roder L.; Scott, David (2003). Place Attachment and Context: Comparing a Park and a Trail Within, *Forest Science*, 49(6), 1-8.
- Mosquare, Natalia L; Sanchez, Mercedes (2012). Theory of Planned Behavior and the Value-Belief-Norm Theory explaining willingness to pay for a suburban park, *Journal of Environmental Management*, 113, 251-262.
- Mostafa, Mohamed M. (2007). Gender differences in Egyptian consumers' green purchase behaviour: the effects of environmental knowledge, concern and attitude, *International Journal of Consumer Studies*,31, 220-229.
- Mostafa, Mohamed M. (2009). Shades of green: A psychographic segmentation of the green consumer in Kuwait using self-organizing maps, *Expert Systems with Applications*, 36, 11030-11038.
- MRBTA, Nature Based Tourism Strategy, Nature-Aboriginal-Adventure, <https://corporate.margaretriver.com/wp-content/uploads/2017/03/MRBTA-Nature-based-Tourism-Strategy-FINAL-1.pdf?x34917>, (Erişim Tarihi: 15.10.2017).
- Muraca, Barbara (2011). The Map of Moral Significance: A New Axiological Matrix for Environmental Ethics, *Environmental Values*, Vol. 20, No. 3 (August), 375-396.
- Murphy, Peter E. (2013). *Tourism: A Community Approach*, Routledge Library Edition: Tourism, Routledge Taylor & Francis Group, London and New York.
- Müller, Hansruedi; Berger, Philipp (2012). Bench marking for destination management organizations: the case of Swiss cities and Alpine destination management, *Tourism Review*, Vol. 67 Issue: 4, 26-39.
- Naidoo, Perunjodi; Ramseook, Prabha; Seegoolam, Premita (2011). An Assessment of Visitor Satisfaction With Nature-Based Tourism Attractions, *International Journal Of Management and Marketing Research*, Volume 4, Number 1, 87-98.



- Nam, Changhyun; Dong, Huanjiao; LEE, Young-A (2017). Factors influencing consumers' purchase intention of green sports wear, *Fash Text*, 4:2, 1-17.
- Nayak P., Naresh; Rao K. P., Abhishek (2014). Customer's Awareness of Environment-Friendly Initiatives in Hotels, Proceedings of the First Middle East Conference on Global Business, Economics, Finance and Banking (ME14 Dubai Conference) Dubai, 10-12 October.
- Nawrotzki, Raphael J. (2012). The politics of environmental concern: A cross-national analysis, *Organ Environ*, September, 25(3), 286–307.
- Neuner, Michael (2000). Collective Prototyping: A Consumer Policy Strategy to Encourage Ecological Marketing, *Journal of Consumer Policy*, 23: 153–175.
- 'Nevşehir Bölgesi Turizm Değerleri' Nevşehir Turizminin Çeşitlendirilmesine Yönelik Eko Turizm Eylem Planı 2013-2023, Orman ve Su İşleri Bakanlığı 8. Bölge Müdürlüğü Nevşehir Şube Müdürlüğü/Nevşehir.
- Nyaupane, Gyan P.; Chhetri, Netra (2009). Vulnerability to Climate Change of Nature-Based Tourism in the Nepalese Himalayas, *Tourism Geographies*, Vol. 11, No. 1, 95–119, February.
- Ogbeide, Osadebamwen Anthony (2015). Consumer behaviour in product acquisition: Literature review, *The Marketing Review*, Vol. 15, No. 3, 335-360.
- Okuyucu, Sena (2016). Kazdağı Milli Parkı ve Yakın Çevresinin Unesco Kriterlerine Göre Jeopark Potansiyelinin Belirlenmesi ve Eğitim Amaçlı Kullanımı, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sosyal Bilimler Öğretmenliği Bilim Dalı, İlköğretim Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi.
- Onwezen, Marleen C.; Antonides, Gernit; Bartels, Jos (2013). The Norm Activation Model: An exploration of the functions of anticipated pride and guilt in pro-environmental behaviour, *Journal of Economic Psychology*, 39, 141–153.
- Orman Bakanlığı. (1995). Kazdağı Ulusal Parkı Master Plan Raporu, T.C. Orman Bakanlığı, Ulusal Parklar ve Av-Yaban Hayatı Genel Müdürlüğü, Ulusal Parklar Daire Başkanlığı, Ankara.
- Outdoor Participation Report 2017 in ABD, [https://outdoorindustry.org/wp-content/uploads/2017/05/2017-Outdoor-Recreation-Participation-Report\\_FINAL.pdf](https://outdoorindustry.org/wp-content/uploads/2017/05/2017-Outdoor-Recreation-Participation-Report_FINAL.pdf), (Erişim Tarihi: 10.01.2015).
- Ovalı K., Pınar (2007). Kitle Turizmi ve Ekolojik Turizmin Kavram, Mimari ve Çevresel Etkiler Bakımından Karşılaştırılması, *YTÜ Mimarlık Fakültesi E-Dergisi*, Cilt 2, Sayı 2, 64-79.
- Ovalı K., Pınar; TACHİR, Güldis (2015). Eko-Destinyasyon Olarak Santorini ve Ekolojik Turizm Potansiyelleri, *Tasarım+Kuram Dergisi*, Cilt:11, Sayı: 20, 35-51.
- O'riordan, Timothy (1981). *Environmental is mand education*, *Journal of Geography in Higher Education*, Volume 5, Issue 1, 3-17.
- Ölmez, Zuhâl (2006). Kazdağı Milli Parkı'nın Sınırlarının Belirlenmesi Üzerine Bir Araştırma, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Çanakkale.
- Örücü, Edip; Tavşancı, Savaş (2001). Gıda Ürünlerinde Tüketicinin Satın Alma Eğilimini Etkileyen Faktörler ve Ambalajlama, *Muğla Üniversitesi SBE Dergisi*, (3), 1-14.

- Öz, Ebru Kadriye (2014). Otellerde Sunulan Rekreasyon Hizmetlerinin Müşteri Memnuniyetine Etkisi, Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Antalya.
- Öztura, Erdal (2010). Truva Tarihi Milli Parkı, Kazdağı Milli Parkı ve Spil Dağı Milli Parkı Ziyaretçilerinin Türkiye’de “Milli Park” Kavramı ve Eğitimi Üzerine Görüşleri, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi.
- Park, Hee S. (2000). Relationships among attitudes and subjective norms: testing the theory of reasoned action across cultures, *Journal of Communication Studies*, 51(2), 162-175.
- Patui, Carmen A. (2013). Green Purchase Intentions of Romanian Consumers, *Annales Universitatis Apulensis Series Oeconomica*, 15(2), 750-754.
- Peattie, Ken (2001). Golden goose or wild Goose? The Hunt for the Green Consumer, *Business Strategy and the Environment, Bus. Strat. Env.*, 10, 187-199.
- Peterson, Christopher (2000). The Future of Optimism, *American Psychologist*, January, Vol.55, No.1, 44-55.
- Plavsiz, S. (2013). An Investigation of Gender Differences in Pro-environmental Attitudes and Behaviors, Honors Scholar Theses, Honors thesis fulfilled in partial requirements for the Honors distinction University of Connecticut.
- Plessis, L. (2010). Tourists' perceptions of tourism impacts on the environment: The case of South African National Parks, Dissertation submitted for the degree Magister Commercii in Tourism at the (Potchefstroom Campus) North-West University.
- Pluess, Mitchel (2015). Individual Differences in Environmental Sensitivity, *Child Development Perspectives*, Volume 0, Number 0, Pages:1-6.
- Powers, Thomas L.; Hopkins, Raymond A. (2006). Altruism and Consumer Purchase Behavior, *Journal of International Consumer Marketing*, 19:1, 107-130.
- Presenza, Angelo; Sheehan, Lorn; Ritchie, J. R. Brent (2012). Towards A Model Of The Roles And Activities Of Destination Management Organizations, *Journal of Hospitality Tourism and Leisure Science*, 3(1), 1-16.
- Pretty, Grace H.; Chipuer, Heather M.; Bramston, Paul (2003). Sense of place among adolescents and adults in two rural Australian towns: The discriminating features of place attachment, sense of community and place dependence in relation to place identity, *Journal of Environmental Psychology*, 23, 273-287.
- Priskin, Julianna (2001). Assessment of natural resources for nature-based tourism: the case of the Central Coast Region of Western Australia, *Tourism Management*, 22, 637-648.
- Proshansky, Harold M.; Fabian, Abbe K.; Kaminoff, Robert (1983). Place-Identity: Physical World Socialization of The Self, *Journal of Environmental Psychology*, 3, 57-83.
- Proshansky, Harold M.; Fabian, Abbe K. (1987). *The development of place identity in the child*, In C. S. Weinstein, & T. G. David (Eds.), *Spaces for children* (21-40), New York: Plenum.

- Pulido-Fernández, Juan Ignacio; López-Sánchez, Yaiza (2016). Are Tourists Really Willing to Pay More for Sustainable Destinations?, *Sustainability*, 8,1-20.
- Pulmpton, Richard (2015). Nature-based Marine Tourism in the Coral Triangle, Exploring the Potential for Low-Impact, High-Value Nature-Based Marine and Coastal Tourism, WWF-Pasific.
- Ramayah, T.; Lee, Jason W.C.; Mohamad, Osman (2010). Green product purchase intention: Some insights from a developing country, *Resources, Conservation and Recycling*, 54, 1419–1427.
- Ramkissoon, Haywantee; Weiler, Betty; Smith, Liam D.G. (2012). Place attachment and pro-environmental behaviour in national parks: the development of a conceptual framework, *Journal of Sustainable Tourism*, Vol. 20, No. 2, 257-276.
- Ramkissoon, Haywantee; Weiler, Betty; Smith, Liam D.G. (2013). Place attachment, place satisfaction and pro-environmental behaviour: a comparative assessment of multiple regression and structural equation modelling, *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events*, Vol. 5, No. 3, 215-232.
- Ramly, Z.; Hashim, N. H.; Yahya, W. K.; Mohamad, S. A. (2014). Environmentally Conscious Behavior among Malaysian Consumers: An Empirical Analysis, *Jurnal Pengurusan*, 35, 111-121.
- Ramya, N.; Ali, Mohamed (2016). Factors affecting consumer buying behavior, *International Journal of Applied Research*, 2(10): 76-80.
- ‘Recreation’, <http://www.dictionary.com/browse/recreation?s=t>, (Erişim Tarihi: 10.11.2017).
- Reinert, Hugo (2015). Sacrifice: Living Lexicon for the Environmental Humanities, *Environmental Humanities*, vol. 7, 255-258.
- Reser, Joseph P.; Bentrupperbauer, Joan M. (2005). What and where are environmental values? Assessing the impacts of current diversity of use of ‘environmental’ and ‘World Heritage’ values, *Journal of Environmental Psychology*, 25, 125–146.
- Rezaei, S.; Ghodsi, S. S. (2014). Does value matters in playing online game? An empirical study among massively multiplayer online role-playing games (MMORPGs), *Computers in Human Behavior*, Vol. 35, 252-266.
- Richard, Greg (2001). ‘*The Development of Cultural Tourism in Europe*’, in Richard, Greg (ed.) *Cultural Attractions and European Tourism*, CABI (CAB International) Publishing, USA.
- Ringle, C.; Wende, S.; Becker, J., (2015). SmartPLS3, [www.smartpls.com](http://www.smartpls.com) (Erişim Tarihi: 20.05.2019).
- Ritchie, J. R. Brent; Crouch, Geoffrey I. (2003). *The Competitive Destination: A Sustainable Tourism Perspective*, CABI (CAB International) Publishing, UK.
- Rivera, M. A.; Murphy, K. S.; Khalilzadeh, J. (2018). Globalization of workforce: PLS approach to higher-order value construct in a study abroad context, *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, Vol. 9 Issue: 3, 314-337.
- Rivis, Amanda; Sheeran, Paschal (2003). Descriptive Norms as an Additional Predictor in the Theory of Planned Behaviour: A Meta-Analysis, *Current Psychology: Developmental, Learning, Personality, Social*, Fall, Vol. 22, No. 3, 218-233.

