



Araştırma Makalesi (Research Article)

MACERA TURİSTLERİ İÇİN NEDEN GÖKÇEADA? SEYAHAT MOTİVASYONLARI VE DAVRANIŞSAL NİYETLERE YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA (WHY GÖKÇEADA (IMBROS) FOR ADVENTURE TOURISTS? A RESEARCH ON TRAVEL MOTIVATIONS AND BEHAVIORAL INTENTIONS)**

Berrin YILMAZ^{1*} (orcid.org/0009-0006-1105-820X)

Hacı Mehmet YILDIRIM² (orcid.org/0000-0003-0718-7296)

¹Çanakkale 18 Mart Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Seyahat İşl ve Turizm Reh. Anabilim Dalı, Çanakkale, Türkiye

²Çanakkale 18 Mart Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Seyahat İşletmeciliği ve Turizm Rehberliği, Çanakkale, Türkiye

Özet

Macera turizmi, katılımcıların günlük yaşamlarından uzaklaşarak doğayla etkileşime girmelerine olanak sağlayan ve risk düzeyine göre farklılaşan açık hava etkinliklerinden oluşmaktadır. Bu açıdan macera turizmi kişilerin hem fiziksel hem de psikolojik ihtiyaçlarına hitap etmektedir. Bu nedenle macera turizmine katılan turistlerin seyahat motivasyonları ve davranışsal niyetleri de farklılık göstermektedir. Turistlerin bir destinasyona gitme kararı almalarını etkileyen itici ve çekici seyahat motivasyonları turistlerin davranışsal niyetlerini de şekillendirmektedir. Davranışsal niyetler, turistlerin bir destinasyona karşı sahip oldukları algılar ve deneyimlerine dayalı olarak ortaya çıkan duygusal durumlar ve gelecekteki davranışlarını yansıtan eğilimlerdir. Turistlerin seyahat etmesinde etkili olan itici ve çekici motivasyonlar, destinasyona olan ilgiyi ve orada yaşanan deneyimlerin değerlendirilmesinde de etkili olmaktadır. Bu çalışmada, Gökçeada'daki macera turistlerinin itici ve çekici seyahat motivasyonları ile davranışsal niyetler arasındaki ilişkiler incelenmektedir. Araştırmanın örneklemini kolayda örnekleme yöntemiyle ulaşılan 302 yerli ve yabancı turist oluşturmaktadır. Veriler normal dağılım göstermediği için parametrik olmayan testler kullanılmış, değişkenler arasındaki ilişkiye yönelik korelasyon analizi yapılmıştır. Araştırma bulgularına göre, katılımcıların demografik özelliklerine göre itici ve çekici seyahat motivasyonları ile davranışsal niyetlerde anlamlı farklılıklar bulunmuştur. Ayrıca, itici ve çekici motivasyonlarla davranışsal niyetler arasında pozitif pozitif ve anlamlı bir ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Macera Turizmi, Seyahat Motivasyonları, Davranışsal Niyetler, Gökçeada

Abstract

Adventure tourism consists of outdoor activities that allow participants to get away from their daily lives and interact with nature and differentiate according to the level of risk. In this respect, adventure tourism addresses both physical and psychological needs of individuals. Therefore, travel motivations and behavioral intentions of tourists participating in adventure tourism also differ. Push and pull travel motivations that affect tourists' decision to visit a destination also shape their behavioral intentions. Behavioral intentions are emotional states that occur based on the perceptions and experiences of tourists towards a destination and tendencies that reflect their future behaviors. The push and pull motivations that are effective in tourists' travelling are also effective in evaluating the interest in the destination and the experiences experienced there. In this study, the relationships between the push and pull travel motivations and behavioral intentions of adventure tourists in Gökçeada (Imbros) are examined. The sample of the study consists of 302 domestic and foreign tourists reached by convenience sampling method. Non-parametric tests were used and correlation analysis was conducted to examine the relationship between variables, as the data were not normally distributed. The findings revealed significant differences in participants' push and pull travel motivations and behavioral intentions based on their demographic characteristics. Additionally, a significant and positive correlation was found between push and pull motivations and behavioral intentions.

Keywords: Adventure Tourism, Travel Motivations, Behavioral Intentions, Gökçeada (Imbros)

Giriş

Günümüzde kişilerin kent yaşamının monotonluğu, teknolojik yoğunluk ve artan stres gibi faktörlerden uzaklaşma arayışı, alternatif turizm türlerine yönelimi beraberinde getirmiştir. Bu bağlamda, macera turizmi;

**Bu makale, 2023 yılı X ayında Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Seyahat İşletmeciliği ve Turizm Rehberliği Tezli Yüksek Lisans Programında yüksek lisans tezi olarak gerçekleştirilmiştir.

*Sorumlu yazar: h.mehmet@comu.edu.tr

DOI: 10.33083/joghat.2025.539

kişilere fiziksel aktiviteyle bütünleşmiş, heyecan, risk ve başarı hissi gibi duyguları deneyimleme fırsatı sunan özgün bir seyahat biçimi ve boş zaman aktivitesi olarak ön plana çıkmaktadır. Farklılık arayışında olan ve yüksek riskten hoşlanan kişilerin katıldığı bir turizm türü olan macera turizminin yaygınlaşmasının nedenleri arasında macera faaliyetlerinin insanları mevcut stresli durumlarından uzaklaştırması ve onlara yeni deneyimler edinme fırsatı sunması yer almaktadır. Kişilerin günlük yaşamlarından uzaklaşmak amacıyla çeşitli faaliyetlere ilgi duyması "macara" olarak ifade edilmektedir (Sung, 2004; Gyimothy ve Mykletun, 2004; Rantala, Rokenes ve Valkonen, 2016, Schmidt Rojas, Sand ve Gross, 2025). UNWTO (2014), macera turizmine olan talebin artmasında artan kentleşme ve dijitalleşmenin etkili olduğunu ve tüketicilerin doğal ve kültürel değerleri öne çıkaran aktif olarak yer aldıkları otantik deneyimler aradığını belirtmektedir. Muller ve Cleaver (2000), macera turizmini fiziksel açıdan zor bir deneyim olarak; heyecan, yüksek düzeyde duyuşsal uyarım, adrenalin odaklı, risk içeren ve başarıyı değerlendirme fırsatlarıyla sonuçlanan coşku ile ilişkilendirilmektedir. Kişiden kişiye farklılık gösteren uzmanlık ve beceri gerektiren macera turizmi, bir kişi için macera olarak tanımlanabilirken başka bir kişi için sıradan bir olay olarak görülebilmektedir. Bu durum, macera aktivitelerinin dağcılık, rüzgâr sörfü, rafting, avcılık, dalış, yamaç paraşütü, kamp gibi farklı türlerdeki birçok etkinliği içermesini açıklamaktadır (Geldenhuys, 2018; Yıldız, 2019).

İşletmeler varlıklarını devam ettirebilmek için ürettiği mal ve hizmetlerin tüketicilerin beklenti ve isteklerini dikkate almaları gerekmektedir. İşletmeler tüketicilerin ihtiyaçlarını ve isteklerini doğru bir şekilde anladıklarında hangi mal ve hizmetleri nasıl üretecekleri hakkında doğru karar verebilmektedirler. Turizm sektörü açısından da turistlerin seyahat kararlarında etkili olan seyahat motivasyonlarının bilinmesi destinasyonlar ve işletmeler için önemlidir ve turistlerin davranışlarını anlamlandırmaya yardımcı olmaktadır. Kişilerin seyahatlerine nasıl karar verdikleri, neden ve nereye seyahat ettikleri veya edeceklerine yönelik çalışmalar turistlerin seyahat motivasyonlarını ortaya koymaktadır. Turistlerin seyahat motivasyonlarıyla genel ve yaygın olarak kabul gören teorilerden biri itici ve çekici faktörlerdir (Dann, 1977; Crompton, 1979; Aydın ve Sezerel, 2017, Khan vd., 2023; Mai ve Nguyen, 2023). Motivasyonlar kişilerin karar verme süreçlerinde önemli bir rol oynamaktadır. Birçok faktörden etkilenen turist davranışlarının temelinde motivasyon faktörleri yer almaktadır. Seyahat motivasyonları aynı zamanda turistlerin davranışsal niyetlerini de şekillendirmektedir. Turistlerin deneyimlerinde yaşanan memnuniyet veya memnuniyetsizlik sonrasında ortaya çıkan davranışsal niyetler, bir sonraki seyahat kararlarında ve deneyimlerini başkalarıyla paylaşmalarında etkilidir.

Bu çalışmada; macera turizmi, seyahat motivasyonları, davranışsal niyetler ele alınmaktadır. Macera turistlerinin seyahat motivasyonları ve davranışsal niyetlerine ilişkin alan yazında ulusal parklarda, doğal alanlarda dağlarda ve kırsal alanlarda seyahat motivasyonları, algılanan riskler ve davranışsal niyetler incelendiği görülmektedir (Terblanche, 2012; Mason ve Moretti, 2016; Giddy ve Webb, 2018; Giddy, 2018; Nguyen-Van vd., 2024, Orden-Mejía vd., 2025). İlgili alan yazın incelendiğinde Gökçeada'nın macera turizmi potansiyelini, macera turistlerinin seyahat motivasyonlarını ve davranışsal niyetlerini birlikte inceleyen çalışmaya rastlanmamış olması çalışmanın literatüre katkısı açısından önemlidir.

Kavramsal Çerçeve

Macara Turizmi

Macara turizmi, Kuzey Amerika ve Avrupa başta olmak üzere dünyada dinamik, popüler ve hızlı bir şekilde büyüyen turizm türlerinden biridir (Tschapka, 2006; UNWTO, 2014; Lou, 2014; Deb, Kondasani ve Das, 2023; Schmidt Rojas vd., 2025). Turistler, isteyerek katıldıkları ve çeşitli zorluklarla yüzleştikleri bu turizm türünde deneyimlerinin sonunda yeni şeyler öğreneceklerine ve ödül kazanacaklarına inanmaktadırlar (Swarbrooke, 2003; Garda, 2011). Fiziki aktivitelerin bir araya gelmesiyle oluşan deneyimlere karşı ihtiyaçlardan macera turizmi, farklı risklerden hoşlanan kişilerin katıldığı, ödül ümidiyle de satın alınan seyahat ve boş zaman aktivitelerinden oluşmaktadır. Bu turizm türünün yaygınlaşmasında macera aktivitelerinin insanları içinde yaşadığı stresten uzaklaştırması ve yeni deneyimler kazanma olanağı sağlaması etkili olmaktadır (Öztürk ve Yazıcıoğlu, 2002; Sung, 2004; Schlegelmilch ve Ollenburger, 2013). Olağandışı, risk veya tehlike içeren, heyecan verici bir deneyim olarak macera, turistik deneyim olarak da tehlike ve düşük veya yüksek fiziksel riskleri içinde barındıran heyecana bağlı boş zaman aktivitelerini ve seyahatleri kapsamaktadır. Yeni alanların keşfedilebildiği ve beklenmedik sonuçları barındıran macera turizmi aktiviteleri sıra dışı, vahşi ve egzotik yerler ana cazibe yerleridir (Khulge ve Naik, 2018).