- Roberts, James A. (1996). Green Consumers in the 1990s: and Implications for Advertising, *Journal of Business Research*, 36, 217-231.
- Roberts, James A.; Bacon, D. R. (1997). Exploring the subtle relationships between environmental concern and ecological conscious consumer behavior, *Journal of Business Research*, 40(1), 79-89.
- Rubright, Heather L. (2014). Consumer Purchasing in Sustainable Tourism: Attraction Sustainability and Its Impact on Decision-Making, A Thesis Presented to the Faculty of the Department of the Graduate School East Carolina University, In Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree M.S Sustainable Tourism.
- Sainaghi, Ruggero, (2006). From contents to processes: Versus a dynamic destination management model (DDMM), *Tourism Management*, 27, 1053–1063.
- Samdahl, Diane M.; Robertson, Robert (1989). Social Determinants of Environmental Concern: Specification and Test of the Model, *Environment and Behavior*, Vol.21, No:1, January, 57-81.
- Sapihis, M.; Loh S.Y.; Roslani, A.C.; Chinna, K. (2015). Participation Restriction in Cancer Survivors: A Cross-Cultural Adaptation and Psychometric Evaluation of Occupational Gap Questionnaire, *Jurnal Teknologi (Science & Engineering)*, 77:33, 49–57.
- Sarıoğlu, Satı; Işın, Z.; Ursavaş, S.; Keçeli, T. (2017). Türkiye’deki Milli Parkların Briyofit Zenginliği Açısından İrdelenmesi, *Anatolian Biology*. 3(2): 103-115.
- Sarmiento, R., Costa, V. (2017). *Comparative Approaches to Using R and Python for Statistical Data Analysis*, IGI Global Disseminator of Knowledge, USA.
- Satıcı, Özgür (1998). Tüketici Pazarları ve Alıcı Davranışları, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Ankara.
- Schultz, Wesley P. (2001). The Structure Of Environmental Concern: Concern For Self, Other People, And The Biosphere, *Journal of Environmental Psychology*, 21, 327-339.
- Schultz, P. Wesley; Gouveia, Valdiney V.; Cameron, Linda D.; Tankha, Geetika; Schmuck, Peter; Franek, Marek (2005). Values and their Relationship to Environmental Concern and Conservation Behavior, *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 36, 457-475.
- Schwartz, Shalom H. (1968). Awareness of Consequences and the Influence of Moral Norms on Interpersonal Behavior, *Sociometry*, Vol. 31, No. 4 (December), 355-369.
- Schwartz, Shalom H. (1977). Normative Influences On Altruism, [https://www.researchgate.net/publication/319507233\\_NORMATIVE\\_INFLUENCES\\_ON\\_ALTRUISM](https://www.researchgate.net/publication/319507233_NORMATIVE_INFLUENCES_ON_ALTRUISM), (Erişim Tarihi: 10.03.2018).
- Schwartz, Shalom H. (1994). Are There Universal Aspects in the Structure and Contents of Human Values?, *Journal of Social Issues*, Vol. 50, No. 4, 19-45.
- Sellers, A. Henderson; MCGuffie, Kendal (2012). The Future of the World’s Climate, 2nd Edition, Elsevier’s Science & Technology Rights Department in Oxford, UK, [https://books.google.com.tr/books?id=c0\\_SV9I\\_57IC&pg=PA30&lpg=PA30&dq=NEP+High+valuation+of+nature&source=bl&ots=Iwpuem-](https://books.google.com.tr/books?id=c0_SV9I_57IC&pg=PA30&lpg=PA30&dq=NEP+High+valuation+of+nature&source=bl&ots=Iwpuem-)

[uc9&sig=ojIWIw28hm0ritrpNEStYmWcHDE&hl=tr&sa=X&ved=0ahUKEwiJptyQuoLaAhUCEywKHYaeDU8Q6AEIRTAD#v=onepage&q=NEP%20High%20valuation%20of%20nature&f=false](http://uc9&sig=ojIWIw28hm0ritrpNEStYmWcHDE&hl=tr&sa=X&ved=0ahUKEwiJptyQuoLaAhUCEywKHYaeDU8Q6AEIRTAD#v=onepage&q=NEP%20High%20valuation%20of%20nature&f=false), (Erişim Tarihi: 10.03.2018).

- Sevil, Tuba; Şimşek, K. Yıldırım; Katırcı, Hakan; Çelik, V. Onur; Çeliksoy, M. Ali, (2012). *Boş Zaman ve Rekreasyon Yönetimi*, Anadolu Üniversitesi, Eskişehir, [http://hedefaof.com/documents/Ders\\_kitaplari/syt201u.pdf](http://hedefaof.com/documents/Ders_kitaplari/syt201u.pdf), (Erişim Tarihi: 12.11.2017).
- Sheppard, Blair H.; Hartwick, Jon; Warshaw, Paul R. (1988). The Theory of Reasoned Action: A Meta-Analysis of Past Research with Recommendations for Modifications and Future Research, *Journal of Consumer Research*, Vol: 15, 325-343, December.
- Shih, ShiauPei; Yu, Szuchiang; Tseng, Hui Chin (2015). The Study of Consumers' Buying Behavior and Consumer Satisfaction in Beverages Industry in Tainan, Taiwan, *Journal of Economics, Business and Management*, Vol. 3, No. 3, March.
- Shin, Yeon Ho; Moon, Hyoungun; Jung, Seung Eun; Severt, Kimberly (2017). The effect of environmental values and attitudes on consumer willingness to pay more for organic menus: A value-attitude-behavior approach, *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 33, 113-121.
- Shukor, Muhamad S.; Sulaiman, Zuraidah; Chin, Thoo A.; Zakuan, Norhayati; Muharam, Farrah M. (2017). Materialism, Altruism, Environmental Values, Learning Strategies and Sustainable Claim on Purchase Intention of Energy Efficient Vehicle (EEV) – A Literature Review, *Materials Science and Engineering*, 215.
- Sie, L.; Phelan, K. V.; Pegg, S. (2018). The inter relationships between self-determined motivations, memorable experiences and overall satisfaction: A case of older Australian educational tourists, *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, Vol. 9 Issue: 3, 354-379.
- Simmons, David G. (2000). 'Recreation' in Chief Editor: Jafar Jafari (ed.), *Encyclopedia of Tourism*, Routledge, London, 488-490.
- Sivek, Daniel J.; Hungerford, Harold (1989-1990). Predictors of responsible behavior in members of three Wisconsin conservation organizations, *The Journal of Environmental Education*, 21(2), 35-40.
- Slavoljub, Jovanović; Zivkovic, Ljiljana; Sladjana, Andjelković; Dragica, Gatarić; Zorica, Petrović Stanisavljević (2015). To the environmental responsibility among students through developing their environmental values, *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 171, 317 – 322.
- Somuncu, M. (2009). Göreme Milli Parkı ve Kapadokya Kayalık Sitleri Dünya Mirası Alanı'ndaki Turizmin Sürdürülebilirlik Perspektifinden Değerlendirilmesi, *Ankara: V. Ulusal Coğrafya Sempozyumu*, 16-17.
- Song, Hak-Jun; Lee, Choong-Ki; Kang, Soo K.; Boo, Sug-Jin (2012). The effect of environmentally friendly perceptions on festival visitors' decision-making process using an extended model of goal-directed behavior, *Tourism Management*, 33, 1417-1428.



- Southey, Gregory (2011). The Theories of Reasoned Action and Planned Behaviour Applied to Business Decisions: A Selective Annotated Bibliography, *Journal of New Business Ideas & Trends*, 9(1), 43-50.
- Soylu, Yasin; Atay, Lütü; Yıldırım, H. Mehmet (2018). Kazdağları'na Gelen Ziyaretçilerin Çevre Dostu Davranış ve Çevresel Turizm Davranışları, *7. Ulusal 3. Uluslararası Doğu Akdeniz Turizm Sempozyumu*, Hatay/İskenderun.
- Soyumert, Anıl (2004). Vulpes Vulpes (Tilki) ve Meles Meles (Porsuk) Türlerinin Köprülü Kanyon Milli Parkı'ndaki Habitat Tercihi Üzerine Çalışmalar, Hacettepe Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Biyoloji Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Ankara.
- Speller, Gerda M. (2000). A Community in Transition: a longitudinal study of place attachment and identity processes in the context of an enforced relocation, Thesis submitted for the degree of Doctor of Philosophy, Department of Psychology, School of Human Sciences, University of Surrey.
- Stacie, P.; Detmar, S.; Arun, R., (2007). Specifying formative constructs in information systems research, *MIS Q.*, 31, 623–656.
- Stavkova, J.; Stejskal, L.; Taufarova, Z. (2008). Factors influencing consumer behaviour, *Agric. Econ. – czEch*, 54, (6): 276–284.
- Steg, Linda; De Groot, Judith (2010). Explaining prosocial intentions: Testing causal relationships in the norm activation model, *British Journal of Social Psychology*, 49, 725–743
- Stern, Paul C.; Dietz, Thomas (1994). The Value Basis of Environmental Concern, *Journal of Social Issues*, Vol. 50. No. 3, 65-84.
- Stern, Paul C. (1999). Information, Incentives, and Pro environmental Consumer Behavior, *Journal of Consumer Policy*, 22: 461–478.
- Stern, Paul C.; Dietz, Thomas; Abel, Troy; Guannano, Gregory A.; Kalof, Linda (1999). A Value-Belief-Norm Theory of Support for Social Movements: The Case of Environmentalism, *Human Ecology Review*, Vol. 6, No. 2, 81-97.
- Stern, Paul C. (2000). Toward a Coherent Theory of Environmentally Significant Behavior, *Journal of Social Issues*, Vol. 56, No. 3, 407–424.
- Stokes, Stoci Ann (2007). Deception In Environmental Advertising: Consumers's Reactions To Green washing, A Thesis, Department of Journalism and Mass Communications College of Arts and Sciences, B.A., Kansas State University.
- Stokols, Daniel; Shumaker, Sally Ann (1981). People in places: A transactional view of settings, In J. H. Harvey (Ed.), *Cognition, social behavior, and the environment*, 441-488, Hillsdale, NJ: Erlbaum.
- Suplico, Luz T. (2009). Impact Of Green Marketing On The Students' Purchase Decision, *Journal of International Business Research*, Volume 8, Special Issue 2, 71-81
- Surbhi, What is the need of Recreation in education?, <http://www.preservearticles.com/201105176752/what-is-the-need-of-recreation-in-education.html>, (Erişim Tarihi: 07.11.2017).
- Sümer, Nebi (2000). Yapısal Eşitlik Modelleri: Temel Kavramlar ve Örnek Uygulamalar, *Türk Psikoloji Yazıları*, 3, 6, 49-74.