Haddock ve Wisheard (1993) tarafından macera turizmi kişilerin fiziksel veya duygusal potansiyellerini gösterebilecekleri bir ortamdaki aktiviteler yoluyla gerçekleşen deneyimlere olanak sağlayan ve özgürce tercih edilebilen rekreasyonel faaliyetleri macera turizmi olarak ifade etmişlerdir. Buckley (2007) ise macera

turizmini, başlıca cazibesi olarak doğada gerçekleşen, genel olarak çeşitli özelliklere sahip spor veya diğer ekipmanlara ihtiyaç duyulan ve turistler açısından heyecan verici açık hava aktivitelerinin olduğu rehberli turlar olarak açıklamıştır. Kane ve Tucker (2004) macera turizmini adrenalin, risk ve heyecan içeren aktivitelere odaklanmış ve bu tarz aktivitelere katılan kişilerin seyahatleri macera turizmi olarak tanımlamışlardır. Günümüzde macera turizmine yönelik doğal çevreye bağlı, özel ekipman ve gerçekleştirilen aktivitelerle ilgili deneyim ve bilgi gerektiren eğlenceli, güvenli ve tatmin edici deneyimler sunan rehberli turların sayısı artmaktadır (Jin vd., 2019). Millington, Locke ve Locke (2001) turistlerin açısından seyahatin en önemli kısmının destinasyon olduğunu ifade etmişlerdir. Aktivite odaklı olan macera turizminde ise en önemli bileşen aktivitedir ve destinasyondan ziyade turistlerin odak noktasındadır (Tschapka, 2006). Son yıllarda turizm pazarında popülerliğini artıran macera turizminde çoğunlukla fiziksel olarak farklı zorluk derecelerine sahip deneyimsel bileşenler bir araya getirilmekte ve turistlere yüksek duyuşsal uyumu sunmaktadır. Monotonlaşan hayat rutininden ve faaliyetlerden uzaklaşma fırsatı sunan macera aktiviteleri kara, hava, su ve karma tabanlı olarak gerçekleştirilebilmektedir (Akoğlan Kozak ve Bahçe, 2009; Pomfret, 2006).

Macera aktivitelerinin yapıldıkları ortama göre sınıflandırılmasının dışında içerdikleri belirsizlik, risk, heyecan ve korku duygusuna açısından yumuşak ve sert aktiviteler olarak da sınıflandırılmıştır (Patterson ve Pan 2007; UNWTO, 2014; Türk ve Güneren, 2021). Bu sınıflandırmada, aktivitelerin risk düzeyleri ve turistlerin deneyimi göz önünde bulundurulmuştur. Yüksek derecede risk düzeyine sahip ve katılımcıların üst düzeyde deneyimini gerektiren aktiviteler “sert macera aktiviteleri” olarak nitelendirilmiştir. Düşük düzeyde beceri ve deneyim gerektiren ve risk düzeyinin daha düşük olduğu aktiviteler ise “yumuşak macera aktiviteleri” olarak tanımlanmıştır (Tschapka, 2006). Yumuşak macera aktiviteleri genellikle rehberli olup, yalnızca düşük risk içermekte ve asgari düzeyde beceri gerektirdiğinden yeni başlayanlar tarafından yapılabilmektedir (Gross ve Sand, 2019). Yüksek derecede riske sahip ve beceri gerektiren aktiviteleri kapsayan sert macera aktivitelerinde risk ve deneyim iki temel unsurdur. Sert macera turizm faaliyetlerine katılan kişiler genellikle risk arayışı içinde, meydan okuma ve adrenalin yaşama istegindedirler. Kişilerin bu duyguları hissetmek için sahip olduğu duygular beceri ve meydan okumayla motive edilmektedir (Ewert, 1985; Hill, 1995). Macera aktivitelerinin risk düzeylerine göre macera turizmi sınıflandırmalara buz tırmanışı, şnorkelle dalış, beyaz su rafting, tırmanış, bungee jumping, trekking, mağaracılık, dağ bisikleti, yamaç paraşütü ve yerçekimsiz uçuş aktiviteleri sert; vahşi yaşam gözlemi, 4x4 ATV gezisi, okçuluk, avcılık, kuş gözlemciliği, kaya tırmanışı, hiking, kano, oryantiring, kamp, kara su rafting, sırt çantasıyla seyahat, rüzgar sörfü, uçurtma sörfü (kitesurf), yelkencilik yumuşak macera aktiviteleri olarak sınıflandırılmaktadır (Muller ve Cleaver, 2000).

Macera aktivitelerinin riskli olup olmaması kişilerin aktiviteye bakış açısı ve algılarına göre değişebilmektedir. Yumuşak aktivite olarak düşük risk düzeyinde kabul edilen balon aktivitesi ilk defa bu aktiviteyi gerçekleştirecek biri için riskli olarak algılanabilir ve kişide paniğe neden olabilmektedir. Kimi zaman macera aktivitelerine ilişkin risk durumu kişilerin algısı ve aktiviteyi nasıl değerlendirdiklerine göre de farklılık gösterebilir (Yalçın, 2020). Hava durumu, denizdeki dalgalar, ekipmanların aktiviteye uygunluğu, çevredeki zorluklar, işletmelerin ve yiyecek ve suyun durumu, katılımcıların ve rehberlerin deneyimi, becerileri ve ruh hali gibi durumsal faktörler de deneyimin yumuşak mı yoksa sert mi olduğunu belirlemektedir. Yumuşak macera deneyimleri, çevredeki beklenmedik değişiklikler, ekipman arızası, yaralanma veya katılımcıların psikolojik/fiziksel engelleri nedeniyle de sert macera deneyimlerine dönüşebilir (Janowski, Gardiner ve Kwek, 2021). Bu nedenle, yumuşak ve sert macera turizmi, belirli aktiviteler için kesin olarak birbirinden ayrılmamaktadır.

Seyahat Motivasyonları

İnsanlar, farklı yerleri keşfetmek için çeşitli nedenlerle ve farklı güdülerle seyahat etmektedirler. Seyahat motivasyonları, diğer tüm motivasyon türlerinde olduğu gibi ihtiyaçlardan doğmaktadır. Seyahate çıkmaya karar veren kişileri hazırlayan ve turizm faaliyetlerine yönlendiren bu ihtiyaçlar, seyahat motivasyonlarını oluşturmaktadır (Uysal ve Hagan, 1993; Kılıçlar ve Şenol, 2019). Seyahate çıkan turistlerin beklentileri ise, seyahat motivasyonlarına bağlı olarak değişkenlik gösterebilmektedir. Farklı motivasyonlarla seyahate çıkan turistler, farklı beklentilerini karşılamaya amaçlamaktadır. Bu bağlamda kişiler yeni kültürler keşfetmek, günlük rutinlerinden uzaklaşmak, doğal güzellikleri ve tarihi eserleri görmek, eğlenmek, dinlenmek ya da macera aramak gibi sebeplerle seyahat edebilmektedirler (Pektaş, 2017; Uysal, McGehee ve Loker-Murphy, 1996). Pearce (1996), Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisi teorisini referans alan diğer seyahat motivasyonları teorileri gibi bu teoriye dayalı olarak “Seyahat Kariyer Merdiveni” teorisini geliştirmiştir. Bu teoride, turist motivasyonları beş farklı düzeyde incelenmiştir. Bu düzeylerde, kişilerin seyahat deneyimlerinin artmasıyla birlikte değişen ihtiyaç ve istekleri temsil edilmektedir. Seyahat deneyiminin başlangıcındaki turistler dinlenme, eğlence veya doğal güzellikleri görmek gibi daha temel motivasyonlarla seyahat ederken, deneyim

kazandıkça yeni kültürler keşfetmek ya da macera aramak gibi daha karmaşık ve derinlemesine motivasyonlar ön plana çıkabilmektedir.

Turizm motivasyonlarıyla ilgili itici ve çekici faktörler ilk kez Dann (1977) tarafından ortaya konulmuştur. İtici faktörler kişiyi bir turizm deneyimi aramaya iten belirli iç faktörlerken, çekici faktörler hangi deneyim veya ürünün seçileceği kararında etkili olan ve kişiyi bir deneyimi seçmeye çeken dış faktörler olarak ifade edilmiştir. Crompton (1979), seyahat motivasyonlarını sosyo-psikolojik ve kültürel motivasyonlar olarak iki ana grupta sınıflandırmıştır. Sosyo-psikolojik motivasyonlar arasında rahatlatma, kaçış, kendini keşfetme, geçmişe özlem, saygınlık ve toplumsal etkileşim ve akrabalarla ilişkileri güçlendirme gibi unsurlar yer alırken, kültürel motivasyonlar ise yenilik arayışı ve eğitimle ilgili faktörleri kapsamaktadır. İnsanlar genellikle bir şeyler keşfetmek ya da monotonluktan kaçmak amacıyla seyahat ederler. Başka bir seyahat motivasyon yaklaşımı olan kaçış ve arayış kuramına göre ise, kişiler psikolojik zorluklar, kişisel sorunlar, başarısızlıklar gibi içsel sebeplerle ya da arkadaş, aile, akraba ve iş yaşamı gibi kişilerarası faktörlerden kaynaklanan nedenlerle seyahat etme davranışını sergilerler (Iso-Ahola, 1982).

Turistlerin seyahat motivasyonları, kişilerin seyahat seçimlerini, deneyimlerini ve davranışlarını etkileyen biyolojik ve kültürel güçlerin birleşiminden oluşmaktadır. Turistlerin seyahat etme nedenlerini açıklamak için genellikle itici ve çekici motivasyon faktörleri kullanılmaktadır. Bu iki yaklaşım, turistlerin seyahate yönlendiren içsel ve dışsal faktörlere dayanmaktadır. Çekici faktörler, seyahat kararı verildikten sonra destinasyonun ilgi çekici özellikleriyle ilgilidir. Bu faktörler, kişiyi bir destinasyonu diğerlerine tercih etmeye yönlendiren unsurlardır. Bansal ve Eiselt (2004), bu çekici faktörleri destinasyonun görünen çekicilikleri, somut özellikleri ve nitelikleri olarak tanımlamıştır. Bu faktörler arasında tarihi ve kültürel alanlar, konaklama imkanları, plajlar, flora ve fauna, ulaşım kolaylıkları, rekreasyon alanları gibi somut unsurlar yer alırken, yenilik ve fayda gibi algılar ve beklentiler de bulunmaktadır. Hem farklı ülkeler arasında hem de aynı ülke içinde değişkenlik gösterebilen çekici faktörler seyahat etme isteği uyandırarak o destinasyonu tercih sebebi haline getirerek ve diğer destinasyonlara göre rekabet avantajı sağlamaktadır (Sato vd., 2016).

İtici faktörler, psikolojik motivasyonlardan oluşur ve rahatlatma, kaçış, eğlence, aile/arkadaşlarla vakit geçirme, zihinsel dinlenme gibi unsurlar içerir. Çekici faktörler ise seyahat edilecek destinasyonların iklimi, ulaşım kolaylıkları, manzarası, cazibe merkezleri, kültürel ve tarihi özellikleri gibi nitelikleridir. İtici faktörler ise kişileri seyahat etmeye yönlendiren temel psikolojik ihtiyaçları kapsamaktadır. Bu ihtiyaçlar, günlük yaşamın karmaşasından ve monotonluğundan kaçınma, sevgi ve şefkat arayışı, sosyal etkileşim kurma isteği, başkaları tarafından tanınma arzusu ve özgüven ihtiyacı şeklinde sıralanmaktadır. Turistlerin seyahat kararlarında farklı rollere sahip olsalar da, itici ve çekici faktörlerin birbirlerinden kesin bir şekilde ayrılması mümkün değildir. İtici faktörler, çekici faktörler tarafından desteklenerek potansiyel turistlerin destinasyon tercihlerinde değişikliklere neden olabilmektedir. Bu bağlamda, itici faktörler bireylerin seyahat etme arzusunu tetiklerken, çekici faktörler ise seyahatin gerçekleştirileceği destinasyonun seçim sürecini tamamlayıcı bir rol üstlenmektedir (Dann, 1977; Crompton, 1979; Yoon ve Uysal, 2005; Wu ve Pearce, 2014; Sato vd., 2016; Urbanski, 2022).

Seyahat motivasyonları kapsamında ele alınan risk alma, heyecan arayışı ve başarı güdüsü, birbiriyle etkileşim halinde olan kavramlardır. Bu bağlamda, risk alma ve heyecan arayışı, özellikle macera odaklı aktivitelere katılım gösterecek bireyler için önemli motivasyon unsurları arasında yer almaktadır. Bireyleri bu tür aktivitelere yönlendiren temel motivasyon kaynaklarından biri de başarı arzusudur (Karpuz, 2017; Türk ve Güneren, 2021; Kane ve Tucker, 2004; Tanrısevdi, 2009). Macera aktivitelerine katılan kişiler genellikle kendini gerçekleştirme ihtiyacını tatmin etme eğilimindedirler. Bazı macera turistleri, aktivitelere katıldıklarında en üst noktadaki deneyimleri aramaktadırlar. Bu deneyimler, seyahat kariyer merdivenindeki en üst basamaktaki ihtiyaçlarının karşılanması, hayata uyum sağlanması ve ruhsal açıdan huzurun kazanılması şeklinde ifade edilebilmektedir. Macera turistleri, Güney Afrika'da bisiklet sürme, Kızıldeniz'de dalış, İspanya'nın Pamplona kentinde boğa koşusuna katılma, Lapland'da husky köpekleriyle kızığa binme ve ren geyiği gezileri veya Güney Afrika'da köpekbaklıklarıyla yüzme gibi etkinliklere katılarak hem hayallerini gerçekleştirir hem de kendini gerçekleştirme ihtiyacını karşılamaktadırlar (Beard vd., 2012).

Macera aktivitelerine katılan kişilerin güdülleri, katılım esnasında deneyimlerden etkilenerek değişkenlik gösterebilmektedir. Macera aktivitelerine katılan kişiler çoğunlukla eğlence, heyecan arayışı ve yeni yerler keşfetme gibi motivasyonlara sahiptirler (Chauke, Tshipala ve Boshoff, 2022; Pomfret ve Bramwell, 2016). Macera turizmi motivasyonları kapsamında, kişileri macera deneyimi aramaya iten faktörler incelendiğinde, çoğunlukla risk arayışı unsuru öne çıkmaktadır. Ancak son çalışmalarda, kişileri motive eden unsurun gerçek risk değil, aslında heyecan olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Kane ve Tucker, 2004; Pomfret ve Bramwell, 2014).

Cater (2006), heyecan faktörünün gerçek riskten ziyade motivasyon açısından daha belirgin olduğunu vurgulamıştır.

Macera seyahati motivasyonları üzerine yapılan çalışmalarda, öncelikle risk kavramı üzerinde durulmuş, ancak ardından turistlerin macera turizmi seyahatlerine katılmalarını sağlayan motivasyonlar hız ve heyecan gibi kavramlarla incelenmiştir. Bazı araştırmalarda ise korku, telaş ve heyecan duygularının turistleri macera turizmine motive ettiği ifade edilmiştir (Giddy ve Webb, 2018; Zaid, 2023; Luong ve Nguyen; 2024). Beckman, Whaley ve Kim (2017), Tennessee'deki Ocoee Nehri'nde rafting yapan turistlerin motivasyonlarını incelemiş ve turistlerin duygularının ve doğaya ilişkin motivasyonlarının, macera aktivitelerini deneyimleme açısından olumlu duygusal etkileşimler oluşturduğunu bulmuşlardır. Sato vd. (2018) ise, Niseko'da rafting yapmak için gelen Japon turistlerinin seyahat nedenlerini araştırmış ve sosyalleşme, aile, kaçış ve coşku olarak dört itici faktör, kültür, doğal kaynaklar ve rafting hizmetleri olarak üç çekici faktör belirlemiştir. Bu doğrultuda, sosyal etkileşimler, arkadaşlarla vakit geçirme ve yabancı insanlarla iletişime geçme gibi sosyal boyutların baskın olduğunu ortaya koymuştur. Levenson (1990), kaya tırmanışına katılan macera turistlerini, merak, heyecan, macera ve deneyim edinme gibi faktörlerin motive ettiğini belirtmiştir. Sung (2004) ise macera turistlerinin seyahat motivasyonlarını önem atfetme, ilgi duyma, haz alma, risk alma ve deneyim edinme şeklinde kategorize etmiştir. Morgan, Moore ve Mansel (2005), su temeli macera aktivitelerine yönelik yaptıkları çalışmada, turistlerin suyun akış yönünü deneyimleyip tecrübe etme, ödül ve eğlence gibi faktörlerle motive olduklarını ve macera aktivitelerine katıldıklarını tespit etmişlerdir. Bentley, Page ve Macky (2007), Yeni Zelanda'da macera aktivitelerine katılımı inceleyerek, turistlerin heyecan ,risk, keşfetme, dinlenme, ve kendi zorluklarını test etme gibi motivasyonlardan dolayı seyahat ettiklerini bulmuşlardır. Genel bir değerlendirme yapıldığında, macera aktivitelerine katılan turistlerin, geleneksel seyahat motivasyonlarından farklı olarak risk alma, meydan okuma, heyecan arayışı ve kendini aşma gibi özgün motivasyonlarla seyahat davranışları sergiledikleri görülmektedir.

Davranışsal Niyetler

Davranışsal niyetler, turistlerin bir işletmeye da destinasyonu tekrar ziyaret etme isteğini ifade eden önemli bir göstergedir. Dolnicar, Coltman ve Sharma (2015), davranışsal niyetleri bir ürün ya da hizmeti tekrar satın alma olasılığı olarak tanımlamışlardır. Ayrıca davranışsal niyetler, tüketicinin bir mal ya da hizmeti deneyimledikten sonra gelecekte o mal ya da hizmetle ilgili alacağı kararları ve göstereceği davranışları ifade eden davranışların bütünü olarak ele alınmaktadır (Warshaw ve Davis, 1985; Jackson, Chow ve Leitch, 1997; Çetinkaya, 2017; Türkmen ve Atay, 2018). Mason, Gos ve Moretti (2016), macera seyahatlerindeki motivasyon faktörlerinin turistlerin davranışsal niyetlerini nasıl etkilediğini incelemişlerdir. Bu motivasyonlar arasında doğa, risk ve sosyalleşmenin öne çıktığını tespit edilmiş ve turistlerin davranışsal niyetlerini etkileyen en güçlü motivasyon faktörünün doğa olduğunu ortaya konulmuştur. Ha ve Jang (2010), davranışsal niyetleri, tüketicilerin hizmeti yeniden satın alması, marka sadakati, destinasyonu tekrar ziyaret etmesi, çevresine tavsiye bulunması ve olumlu yönde reklamını yapması gibi çeşitli kategorilerde sınıflandırmışlardır.

Turistlerin mal ya da hizmeti deneyimlemesinin ardından oluşan müşteri memnuniyeti, işletmenin ya da destinasyonun gelecekteki başarısını belirleyen önemli bir faktördür. Baker ve Crompton (2000), turist memnuniyetini, seyahat sonrası turistlerin yaşadığı duygusal durum olarak ifade etmişlerdir. Pizam ve Ellis (1999) ise bu psikolojik durum açısından işletmelerin ve destinasyonların turist memnuniyetini artırabilmesi için, turistlerin beklentilerini karşılamaları gerektiğini vurgulamışlardır. Turistler yüksek memnuniyet seviyelerine ulaştıklarında, tekrar ziyaret etme ve çevrelerine tavsiye etme eğilimindedirler. Aksine, memnuniyetsiz turistler ise olumsuz yorumlar yapmaya ve aynı destinasyonu yeniden ziyaret etmeyi gözden geçirmeye eğilimli olmaktadır (Chen ve Tsai, 2007). Aliman vd. (2016), turist memnuniyetinin öncüllerini belirlemek amacıyla yaptıkları araştırmada, Malezya'daki Langkawi Adası'na seyahat eden turistlerin beklentilerini, kalite, destinasyon imajı, fiyat değeri, risk, algılanan değer ve sosyal güvenlik gibi faktörler olarak tanımlamışlardır. Araştırma sonuçları, bu değişkenlerin turist memnuniyeti üzerinde olumlu bir etki yarattığını ortaya koymuş ve en güçlü yordayıcıların sırasıyla sosyal güvenlik, beklentiler, destinasyon imajı, fiyat ve algılanan değer ile risk olduğunu göstermiştir. Memnuniyetin artması, turistlerin başkalarına deneyimlerini pozitif bir şekilde aktarmasına ve tavsiye etmelerine yol açmaktadır.

Tekrar ziyaret etme niyeti, turistin belirli bir destinasyonu tekrar görme arzusunu ve aynı deneyimi yeniden yaşama isteğini ifade etmektedir. Baker ve Crompton (2000) bir aktiviteye tekrar katılma olasılığını "tekrar ziyaret etme niyeti" olarak tanımlamışlardır. Yoon ve Uysal (2005) tarafından yapılan çalışmada, turistlerin aldıkları hizmetten duydukları memnuniyetin artmasının, ürün ve hizmetlerin tekrar tüketilmesi ve destinasyonun yeniden ziyaret edilme niyeti üzerinde olumlu bir etkisi olduğunu göstermiştir. Pratama (2015),

yaptığı çalışmada Bejiharjo köyünde gerçekleştirilen macera turizmi aktivitelerine yönelik turist memnuniyetini incelemiş ve bu memnuniyetin, turistlerin tekrar ziyaret etme niyeti ile olumlu yönde ilişkili olduğunu bulmuştur. Ayrıca, macera turizmi katılımcılarının memnuniyetini oluşturan faktörler arasında doğa, manzara, maliyet, güvenlik, aktivite ekipmanlarının kalitesi, etkinliğin güvenilirliği, personel ve işletme bilgi ve becerisi, heyecan, merak, ulaşım ve iklim gibi unsurlar yer almaktadır. Turistlerin davranışsal niyetleri, memnuniyet düzeyleri ve seyahat deneyimlerinin niteliği arasında ilişki bulunmaktadır. Yüksek müşteri memnuniyeti, turistlerin tekrar ziyaret etme olasılığını artırmaktadır. Ayrıca bu niyetler, işletmelerin ve destinasyonların uzun vadeli başarısında önemli bir faktör olarak öne çıkmaktadır.

Gökçeada ve Macera Turizmi Potansiyeli

Gökçeada (İmroz), yaklaşık 290 km² yüz ölçüme sahip olup, 95 km. kıyı şeridiyle Çanakkale Boğazı'nda konumlanan ve Türkiye'nin en büyük adası olma özelliğini taşımaktadır. Topografik olarak genel itibarıyla engebeli bir yapıya sahip Gökçeada, jeolojik oluşumu itibarıyla volkanik kütlelerden meydana gelmiştir. Adanın arazi yapısının %77'si dağlık, %12'si engebeli ve %11'i ise ovalık alanlardan oluşmaktadır. İdari yapılanma açısından Gökçeada, ilçe merkezi ve dokuz köy olmak üzere toplam on bir yerleşim birimini kapsamaktadır. Mevcut köyleri arasında Kaleköy, Uğurlu, Tepeköy, Eski Bademli, Zeytinliköy, Yeni Bademli, Şirinköy, Eşelek Köyü ve Dereköy bulunmaktadır. Gökçeada, Aydıncık, Gizli Liman, Yuvalı, Uğurlu, Pigos, Lazkoyu, Kuzulimanı, Sualtı Milli Parkı'nın yer aldığı Yıldızkoy, Mavikoy ve Yelkenkaya gibi önemli kumsallara ev sahipliği yapmaktadır. Aydıncık (Kefaloz) bölgesinde bulunan Tuz Gölü, çeşitli sağlık sorunlarına yönelik çamur banyosu uygulamalarıyla bilinmektedir. Ayrıca, Gökçeada'da tavşan, yaban ördeği, bıldırcın, sığırcık, keklik ve kaz gibi av hayvanları popülasyonu da bulunmakta ve bu türler üzerine avcılık faaliyetleri gerçekleştirilmektedir (Çakıcı ve Aksu, 2006).