- Swarbrooke, John (2002). *The Development & Management of Visitor Attractions*, Second Edition, Butterworth Heinemann, Oxford, UK.
- Şimşek, Ömer Faruk (2007). *Yapısal Eşitlik Modellemesine Giriş Temel İlkeler ve LISREL Uygulamaları*, Ekinox Eğitim Danışmanlık, Ankara.
- Tadaki, Marc; Sinner, Jim; Chan, Kai M. A. (2017). Making sense of environmental values: a typology of concepts, *Ecology and Society*, 22(1):7.
- Taşçı, Aslı D.A. (2011). 'Destination Branding and Positioning' in Wang, Youcheng and Pizam, Abraham (eds) *Destination Marketing and Management, Theories and Applications*, CABI (CAB International) Publishing, UK.
- TDK, Güncel Türkçe Sözlük, [http://www.tdk.org.tr/index.php?option=com\\_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.59fb4a657a7488.96447784](http://www.tdk.org.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.59fb4a657a7488.96447784), (Erişim Tarihi: 02.11.2017).
- Tenenhaus, M.; Vinzi, V.; Chatelin, Y. M.; Lauro, C. (2005). PLS path modelling, *Computational Statistics and Data Analysis*, 48(1), 159–205.
- Tezcan, Mahmut (1982). *Sosyolojik Açından Boş Zamanların Değerlendirilmesi*, Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Yayınları, Ankara
- TMI, *Destination Management Handbook: A Sustainable Approach*, English Tourist Board And Tourism Management Institute, 2003.
- Torkildsen, George (1999). *Leisure and Recreation Management*, E&FN Spon, Fourth Edition, London.
- Torlak, Ömer (2003). *Pazarlama Ahlakı: Sosyal Sorumluluklar Ekseninde Pazarlama Kararları ve Tüketici Davranışlarının Analiz*, Beta Yayın, İşletme-Ekonomi Dizisi, İstanbul.
- Tosunoğlu, Canan (1993). A study on the dimension and determinants of environmental attitudes, Middle East Technical University, PhD thesis, Ankara.
- Turgut, Tefvik (2012). Suya Dayalı Rekreasyon ve Antalya İlinde Suya Dayalı Rekreasyon Alanında Faaliyet Gösteren İşletmelerin Profillerini Belirlemeye Yönelik Bir Uygulama, Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Spor Yöneticiliği Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Antalya.
- Tuan, Yi-Fu. (1980). Rootedness versus sense of place, *Landscape*, 24, 3-8.
- Turnhout, Esther; Waterton, Claire; Neves, Katja; Buizer, Marleen (2013). Rethinking biodiversity: from goods and services to "living with", *Conservation Letters*, 6, 154–161.
- Türkay, Ayşegül (2011). Satın Alma Davranışları Açısından Üniversite Öğrencileri Arasında Marka Bağımlılığının Önemi: Batı Akdeniz Üniversitesi Üzerinde Bir Uygulama, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Isparta.
- Türker, Nuray (2002). Konaklama İşletmelerinde Çevre Duyarlılığı: Konaklama İşletmeleri Yöneticilerinin Çevre Duyarlılığı Bakış Açısına Yönelik Bir Uygulama, Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, Ankara.
- Türkmen, Merve; Sarıkaya, Nilgün; Saygılı, Metin (2013). Öğrencilerin Çevresel Duyarlılık Düzeylerinin Satın Alma Davranışına Etkisi Üzerine Bir Araştırma:

Sakarya Üniversitesi Örneği, *Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi*, Cilt 5, No 2, 238-249.

Türk Dil Kurumu, 'Fedakârlık' tanımı, [http://tdk.gov.tr/index.php?option=com\\_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.5ba977d098aac2.31510312](http://tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.5ba977d098aac2.31510312), (Erişim Tarihi: 19.09.2018).

Twigger-Ross, Clare; Bonaiuto, Marino; Breakwell, Glynis (2003). *Identity theories and environmental psychology*, In M. Bonnes, T. Lee, & M. Bonaiuto (Eds.), *Psychological theories for environmental issues*. Hants: Ashgate Publishing Company.

Uğurlu, Alkan (2005). *Rekreasyonel Amaçlı Doğa Sporlarının Turizm'de Kullanılması: Antalya Köprülü Kanyon Rafting Uygulaması*, Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Spor Yöneticiliği Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Antalya.

Uğuz, Sabriye (2011). *Sürdürülebilir Turizm Kapsamında Burhaniye'nin Alternatif Turizm Potansiyeli*, *Marmara Coğrafya Dergisi*, Sayı: 24, 332-353, Temmuz.

Ulusay, R.; Gokceoglu, C.; Topal, T.; Sonmez, H.; Tuncay, E.; Erguler, Z. A.; Kasmer, O. (2006). Assessment of Environmental and Engineering Geological Problems for the Possiblere-use of an Abandoned Rock-Hewn Settlement in Urgüp (Cappadocia) Turkey, *Environmental Geology*, 50 (4), 473-494.

UNWTO, Destination Management/Marketing Organization, <http://destination.unwto.org/content/conceptual-framework-0>, (Erişim Tarihi: 02.01.2018).

UNWTO, World Tourism Organization Survey of Destination Management Organisations Report, April, 2004.

Ural, Ayhan; Kılıç, İbrahim (2006). *Bilimsel araştırma süreci ve SPSS ile veri analizi: SPSS 10.0-12.0 Windows*, Detay Yayıncılık, Ankara.

Uydacı, Mert (2002). *Yeşil Pazarlama: İş Ahlakı ve Çevresellik Açısından Yaklaşımlar*, Türkmen Kitapevi, İstanbul.

Uysal, Muzaffer; Harrill, Rich; Woo, Eunju (2011). 'Destination Marketing Research: Issues and Challenges' in Wang, Youcheng and Pizam, Abraham (eds) *Destination Marketing and Management, Theories and Applications*, CABI (CAB International) Publishing, UK

Valentine, Peter S. (1992). 'Review. Nature- Based Tourism', in Weiler, B. And Hall, C. M. (eds) *Special Interest Tourism*, London: Belhaven Press, 105-127.

Van Lange, Paul A. M.; Agnew, Christopher R.; Harinck, Fieke; Steemers, Gemma E. M., 1997. From game theory to real life: How social value orientation affects willingness to sacrifice in on going close relationships, *Journal of Personality and Social Psychology*, 73(6), 1330-1344.

Van Liere, Kent D.; Dunlap, Riley E. (1981). Environmental Concern: Does it Make a Difference How it's Measured? *Environment and Behavior*, 13: 651-676.

Varinli, İnci (2008). *Pazarlamada Yeni Yaklaşımlar*, Detay Yayıncılık, Ankara.

Vaske, Jerry J.; Kobrin, Katherine C. (2001). Place Attachment and Environmentally Responsible Behavior, *The Journal of Environmental Education*, Vol. 32 No. 4, 16-21.



- Vazifehdoust, Hosein; Taleghani, Mohammad; Esmaeilpour, Fariba; Nazari, Kianoush; Khadang, Mahdie (2013). Purchasing green to become greener: Factors influence consumers' green purchasing behavior, *Management Science Letters*, 3, 2489–2500.
- Veal, Anthony J. (2004). Definitions of Leisure and Recreation, School of Leisure, Sport and Tourism Working Paper No. 4, University of Technology Sydney.
- Verdugo, Victor; Armenta, Marta (2006). Personal Normative Beliefs, Antisocial Behavior, And Residential Water Conservation, *Environment and Behavior*, Vol. 38, No. 3, May, 406-421.
- Vining, J.; Ebreo, A. (1990). What makes a recycler? A comparison of recyclers and nonrecyclers, *Environment and Behavior*, 22 (1), 55–73.
- 'Visitor Attractions', Styluspub, <https://www.yumpu.com/en/document/view/35906576/chapter-9>, (Erişim Tarihi: 10.10.2017).
- Yadav, Rambalak; Pathak, Govind S. (2016). Young consumers' intention towards buying green products in a developing nation: Extending the theory of planned behavior, *Journal of Cleaner Production*, 135, pp:732-739.
- Yahya, W. K.; Hashim, N. H.; Musa, N. D. (2015). Environmentally Friendly Consumer Behavior in Malaysia, *19th MACFEA National Seminar*, 264-273.
- Yarangümelioglu, Derya (2013). Menşe Ülke Etkisi ve Marka Bağlılığının Tüketici Satın Alma Davranışlarına Etkisi: Cetscale Ölçeği İle Kuşadası'nda Bir Uygulama, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Isparta.
- Yaşlıoğlu, Murat (2017). Sosyal Bilimlerde Faktör Analizi ve Geçerlilik: Keşfedici ve Doğrulayıcı Faktör Analizlerinin Kullanılması, *İstanbul University Journal of theSchool of Business*, 46, 74-85.
- Yeniçeri, Tülay (2008). Çevre Dostu Ürün Satın Alma DavranışınaYönelik Bir Modelin Test Edilmesi, *Sosyal Bilimler Dergisi / Journal of SocialSciences*, 2(1), 1-24.
- Yeşiltaş, Mehmet (2013). *Destinasyon Yönetimi*, Anadolu Üniversitesi Yayını, Eskişehir.
- Yıldırım, H.Mehmet (2014), Destinasyon Seçim Sürecinde Etkinliklerin Önemi: Gelibolu Yarımadası Tarihi Milli Parkı Örneği, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Biga İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Anabilim Dalı, Doktora Tezi, Çanakkale.
- Yıldırım, T.B.; Ölmez, Zuhul (2005). Koruma Kullanma Kriterleri Açısından Kazdağı Milli Parkı'nın Sınırlarının İrdelenmesi, *Korunan Doğal Alanlar Sempozyumu, Sözlü Bildiriler Kitabı*, 8-10 Eylül 2005, S.D.Ü. Orman Fak., Isparta, 255-261.
- Yükselen, Cemal (2006). *Pazaralama: İlkeler-Yönetim*, Detay Yayıncılık, Ankara.
- Yıldız, Özay (2015). Turistik Çekim Unsuru Olarak Yerel Yiyecek – İçecek Üretiminin Ekonomik Sürdürülebilirliği: Kazdağı Örneği, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Doktora Tezi, İzmir.
- Yılmaz, H.M.; Yakar, M.; Mutluoğlu, Ö.; Kavurmacı, M.; Yurt, K. (2009) Kapadokya Bölgesindeki Toprak Aşınmasının Araştırılması, TMMOB Harita ve Kadastro