Gökçeada, doğal yapısını büyük ölçüde koruması nedeniyle macera turizmi açısından önemli bir potansiyele sahiptir. Yıldız Koyu, Laz Koyu, Kuzu Limanı, Kokina, Aydıncık, Güzelce Koy, Uğurlu Plajları ve Gizli Liman gibi sahil ve koylar, hem su altı hem de su üstü aktivitelerine yönelik yerli ve yabancı turistler için önemli birer cazibe merkezi haline gelmiştir. Özellikle son yıllarda Balkan ülkelerinden gelen turistlerin ilgisini çekmektedir. Adanın uzun ve berrak kumsalları, denizi, özellikle rüzgâr sörfü için uygun esintisi ve engebeli arazisi, çeşitli macera turizmi aktiviteleri için elverişli bir ortam sunmaktadır. Kuzu Limanı ile Kaleköy arasındaki sahil şeridi, su altı biyoçeşitliliğinin zenginliği nedeniyle Türk Deniz Araştırmaları Vakfı (TÜDAV) tarafından "Deniz Koruma Alanı" olarak ilan edilmiştir. Bu durum, Gökçeada'yı dalış aktivitesi için tercih edilen destinasyonlardan biri haline getirmektedir. Aynı zamanda, Gökçeada'nın doğal coğrafyası, doğa yürüyüşü (trekking) aktiviteleri için de uygun güzergahlar barındırmaktadır (GMKA, 2012; Özdemir, 2012).

Gökçeada, rüzgâr sörfü, dalış, bisiklet turları, kampçılık ve kuş gözlemciliği gibi çeşitli macera turizmi aktivitelerine olanak tanıyan bir destinasyondur. Yelken sporları, rüzgâr sörfü ve uçurtma sörfü su tabanlı olmaları ve rüzgârın itici gücünden yararlanmaları bakımından ortak özellikler sergilemektedir. Sörf aktivitelerine katılan macera turistleri diğer turistlere göre, sörf bölgelerinde daha uzun süreli konaklama eğilimleri ve destinasyondaki işletmeleri daha sık tercih etmektedirler. Rüzgâr sörfü, yelken ve yüzen tahta gibi özel ekipmanlar gerektirmektedir ve tahtaya monte edilen yelkenin rüzgârı yakalamasıyla hareket sağlanmaktadır (Yalçın, 2020; Uyrun, 2020).

Gökçeada, geniş bir rüzgâr sezonuna sahip olması nedeniyle ilkbahardan sonbahar sonuna kadar rüzgâr sörfü için tercih edilen bir destinasyon olarak öne çıkmaktadır. . 2000'li yılların başlarında Bulgaristanlı sörfçüler tarafından başlatılan sörf sporları, 2008 yılından itibaren Gökçeada'da yaygınlaşmıştır. Aydıncık sahili, Laz Koyu, Tuz Gölü, Gizli Liman ve Mavi Koy, rüzgâr sörfü yapmak isteyen yerli ve yabancı turistlerin ilgi odağı konumundadır (Yaşar, 2014). Laz Koyu, Kuzu Limanı, Yıldız Koyu, Aydıncık, Kokina, Güzelce Koy, Kapıkaya, Yuvalı Sahilleri, Uğurlu Plajları ve Gizli Liman gibi kıyı şeritleri, hem sörf hem de yüzme aktiviteleri için önemli bir potansiyel barındırmaktadır (GMKA, 2012). Gökçeada'da rüzgâr sörfüne yeni başlayanlar ve ileri düzeyde bu aktiviteyi gerçekleştirmek isteyenler için uluslararası standartlarda sörf okulları ve kamp alanları mevcuttur (Çavuşoğlu, 2008).

Karadeniz ve Akdeniz arasında yer alan deniz canlılarının geçiş yolları olması nedeniyle Gökçeada'da zengin balık yataklarına sahiptir. Doğal güzelliklerinin yanı sıra Birinci Dünya Savaşı'ndan günümüze kadar ulaşan batık kalıntıları da mevcuttur. TÜDAV (Türkiye Deniz Araştırmaları Vakfı) tarafından zengin su altı güzellikleri nedeniyle Kaleköy ve Kuzu Limanı arasında kalan sahil kısmı, "Deniz Koruma Alanı" olarak kabul edilmiştir. Bu doğrultuda Gökçeada dalış turizmi için bir potansiyel taşımaktadır (GMKA, 2012). Gökçeada'daki macera turizmi kapsamında trekking aktiviteleri de gerçekleştirilmektedir. Bu kapsamda Marmaros Şelalesi gününbirlik trekking parkuru bulunmaktadır (Cengiz, Özkök ve Ayhan, 2011).

Bisiklet turları, dünya genelinde hem ulaşım aracı hem de sportif bir aktivite olarak yaygın bir şekilde gerçekleştirilmektedir. Gökçeada'da bisiklet sürücülerinin deneyim seviyelerine göre farklı zorluk derecelerine sahip rotalar belirlenmiştir. Orta seviyedeki bisiklet sürücüler için önerilen 55 km uzunluğundaki rota, Havaalanı'ndan başlayarak sırasıyla Merkez, Baraj, Dereköy, Uğurlu Göleti, Şirinköy, Laz Koyu, Tuz Gölü, Eşelek Köyü, Aydıncık Göleti ve tekrar Merkez güzergâhını takip ederek Havaalanı'nda son bulmaktadır. Zeminini asfalt olan bu rotada bazı eğimli rampalar bulunmaktadır. Zorluk derecesi 10 üzerinden 6 olarak değerlendirilmektedir. Bisiklet sürmeye yeni başlayanlar için ise 11 km uzunluğundaki Merkez, Yıldızkoy, Kaleköy ve tekrar Merkez rotası önerilmektedir (Yılmaz ve Yıldırım, 2022). Göçebe kuşların göç güzergâhında yer alan Gökçeada, keklik ve çulluk gibi yerleşik kuş türlerine de ev sahipliği yapmaktadır (GMKA, 2012). Tuz Gölü dalyanı ve Gökçeada kıyılarının yüksek ve taşlık alanları önemli bir biyoçeşitliliği barındırmakta olup, kuzey kıyıları "Önemli Doğa Alanı" olarak belirlenmiştir. Gökçeada, toplamda 143 kuş türüne ev sahipliği yapmakta ve bu türler 16 set ve 41 familyaya aittir. Yıl boyunca toplam 63 kuş türü gözlemlenebilmekte olup, bu türlerin 55'i yaz, 10'u transit ve 15'i kış göçmenidir (GMKA, 2020).

Yöntem

Araştırmanın Amacı ve Önemi

Popülerliği her geçen gün artan macera turizmine olan ilgi diğer turizm faaliyetlerine kıyasla gün geçtikçe artmaktadır. Bu bağlamda, turistlerin macera aktivitelerini tercih etmelerinin nedenleri, bu aktiviteleri hangi destinasyonlarda deneyimledikleri ve deneyim sonrasındaki duygusal tepkileri önem taşımaktadır. Bu çalışmanın amacı, Gökçeada'yı ziyaret eden macera turistlerinin, macera aktivitelerine katılımlarını sağlayan ve Gökçeada'yı macera turizmi için tercih etmelerindeki seyahat motivasyonlarını belirlemek ve macera turizmine ilişkin deneyimlerin ardından ortaya çıkan davranışsal niyetler üzerindeki etkilerini incelemektir. Araştırma sonuçlarının, destinasyona yönelik motivasyonlar ve davranışsal niyetler hakkında bilgiler sunması, Gökçeada'daki işletmeler ve kuruluşlar için önemli veriler sağlaması açısından çalışmanın destinasyonun gelişimine katkı sağlaması açısından önemlidir.

Araştırmanın Hipotezleri

Kişilerin değişen ihtiyaçları ve farklı perspektiflere sahip olmaları bir destinasyona yönelik tutumlarında da çeşitliliklere yol açabilmektedir. Bu bağlamda, macera turistlerinin seyahat motivasyonlarının, destinasyonun özellikleri ve çevresel faktörlere bağlı olarak farklılık gösterebileceği ifade edilmektedir (Yıldız, 2019). Maceranın niteliği ve türü, maceraperestlerin tercihleri ve motivasyonel kaynaklarına göre değişkenlik arz etmektedir. Motivasyon, bireysel farklılıklara göre şekillenmekte olup, bazıları yeni coğrafyaları keşfetme amacı güderken, diğerleri heyecan verici deneyimler arayışında macera aktivitelerine katılmakta ya da vahşi yaşam, avcılık, balıkçılık gibi faaliyetlere yönelmektedir (Khulge ve Naik, 2018). Davranışsal niyetler ise, turistlerin algıları ve deneyimleri doğrultusunda oluşmaktadır. İlgili literatür incelendiğinde, macera turizmi, seyahat motivasyonu ve davranışsal niyet kavramlarının birlikte ele alındığı bazı çalışmalar aşağıda sunulmaktadır.

Giddy (2018) tarafından Güney Afrika'daki macera turizmi aktivitelerine katılan turistlerin motivasyonlarını, itici ve çekici faktörler açısından analiz etmiş ve bu motivasyonel unsurlardaki değişimlerin etkileri araştırmıştır. Araştırma sonuçlarına göre; macera turizmi deneyimlerinin, karar alma süreçlerini etkileyen artan sayıda önemli faktörle dinamik bir yapıya sahip olduğunu ve katılımcıların motivasyonlarının, katıldıkları aktivitenin türüne göre belirgin farklılıklar gösterdiğini ortaya koymuştur. Mason, Gos ve Moretti (2016) tarafından gerçekleştirilen çalışmada, macera turizmindeki farklı motivasyonel faktörlerin davranışsal niyetler üzerindeki etkisi incelenmiş ve davranışsal niyetlerin daha iyi anlaşılması amacıyla bireylerin risk algısı grupları arasındaki farklılıklar araştırılmıştır. Friuli Dolomiti Alpleri Tabiat Parkı'ndaki macera turistlerine uygulanan anketler aracılığıyla elde edilen veriler analiz edilmiştir. Çalışma sonucunda, motivasyon faktörlerinin etkinlik odaklı dört boyutlu (doğa, risk, derin düşünme ve sosyalleşme) bir yapı sergilediği ve turistlerin davranışsal niyetlerini etkileyen yegane motivasyonel faktörün doğa olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Türk ve Güneren (2021) tarafından yapılan çalışmada ise, Kapadokya Bölgesi'ni ziyaret eden turistlerin macera turizmi motivasyonları ile davranışsal niyetin boyutları olan memnuniyet ve tekrar ziyaret etme niyeti arasındaki ilişki incelenmiştir. Araştırma bulguları, turistlerin seyahat motivasyonlarının ve davranışsal niyetlerinin demografik özelliklerine göre farklılaştığını ve turistlerin en yüksek motivasyon düzeyinin sakinlik arayışı olduğunu göstermiştir. Kişisel/sosyal gelişim faktörü ise en düşük motivasyon düzeyi olarak saptanmıştır. Aynı zamanda, bölgeyi ziyaret eden macera turistlerinin genel olarak memnun kaldıkları ve tekrar ziyaret etme niyetlerinin yüksek olduğu sonucuna varılmıştır.

Kişilerin seyahat etme nedenleri oldukça çeşitlidir ve zamanla, insanları seyahate yönlendiren temel dürtülerin, ortaya çıkan ihtiyaçların ve onları harekete geçiren faktörlerin neler olduğu merak konusu olmuştur. Beckman vd. tarafından Tennessee'deki Ocoee Nehri üzerinde rafting aktivitesine katılan turistlerin seyahat motivasyonları incelenmiş ve araştırma sonucunda turistlerin duyu ve doğaya yönelik motivasyonlarının macera aktivitelerini deneyimlemeleri için olumlu bir duygusal etkileşim yarattığı tespit edilmiştir. Levenson (1990) tarafından yapılan çalışmada, heyecan, macera, merak ve deneyim edinme gibi faktörlerin kaya tırmanışına katılan macera turistlerini motive ettiği belirtilmiştir. Bu bağlamda, macera aktivitelerine katılmak amacıyla seyahat eden macera turistlerinin bu niyetlerinin temelinde, geleneksel motivasyonlardan farklı olarak risk alma, meydan okuma, heyecan arayışı ve kişisel sınırları aşma gibi özgün motivasyonlar bulunmaktadır (Yıldız, 2019). Davranışsal niyetler ise, turistlerin bir işletme veya destinasyondan ürün ya da hizmet almaya devam edip etmeyeceğinin sinyallerini veren göstergeler olarak tanımlanmaktadır. Başka bir ifadeyle, davranışsal niyetler, müşterinin ürüne veya ürünün nihai kullanıcıya ulaşmasını sağlayan işletmelere yönelik geri bildirimlerini kapsamaktadır (Varol, 2015).

Turistleri seyahat etmeye yönlendiren faktörlerin anlaşılması, turistlerin seyahat davranışlarını, destinasyon tercihlerini, seyahat kararlarını ve gelecekteki seyahat eğilimlerini öngörmek ve destinasyona daha fazla turist çekmek için stratejiler geliştirmek açısından büyük önem taşımaktadır. Turistlerin destinasyon tercihlerinde birden fazla etken rol oynasa da, seyahat motivasyonları turistlerin davranışlarını anlamamıza olanak sağlayan en önemli göstergedir (Mlozi ve Pesamaa, 2013). Bireylerin seyahat etme nedenlerini açıklamak için yaygın olarak kullanılan yaklaşımlardan biri "itici" ve "çekici" motivasyon yaklaşımıdır (Sato vd., 2016). Yapılan araştırmalar, seyahat eden bireylerin davranışsal niyetlerinin, seyahat motivasyonlarının itici ve çekici faktörlerine bağlı olarak değişiklik gösterebileceğini ortaya koymaktadır. İlgili çalışmalar doğrultusunda aşağıdaki hipotezler geliştirilmiştir:

H₁: Macera turistlerinin seyahat motivasyonları ile katılımcıların demografik özellikleri arasında anlamlı bir fark vardır.

H₂: Macera turistlerinin davranışsal niyetleri ile katılımcıların demografik özellikleri arasında anlamlı bir fark vardır.

H₃: Macera turistlerinin itici ve çekici seyahat motivasyonlarıyla davranışsal niyetler arasında pozitif yönde bir ilişki vardır.

Araştırmanın Evreni, Örneklemi ve Veri Toplama Aracı

Araştırmanın evrenini, Gökçeada'yı ziyaret eden yerli ve yabancı turistler oluşturmaktadır. Gestaş Deniz Ulaşım'ın 2018 yılı verilerine göre, Gökçeada'ya toplam 471.643 kişi seyahat etmiştir. Aynı yılın sezon aralığı olarak kabul edilen Nisan-Eylül döneminde ise bu sayı 91.714 olarak kaydedilmiştir (Atay vd., 2019). Araştırmanın örneklemi ise 302 yerli ve yabancı turist meydana getirmektedir. Örneklem seçimi sürecinde kolayda örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Kolayda örnekleme, anket formunu yanıtlayan tüm bireylerin örnekleme dahil edilmesini temel alan bir yöntemdir (Ural ve Kılıç, 2011). Bu yöntemde, araştırmacının kolayca erişebildiği kişilerden veri toplandığı için örneklemin ana kütleyi temsi etme ve sonuçların genellenebilirliği açısından kısıtlar içermektedir. Ancak örneklem macera turizmi için öne çıkan destinasyonlarından biri olan Gökçeada'da macera turizmi aktivitelerine katılanlardan seçilerek bu kısıtların etkisi azaltılmaya çalışılmıştır.

Araştırmanın ilk aşamasında, macera turizmi aktiviteleri, macera turistlerinin seyahat motivasyonları ve davranışsal niyetleri konularında kapsamlı bir literatür taraması gerçekleştirilmiş ve veri toplama aracı olarak anket formu tasarlanmıştır. Anket formu dört bölümden oluşmaktadır. Formun ilk bölümünde, macera turistlerinin itici seyahat motivasyonlarını ölçmeye yönelik 20 ifade yer almaktadır. Bu ifadelerin derecelendirilmesi için Likert ölçeğinin beşli derecelendirilmesi (1- Hiç Önemli Değil / ... / 5-Çok Önemli) kullanılmıştır. Bu ölçek, katılımcıların ifadelere atfettikleri önem düzeyini belirlemek amacıyla uygulanmıştır. İkinci bölümünde macera turistlerinin çekici seyahat motivasyonlarını içeren 21 ifade bulunmaktadır. Bu ifadelerin değerlendirilmesinde de 5'li Likert ölçeği (1- Hiç Önemli Değil / ... / 5-Çok Önemli) kullanılmıştır. Macera turistlerinin itici ve çekici seyahat motivasyonlarını belirlemeye yönelik oluşturulan bu ölçek için Baloglu ve Uysal (1996), Fluker ve Turner (2000), McGehee, Murphy ve Uysal (1996), Cha, McCleary ve Uysal (1995), Terblanche (2012) ve Sato vd. (2016) çalışmalarından faydalanılmıştır. Üçüncü bölümde ise macera turistlerinin davranışsal niyetlerini saptamaya yönelik 5 ifade bulunmaktadır. Bu ölçek, Lee, Lee ve Yoo (2000) ile Zeithalm, Berry ve Parasuraman (1996) tarafından yapılan çalışmalardan yararlanılarak geliştirilmiş olup, veri toplama sürecinde 5'li Likert ölçeği (1- Kesinlikle Katılmıyorum / ... / 5- Kesinlikle

Katılıyorum) kullanılmıştır. Son bölümünde ise, demografik soruların yanı sıra katılımcıların tanımlayıcı özelliklerini belirlemeye yönelik olarak adayı daha önce ziyaret etme sıklığı, toplam konaklama süresi, deneyimlenen macera turizmi aktivitesi türü, konaklama tercihi ve seyahat süresince yapılan toplam harcama gibi sorulara yer verilmiştir.

Araştırma için, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Bilimsel Araştırma Etik Kurulu'ndan 12.05.2022 tarihli ve 10/27 karar numarası ile etik kurul onayı alınmıştır. Araştırmada yer alan değişkenlere ilişkin ölçeklerin belirlenmesinin ardından, oluşturulan anket formu katılımcılara 20 Nisan – 20 Eylül 2022 tarihleri arasında çevrimiçi platformlar ve Gökçeada'da yüz yüze görüşmeler aracılığıyla ulaştırılmıştır. Elde edilen verilerin analizinde faktör analizi, fark testleri ve korelasyon analizi kullanılmıştır.

Bulgular

Araştırmaya katılan macera turistlerinin demografik özellikleri incelendiğinde kadın katılımcıların oranı (%49,7) erkek katılımcıların oranından (%50,3) daha azdır. Katılımcıların yaş dağılımına bakıldığında ise, en fazla katılımın 26-33 yaş aralığındaki (%35,7) turist grubunda olduğu görülmektedir. Bu yaş grubunu sırasıyla 34-41 (%24,2), 18-25 (%18,9), 42-49 (%13,9) ve 50 yaş üzeri (%7,3) grupları takip etmektedir. Katılımcıların milliyetlerine göre dağılımı değerlendirildiğinde, Bulgar turistlerin (%13,6) en büyük grubu oluşturduğu belirlenmiştir. Bulgar turistleri sırasıyla Yunan, Alman, Amerikan, Hollandalı, İrlandalı ve diğer ülke vatandaşları izlemektedir. Medeni durum açısından katılımcıların %61,6'sının bekâr, %38,4'ünün ise evli olduğu görülmektedir. Eğitim düzeyleri incelendiğinde, katılımcıların büyük çoğunluğunun (%56,6) lisans düzeyinde eğitim almış veya halen bu düzeyde eğitimine devam eden bireylerden oluştuğu saptanmıştır.

Katılımcılar milliyetleri açısından değerlendirildiğinde Türk (% 68,9) turistlerin ardından Bulgar turistlerin (%13,6) çoğunlukta olduğu görülmektedir. Bulgar turistleri, Yunan (%4,6), Alman (%4,0), Romen (%3), Amerikan (%2,6) ve Ukraynalı, Hollandalı, İrlandalı ve Kanadalı gibi diğer turistler (<%1) izlemektedir. Katılımcıların medeni durum açısından evli (%38,4) oranının, bekâr (%61,6) oranına göre daha az olduğu görülmektedir. Katılımcıların eğitim durumlarına bakıldığında turistlerin çoğunlukla lisans eğitimi (%56,6) almış veya alan kişiler olduğu görülmektedir. Meslek grupları açısından, kamu çalışanlarının (%28,8) en büyük orana sahip olduğu görülmektedir. Kamu çalışanlarını sırasıyla işçi (%19,2), ev hanımı (%12,3), öğrenci (%9,6), emekli (%6,6), serbest meslek sahibi (%5,6), diğer (%16,2) ve çalışmayan bireyler (%1,7) takip etmektedir. Katılımcıların gelir dağılımı incelendiğinde ise, yüksek gelir düzeyine sahip olanların (%43,4) çoğunlukta olduğu belirlenmiştir. Tablo 1'de, Gökçeada'da macera turizmi aktivitelerine katılan katılımcıların deneyimledikleri macera aktivitelerinin dağılımı sunulmaktadır.

Tablo 1. Katılımcıların Macera Aktivitelerine Göre Betimleyici Özellikleri

Macera Aktiviteleri	n	%
Sörf ve Rüzgâr Sörfü	78	25,8
Tüple Dalış/ Şnorkelle Dalış	72	23,8
Bisiklet Sürme	65	21,5
Kite board/Kitesurf (Uçurtma Sörfü)	54	17,9
Trekking (Yürüyüş)	52	17,2
Kampçılık	77	25,5
Kuş Gözlemciliği	24	7,9
Diğer	5	1,7

Araştırmaya katılan turistlerin en sık katıldıkları macera turizmi aktiviteleri sırasıyla sörf ve rüzgâr sörfü (%25,8) ile kampçılık (%25,5) olarak belirlenmiştir. Buna karşın, kuş gözlemciliği (%7,9) ve motosiklet turu ile yüzme gibi diğer macera aktivitelerine katılım oranlarının (%1,7) en düşük düzeyde olduğu tespit edilmiştir. Tablo 2'de itici seyahat motivasyonlarına ilişkin açıklayıcı faktör analizi bulguları yer almaktadır.

Tablo 2. İtici Seyahat Motivasyonlarına İlişkin Açıklayıcı Faktör Analizi Bulguları

Faktör	İfadeler	Faktör Yüğü	Değerler
Dinlenme ve Rahatlama	Zihinsel olarak rahatlamak	,793	Açıklanan Varyans: %17,398 Öz Değer: 1,942 Cronbach's Alpha: ,801
	Günlük yaşamın rutininden uzaklaşmak	,750	
	Fiziksel olarak dinlenmek	,706	
	Sakin bir ortamda bulunmak	,674	
	Özgür olmayı istemek	,637	
Spor ve Macera	Farklı sportif etkinliklere katılmak	,698	Açıklanan Varyans: %20,831 Öz Değer: 5,560 Cronbach's Alpha: ,868
	Heyecan verici etkinliklere katılmak	,803	
	Macera etkinliklerinden heyecan duymak	,783	

	Daha önce düzenli olarak macera aktivitelerine katılmak	,736	
	Fiziksel yeteneklerimi sportif faaliyetlerde kullanmak	,837	
Aile ve Arkadaşlık İlişkileri	Arkadaşlarımla birlikte eğlenceli vakit geçirmek	,575	Açıklanan Varyans: %11,018 Öz Değer: 1,108 Cronbach's Alpha: ,572
	Yeni insanlarla tanışmak	,731	
	Ailemle birlikte eğlenceli vakit geçirmek	,676	
Yenilik ve Kendini Tanıma	Yeni yerler ve kültürler öğrenmek	,629	Açıklanan Varyans: %12,453 Öz Değer: 1,262 Cronbach's Alpha: ,643
	Yeni bilgiler edinmek	,744	
	Macera ve risk içeren aktivitelere yaşanmadan katılmak	,630	
Açıklanan Varyans: %61,701, Ölçek Cronbach's Alpha Değeri: ,702, KMO Örneklem Yeterliliği: 0,859, Bartlett Küresellik Testi, Ki Kare / df / Sig. 1874,122/120/000			