- Mühendisleri Odası, *12. Türkiye Harita Bilimsel ve Teknik Kurultayı*, 11-15 Mayıs, Ankara.
- Yılmaz, Şükrü (2007). *Rekreasyon Faaliyetlerinin Yönetim ve Organizasyonu: Antalya Bölgesindeki Beş Yıldızlı Otel İşletmelerine Yönelik Bir Uygulama*, Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Antalya.
- Yong, A. G.; Pearce, S. (2013). A beginner's guide to factor analysis: Focusing on exploratory factor analysis, *Tutorials in Quantitative Methods for Psychology*, 9(2), 79–94.
- Yorgancı, Bülent (2018). *Gastronomi Turizmi ve Kapadokya'nın Gastronomik Unsurları Hakkındaki Turist Algılarının Araştırılması*, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Nevşehir.
- Walker, Amanda J.; Ryan, Robert L. (2008). Place attachment and landscape preservation in rural New England: a Maine case study, *Landscape and Urban Planning*, 86(2), 141-152.
- Wang, Youcheng (2011). *Destination Marketing and Management: Scope, Definition and Structures*, in Wang, Youcheng and Abraham, Pizam (eds.) *Destination Marketing and Management Theories and Applications*, CABİ (CAB International) Publishing, 1-21
- Wang, Youcheng; Pizam, Abraham (2011). *Destination Marketing and Management Theories and Applications*, CABİ (CAB International) Publishing, USA
- Warnaby, Gary, (1998). Marketing UK cities as shopping destinations: problems and prospects, *Journal of Retailing and Consumer Services*, Vol. 5, No. 1, 55-58.
- Williams, Daniel R.; Patterson, Michael E.; Roggenbuck, Joseph W.; Watson, Alan E. (1992). Beyond the Commodity Metaphor: Examining Emotional and Symbolic Attachment to Place, *Leisure Sciences*, Volume 14, 29-46.
- Williams, Daniel R.; Vaske, Jerry J. (2003). The Measurement of Place Attachment: Validity And Generalizability of a Psychometric Approach, *Forest Science*, 49(6), 830-840.
- Williams, Allan M.; Shaw, Gareth (2009). Future play: tourism, recreation and land use, *Land Use Policy*, 26S, 326–335.
- Witt, Leonie de (2015). Key environmental management factors in protected areas: an eco-tourist perspective, *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, Vol. 4 (2), 1-12.
- Zhang, A.; Zhong, L.; Xu, Y.; Wang, H.; Dang, L. (2015). Tourists' Perception of Haze Pollution and the Potential Impacts on Travel: Reshaping the Features of Tourism Seasonality in Beijing, China, *Sustainability*, 7, 2397-2414.
- Zhang, Yixiang; Wang, Zhaohua; Zhou, Guanghui (2013). Antecedents of employee electricity saving behavior in organizations: An empirical study based on norm activation model, *Energy Policy*, (62), 1120–1127.
- Zhang, Yuling; Zhang, Hong L.; Zhang, Jie; Cheng, Shaowen (2014). Predicting residents' pro-environmental behaviors at tourist sites: The role of awareness of disaster's

consequences, values and place attachment, *Journal of Environmental Psychology*, 40: 131-146.

Zhang, Yuling; Zhang, Jie; Ye, Yuyao; Wu, Qitao; Jin, Lixia; Zhang, Hongou (2016). Residents' Environmental Conservation Behaviors at Tourist Sites: Broadening the Norm Activation Framework by Adopting Environment Attachment, *Sustainability*, 8, 571, 1-16.

Zimmer, Mary R.; Stafford, Thomas F.; Stafford, Marla R. (1994). Green Issues: Dimensions of Environmental Concern, *Journal of Business Research*, 30, 63-74.



## EKLER

### EK 1. Kazdağı'nda Uygulanan Anket Formu

Değerli Katılımcı;

Bu anket doğal destinasyonlara gelen rekreasyoncuların, katıldıkları rekreatif faaliyetlerde çevre dostu davranış sergileme ve günlük yaşamlarındaki çevre dostu satın alma eğilimlerinin olup olmadığını öğrenmek amacıyla yapılmaktadır. Her bir soruya 1 ile 5 arasında size en uygun seçeneği X koyarak belirtiniz. Katkınız için çok teşekkür ederiz.

**(1-Kesinlikle Katılmıyorum.....5-Kesinlikle Katılıyorum)**

|    | Doç.Dr. Lütfi ATAY  | Yasin SOYLU | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|----|---|-------------|---|---|---|---|---|
| 1  | İnsanların yerel ortama zarar vermesini engellemek zorunda olduğumu düşünüyorum.                    |             |   |   |   |   |   |
| 2  | Yerel çevre yasalarına uyma yükümlülüğüm olduğunu düşünüyorum.                                      |             |   |   |   |   |   |
| 3  | Yerel çevrenin korunmasına destek olma yükümlülüğüm olduğunu düşünüyorum.                           |             |   |   |   |   |   |
| 4  | Günlük hayatımın neden olduğu yerel çevre sorunlarını hafifletmek zorunda olduğumu                  |             |   |   |   |   |   |
| 5  | Kaz Dağları ile kendimi özdeşleştiriyorum.  |             |   |   |   |   |   |
| 6  | Kaz Dağları benim için çok önemlidir.   |             |   |   |   |   |   |
| 7  | Kendimi Kaz Dağlarına bağlı hissediyorum.   |             |   |   |   |   |   |
| 8  | Kaz Dağları yürüyüş etkinliği için diğer bölgelerden daha iyi olduğunu düşünüyorum.                 |             |   |   |   |   |   |
| 9  | Yürüyüş parkuru olarak Kaz Dağları'nın benim için vazgeçilmez olduğunu düşünüyorum.                 |             |   |   |   |   |   |
| 10 | Yürüyüş parkuru olarak en çok tatmin olduğum yerin Kaz Dağları olduğunu düşünüyorum.                |             |   |   |   |   |   |
| 11 | Kendimi Kaz Dağlarına bağlı hissediyorum.   |             |   |   |   |   |   |
| 12 | Kaz Dağlarındaiken, kendimi onun bir parçası gibi hissediyorum.                                     |             |   |   |   |   |   |
| 13 | Kendimi Kaz Dağlarına aitmiş gibi hissediyorum.   |             |   |   |   |   |   |
| 14 | Doğanın dengesinin hassas olduğunu ve kolayca bozulabileceğini düşünüyorum.                         |             |   |   |   |   |   |
| 15 | İnsanların çevreyi istismar ettiğini düşünüyorum.   |             |   |   |   |   |   |
| 16 | Her şey bugünkü seyrini sürdürürse, yakında ekolojik bir felaket yaşanacağını düşünüyorum.          |             |   |   |   |   |   |
| 17 | Dünyanın sahip olduğu kaynakların sınırlı olduğunu düşünüyorum.                                     |             |   |   |   |   |   |
| 18 | İnsanların yaşamlarını sürdürebilmek için doğayla uyumlu yaşamak zorunda olduğunu düşünüyorum.      |             |   |   |   |   |   |
| 19 | İnsanlar katıldığım rekreatif faaliyetlerde çevreye zarar vermeyeceğimi düşünürler.                 |             |   |   |   |   |   |
| 20 | İnsanlar katıldığım rekreatif faaliyetlerde çevre dostu davranışlar sergilememi isterler.           |             |   |   |   |   |   |
| 21 | Düşüncelerine değer verdiğim kişiler rekreatif faaliyetlerde çevre dostu davranmamı tercih ederler. |             |   |   |   |   |   |
| 22 | Davranışlarım doğal çevreye zarar veriyorsa, bunları yapmaktan vazgeçerim.                          |             |   |   |   |   |   |
| 23 | Doğal çevrenin korunmasına yardımcı olacak sorumlulukları üstlenmeye hazırım.                       |             |   |   |   |   |   |
| 24 | Çabalarım için takdir görmesem bile, çevre için bir şeyler yapmaya hazırım.                         |             |   |   |   |   |   |
| 25 | Her zaman çevre için iyi olduğumu düşündüğüm şeyleri yaparım.                                       |             |   |   |   |   |   |
| 26 | Çevreye uygun olanı yapmak için kendi yolumun dışına çıkmaya hazırım.                               |             |   |   |   |   |   |
| 27 | Kullanmadığım zaman ışıkları kapatırım.   |             |   |   |   |   |   |
| 28 | Kağıt ürünleri geri dönüşüme kazandırırım.  |             |   |   |   |   |   |
| 29 | Plastik ürünleri geri dönüşüme kazandırırım.  |             |   |   |   |   |   |
| 30 | Cam ürünleri geri dönüşüme kazandırırım.  |             |   |   |   |   |   |
| 31 | Su tasarrufu yaparım.   |             |   |   |   |   |   |
| 32 | Sadece aşırı sıcaklarda klima kullanırım.   |             |   |   |   |   |   |
| 33 | Atıkları azaltmak için daha az gıda satın alırım.   |             |   |   |   |   |   |
| 34 | Çevreci olabilmek için başkalarını teşvik ederim.   |             |   |   |   |   |   |
| 35 | Mümkün olduğunca yürümeyi tercih ederim.  |             |   |   |   |   |   |

|    |  |  |  |  |  |  |  |
|----|--|--|--|--|--|--|--|
| 36 | Organik gıda ürünleri satın almayı tercih ederim.  |  |  |  |  |  |  |
| 37 | Mümkün olduğunca toplu taşıma araçlarını kullanırım.   |  |  |  |  |  |  |
| 38 | Kaz Dağları yürüyüşümde, mümkün olduğunca çevre dostu turizm ürünlerini satın almaya çalışırım.            |  |  |  |  |  |  |
| 39 | Davranışlarımın Kaz Dağlarındaki doğal ortamı nasıl etkilediği hakkında bilgim vardır.                     |  |  |  |  |  |  |
| 40 | Kaz Dağları yürüyüşümde doğal ortamı etkilediğini düşündüğüm olumsuz davranışlarımı azaltmaya çalışırım.   |  |  |  |  |  |  |
| 41 | Doğal destinasyonlardakirekreatif faaliyetlere katılmaya dikkat ederim.                                    |  |  |  |  |  |  |
| 42 | Düzenli olarak çevre dostu ürün satın alırım.  |  |  |  |  |  |  |
| 43 | Günlük ihtiyaç ürünlerim için çevre dostu ürün satın alırım.   |  |  |  |  |  |  |
| 44 | Son altı ay içinde çevre dostu ürün satın aldım.   |  |  |  |  |  |  |
| 45 | Çevre sorunlarını çözmeye yardım edebileceğimi düşünüyorum.  |  |  |  |  |  |  |
| 46 | Çevreye dost ürünleri satın alarak çevreyi koruyabilirim.  |  |  |  |  |  |  |
| 47 | Tasarruf sağlayan ürünler satın alırsam doğal kaynakları korumuş olurum.                                   |  |  |  |  |  |  |
| 48 | Çevreyezarar vermeyecek günlük ev eşyaları (bakkaliye veya temizlik ürünleri gibi) satın almaya çalışırım. |  |  |  |  |  |  |
| 49 | Seyahatim esnasında çevreci turistik ürünleri (yeşil otel,elektrikli araçlar gibi) satın almaya çalışırım. |  |  |  |  |  |  |
| 50 | Yürüyüş etkinliğim sırasında alanda çöp bırakmamaya dikkat ederim.   |  |  |  |  |  |  |
| 51 | Yürüyüş etkinliğim sırasında alandaki hayvanlara yemek vermem.   |  |  |  |  |  |  |
| 52 | Yürüyüş etkinliğim sırasında gürültü yapmamaya dikkat ederim.  |  |  |  |  |  |  |
| 53 | Yürüyüş etkinliğim sırasında bitki türlerine zarar vermemeye dikkat ederim.                                |  |  |  |  |  |  |
| 54 | Yürüyüş etkinliğim sırasında bitki türlerini toplamaya çalışmam.   |  |  |  |  |  |  |
| 55 | Yürüyüş etkinliğim sırasında kaynakları sorumlu bir şekilde kullanırım.                                    |  |  |  |  |  |  |
| 56 | Yürüyüş etkinliğim sırasında yönlendirmelere uyarım.   |  |  |  |  |  |  |
| 57 | Yürüyüş etkinliğim sırasında kirliliği azaltmaya yönelik çaba gösteririm.                                  |  |  |  |  |  |  |
| 58 | Yürüyüş etkinliğim sırasında gürültüye neden olacak olumsuz etkileri azaltmaya çalışırım.                  |  |  |  |  |  |  |
| 59 | Yürüyüş etkinliğim sırasında erozyona neden olacak olumsuz etkileri azaltmaya çalışırım.                   |  |  |  |  |  |  |

Yaşınız: .....

Sürekli Yaşadığınız Ülke:

Kazdağları'nı toplam kaç kez (tüm yıllar) ziyaret ettiniz?.....

Cinsiyet: Kadın ( ) Erkek ( )

Medeni Durum: Evli ( ) Bekar ( )

Eğitim Düzeyi: Lise ( ) Ön Lisans ( ) Lisans ( ) Lisansüstü ( )

Aylık Geliriniz:

Düşük ( ) Orta ( ) Yüksek ( ) Çok Yüksek ( )

1603 TL ve altı 1604-4000 TL 4001-6000 TL 6001 TL ve üzeri

## EK 2. Kapadokya’da Uygulanan Anket Formu (Türkçe)

Değerli Katılımcı;

Bu anket doğal destinasyonlara gelen rekreasyoncuların, katıldıkları rekreatif faaliyetlerde çevre dostu davranış sergileme ve günlük yaşamlarındaki çevre dostu satın alma eğilimlerinin olup olmadığını öğrenmek amacıyla yapılmaktadır. Her bir soruya 1 ile 5 arasında size en uygun seçeneği X koyarak belirtiniz. Katkınız için çok teşekkür ederiz.

(1-Kesinlikle Katılmıyorum.....5-Kesinlikle Katılıyorum)

|    | Doç.Dr. Lütfi ATAY  | Yasin SOYLU | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|----|---|-------------|---|---|---|---|---|
| 1  | İnsanların yerel ortama zarar vermesini engellemek zorunda olduğumu düşünüyorum.                    |             |   |   |   |   |   |
| 2  | Yerel çevre yasalarına uyma yükümlülüğüm olduğunu düşünüyorum.                                      |             |   |   |   |   |   |
| 3  | Yerel çevrenin korunmasına destek olma yükümlülüğüm olduğunu düşünüyorum.                           |             |   |   |   |   |   |
| 4  | Günlük hayatımın neden olduğu yerel çevre sorunlarını hafifletmek zorunda olduğumu                  |             |   |   |   |   |   |
| 5  | Kapadokya ile kendimi özdeşleştiriyorum.  |             |   |   |   |   |   |
| 6  | Kapadokya benim için çok önemlidir.   |             |   |   |   |   |   |
| 7  | Kendimi Kapadokya’ya bağlı hissediyorum.  |             |   |   |   |   |   |
| 8  | Kapadokya’nın,Balon etkinliği için diğer bölgelerden daha iyi olduğunu düşünüyorum.                 |             |   |   |   |   |   |
| 9  | Kapadokya’nın benim için vazgeçilmez olduğunu düşünüyorum.  |             |   |   |   |   |   |
| 10 | Balon etkinliği için en çok tatmin olduğum yerin Kapadokya olduğunu düşünüyorum.                    |             |   |   |   |   |   |
| 11 | Kendimi Kapadokya’ya bağlı hissediyorum.  |             |   |   |   |   |   |
| 12 | Kapadokya’da iken, kendimi onun bir parçası gibi hissediyorum.                                      |             |   |   |   |   |   |
| 13 | Kendimi Kapadokya’ya aitmiş gibi hissediyorum.  |             |   |   |   |   |   |
| 14 | Doğanın dengesinin hassas olduğunu ve kolayca bozulabileceğini düşünüyorum.                         |             |   |   |   |   |   |
| 15 | İnsanların çevreyi istismar ettiğini düşünüyorum.   |             |   |   |   |   |   |
| 16 | Her şey bugünkü seyrini sürdürürse, yakında ekolojik bir felaket yaşanacağını düşünüyorum.          |             |   |   |   |   |   |
| 17 | Dünyanın sahip olduğu kaynakların sınırlı olduğunu düşünüyorum.                                     |             |   |   |   |   |   |
| 18 | İnsanların yaşamlarını sürdürebilmek için doğayla uyumlu yaşamak zorunda olduğunu düşünüyorum.      |             |   |   |   |   |   |
| 19 | İnsanlar katıldığım rekreatif faaliyetlerde çevreye zarar vermeyeceğimi düşünürler.                 |             |   |   |   |   |   |
| 20 | İnsanlar katıldığım rekreatif faaliyetlerde çevre dostu davranışlar sergilememi isterler.           |             |   |   |   |   |   |
| 21 | Düşüncelerine değer verdiğim kişiler rekreatif faaliyetlerde çevre dostu davranmamı tercih ederler. |             |   |   |   |   |   |
| 22 | Davranışlarım doğal çevreye zarar veriyorsa, bunları yapmaktan vazgeçerim.                          |             |   |   |   |   |   |
| 23 | Doğal çevrenin korunmasına yardımcı olacak sorumlulukları üstlenmeye hazırım.                       |             |   |   |   |   |   |
| 24 | Çabalarım için takdir görmesem bile, çevre için bir şeyler yapmaya hazırım.                         |             |   |   |   |   |   |
| 25 | Her zaman çevre için iyi olduğumu düşündüğüm şeyleri yaparım.                                       |             |   |   |   |   |   |
| 26 | Çevreye uygun olanı yapmak için kendi yolumun dışına çıkmaya hazırım.                               |             |   |   |   |   |   |
| 27 | Kullanmadığım zaman ışıkları kapatırım.   |             |   |   |   |   |   |
| 28 | Kağıt ürünleri geri dönüşüme kazandırırım.  |             |   |   |   |   |   |
| 29 | Plastik ürünleri geri dönüşüme kazandırırım.  |             |   |   |   |   |   |
| 30 | Cam ürünleri geri dönüşüme kazandırırım.  |             |   |   |   |   |   |
| 31 | Su tasarrufu yaparım.   |             |   |   |   |   |   |
| 32 | Sadece aşırı sıcaklarda klima kullanırım.   |             |   |   |   |   |   |
| 33 | Atıkları azaltmak için daha az gıda satın alırım.   |             |   |   |   |   |   |
| 34 | Çevreci olabilmek için başkalarını teşvik ederim.   |             |   |   |   |   |   |
| 35 | Mümkün olduğunca yürümeyi tercih ederim.  |             |   |   |   |   |   |
| 36 | Organik gıda ürünleri satın almayı tercih ederim.   |             |   |   |   |   |   |
| 37 | Mümkün olduğunca toplu taşıma araçlarını kullanırım.  |             |   |   |   |   |   |

|    |   |  |  |  |  |  |  |
|----|---|--|--|--|--|--|--|
| 38 | Kapadokya'daki Balon etkinliğimde, mümkün olduğunca çevre dostu turizm ürünlerini satın almaya çalışırım.     |  |  |  |  |  |  |
| 39 | Davranışlarımın Kapadokya'da ki doğal ortamı nasıl etkilediği hakkında bilgim vardır.                         |  |  |  |  |  |  |
| 40 | Kapadokya Balon etkinliğimde doğal ortamı etkilediğini düşündüğüm olumsuz davranışlarımı azaltmaya çalışırım. |  |  |  |  |  |  |
| 41 | Doğal destinasyonlardakirekreatif faaliyetlere katılmaya dikkat ederim.                                       |  |  |  |  |  |  |
| 42 | Düzenli olarak çevre dostu ürün satın alırım.   |  |  |  |  |  |  |
| 43 | Günlük ihtiyaç ürünlerim için çevre dostu ürün satın alırım.  |  |  |  |  |  |  |
| 44 | Son altı ay içinde çevre dostu ürün satın aldım.  |  |  |  |  |  |  |
| 45 | Çevre sorunlarını çözmeye yardım edebileceğimi düşünüyorum.   |  |  |  |  |  |  |
| 46 | Çevreye dost ürünleri satın alarak çevreyi koruyabilirim.   |  |  |  |  |  |  |
| 47 | Tasarruf sağlayan ürünler satın alırsam doğal kaynakları korumuş olurum.                                      |  |  |  |  |  |  |
| 48 | Çevreyezarar vermeyecek günlük ev eşyaları (bakkaliye veya temizlik ürünleri gibi) satın almaya çalışırım.    |  |  |  |  |  |  |
| 49 | Seyahatim esnasında çevreci turistik ürünleri (yeşil otel,elektrikli araçlar gibi) satın almaya çalışırım.    |  |  |  |  |  |  |