İtici seyahat motivasyonlarına yönelik gerçekleştirilen açıklayıcı faktör analizi sürecinde, dört ifade binişik olması nedeniyle analiz kapsamı dışında bırakılmıştır. Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) ve Bartlett Küresellik Testi sonuçlarına göre, KMO değeri 0,859 olarak tespit edilmiştir. Bu değer 0,50 eşliğinin üzerinde olması örneklem büyüklüğünün faktör analizi için yeterli olduğunu göstermektedir. Bu bulgu, itici faktörler ölçeğinin geçerli bir ölçüm aracı olduğuna işaret etmektedir. Analiz sonucunda "Spor ve Macera" faktörüne ait öz değer (5,560) diğer faktörlere kıyasla daha yüksek olduğu saptanmıştır. İtici faktörler ölçeğine uygulanan faktör analizi neticesinde, ifadeler toplam varyansın %61,701'ini açıklayan 4 ayrı boyut altında gruplanmıştır. İtici faktörler ölçeğinin güvenilirliğini değerlendirmek üzere hesaplanan Cronbach Alfa katsayısının ($\alpha=0,702$) 0,60 ile 0,80 aralığında yer alması ve açıklanan toplam varyansın (%61,701) yüksekliği, ölçeğin itici faktörleri belirlemede geçerli ve güvenilir bir araç olduğunu desteklemektedir. Tablo 3'te çekici seyahat motivasyonlarının ilişkin açıklayıcı faktör analizi bulguları yer almaktadır

Tablo 3. Çekici Seyahat Motivasyonlarına İlişkin Açıklayıcı Faktör Analizi Bulguları

Faktör	İfadeler	Faktör Yüğü	Değerler
Tarihi ve Kültürel Çekicilikler	Tarihi ve arkeolojik çekicilikleri	,712	Açıklanan Varyans: %14,724 Öz Değer: 2,095 Cronbach's Alpha: ,709
	Güzel yemekleri	,720	
	Alışveriş olanakları	,646	
	İlginç kültürel değerleri	,499	
	Gece hayatı ve eğlence olanakları	,675	
Doğal Çekicilikler	Temiz hava	,722	Açıklanan Varyans: %17,862 Öz Değer: 4,574 Cronbach's Alpha: ,752
	Doğal su kaynakları	,681	
	Bitki örtüsü	,698	
	Elverişli iklim	,691	
	Eşsiz manzara	,660	
Altyapı, Hijyen, Güvenlik	Adanın altyapısı	,684	Açıklanan Varyans: %14,254 Öz Değer: 1,414 Cronbach's Alpha: ,731
	Uygun konaklama olanakları	,720	
	Güvenli	,654	
	Yüksek hijyen standartları	,716	
Ulaşım ve Etkinlikler	Su sporları	,848	Açıklanan Varyans: %11,395 Öz Değer: 1,235 Cronbach's Alpha: ,770
	Trekking rotası	,847	
Açıklanan Varyans: 58,235, Ölçek Cronbach's Alpha Değeri: ,630, KMO Örneklem Yeterliliği: 0,859, Bartlett Küresellik Testi, Ki Kare / df / Sig.: 1434,184/120/000			

Çekici seyahat motivasyonlarına ilişkin uygulanan açıklayıcı faktör analizi sürecinde, beş ifade binişik olması nedeniyle analizden çıkarılmıştır. Uygulanan Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) ve Bartlett Küresellik Testi sonucunda elde edilen KMO değeri 0,859'dır. Bu değer örneklem büyüklüğünün analiz için oldukça yeterli olduğunu göstermektedir. Bu durum, çekici faktörler ölçeğinin geçerli bir ölçüm aracı olduğunu desteklemektedir. Çekici faktörler ölçeğine uygulanan faktör analizi neticesinde, ifadeler toplam varyansın %58,235'ini açıklayan 4 ayrı boyut altında toplanmıştır. Çekici faktörler ölçeğinin güvenilirliğini değerlendirmek üzere hesaplanan Cronbach Alfa katsayısı ($\alpha=0,630$) 0,60 ile 0,80 aralığında bulunması ve açıklanan varyansın (%58,235) yüksekliği, ölçeğin çekici faktörleri belirlemede geçerli ve güvenilir bir araç olduğunu göstermektedir. Davranışsal niyetlere ilişkin açıklayıcı faktör analizi bulguları Tablo 4'te verilmiştir. Araştırmaya katılan turistlerin itici ve çekici seyahat motivasyon ölçeğine yönelik katılım düzeylerine ilişkin bulgulara göre, turistlerin en yüksek katılım düzeyine sahip olduğu ifadeler sırasıyla şu şekilde belirlenmiştir:

Dinlenme ve rahatlama (4,20), aile ve arkadaşlık ilişkileri (3,97), ulaşım ve etkinlikler (3,95), yenilik ve kendini tanıma (3,95), spor ve macera (3,87), altyapı, hijyen ve güvenlik (3,66), tarihi ve kültürel çekicilikler (3,16) ve doğal çekicilikler (2,37).

Tablo 4. Davranışsal Niyetlere İlişkin Açıklayıcı Faktör Analizi Bulguları

Faktör	İfadeler	Faktör Yüğü	Değerler
Davranışsal Niyetler	Gökçeada'dan genel olarak memnun kaldım.	,861	Açıklanan Varyans: %68,769 Öz Değer: 3,438 Cronbach's Alpha: ,882
	Gökçeada beklentilerimi karşıladı.	,881	
	Gökçeada'yı macera turizmi aktiviteleri için çevremdekilere tavsiye ederim.	,800	
	Gökçeada'yı bir sonraki seyahatim için ilk tercihim olarak görüyorum.	,784	
Açıklanan Varyans: 68,769, Ölçek Cronbach's Alpha Değeri: ,882, KMO Örneklem Yeterliliği: 0,860, Bartlett Küresellik Testi, Ki Kare / df / Sig.811,920/10,000			

Davranışsal niyetlere ilişkin açıklayıcı faktör analizi bulgularına göre davranışsal niyetler boyutunun toplam varyansın %68,769'unu açıkladığını ve alfa değerinin 0,882 olduğunu göstermektedir. Beş ifadeden oluşan faktörün özdeğeri 3,43, varyansı açıklama oranı ise %68,769 olarak belirlenmiştir. Ayrıca, davranışsal niyet ölçeğinin KMO Örneklem yeterliliği değeri (0,860) ve Bartlett test sonuçlarının, belirtilen kabul şartlarını sağladığı gözlemlenmiştir.

Araştırmada belirlenen faktörler ve macera aktivitelerine katılan turistlerin demografik özellikleri arasındaki farklılıklar incelenirken, verilerin normal dağılmadığı gözlemlenmiştir. Bu nedenle, verilerin normal dağılıma uygun olmadığı tespit edildiği için parametrik olmayan testler (Mann-Whitney U testi ve Kruskal-Wallis H testi) uygulanmıştır. Yapılan analizler sonucunda, katılımcıların demografik özelliklerine göre itici ve çekici seyahat motivasyonları ölçeğinin alt boyutları ile cinsiyet ve yaş arasında anlamlı bir farklılık bulunmamıştır. Ancak, katılımcıların meslek grupları arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir ($p < 0,05$). Kruskal-Wallis H testi sonuçlarına göre, spor ve macera ile yenilik ve kendini tanıma motivasyonları, çalışmayan katılımcılar için diğer meslek gruplarına göre anlamlı derecede daha düşük bulunmuştur. Test sonuçları, alfa düzeyinin Bonferroni düzeltilmesi ile düzeltilmiş ve karşılaştırma sayısına bölünmüştür. Davranışsal niyetler ölçeği ile katılımcıların demografik özellikleri arasında yapılan analizlerde ise anlamlı bir fark bulunamamıştır ($p > 0,05$). Bu doğrultuda, H_1 kısmen desteklenirken H_2 desteklenmemiştir. Tablo 5'te macera turistlerinin itici ve çekici motivasyonlarla davranışsal niyetler arasındaki ilişkiye yönelik korelasyon analizi bulguları yer almaktadır.

Tablo 5. Katılımcıların İtici ve Çekici Motivasyonlarının Davranışsal Niyetlere İlişkin Korelasyon Analizi Bulguları

Değişkenler	Davranışsal Niyetler	İtici Motivasyonlar	Çekici Motivasyonlar
Davranışsal Niyetler	1,000		
İtici Motivasyonlar	,477**	1,000	
Çekici Motivasyonlar	,511**	,620**	1,000

** $p < 0,001$

Korelasyon analizi bulgularına göre, davranışsal niyetler ile itici ve çekici motivasyonlar arasında %99 güven düzeyinde anlamlı ilişkiler bulunmaktadır ($p < 0,01$). Elde edilen korelasyon katsayılarına göre, en yüksek ilişki düzeyi çekici motivasyonlar ile itici motivasyonlar arasında gözlemlenmiştir ($r = 0,620$). Buna karşılık, en düşük korelasyon değeri itici motivasyonlar ile davranışsal niyetler arasında saptanmıştır ($r = 0,477$). Davranışsal niyetlerle çekici motivasyonlar arasındaki korelasyon katsayısı ise 0,511'dir Tüm ilişkilerin incelendiğinde, ilişkilerin istatistiksel olarak pozitif yönde ve anlamlı olduğunu görülmektedir. Bu doğrultuda, H_3 hipotezi desteklenmiştir.

Sonuç ve Öneriler

Macera turistlerinin itici ve çekici seyahat motivasyonlarla davranışsal niyetler arasındaki ilişkiyi belirlemek amacıyla gerçekleştirilen bu çalışmada zengin macera aktivitesi potansiyeline sahip Gökçeada destinasyonu değerlendirilmiştir. Kişilerin ödül veya yeni deneyimler yaşama beklentisiyle katıldıkları macera turizmi hem seyahat hem de boş zaman aktivitesi olarak değerlendirilmektedir (Schlegelmilch ve Ollenburger, 2013). Farklılık arayışında olan ve farklı düzeylerdeki risklerden hoşlanan bireylerin katılım gösterdiği bir turizm türü olan macera turizminin giderek yaygınlaşması, macera faaliyetlerinin bireyleri stresli yaşam koşullarından uzaklaştırma ve yeni deneyimler edinme imkanı sunmasından kaynaklanmaktadır. Araştırma kapsamında

katılımcıların tanımlayıcı özellikleri incelendiğinde, örneklemin çoğunluğunu erkek turistlerin oluşturduğu, yaş aralığı olarak 50 yaş ve üzeri grubun daha fazla temsil edildiği, milliyet açısından yerli ve Bulgar turistlerin ağırlıklı olduğu ve medeni durum olarak bekâr katılımcı oranının daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Katılımcıların eğitim düzeyleri incelendiğinde, Gökçeada'yı ziyaret eden turistlerin ortalama gelir düzeylerinin yüksek olduğu, lisans ve lisansüstü eğitim seviyesine sahip oldukları ve meslek grupları açısından kamu çalışanları ve işçilerin öne çıktığı görülmektedir. Katılımcıların en fazla katılım gösterdikleri macera turizmi aktiviteleri ise sörf, rüzgâr sörfü ve kampçılık olarak saptanmıştır. Araştırmada, belirlenen faktörlerin turistlerin tanımlayıcı özelliklerine göre anlamlı farklılıklar gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla çeşitli farklılık analizleri uygulanmıştır. Analiz sonuçlarına göre, yalnızca katılımcıların meslek grupları ile itici seyahat motivasyonları ölçeğinin "spor ve macera" ile "yenilik ve kendini tanıma" alt boyutları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir. Seyahat motivasyonlarına ilişkin yapılan korelasyon analizi, itici ve çekici faktörler ile davranışsal niyetlerin pozitif ve anlamlı bir şekilde ilişkili olduğunu göstermektedir.

Bu bulgular doğrultusunda, elde edilen sonuçlar daha önce yapılan araştırmalarla benzerlik göstermektedir. Sung (2004) ve Gyimothy ve Mykletun (2004) tarafından yapılan çalışmalarda, macera turistlerinin seyahat motivasyonlarının risk ve heyecan arayışı ile ilişkili olduğu belirlenmiştir. Özellikle, Mason ve Moretti (2016) çalışması, doğa temelli motivasyonların turistlerin destinasyon tercihlerini ve tekrar ziyaret niyetlerini önemli ölçüde etkilediğini göstermiştir. Benzer şekilde, Giddy ve Webb (2018) çalışmalarında, macera turizmine katılan kişilerin yüksek riskli aktivitelerden kaçınarak daha kontrollü deneyimler yaşamayı tercih ettiklerini belirtmişlerdir. Bununla birlikte, Sato vd. (2016) tarafından Japonya'da gerçekleştirilen araştırma, sosyal etkileşim ve kaçış motivasyonlarının macera turistleri için önemli faktörler olduğunu ortaya koymuştur. Bu çalışma da benzer şekilde, arkadaş gruplarıyla yapılan aktivitelerin turistlerin tatmin düzeyini ve tekrar ziyaret etme niyetlerini artırdığını göstermektedir. Ayrıca, Yoon ve Uysal (2005) çalışması, turist memnuniyetinin tekrar ziyaret etme davranışı üzerinde önemli bir belirleyici olduğunu ifade etmiştir. Bu bağlamda, Gökçeada'daki turistlerin doğa odaklı motivasyonları ve aktivitelere yönelik ilgileri, sürdürülebilir turizm politikalarının geliştirilmesi açısından da değerlendirilebilir.

Turistler özellikle sıradanlıktan kaçma alternatiflerinden biri olarak macera turizmi aktivitelerine yönelmektedirler. Gökçeada, turistler tarafından macera turizmi aktiviteleri için tercih edilen bir destinasyon olmasına karşın, adaya yönelik macera turizmi aktiviteleri hakkında yeterli bilgi düzeyinin bulunmadığı gözlemlenmektedir. Bu çerçevede, macera turizmi aktivitelerine ilişkin planlama, etkili tanıtım ve hedef odaklı reklam stratejileri geliştirilmesi önerilmektedir. Ayrıca, macera turizmi potansiyelinin sürdürülebilirliği ve yerel halkın katılımının teşvik edilmesi amacıyla, belediye veya halk eğitim merkezleri aracılığıyla ada sakinlerine yönelik aktivite temelli eğitimler düzenlenerek bilinçlendirme çalışmaları yapılabilir ve yürütülen turizm faaliyetlerine yerel halkın entegrasyonu sağlanabilir. Gökçeada'da macera turizmini daha fazla teşvik etmek için altyapı iyileştirmeleri yapılabilir. Trekking, bisiklet ve kamp alanları için yönlendirme levhaları ve haritalar sağlanabilir. Ayrıca yerel işletmelerin gelen turistlere macera turizmine yönelik aktiviteler sunabilir. Bu bağlamda rüzgâr sörfü, trekking ve dalış etkinlikleri gibi farklı aktiviteler bir araya getirilip paket olarak sunulabilir. Sörf, dalış, kamp ve trekking gibi aktiviteler için kiralama hizmetleri artırılabilir. Gerçekleştirilen macera aktiviteleri açısından Gökçeada, ulusal ve uluslararası pazarlarda macera turizmi destinasyonu olarak pazarlanabilir. Dijital platformlarda (TripAdvisor, Lonely Planet, Airbnb Experiences) adanın macera turizmi aktiviteleri tanıtılabilir. Son olarak, gelecekteki araştırmalarda, macera turistlerinin farklı destinasyonlardaki motivasyonları karşılaştırmalı olarak incelenebilir.

Kaynakça

- Akoğlan Kozak, M. ve Bahçe, S. (2009). *Özel ilgi turizmi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Aliman, N. K., Hashim, S. M., Wahid, S. D. M., and Harudin, S. (2016). Tourists satisfaction with a destination: An investigation on visitors to Langkawi Island. *International Journal of Marketing Studies*, 8(3), 173-188.
- Atay, L., Aksu M., Yıldırım, H. M. ve Korkmaz, H. (2019). *Turizm envanteri ve strateji çalışması Çanakkale destinasyonu*. Erişim tarihi: 27.11.2022. <https://www.gmka.gov.tr/dokumanlar/yayinlar/Canakkale-Turizm-Envanteri-Strateji-Calismasi.pdf>.
- Aydın, S. ve Sezerel, H. (2017). Seyahat motivasyonlarına ilişkin bir yazın incelemesi. *Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi SBE Dergisi*, 7(2), 118-140.

- Baker, D. A. and Crompton, J. L. (2000). Quality, satisfaction and behavioral intentions. *Annals of tourism research*, 27(3), 785-804. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(99\)00108-5](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(99)00108-5).
- Baloglu, S. and Uysal, M. (1996). Market segments of push and pull motivations: A canonical correlation approach. *International journal of contemporary Hospitality Management*, 8(3), 32-38. <https://doi.org/10.1108/09596119610115989>.
- Bansal, H., and Eiselt, H. A. (2004). Exploratory research of tourist motivations and planning. *Tourism management*, 25(3), 387-396. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(03\)00135-3](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(03)00135-3).
- Beard, C., Swarbrooke, J., Leckie, S. and Pomfret, G. (2012). *Adventure tourism*. Oxford: Routledge.
- Beckman, E., Whaley, J. E. and Kim, Y. K. (2017). Motivations and experiences of whitewater rafting tourists on the Ocoee River, USA. *International Journal of Tourism Research*, 19(2), 257-267. <https://doi.org/10.1002/jtr.2109>.
- Bentley, T. A., Page, S. J. and Macky, K. A. (2007). Adventure tourism and adventure sports injury: The New Zealand experience. *Applied ergonomics*, 38(6), 791-796. <https://doi.org/10.1016/j.apergo.2006.10.007>
- Buckley, R. (2007). Adventure tourism products: Price, duration, size, skill, remoteness. *Tourism management*, 27(2), 317-325. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2006.12.003>.
- Cater, C. I. (2006). Playing with risk? Participant perceptions of risk and management implications in adventure tourism. *Tourism management*, 28(2007), 1428-1433. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2006.12.003>
- Cengiz, T., Ozkok, F. and Ayhan, C. K. (2011). Participation of the local community in the tourism development of Imbros (Gökçeada). *African Journal of Agricultural Research*, 6(16), 3832-3840. <https://doi.org/10.5897/AJAR11.148>
- Cha, S., McCleary, K. W. and Uysal, M. (1995). Travel motivations of Japanese overseas travelers: A factor-cluster segmentation approach. *Journal of travel research*, 34(1), 33-39. <https://doi.org/10.1177/004728759503400104>.
- Chauke, T. J., Tshipala, N. N. and Boshoff, L. (2022). Tourist motivations to participate in adventure tourism activities in Gauteng, South Africa. *International Journal of Leisure and Tourism Marketing*, 7(4), 302-324. <https://doi.org/10.1504/IJLTM.2022.131073>.
- Chen, C. F. and Tsai, D. (2007). How destination image and evaluative factors affect behavioral intentions?. *Tourism management*, 28(4), 1115-1122. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2006.07.007>.
- Crompton J. L. (1979). Motivations for Pleasure Vacation. *Annals of Tourism Research*, 6(4): 408-424. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(79\)90004-5](https://doi.org/10.1016/0160-7383(79)90004-5).
- Çakıcı, A. C. ve Aksu, M. (2006). Gökçeada'ya gelen turistlerin beklenti ve tatmin düzeylerinin karşılaştırılması. *Dokuz Eylül Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 7(1), 1-17.
- Çavuşoğlu, M. (2008). Gökçeada rüzgar sörfü turizminin elektronik ortamda tanıtımına yönelik bir çalışma. Gökçeada Değerleri Sempozyumu 'nda sunulmuş bildiri. Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Çanakkale.
- Çetinkaya, Ö. (2017). Kruvaziyer turistlerinin deneyimleri, memnuniyetleri ve davranışsal niyetleri: İstanbul'da örnek bir çalışma. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 9(2), 110-132.
- Dann, G. (1977). Anomie, ego-enhancement and tourism. *Annals of Tourism Research*, 4(4), 184-194. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(77\)90037-8](https://doi.org/10.1016/0160-7383(77)90037-8).
- Deb, R., Kondasani, R. K. R., and Das, A. (2023). Adventure tourism: current state and future research direction. *Tourism Review*. <https://doi.org/10.1108/TR-09-2022-0441>
- Dolnicar, S., Coltman, T. and Sharma, R. (2015). Do satisfied tourists really intend to come back? Three concerns with empirical studies of the link between satisfaction and behavioral intention. *Journal of Travel Research*, 54(2), 152-178. <https://doi.org/10.1177/0047287513513167>.
- Fluker, M. R. and Turner, L. W. (2000). Needs, motivations and expectations of a commercial white-water rafting experience. *Journal of Travel Research*, 38(4), 380-389. <https://doi.org/10.1177/004728750003800406>.

- Garda, B. (2011). Macera turizmi pazarına genel bir bakış. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 14(1-2), 189-200.
- Geldenhuys, L. L. (2018). *A sustainable management framework for marine adventure tourism products* (Unpublished Doctoral Dissertation), North-West University, South Africa.
- Giddy, J. K. and Webb, N. L. (2018). Environmental attitudes and adventure tourism motivations. *Geojournal*, 83, 275-287.
- Giddy, J. (2018). Adventure Tourism Motivations: A push and pull factor approach. *Bulletin of Geography. Socio-economic Series*, 42(42), 47-58. <https://doi.org/10.2478/bog-2018-0030>.
- GMKA (2012). *Bozcaada & Gökçeada Değerlendirme Raporu*. Erişim tarihi: 21.12.2022, <https://www.gmka.gov.tr/dokumanlar/yayinlar/Bozcaada-Gokceada-Degerlendirme-Raporu.pdf>.
- GMKA (2020). *Gökçeada Ekoturizm ve Gastro-Turizm Yatırımları Projesi Fizibilite Raporu*. Erişim tarihi: 21.12.2022, <http://gokceada.gov.tr/kurumlar/gokceada.gov.tr/duyurular/2020/eylul/Gokceada-Ekoturizm-ve-Gastro-Turizm-Yatirimlari-Projesi-Fizibilite-Raporu.pdf>.
- Gross, S. and Sand, M. (2020). Adventure tourism: a perspective paper. *Tourism Review*, 75(1), 153-157. <https://doi.org/10.1108/TR-06-2019-0211>.
- Gyimothy, S. and Mykletun, R. (2004). Play in adventure tourism: The case of Arctic Trekking. *Annals of Tourism Research*, 31(4), 855-878. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2004.03.005>.
- Ha, J. and Jang, S. S. (2010). Perceived values, satisfaction, and behavioral intentions: The role of familiarity in Korean restaurants. *International Journal of Hospitality Management*, 29(1), 2-13. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2009.03.009>.
- Haddock, C. ve Wisheard, P. (1993). *Managing risk in outdoor activities*. New Zealand: Mountain Safety Council.
- Hill, B. J. (1995). A guide to adventure travel. *Parks & Recreation*, 30 (9), 56-65.
- Iso-Ahola, S. E. (1982). Toward a social psychological theory of tourism motivation: A rejoinder. *Annals of Tourism Research*, 9(2), 256-262. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(82\)90049-4](https://doi.org/10.1016/0160-7383(82)90049-4).
- Jackson, C. M., Chow, S. and Leitch, R. A. (1997). Toward an understanding of the behavioral intention to use an information system. *Decision sciences*, 28(2), 357-389. <https://doi.org/10.1111/j.1540-5915.1997.tb01315.x>.
- Janowski, I., Gardiner, S. and Kwek, A. (2021). Dimensions of adventure tourism. *Tourism Management Perspectives*, 37, 100776. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2020.100776>.
- Jin, X., Xiang, Y., Weber, K. and Liu, Y. (2019). Motivation and involvement in adventure tourism activities: a Chinese tourists' perspective. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 24(11), 1066-1078. <https://doi.org/10.1080/10941665.2019.1666152>.
- Kane, M. J. and Tucker, H. (2004). Adventure tourism: The freedom to play with reality. *Tourist Studies*, 4(3), 217-234. <https://doi.org/10.1177/1468797604057323>.
- Karpuz, M. (2017). *Macera turizm faaliyetlerine katılan turistlerin memnuniyetinin tekrar ziyaret etme niyeti ile ilişkisi: Fethiye örneği*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- Khan, M. I., Alharthi, M., Haque, A. and Illiyan, A. (2023). Statistical analysis of push and pull factors of migration: A case study of India. *Journal of King Saud University-Science*, 35(8), 102859. <https://doi.org/10.1016/j.jksus.2023.102859>.
- Khulge, P. and Naik, S. (2018). A Study on Maharashtra Adventure Tourism-Potential and Problems. *International Science and Technology Journal*, 7(4), 98-106.
- Kılıçlar, A. ve Şenol, F. A. (2019). Üçüncü Yaş Turistlerin Seyahat Motivasyonu ile Seyahat Memnuniyeti Arasındaki İlişki. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 7(4), 3249-3261. <https://doi.org/10.21325/jotags.2019.526>.