Değerli Katılımcı;

Bu anket doğal destinasyonlara gelen rekreasyoncuların, katıldıkları rekreatif faaliyetlerde çevre dostu davranış sergileme ve günlük yaşamlarındaki çevre dostu satın alma eğilimlerinin olup olmadığını öğrenmek amacıyla yapılmaktadır. İki seçenek arasından size en uygun olan seçeneği X koyarak belirtiniz. Katkınız için çok teşekkür ederiz.

Doç.Dr. Lütfi ATAY

Yasin SOYLU

50. Tatiliniz sırasında sizin için ekonomik maliyetler mi yoksa hava kirliliği mi daha önemlidir?

Ekonomik Maliyetler ( )

Hava Kirliliği ( )

51. Tatiliniz sırasında sizin için boş zaman mı yoksa hava kirliliği mi daha önemlidir?

Boş Zaman ( )

Hava Kirliliği ( )

52. Tatiliniz sırasında sizin için güvenlik mi yoksa hava kirliliği mi daha önemlidir?

Güvenlik ( )

Hava Kirliliği ( )

53. Tatiliniz sırasında sizin için tatil yerindeki ürünler mi yoksa hava kirliliği mi daha önemlidir?

Tatil Yerindeki Ürünler ( )

Hava Kirliliği ( )

54. Tatiliniz sırasında sizin için tatil yerinin bilinirliği mi yoksa hava kirliliği mi daha önemlidir?

Tatil Yerinin Bilinirliği ( )

Hava Kirliliği ( )

55. Tatiliniz sırasında sizin için tatil yerinin yakın olması mı yoksa hava kirliliği mi daha önemlidir?

Tatil Yerinin Yakın Olması ( )

Hava Kirliliği ( )

Yaşınız: .....

Sürekli Yaşadığınız Ülke:

Kapadokya'yı toplam kaç kez (tüm yıllar) ziyaret ettiniz?.....

Cinsiyet: Kadın ( ) Erkek ( )

Medeni Durum: Evli ( ) Bekar ( )

Eğitim Düzeyi: Lise ( ) Ön Lisans ( ) Lisans ( ) Lisansüstü ( )

Aylık Geliriniz:

|                 |              |              |                  |
|-----------------|--------------|--------------|------------------|
| Düşük ( )       | Orta ( )     | Yüksek ( )   | Çok Yüksek ( )   |
| 1603 TL ve altı | 1604-4000 TL | 4001-6000 TL | 6001 TL ve üzeri |





### EK 3. Kapadokya'da Uygulanan Anket Formu (İngilizce)

Dear Participant;

This questionnaire is designed to find out whether recreationist coming to nature-based destinations have pro-environmental behavior in their recreational activities and pro-environmental buying trends in their daily lives. Please rate your level of disagreement (1)- agreement (5) with each statements listed below. I would like to thank for your contribution.

(1-Strongly Disagree.....5-Strongly Agree)

Doç.Dr. Lütfi ATAY

Yasin SOYLU

1 2 3 4 5

|    |  | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|----|--|---|---|---|---|---|
| 1  | I have the obligation to dissuade anyone from damaging the local environment.  |   |   |   |   |   |
| 2  | I have the obligation to comply with local environmental regulations and laws.   |   |   |   |   |   |
| 3  | I have the obligation to protect the local environment.  |   |   |   |   |   |
| 4  | I have the obligation to alleviate local environmental problems caused by my daily life.   |   |   |   |   |   |
| 5  | I identify strongly with Cappadocia.   |   |   |   |   |   |
| 6  | Cappadocia means a great deal to me.   |   |   |   |   |   |
| 7  | I feel very attached to Cappadocia.  |   |   |   |   |   |
| 8  | I think Cappadocia is better than other regions for balloon activity.  |   |   |   |   |   |
| 9  | I would not substitute any other balloon-activated regions for Cappadocia.   |   |   |   |   |   |
| 10 | I get more satisfaction out of using Cappadocia than from using any other balloon-activated regions.                             |   |   |   |   |   |
| 11 | I feel connected to Cappadocia.  |   |   |   |   |   |
| 12 | When I am at Cappadocia, I feel part of it.  |   |   |   |   |   |
| 13 | I feel like I belong at Cappadocia.  |   |   |   |   |   |
| 14 | I think, the balance of nature is very delicate and easily upset.  |   |   |   |   |   |
| 15 | I think, humans are severely abusing the environment.  |   |   |   |   |   |
| 16 | I think, if things continue on their present course, we will soon trouse consequences experience a major ecological catastrophe. |   |   |   |   |   |
| 17 | I think, the earth resources are limited.  |   |   |   |   |   |
| 18 | Despite our special abilities, human still have to comply nature laws.   |   |   |   |   |   |
| 19 | Most people who are important to me think I should behave environmentally friendly during recreational activity.                 |   |   |   |   |   |
| 20 | Most people who are important to me would want to be environmentally friendly during recreational activity.                      |   |   |   |   |   |
| 21 | People whose opinions I value would prefer that I behave environmentally friendly during recreational activity.                  |   |   |   |   |   |
| 22 | I am willing to give things up that I like doing if they harm the natural environment.   |   |   |   |   |   |
| 23 | I am willing to take on responsibilities that will help conserve the natural environment.  |   |   |   |   |   |
| 24 | I am willing to do things for the environment, even if I'm not thanked for my efforts.   |   |   |   |   |   |
| 25 | Even when it is inconvenient to me, I am willing to do what I think is best for the  |   |   |   |   |   |
| 26 | I am willing to go out of my way to do what is best for the environment.   |   |   |   |   |   |
| 27 | I switch lights off when not in use.   |   |   |   |   |   |
| 28 | I recycle paper products.  |   |   |   |   |   |
| 29 | I recycle plastic products.  |   |   |   |   |   |
| 30 | I recycle glass products.  |   |   |   |   |   |
| 31 | I save water.  |   |   |   |   |   |
| 32 | I only use air conditioning in extreme temperatures.   |   |   |   |   |   |
| 33 | I buy less food to reduce waste.   |   |   |   |   |   |
| 34 | I encourage others to be environmentally friendly  |   |   |   |   |   |
| 35 | I walk where possible  |   |   |   |   |   |

|    |   |  |  |  |  |  |  |
|----|---|--|--|--|--|--|--|
| 36 | I buy organic food products   |  |  |  |  |  |  |
| 37 | I use public transport where possible   |  |  |  |  |  |  |
| 38 | I try to purchase environmentally friendly tourism products in Baloon activity in Cappadocia                                  |  |  |  |  |  |  |
| 39 | I have information about how my behavior affects the natural environment in Cappadocia.                                       |  |  |  |  |  |  |
| 40 | I try to minimize my tourism behaviors to influence natural environments in my Baloon activity.                               |  |  |  |  |  |  |
| 41 | I take care to participate in recreational activities in natural destinations.  |  |  |  |  |  |  |
| 42 | I have been purchasing green products at regular basis  |  |  |  |  |  |  |
| 43 | I have green purchasing behavior for my daily needs products  |  |  |  |  |  |  |
| 44 | I have green purchasing behavior over the past six months.  |  |  |  |  |  |  |
| 45 | I feel capable of helping solve the environmental problems.   |  |  |  |  |  |  |
| 46 | I can protect the environment by buying products that are friendly to the environment.  |  |  |  |  |  |  |
| 47 | I feel I can help solve natural resource problems by conserving water and energy.   |  |  |  |  |  |  |
| 48 | When I buy everyday household products (such as food or cleaning) I try to consider how my use of them affect the environment |  |  |  |  |  |  |
| 49 | When I buy travel products (such as hotel or restaurant meal) I try to consider how my use of them affect the environment     |  |  |  |  |  |  |

Dear Participant;

This questionnaire is designed to find out whether recreationist coming to nature-based destinations have pro-environmental behavior in their recreational activities and pro-environmental buying trends in their daily lives. Please, specify which of the two options is important to you. I would like to thank for your contribution.

Doç.Dr. Lütfi ATAY

Yasin SOYLU

50. Compared economic cost for travel with haze pollution, which is your priority factor to be considered?

economic cost                       haze pollution

51. Compared spare time with haze pollution, which is your priority factor to be considered?

spare time                               haze pollution

52. Compared social safety with haze pollution, which is your priority factor to be considered?

social safety                               haze pollution

53. Compared products of destinations with haze pollution, which is your priority factor to be considered?

tourism products                       haze pollution

54. Compared popularity of destinations with haze pollution, which is your priority factor to be considered?

popularity of destinations               haze pollution

55. Compared distance to destinations with haze pollution, which is your priority factor to be considered?

distance to destinations               haze pollution

Your Age: .....

Country of residence: .....

Approximately, how many total times (all years) have you visited Cappadocia? .....

Gender:       Female ( )       Male ( )

Marital Status:   Married ( )       Single ( )

Education: Primary School ( )   High School ( )   University ( )   Master ( )

Household Income (monthly):

|                 |             |             |                |
|-----------------|-------------|-------------|----------------|
| Low ( )         | Middle ( )  | High ( )    | Very High ( )  |
| 1000\$ or below | 1001-2000\$ | 2001-3000\$ | 3001\$ or more |

#### EK 4. Köprülü Kanyon'da Uygulanan Anket Formu (Türkçe)

Değerli Katılımcı;

Bu anket doğal destinasyonlara gelen rekreasyoncuların, katıldıkları rekreatif faaliyetlerde çevre dostu davranış sergileme ve günlük yaşamlarındaki çevre dostu satın alma eğilimlerinin olup olmadığını öğrenmek amacıyla yapılmaktadır. Her bir soruya 1 ile 5 arasında size en uygun seçeneği X koyarak belirtiniz. Katkınız için çok teşekkür ederiz.

(1-Kesinlikle Katılmıyorum.....5-Kesinlikle Katılıyorum)

| Doç.Dr. Lütfi ATAY | Yasin SOYLU   | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|--------------------|---|---|---|---|---|---|
| 1                  | İnsanların yerel ortama zarar vermesini engellemek zorunda olduğumu düşünüyorum.                    |   |   |   |   |   |
| 2                  | Yerel çevre yasalarına uyma yükümlülüğüm olduğunu düşünüyorum.                                      |   |   |   |   |   |
| 3                  | Yerel çevrenin korunmasına destek olma yükümlülüğüm olduğunu düşünüyorum.                           |   |   |   |   |   |
| 4                  | Günlük hayatımın neden olduğu yerel çevre sorunlarını hafifletmek zorunda olduğumu                  |   |   |   |   |   |
| 5                  | Köprülü Kanyon ile kendimi özdeşleştiriyorum.   |   |   |   |   |   |
| 6                  | Köprülü Kanyon benim için çok önemlidir.  |   |   |   |   |   |
| 7                  | Kendimi Köprülü Kanyon'a bağlı hissediyorum.  |   |   |   |   |   |
| 8                  | Köprülü Kanyon'un raftingetkinliği için diğer bölgelerden daha iyi olduğunu düşünüyorum.            |   |   |   |   |   |
| 9                  | Rafting parkuru olarak Köprülü Kanyon'un benim için vazgeçilmez olduğunu düşünüyorum.               |   |   |   |   |   |
| 10                 | Rafting parkuru olarak en çok tatmin olduğum yerin Köprülü Kanyon olduğunu düşünüyorum.             |   |   |   |   |   |
| 11                 | Kendimi Köprülü Kanyon'a bağlı hissediyorum.  |   |   |   |   |   |
| 12                 | Köprülü Kanyon da iken, kendimi onun bir parçası gibi hissediyorum.                                 |   |   |   |   |   |
| 13                 | Kendimi Köprülü Kanyon'a aitmiş gibi hissediyorum.  |   |   |   |   |   |
| 14                 | Doğanın dengesinin hassas olduğunu ve kolayca bozulabileceğini düşünüyorum.                         |   |   |   |   |   |
| 15                 | İnsanların çevreyi istismar ettiğini düşünüyorum.   |   |   |   |   |   |
| 16                 | Her şey bugünkü seyrini sürdürürse, yakında ekolojikbir felaket yaşanacağını düşünüyorum.           |   |   |   |   |   |
| 17                 | Dünyanın sahip olduğu kaynakların sınırlı olduğunu düşünüyorum.                                     |   |   |   |   |   |
| 18                 | İnsanların yaşamlarını sürdürebilmek için doğayla uyumlu yaşamak zorunda olduğunu düşünüyorum.      |   |   |   |   |   |
| 19                 | İnsanlar katıldığım rekreatif faaliyetlerde çevreye zarar vermeyeceğimi düşünürler.                 |   |   |   |   |   |
| 20                 | İnsanlar katıldığım rekreatif faaliyetlerde çevre dostu davranışlar sergilememi isterler.           |   |   |   |   |   |
| 21                 | Düşüncelerine değer verdiğim kişiler rekreatif faaliyetlerde çevre dostu davranmamı tercih ederler. |   |   |   |   |   |
| 22                 | Davranışlarım doğal çevreye zarar veriyorsa, bunları yapmaktan vazgeçerim.                          |   |   |   |   |   |
| 23                 | Doğal çevrenin korunmasına yardımcı olacak sorumlulukları üstlenmeye hazırım.                       |   |   |   |   |   |
| 24                 | Çabalarım için takdir görmesem bile, çevre için bir şeyler yapmaya hazırım.                         |   |   |   |   |   |
| 25                 | Her zaman çevre için iyi olduğumu düşündüğüm şeyleri yaparım.                                       |   |   |   |   |   |
| 26                 | Çevreye uygun olanı yapmak için kendi yolumun dışına çıkmaya hazırım.                               |   |   |   |   |   |
| 27                 | Kullanmadığım zaman ışıkları kapatırım.   |   |   |   |   |   |
| 28                 | Kağıt ürünleri geri dönüşüme kazandırırım.  |   |   |   |   |   |
| 29                 | Plastik ürünleri geri dönüşüme kazandırırım.  |   |   |   |   |   |
| 30                 | Cam ürünleri geri dönüşüme kazandırırım.  |   |   |   |   |   |
| 31                 | Su tasarrufu yaparım.   |   |   |   |   |   |
| 32                 | Sadece aşırı sıcaklarda klima kullanırım.   |   |   |   |   |   |
| 33                 | Atıkları azaltmak için daha az gıda satın alırım.   |   |   |   |   |   |
| 34                 | Çevreci olabilmek için başkalarını teşvik ederim.   |   |   |   |   |   |
| 35                 | Mümkün olduğunca yürümeyi tercih ederim.  |   |   |   |   |   |

|    |   |  |  |  |  |  |  |
|----|---|--|--|--|--|--|--|
| 36 | Organik gıda ürünleri satın almayı tercih ederim.   |  |  |  |  |  |  |
| 37 | Mümkün olduğunca toplu taşıma araçlarını kullanırım.  |  |  |  |  |  |  |
| 38 | Köprülü Kanyondaki rafting etkinliğimde, mümkün olduğunca çevre dostu turizm ürünlerini satın almaya çalışırım. |  |  |  |  |  |  |
| 39 | Davranışlarımın Köprülü Kanyon da ki doğal ortamı nasıl etkilediği hakkında bilgim vardır.                      |  |  |  |  |  |  |
| 40 | Rafting etkinliğimde doğal ortamı etkilediğini düşündüğüm olumsuz davranışlarımı azaltmaya çalışırım.           |  |  |  |  |  |  |
| 41 | Doğal destinasyonlardakirekreatif faaliyetlere katılmaya dikkat ederim.   |  |  |  |  |  |  |
| 42 | Düzenli olarak çevre dostu ürün satın alırım.   |  |  |  |  |  |  |
| 43 | Günlük ihtiyaç ürünlerim için çevre dostu ürün satın alırım.  |  |  |  |  |  |  |
| 44 | Son altı ay içinde çevre dostu ürün satın aldım.  |  |  |  |  |  |  |
| 45 | Çevre sorunlarını çözmeye yardım edebileceğimi düşünüyorum.   |  |  |  |  |  |  |
| 46 | Çevreye dost ürünleri satın alarak çevreyi koruyabilirim.   |  |  |  |  |  |  |
| 47 | Tasarruf sağlayan ürünler satın alırsam doğal kaynakları korumuş olurum.  |  |  |  |  |  |  |
| 48 | Çevreyezarar vermeyecek günlük ev eşyaları (bakkaliye veya temizlik ürünleri gibi) satın almaya çalışırım.      |  |  |  |  |  |  |
| 49 | Seyahatim esnasında çevreci turistik ürünleri (yeşil otel,elektrikli araçlar gibi) satın almaya çalışırım.      |  |  |  |  |  |  |

Değerli Katılımcı;

Bu anket doğal destinasyonlara gelen rekreasyoncuların, katıldıkları rekreatif faaliyetlerde çevre dostu davranış sergileme ve günlük yaşamlarındaki çevre dostu satın alma eğilimlerinin olup olmadığını öğrenmek amacıyla yapılmaktadır. Her bir soruya 1 ile 5 arasında size en uygun seçeneği X koyarak belirtiniz. Katkınız için çok teşekkür ederiz.

**(1-Kesinlikle Katılmıyorum.....5-Kesinlikle Katılıyorum)**

Doç.Dr. Lütfi ATAY

Yasin SOYLU

**Bölgemde su azalması ile karşılaştığımızda.....**

|    |   |  |  |  |  |  |  |
|----|---|--|--|--|--|--|--|
| 50 | Peyzaj (bahçe, bitki, çim, çiçek) sulamasında daha az su kullanırım.      |  |  |  |  |  |  |
| 51 | Ev temizliği yaparken daha az su kullanırım.                              |  |  |  |  |  |  |
| 52 | Çevre temizliği (bina, apartman önü gibi) yaparken daha az su kullanırım. |  |  |  |  |  |  |
| 53 | Araç(motor, bisiklet, tekne gibi) yıkarken daha az su kullanırım.         |  |  |  |  |  |  |
| 54 | Banyo yaparken daha az su kullanırım.                                     |  |  |  |  |  |  |
| 55 | Bulaşık, çamaşır gibi yıkama yaparken daha az su kullanırım.              |  |  |  |  |  |  |

Yaşınız: .....

Sürekli Yaşadığınız Ülke:

Köprülü Kanyon'u toplam kaç kez (tüm yıllar) ziyaret ettiniz?.....

Cinsiyet: Kadın ( ) Erkek ( )

Medeni Durum: Evli ( ) Bekar ( )

Eğitim Düzeyi: Lise ( ) Ön Lisans ( ) Lisans ( ) Lisansüstü ( )

Aylık Geliriniz:

Düşük ( ) Orta ( ) Yüksek ( ) Çok Yüksek ( )

1603 TL ve altı 1604-4000 TL 4001-6000 TL 6001 TL ve üzeri

## EK 5. Köprülü Kanyon'da Uygulanan Anket Formu (İngilizce)

Dear Participant;

This questionnaire is designed to find out whether recreationist coming to nature-based destinations have pro-environmental behavior in their recreational activities and pro-environmental buying trends in their daily lives. Please rate your level of disagreement (1)- agreement (5) with each statements listed below. I would like to thank for your contribution.