- Lee, H., Lee, Y. and Yoo, D. (2000). The determinants of perceived service quality and its relationship with satisfaction. *Journal of services marketing*, 14(3), 217-231. <https://doi.org/10.1108/08876040010327220>.
- Levenson, M. R. (1990). Risk taking and personality. *Journal of personality and social psychology*, 58(6), 1073. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.58.6.1073>.
- Lou, J. (2014). *Analysis of adventure tourist motivations: The case of China-born international students in New Zealand universities* (Unpublished Master's Thesis). Auckland University of Technology, New Zealand.
- Luong, T. B. and Nguyen, D. T. A. (2024). The Moderating Role of Risk Perception in the Relationships Between Motivation, Attitude, and Involvement in Adventure Activities: A Study from Young Vietnamese Travelers. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 1–25. <https://doi.org/10.1080/1528008X.2024.2338779>
- Mai, X. T., and Nguyen, T. D. T. (2023). Push and pull factors for wellness tourism experience: framework development and implementations. *International Journal of Tourism Policy*, 13(1), 18-34. <https://doi.org/10.1504/IJTP.2023.129165>.
- Mason, M. C., Gos, L. and Moretti, A. (2016). Motivations, perceived risk and behavioural intentions in hard adventure tourism. A natural park case study. *Sinergie Italian Journal of Management*, 34(May-Aug), 181-199. <https://doi.org/10.7433/s100.2016.11>
- McGehee, N. G., Murphy, L. L. and Uysal, M. (1996). The Australian international pleasure travel market: Motivations from a gendered perspective. *The Journal of Tourism Studies*, 7(1), 45–57.
- Millington, K., Locke, T. and Locke, A. (2001). *Adventure travel*. London: Travel & Tourism Intelligence.
- Mlozi, S. and Pesämaa, O. (2013). Adventure tourist destination choice in Tanzania. *Current issues in tourism*, 16(1), 63-95. <https://doi.org/10.1080/13683500.2011.647807>.
- Morgan, D., Moore, K. and Mansell, R. (2005). Adventure tourists on water: Linking expectations, affect, achievement and enjoyment to the sports tourism adventure. *Journal of Sport & Tourism*, 10(1), 73-88. <https://doi.org/10.1080/14775080500101593>.
- Muller, T. E. and Cleaver, M. (2000). Targeting the CANZUS baby boomer explorer and adventurer segments. *Journal of Vacation Marketing*, 6(2), 154-169. <https://doi.org/10.1177/135676670000600206>.
- Nguyen-Van, H., Nguyen, L. D., Le, A. H., Nguyen, H. T. M. and Nam Dang, Q. (2024). Values and perceptions of customers on behavioral intentions in hard adventure tourism in the Mountain and rural areas: a comparison between Asian and Western tourists. *Cogent Business & Management*, 11(1), 2401176. <https://doi.org/10.1080/23311975.2024.2401176>.
- Orden-Mejía, M., Carvache-Franco, M., Palomino, O., Carvache-Franco, O., Minchenkova, L., Núñez-Naranjo, A., Minchenkova, A., & Carvache-Franco, W. (2025). Motivations, Quality, and Loyalty: Keys to Sustainable Adventure Tourism in Natural Destinations. *Sustainability*, 17(13), 5789. <https://doi.org/10.3390/su17135789>.
- Özdemir, S. (2012). Kırsal kalkınmada kırsal turizmden yararlanma olanakları: Gökçeada örneği. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 2012(2), 19-21.
- Öztürk, Y. ve Yazıcıoğlu, İ. (2002). Gelişmekte olan ülkeler için alternatif turizm faaliyetleri üzerine teorik bir çalışma. *Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, (2), 183-195.
- Patterson, I. and Pan, R. (2007). The motivations of baby boomers to participate in adventure tourism and the implications for adventure tour providers. *Annals of Leisure Research*, 10(1), 26-53. <https://doi.org/10.1080/11745398.2007.9686753>
- Pearce, P. L. (1996). Recent research in tourist behaviour. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 1(1), 7-17. <https://doi.org/10.1080/10941669708721959>.

- Pektaş, F. (2017). *Seyahat Motivasyonunu Oluşturan İtici ve Çekici Faktörlerin Tüketici Temelli Destinasyon Değeri Üzerine Etkisi*. (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Nevşehir.
- Pizam, A. and Ellis, T. (1999). Customer satisfaction and its measurement in hospitality enterprises. *International journal of contemporary hospitality management*, 11(7), 326-339. <https://doi.org/10.1108/09596119910293231>.
- Pomfret, G. (2006). Mountaineering adventure tourists: a conceptual framework for research. *Tourism management*, 27(1), 113-123. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2004.08.003>
- Pomfret, G. and Bramwell, B. (2016). The characteristics and motivational decisions of outdoor adventure tourists: A review and analysis. *Current issues in tourism*, 19(14), 1447-1478. <https://doi.org/10.1080/13683500.2014.925430>.
- Pratama, V. (2015). *A study of tourist satisfaction towards adventure tourism activity in Bejiharjo Tourism Village Using Holsat (Holiday Satisfaciton) Model* (Unpublished Undergraduate Thesis). Universitas Gadjah Mada, Indonesia.
- Rantala, O., Rokenes, A. and Valkonen, J. (2016). Is adventure tourism a coherent concept? A review of research approaches on adventure tourism. *Annals of Leisure Research*, 21(5), 539–552. <https://doi.org/10.1080/11745398.2016.1250647>
- Sato, S., Kim, H., Buning, R. J. and Harada, M. (2016). Adventure tourism motivation and destination loyalty: A comparison of decision and non-decision makers. *Journal of Destination Marketing & Management*, 8, 74-81. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2016.12.003>.
- Schlegelmilch, F. and Ollenburg, C. (2013). Marketing the adventure: Utilizing the aspects of risk/fear/thrill to target the youth traveller segment. *Tourism Review*, 68(3), 44-54. <https://doi.org/10.1108/TR-03-2013-0010>.
- Schmidt Rojas, N., Sand, M. S. and Gross, S. (2025). Regenerative adventure tourism. Going beyond sustainability—a horizon 2050 paper. *Tourism Review*, 80(1), 270-285. <https://doi.org/10.1108/TR-12-2023-0874>.
- Sung, H. H. (2004). Classification of adventure travelers: behavior, decision making, and target markets. *Journal of travel research*, 42(4), 343-356. <https://doi.org/10.1177/0047287504263028>.
- Swarbrooke, J. (2003). *Adventure tourism: The new frontier*. Oxford: Butterworth Heinemann/Routledge.
- Tanrısevdi, A. (2009). Türk özel ilgi gezginleri sansasyon arama özelliği sergilemekte midir?. *Ege Akademik Bakış Dergisi*, 9(4), 1313-1340.
- Terblanche, H. (2012). *Travel motives of adventure tourists: A case study of Magoebaskloof Adventure* (Unpublished Master's Thesis). North-West University, South Africa.
- Tschapka, M. K. (2006). *Involvement, motivations and setting preference of participants in the adventure tourism activity of scuba diving*. Canberra: University of Canberra.
- Türk, E.& Güneren, E. (2021). Turistlerin Macera Turizmini Deneyimleme Motivasyonları, Memnuniyet Düzeyleri ve Tekrar Ziyaret Niyetleri: Kapadokya Destinasyonunda Bir Araştırma. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 18 (2), 351-375. <https://doi.org/10.24010/soid.912148>.
- Türkmen, S. ve Atay, L. (2018). Destinasyon kişiliği, memnuniyet ve davranışsal niyetler arasındaki ilişkilerin incelenmesi: Çanakkale örneği. *Journal of Yaşar University*, 13(49), 22-32. <https://doi.org/10.19168/jyasar.330474>.
- UNWTO. (2014). *Global Report on Adventure Tourism*. World Tourism Organization (UNWTO). <https://doi.org/10.18111/9789284416622>.
- Ural, A. ve Kılıç, İ. (2011). *Bilimsel Araştırma Süreci ve Spss İle Veri Analizi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Urbański, M. (2022). Comparing push and pull factors affecting migration. *Economies*, 10(1), 21. <https://doi.org/10.3390/economies10010021>
- Uyrun, A. (2020). Su Sporları Turizmi. İçinde S. Şahin & S. Meriç (Ed.), *Gelecek Turizm Trendleri* (s. 353-375). Çanakkale: Paradigma Akademi.

- Uysal, M. and Hagan, L. A. R. (1993). Motivation of pleasure travel and tourism. In M. Khan, M. Olsen & T. Var (Eds.), *VNR's encyclopedia of hospitality and tourism* (pp. 798–810). New York: Van Nostrand Reinhold.
- Uysal, M., McGehee, N. G. and Loker-Murphy, L. (1996). The Australian international pleasure travel market: Motivations from a gendered perspective. *Journal of tourism studies*, 7(1), 45-57.
- Warshaw, P. R. and Davis, F. D. (1985). Disentangling behavioral intention and behavioral expectation. *Journal of experimental social psychology*, 21(3), 213-228. [https://doi.org/10.1016/0022-1031\(85\)90017-4](https://doi.org/10.1016/0022-1031(85)90017-4).
- Wu, M. Y. and Pearce, P. L. (2014). Chinese recreational vehicle users in Australia: A netnographic study of tourist motivation. *Tourism management*, 43, 22-35. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2014.01.010>.
- Yalçın, G. (2020). *Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti'nde Macera Turizmi Potansiyelinin SWOT Analizi ile Değerlendirilmesi* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Doğu Akdeniz Üniversitesi, Kıbrıs.
- Yaşar, O. (2014). Bozcaada'nın Su Sporlarından Rüzgar Sörfü (Windsurfing) ve Uçurtma Sörfü (Kitesurfing) Potansiyelinin Coğrafi Temelleri. *Electronic Turkish Studies*, 9(2), 1643-1663.
- Yıldız, S. (2019). Macera turları rehberliği alanında uzmanlaşma. İçinde Ö. Güzel & Ö. Köroğlu (Ed.). *Turist Rehberliğinde Uzmanlaşma: Özel İlgi Turlarından Özel Konulara* (s. 261-309). Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Yılmaz, B. and Yıldırım, H. M. (2022). A study to determine Gökçeada's adventure tourism potential. *University of South Florida (USF) M3 Publishing*, 16, 12.
- Yoon, Y. and Uysal, M. (2005). An examination of the effects of motivation and satisfaction on destination loyalty: a structural model. *Tourism management*, 26(1), 45-56. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2003.08.016>.
- Zaid, S. (2023). Adventure tourism risk, environmental image, and revisit intention: an empirical study of underwater cave diving tourism in Buton island, Indonesia. *Tourism and hospitality management*, 29(1), 15-24. <https://doi.org/10.20867/thm.29.1.2>
- Zeithaml, V. A., Berry, L. L. and Parasuraman, A. (1996). The behavioral consequences of service quality. *Journal of Marketing*, 60(2), 31-46. <https://doi.org/10.1177/002224299606000203>.