(1-Strongly Disagree.....5-Strongly Agree)

|    | Doç.Dr. Lütfi ATAY   | Yasin SOYLU | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|----|--|-------------|---|---|---|---|---|
| 1  | I have the obligation to dissuade anyone from damaging the local environment.                                    |             |   |   |   |   |   |
| 2  | I have the obligation to comply with local environmental regulations and laws.                                   |             |   |   |   |   |   |
| 3  | I have the obligation to protect the local environment.  |             |   |   |   |   |   |
| 4  | I have the obligation to alleviate local environmental problems caused by my daily life.                         |             |   |   |   |   |   |
| 5  | I identify strongly with Koprulu Canyon.   |             |   |   |   |   |   |
| 6  | Koprulu Canyon means a great deal to me.   |             |   |   |   |   |   |
| 7  | I feel very attached to Koprulu Canyon.  |             |   |   |   |   |   |
| 8  | I think Koprulu Canyon is better than other regions for rafting.   |             |   |   |   |   |   |
| 9  | I think Koprulu Canyon is indispensable for me as a rafting route.   |             |   |   |   |   |   |
| 10 | I think rafting route in the Koprulu Canyon is one of the most satisfying places.                                |             |   |   |   |   |   |
| 11 | I feel connected to Koprulu Canyon.  |             |   |   |   |   |   |
| 12 | When I am at Koprulu Canyon, I feel part of it.  |             |   |   |   |   |   |
| 13 | I feel like I belong at Koprulu Canyon.  |             |   |   |   |   |   |
| 14 | I think, the balance of nature is delicate and easily upset.   |             |   |   |   |   |   |
| 15 | I think, humans are abusing the environment.   |             |   |   |   |   |   |
| 16 | I think, if things continue on their present course, we will soon experience a ecological catastrophe.           |             |   |   |   |   |   |
| 17 | I think, the earth resources are limited.  |             |   |   |   |   |   |
| 18 | Despite our special abilities, human still have to comply nature laws.   |             |   |   |   |   |   |
| 19 | Most people who are important to me think I should behave environmentally friendly during recreational activity. |             |   |   |   |   |   |
| 20 | Most people who are important to me would want to be environmentally friendly during recreational activity.      |             |   |   |   |   |   |
| 21 | People whose opinions I value would prefer that I behave environmentally friendly during recreational activity.  |             |   |   |   |   |   |
| 22 | I am willing to give things up that I like doing if they harm the natural environment.                           |             |   |   |   |   |   |
| 23 | I am willing to take on responsibilities that will help conserve the natural environment.                        |             |   |   |   |   |   |
| 24 | I am willing to do things for the environment, even if I'm not thanked for my efforts.                           |             |   |   |   |   |   |
| 25 | Even when it is inconvenient to me, I am willing to do what I think is good for the                              |             |   |   |   |   |   |
| 26 | I am willing to go out of my way to do what is good for the environment.   |             |   |   |   |   |   |
| 27 | I switch lights off when not in use.   |             |   |   |   |   |   |
| 28 | I recycle paper products.  |             |   |   |   |   |   |
| 29 | I recycle plastic products.  |             |   |   |   |   |   |
| 30 | I recycle glass products.  |             |   |   |   |   |   |
| 31 | I save water.  |             |   |   |   |   |   |
| 32 | I only use air conditioning in extreme temperatures.   |             |   |   |   |   |   |
| 33 | I buy less food to reduce waste.   |             |   |   |   |   |   |
| 34 | I encourage others to be environmentally friendly  |             |   |   |   |   |   |
| 35 | I walk where possible  |             |   |   |   |   |   |
| 36 | I buy organic food products  |             |   |   |   |   |   |

|    |   |  |  |  |  |  |  |
|----|---|--|--|--|--|--|--|
| 37 | I use public transport where possible   |  |  |  |  |  |  |
| 38 | I try to purchase environmentally friendly tourism products in rafting activity in Koprulu Canyon.                            |  |  |  |  |  |  |
| 39 | I have information about how my behavior affects the natural environment in Koprulu Canyon.                                   |  |  |  |  |  |  |
| 40 | I try to minimize my tourism behaviors to influence natural environments in my rafting activity.                              |  |  |  |  |  |  |
| 41 | I take care to participate in recreational activities in natural destinations.  |  |  |  |  |  |  |
| 42 | I have been purchasing green products at regular basis  |  |  |  |  |  |  |
| 43 | I have green purchasing behavior for my daily needs products  |  |  |  |  |  |  |
| 44 | I have green purchasing behavior over the past six months.  |  |  |  |  |  |  |
| 45 | I feel capable of helping solve the environmental problems.   |  |  |  |  |  |  |
| 46 | I can protect the environment by buying products that are friendly to the environment.  |  |  |  |  |  |  |
| 47 | If I buy products that providing save, I can help solve natural resource problems.  |  |  |  |  |  |  |
| 48 | When I buy everyday household products (such as food or cleaning) I try to consider how my use of them affect the environment |  |  |  |  |  |  |
| 49 | While traveling, I try to buy environmentalist tourist products (such as green hotels, electric vehicles).                    |  |  |  |  |  |  |

Dear Participant;

This questionnaire is designed to find out whether recreationist coming to nature-based destinations have pro-environmental behavior in their recreational activities and pro-environmental buying trends in their daily lives. Please rate your level of disagreement (1)- agreement (5) with each statements listed below. I would like to thank for your contribution.

(1-Strongly Disagree.....5-Strongly Agree)

Doç.Dr. Lütüf ATAY

Yasin SOYLU

#### When I face water reduction in the region ...

|    |   |  |  |  |  |  |  |
|----|---|--|--|--|--|--|--|
| 50 | I use less water in landscape water(flowers, plants, lawn, etc.).                     |  |  |  |  |  |  |
| 51 | I use less water when cleaning the house.   |  |  |  |  |  |  |
| 52 | I use less water when cleaning the environment(such as building, apartment building). |  |  |  |  |  |  |
| 53 | I use less water when washing vehicle (eg car, motor, bicycle, boat).                 |  |  |  |  |  |  |
| 54 | I use less water when I'm in the bathroom.  |  |  |  |  |  |  |
| 55 | I use less water when washing such as washing, dishes.                                |  |  |  |  |  |  |

Your Age: .....

Country of residence: .....

Approximately, how many total times (all years) have you visited Koprulu Canyon? .....

Gender: Female ( ) Male ( )

Marital Status: Married ( ) Single ( )

Education: Primary School ( ) High School ( ) University ( ) Master ( )

Household Income (montly):

Low ( ) Middle ( ) High ( ) Very High ( )  
 1000\$ or below 1001-2000\$ 2001-3000\$ 3001\$ or more

## ÖZGEÇMİŞ

### Kişisel Bilgiler

Soyadı, Adı: SOYLU, Yasin  
 Uyuğu: Türkiye Cumhuriyeti  
 Doğum Tarihi ve Yeri: 18.12.1986/İstanbul  
 Telefon: 534-032-01-15  
 E-mail: [yasinsoylu@comu.edu.tr](mailto:yasinsoylu@comu.edu.tr)

### Eğitim

| <i>Derece</i> | <i>Eğitim Birimi</i>  | <i>Mezuniyet Tarihi</i> |
|---------------|---|-------------------------|
| Yüksek Lisans | Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi<br>Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı | 14.01.2013              |
| Lisans        | Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi<br>Seyahat İşletmeciliği Bölümü       | 11.01.2010              |

### İş Deneyimi

|             |  |   |
|-------------|--|---|
| 2019        | Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Ayvacık Meslek Yüksek Okulu, Turist Rehberliği Bölümü  | Öğretim Görevlisi                             |
| 2014 – 2014 | Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Gökçeada Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, Gastronomi Bölümü<br>2014-2015 Öğretim Yılı Güz Dönemi         | 31. Madde Öğretim Görevlisi                   |
| 2014 – 2014 | Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Ayvacık Meslek Yüksek Okulu, Otel Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü 2013-2014 Öğretim Yılı Bahar Dönemi | 31. Madde Öğretim Görevlisi                   |
| 2012 – 2014 | Loresima Soğuk Sandviç ve Salata Evi   | İşletme Personeli                             |
| 2010 – 2011 | Bezin Cafe&Restoran Çanakkale  | Yiyecek-İçecek Departmanı                     |
| 2009 – 2009 | Abidos Seyahat Acentası  | Stajyer                                       |
| 2008 – 2008 | Grand Bohemian Hotel, Amerika-Orlando  | Yiyecek-İçecek Departman Elemanı (Yaz Sezonu) |



**YABANCI DİL**

İngilizce : İleri Seviye

Almanca : Başlangıç Seviyesi

**YABANCI DİL PUANI**

YDS: 58.75 Tarih: 07.09.2014

**YAYINLAR**

- Soylu, Yasin “Turistik Destinasyonlarda Taşıma Kapasitesi: Gelibolu Yarımadası Tarihi Milli Parkı Örneği”, *Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Yüksek lisans Tezi, Çanakkale 2013.*
- Özkök, Ferah ve Soylu, Yasin “Turistik Destinasyonlarda Taşıma Kapasitesi: Çanakkale Savaşları Gelibolu Tarihi Alanı Örneği”, *Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt:19, Sayı:36, s: 565-583, Aralık 2016.*
- Dönmez Polat, Dilek ve Soylu, Yasin “Turizm Sektöründe Deneyimlenen ve Anımsayan Benlik Kavramının Rolü: Bozcaada’yı Ziyaret Eden Turistler İle Nitel Bir Araştırma”, *Akademik Bakış Dergisi, Sayı:49, s:247-263, Ocak-Şubat 2017.*
- Atay, Lütfi, Soylu, Yasin ve Yıldırım, H. Mehmet “Otel İşletmelerinde Uygulanan İçsel Pazarlama Faaliyetlerinin Çalışanların Duygusal Bağlılık Tutumlarına Etkisi: Çanakkale Örneği”, *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, Cilt:10, Sayı:49, s: 531-541, Nisan 2017.*
- Diker, Oğuz, Taşpınar, Oğuz ve Soylu, Yasin “İstanbul/Beyoğlu-Taksim bölgesindeki 4-5 yıldızlı otel mutfak personelinin çelişki duygulu cinsiyetçilik düzeyleri ile kadın çalışanlara yönelik tutumları ilişkisinin incelenmesi”, *Journal of Life Economics, Vol:4, No:4, 2017, pp:125-142.*
- Temellioğlu, Erdem, Taşpınar, Oğuz ve Soylu Yasin “Yiyecek ve İçecek İşletmelerinde Atmosfer, Tüketim Duyguları, Müşteri Menuniyeti ve Yeniden Satın Alma Davranışı Arasındaki İlişkinin İncelenmesi”, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies, Volume:6, Issue:1, 2018, pp:253-264.*
- Soylu, Yasin, Atay, Lütfi ve Yıldırım, H. Mehmet “Kazdağları’na Gelen Ziyaretçilerin Çevre Dostu Davranış ve Çevresel Turizm Davranışları”, *7. Ulusal 3. Uluslararası Doğu Akdeniz Turizm Sempozyumu, Bildiri, Hatay/İskenderun, 2018.*
- 

**Kitap Bölümü**

- Taşpınar, Oğuz ve Soylu Yasin “Chapter V: Gastronomy and Cultural Heritage”, in: *New Approaches in Gastronomy*, Oğuz Diker, Serdar Sünnetçioğlu, Eds., Gece Kitaplığı, Ankara, pp.129-155, 2017